

**Trabajo de fin de grado. Periodismo + Comunicación.  
Fuenlabrada.**

---



**Universidad  
Rey Juan Carlos**

**El efecto “Fernando Alonso” en las audiencias de la  
Fórmula 1 en España:  
Los años de sus mundiales (2005 y 2006) y su vuelta al  
Gran Circo (2021)**

Autor: Gonzalo Gallego Salgado.

Tutor: Enrique Vaquerizo Domínguez.

**RESUMEN:** Esta investigación pretende analizar las fluctuaciones de audiencia de las carreras F1 en España de las temporadas 2005, 2006, y 2021; las cuales se emitieron en sus inicios en Telecinco y en los últimos años en Dazn F1. Se realizará una entrevista a un profesional y se hará un análisis del contenido de los grandes premios de los años a estudiar. Se examinarán cuestiones vinculantes como las retransmisiones deportivas en España, la medición de las audiencias de la F1, el *share* o el minuto de oro.

**PALABRA CLAVE:** Audiencias televisivas, Fórmula 1, Fernando Alonso, Telecinco, retransmisión, televisión.

**ABSTRACT:** This research aims to analyse the audience fluctuations of F1 races in Spain between the 2005, 2006, and 2021 seasons, which were initially broadcast on Telecinco and in recent years on Dazn F1. Interview will be conducted with a professional and an analysis will be made of the content of the grand prix of the seasons to be studied. We will analyse issues such as sports broadcasting in Spain, the measurement of F1 audiences, the share or the golden minute.

**KEY WORDS:** Television audiences, Formula 1, Fernando Alonso, Telecinco, retransmission, television.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA.....	6
3. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA.....	7
3.1 Objetivos.....	7
3.2. Hipótesis.....	8
3.3. Metodología.....	8
3.4. Entrevista.....	9
4. MARCO TEÓRICO.....	10
4.1 Las retransmisiones deportivas en España.....	10
4.2. La medición de audiencias en España.....	11
4.3. Las retransmisiones de la F1 en España.....	12
4.4. Las audiencias de la F1 en España (2001-2021).....	14
4.5. La Fórmula 1 entre los eventos más vistos de lo que llevamos de siglo.....	15
4.6. Media de espectadores por carrera (2009-2015).....	16
4.7. Minuto de oro.....	17
4.8. Share.....	17
4.9. TC (Target comercial).....	18
4.10. Subida de precios de los derechos de la F1 en el año 2008.....	18
5. ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	19
5.1 Los inicios de la “Alonsomania” (2003-2004).....	19
5.2 La revolución (2005).....	21
5.3 La confirmación definitiva (2006).....	23
5.4 La caída sin fin (2007-2020).....	29
5.5 El resurgimiento (2020).....	31
5.6 La remontada final (2021).....	34
6. ENTREVISTA.....	38
7. CONCLUSIONES.....	40
8. BIBLIOGRAFÍA.....	42
9. ANEXOS.....	53

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura I. Evolución histórica de la audiencia de la F1 (2000-2022).....	14
Figura II. Eventos más vistos del año 2010.....	15
Figura III. Media de espectadores por carrera entre los años 2009 y 2015.....	16
Figura IV. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2003-2004).....	20
Figura V. Asistencia al Gran premio de España (2003-2004).....	21
Figura VI. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2004-2005).....	22
Figura VII. Asistencia al Gran premio de España (2004-2005).....	23
Figura VIII. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2005-2006).....	25
Figura IX. Asistencia al Gran premio de España (2005-2006).....	25
Figura X. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Mónaco (2005-2006).....	26
Figura XI. Comparación del Gran Premio de Estados Unidos (2005 y 2006).....	27
Figura XII. Comparación entre el Gran Premio de Brasil del año 2005 y 2006, carreras en las que Fernando Alonso se proclamó campeón.....	29
Figura XIV. Evolución de la audiencia media de la F1 en España entre los años 2007 y 2019.....	30
Figura XV. Comparación entre el Gran Premio de Austria del año 2019 y 2020.....	32
Figura XVI. Comparación de la audiencia del Gran Premio de España (2019-2020).....	33
Figura XVII. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Bélgica (2021-2020).....	35
Figura XVIII. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Mónaco (2021-2019).....	35
Figura XIX. Comparación de la audiencia del Gran Premio de España (2021-2020).....	36
Figura XX. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Gran Bretaña, Países Bajos y Rusia (2021-2020).....	37
Figura XXI. Comparación de la audiencia de los cuatro Grandes Premios con más audiencia (2021).....	38

## 1.INTRODUCCIÓN

La Fórmula 1 es un campeonato de automovilismo que surgió en Europa a mediados del siglo XX. Este deporte tiene sus raíces en Francia a finales del siglo XIX, pero el primer mundial se disputó en 1950, después de la Segunda Guerra Mundial. En España, esta competición no caló mucho en la población debido a varias razones como la falta de información, la reconstrucción social y económica de un país que había sufrido una guerra civil o el poco desarrollo que había en la industria automovilística. Pero el principal problema que hizo que la Fórmula 1 no tuviera repercusión en España fue la poca difusión en medios de comunicación y el poco éxito que tuvieron los primeros pilotos nacionales en el mundial como Francisco Godia, Juan Jover Sañés y Alfonso de Portago.

Hasta la llegada de la década de los 90, la Fórmula 1 era un deporte marginado en España. Apenas había pilotos nacionales que compitieran, y los que lo hacían, normalmente era para correr en carreras puntuales. La mayor presencia que tenía la F1 en nuestro país era a través de la celebración de los grandes premios en los circuitos en territorio nacional, como el Circuito del Jarama, el Circuito urbano de Montjuic y el Circuito de Jerez. Y a pesar de ello, seguía aficionando a muy pocas personas.

Antes de los años 2000, la Fórmula 1 fue cambiando de canal de televisión cada poco tiempo. Las emisiones de las carreras se las alternaban Canal +, Telecinco, TV3 o La 1, y lo más habitual es que se dieran en diferido por la noche. Lo que solían hacer los más forofos era sintonizar a través de su antena parabólica un canal de televisión extranjero en el que se emitiera la carrera en directo (Mancebo, 2018b).

No obstante, con la llegada del nuevo siglo, la Fórmula 1 adquirió una dimensión completamente diferente en España. De un año para otro, las cadenas de televisión, incluidas las autonómicas, competían por conseguir los derechos de transmisión a precios altísimos, el evento más visto del fin de semana dejaba de ser el fútbol y pasaba a ser la F1, España albergaba dos grandes premios (el Gran Premio de España y el de Europa) e incluso una escudería española entró a competir en el mundial. La razón principal y que está fuera de toda duda es Fernando Alonso Díaz y su exitosa carrera en el mundial de Fórmula 1.

## 2. JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA

Fernando Alonso Díaz es un piloto de automovilismo español que nació en Asturias en el año 1981. Desde muy pequeño se interesó por el mundo del motor y con solo tres años de edad corrió su primera carrera de karting. Fue quemando etapas en el automovilismo rápidamente hasta que en el año 2001 le llegó la oportunidad de debutar en la Fórmula 1 en el gran premio de Australia, la carrera inaugural, convirtiéndose hasta en ese momento en el piloto más joven de la historia en iniciar una prueba (Donaldson, s.f). Lo curioso del estreno del piloto asturiano es que solo se vio a través de la televisión pública catalana TV3, que ostentaba los derechos de la retransmisión en ese momento (Mancebo, 2018b). A partir de ahí, Fernando fue rompiendo más récords a la vez que también cambiaba de escudería.

En el año 2003, se convirtió en el piloto más joven en conseguir una *pole position* en Malasia y una victoria en Hungría, dejando asombrado a todos los espectadores de esta carrera, y en especial a los aficionados españoles, ya que este gran premio fue seguido por 2.263.000 de espectadores en La 2, el canal que se encargaba de emitir en ese momento la F1 (Escobar, 2021).

Estas eran unas cifras históricas para la audiencia de la F1 en España, que hasta ese momento era un deporte marginal en España. Pero con la llegada de los dos títulos de Fernando Alonso se multiplicó todo, consiguiendo que la F1 fuera algunos años, con mucha diferencia el evento más visto del fin de semana en Telecinco. La tendencia se mantuvo en 2007 con su polémico año en McLaren, pero con su vuelta a Renault en 2008, la audiencia volvió a bajar y nunca recuperó esas cifras marcianas que llegaron a acumular las carreras de F1 en la cadena de Mediaset.

En el año 2016, las retransmisiones de la fórmula 1 en España se restringieron a una televisión de pago cuando Movistar adquirió los derechos, dando como resultado que la audiencia cayera a mínimos históricos, a los niveles previos de la llegada de Fernando Alonso a la F1 en 2001 (Señor de los medios, 2022a). Además, desde 2015 hasta 2018 Fernando Alonso se encontró en la escudería McLaren en una de las peores etapas de su historia que no le permitió luchar por victorias, lo que provocó que el piloto asturiano se retirara momentáneamente de la competición.

No obstante, en el año 2021, Fernando Alonso volvió al mundial de F1 con la escudería Alpine (cuya predecesora era la escudería Renault, con la cual consiguió sus dos mundiales). Sin embargo, el asturiano no tenía opciones de luchar por el mundial. Para sorpresa de todos, no supuso ningún inconveniente, ya que la audiencia del canal en el que se emitía la F1, Dazn F1, subió su audiencia respecto al año anterior. ¿Cómo es posible que solo con la vuelta de un piloto sin grandes aspiraciones a una competición pueda aumentar la audiencia de un canal de televisión?

Para despejar las causas y el desarrollo de este fenómeno, la presente investigación tomará como referencia los años más exitosos de Fernando Alonso en el mundial de F1 (2005 y 2006) y el año de su vuelta del retiro (2021) para ver el efecto que tuvo en la audiencia este piloto cuando ganó sus dos mundiales y también cuando regresó a la competición más importante del automovilismo.

Además, se determinará si la presencia de este piloto jugó un papel crucial en la asistencia al Gran Premio de España entre los años 2001 y 2021.

### **3. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA.**

#### **3.1. OBJETIVOS**

El objetivo principal de la presente investigación es analizar las posibles fluctuaciones de audiencia entre los años en los que Fernando Alonso ganó sus dos mundiales de F1 (2005 y 2006) y su vuelta del retiro (2021). Partiendo de esta premisa, serán también objeto de estudio las siguientes cuestiones:

- Comprobar cómo la audiencia podía oscilar en función de la actuación de Fernando Alonso en el Mundial de Fórmula 1.
- Investigar el efecto que tuvo en la audiencia cuando la F1 se restringió en España.
- Constatar la bajada progresiva de la audiencia de la F1 en España a través del paso de los años.

### **3.2. HIPÓTESIS**

A partir de los objetivos expuestos se han elaborado diversas hipótesis, todas sobre la base de una premisa general:

Las audiencias de los años 2005, 2006 y 2021 de F1 en España mejoraron sus cifras respecto a los años anteriores.

El último Gran Premio de cada temporada es el que siempre tiene más audiencia.

Las carreras en las que Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo fueron las que tuvieron más audiencia de toda la temporada.

La asistencia al Circuit de Montmeló no estuvo supeditada a los resultados de Alonso.

A la audiencia no le importaba el resultado final de la carrera, solamente la posición final de Fernando Alonso.

Los grandes premios de España y Mónaco siempre fueron las carreras que más audiencia obtuvieron.

Los buenos resultados de otros pilotos españoles que no fueran Fernando Alonso se veían reflejados en los datos de audiencia.

### **3.3. METODOLOGÍA**

Expuestos los objetivos, hipótesis y dado el contexto, la presente investigación llevará a cabo una metodología cuantitativa y cualitativa. La primera se define como “la que está compuesta por el conjunto de métodos y técnicas que intentan aproximarse al conocimiento de la realidad social a través de la extensión, alcance y significado de los hechos analizados, a través de los propios sujetos o de sus representaciones sociales” (Millán, 2018). Por su parte, la metodología cualitativa se define como “Los métodos que sirven para obtener información sobre las opiniones, creencias y valores de una sociedad en un momento dado sin perseguir criterios de exhaustividad, extensión ni representatividad” (Millán, 2018a). El método de análisis que se utilizará será el hipotético-deductivo, tomando en primer lugar la observación

del fenómeno a estudiar, el impacto que tuvo el piloto español de automovilismo Fernando Alonso en las audiencias de las temporadas de Fórmula 1 escogidas (2005, 2006, y 2021). A continuación se examinarán las pruebas celebradas en aquellas temporadas y también la asistencia de los espectadores al Gran Premio de España celebrado en el Circuit de Montmeló. A partir de lo visto se han formulado unas hipótesis yendo de lo particular a lo general; y se han deducido unas consecuencias de estas hipótesis que se comprobarán a través de la experiencia, y formarán leyes y teorías.

Puesto que el objeto de estudio son las fluctuaciones de audiencias de los años 2005, 2006 y 2021 respecto a las temporadas anteriores, es esencial examinar los datos de audiencia de los años y de los grandes premios, por lo que se llevará a cabo un análisis de contenido para analizar los datos pertinentes que determinen la influencia y la presencia del piloto Fernando Alonso Díaz en aquellas pruebas puntuables del campeonato. Según Sampieri, la técnica del análisis de contenido es una “técnica de procesamiento de cualquier tipo de información acumulada en categorías codificadas de variables que permitan el análisis del problema motivo de la investigación” (Sampieri et al., 2006). La investigación se centrará sobre todo en los datos de la cadena principal que ostentaba los derechos de la F1 en los años a analizar, estos canales de televisión son Telecinco (2004-2008) y Dazn F1 (2021-actualidad).

### **3.4. Entrevista**

Dado que el objeto de la investigación, las audiencias televisivas, no son una ciencia exacta, se ha acudido a una figura experta para realizarle una entrevista, Liborio García. A través de esta técnica de análisis se forma un diálogo por medio de preguntas abiertas con el fin de recolectar datos fruto de la opinión profesional y experiencia en la materia a tratar. Aunque es estructurada, es decir, las preguntas no dan pie a divagaciones ni una extensa flexibilidad, trata diversas cuestiones de manera amplia.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1. Las retransmisiones deportivas en España**

Las retransmisiones deportivas están directamente ligadas a los cambios que se han producido en el mundo de la televisión y a las tecnologías en las que se apoya. Tampoco debemos olvidar que la evolución se ha producido en parte gracias a las retransmisiones deportivas. La mayor parte de las innovaciones que se iban introduciendo progresivamente en el medio televisivo se insertaban primero en las retransmisiones deportivas (Vanessa, 2015).

En los juegos olímpicos de Múnich de 1936, la cineasta Leni Riefenstahl introdujo para su nuevo documental nuevos puntos de vista y ángulos inéditos y vanguardistas. Del mismo modo, la alemana fue también pionera en el uso de la cámara *slow motion*, ángulos contrapicados y encuadres para mostrar que un evento deportivo podía convertirse en un espectáculo equiparable al de un circo (Vanessa, 2015. Página 120).

En España, la primera retransmisión de un evento deportivo fue un partido de fútbol entre el Real Madrid y el Racing de Santander, aunque el partido no fue emitido en directo, fue filmado y televisado posteriormente porque tenía el propósito de ser una retransmisión experimental. Dos años después, comenzaron las retransmisiones regulares de partidos en Televisión Española, aunque fueran en diferido.. En abril de 1958, se retransmitió en directo por primera vez un encuentro de fútbol, en este caso entre el Atlético de Madrid y la Real Sociedad (Vanessa, 2015. Página 120).

Tras este gran primer paso, a pesar de los años de retraso que llevaba España con la retransmisión de eventos deportivos respecto a otras naciones europeas, se trataría de extender la red televisiva por todo el país. En primer lugar se instalarían emisoras en las principales ciudades españolas, Barcelona y Madrid, a continuación una conexión entre la ciudad catalana y la madrileña y para finalizar una expansión progresiva a lo largo del territorio español (Vanessa, 2015).

Desde los comienzos de la televisión en España y durante el monopolio de TVE, el fútbol se convirtió en el reclamo principal de las emisiones deportivas. El panorama no cambió con la llegada de las televisiones autonómicas y las privadas. En las autonómicas, los partidos de

fútbol eran su principal producto, mientras que el de las privadas eran las retransmisiones deportivas, adornadas de un espectáculo previo que tenían la intención de captar espectadores (Vanessa, 2015).

#### **4.2. La medición de audiencias en España**

Los análisis de audiencias son fundamentales para las televisiones, ya que con ellos pueden saber si su producto funciona, si fideliza a los espectadores o incluso pueden elevar el precio de los anuncios en esa franja horaria de publicidad en el caso de que tenga mucha audiencia. En España, la empresa que se encarga de medir las audiencias televisivas es Kantar Media. Esta compañía registra los datos de todos los programas y cada mañana salen publicados los resultados del día anterior en los que detallan multitud de datos, como cuánto tiempo se ha visto cada canal, cuál ha sido el más visto, el *target comercial*, el *share* o el *minuto de oro* (Carretero, 2021. Página 14).

Para llevar a cabo este tedioso trabajo, Kantar media desde el año 2021 utiliza miles de audímetros\* a lo largo de la geografía española. Estos aparatos se instalan en las televisiones de determinados hogares y toman los datos de los programas y canales que se visualizan. No obstante, la posesión de este dispositivo es confidencial, ya que no se puede revelar a nadie más que a los miembros del hogar. El audímetro toma la muestra a personas mayores de 4 años durante las 24 horas del día, y desde el año 2019 también registra el consumo en diferido durante los siete días posteriores a la emisión de los contenidos (Carretero, 2021).

A partir del año 2014, Kantar media comenzó a medir la audiencia social a través de su servicio Kantar Twitter TV Rating, un servicio que se encarga de recopilar los comentarios e impresiones de los usuarios de Twitter que están viendo un programa de televisión, así como los datos demográficos de sus cuentas. Detectar los temas sobre los que están interactuando los usuarios de Twitter es fácil gracias a los famosos *Hashtags* (Carretero, 2021) los cuales son facilitados por las cadenas al comienzo del programa.

Según Kantar Media, la audiencia social está formada por personas de 15 a 45 años, siendo hombres en su mayoría (Carretero, 2021).. Los usuarios con mayor número de seguidores que comentan cualquier contenido de un programa televisivo consiguen más reacciones de los perfiles.

Actualmente, es muy difícil medir la audiencia real de los contenidos que se emiten en televisión y en el resto de canales de internet, ya que Kantar solo mide la audiencia de Twitter, dejando de lado a otras redes sociales y foros a través de internet que son utilizadas sobre todo por los más jóvenes (Carretero, 2021). Aunque durante los últimos años, Twitter ha perdido popularidad entre los jóvenes, en detrimento de aplicaciones como Instagram.

*\*En concreto utilizan 4.755 audímetros.*

### **4.3. Las retransmisiones de la F1 en España.**

La F1 llegó a las televisiones de los hogares españoles a comienzos de la década de los 80, cuando Televisión Española decidió introducir en su parrilla de programación la categoría reina del automovilismo. El encargado de narrar y comentar las clasificaciones y las carreras fue Adrián Campos (Flórez, 2015), uno de los primeros pilotos españoles en competir en F1 en la cual llegó a participar en 21 carreras en las que no consiguió puntuar.

En la década de los 90, los derechos de la retransmisión cambiaron, y por primera vez en España la F1 se veía a través de una televisión privada, en este caso Telecinco. Al igual que su predecesora, Telecinco solamente retransmitía las sesiones de clasificación y carrera. Gonzalo Serrano se encargaría en esta ocasión de narrar las pruebas. El periodista y la cadena vivieron uno de los momentos más duros de este deporte cuando el tricampeón del mundo brasileño Ayrton Senna falleció en el Circuito de Imola en el año 1994 cuando trataba de alzarse con la victoria (Flórez, 2015). El *Williams* del piloto brasileño se fue largo en la famosa *Tamburrello*, chocando directamente a 211 kilómetros por hora contra un muro de hormigón totalmente desprotegido.

En el año 1997, la televisión pública de Cataluña se hizo con los derechos de retransmisión, convirtiéndola en una pionera porque hasta ese momento las cadenas autonómicas españolas no se habían interesado en retransmitir el Mundial de Fórmula 1. Uno de los objetivos del canal era televisar la mayoría de los eventos deportivos posibles porque era parte de la estrategia agresiva que adoptó el canal catalán. TV3 mantuvo los derechos de retransmisión junto a otras cadenas españolas hasta el año 2015, fecha en la que la F1 pasó a verse en Movistar (Flórez, 2015).

A partir de la temporada 1999, la F1 regresó a Televisión Española durante cuatro años, desde el 1999 hasta el 2003, coincidiendo con el inicio de la carrera de Fernando Alonso.

Para estas emisiones, TVE prescindió del antiguo comentarista Adrián Campos para darle el protagonismo a Jesús Fraile y a Pedro Fermín (Flórez, 2015). Durante estos años se introdujo como colaborador a Marc Gené, piloto probador de F1 que aportaba sus conocimientos más técnicos y facilitaba la comprensión de las carreras al espectador.

Telecinco volvió a apostar fuertemente por esta competición, y en el año 2004 le arrebató los derechos a Televisión Española. La cadena adaptó sus emisiones a una afición que pedía más contenido. Además de la clasificación y la carrera, comenzaron a emitir las sesiones preparatorias más conocidas como entrenamientos libres (Flórez, 2015). Al antiguo comentarista de la cadena, Gonzalo Serrano, se le unió a las retransmisiones Antonio Lobato, periodista especializado en fútbol.

Esta etapa de Telecinco coincidió con la era dorada de España en la F1, los dos títulos de Fernando Alonso llegaron a tener más audiencia que un clásico de fútbol entre el Real Madrid y Barcelona que tuvo que ser retrasado para no coincidir con la carrera de Brasil en la que se decidía el Mundial. Las audiencias superaban la media de los 5 millones de espectadores, las gradas de los circuitos se teñían del color azul de la escudería del piloto español y de la bandera de Asturias; las carreras acumulaban cifras históricas como la de la carrera del Gran Premio de Brasil de 2006, en la que el minuto de otro llegó a reunir a más de nueve millones de espectadores (Flórez, 2015).

El año 2008 fue la última temporada que Telecinco emitió la Fórmula 1. La pérdida de audiencia y la subida de los precios hicieron que la cadena perdiera el interés en retransmitir la competición. Con la llegada de 2009, La Sexta se hizo con los derechos y también rescató al equipo que se marchó de Telecinco (Flórez, 2015). Las audiencias durante estos años estuvieron reforzadas por el fichaje de Fernando Alonso por Ferrari y mantuvo la ilusión de los espectadores durante los años 2010 y 2011.

Tras tres temporadas, y con la fusión del grupo Atresmedia, Antena 3 se hizo con los derechos de retransmisión, emitiendo todas las temporadas desde el año 2012 hasta el 2015. No obstante, en 2016 Movistar F1 adquirió los derechos de retransmisión en exclusiva (Flórez, 2015). Los problemas de McLaren con Fernando Alonso, que no le permitieron luchar por victorias, y las hegemonías de Red Bull y Mercedes terminaron por acabar con la Fórmula 1 en abierto en España.

#### 4.4. Las audiencias de la F1 en España (2001-2021)

Figura I. Evolución histórica de la audiencia de la F1 (2000-2022)



Fuente: @MedF1osTV. (2022).

Como se puede observar en la Figura I, las audiencias de la F1 en España han ido de la mano del rendimiento de Fernando Alonso. En los primeros años del nuevo siglo, la audiencia va aumentando progresivamente hasta tocar techo en los años 2005, 2006 y 2007, en los cuales el piloto asturiano logró dos campeonatos del mundo y un tercer puesto en el mundial de pilotos. A partir de 2007, la audiencia bajó progresivamente, exceptuando los años 2010 y 2012, periodos en los que Fernando Alonso tuvo posibilidades reales y matemáticas de luchar por ganar el mundial hasta la última carrera. La caída definitiva llegó en el 2016, cuando las retransmisiones fueron restringidas a una televisión de pago como Movistar.

Desde el 2016 hasta el 2020, al igual que cuando se retransmitía en directo, la audiencia fue descendiendo progresivamente hasta que en 2021 Dazn se hizo cargo de las retransmisiones, que fueron más asequibles al público al bajar su precio.

#### 4.5. La Fórmula 1 entre los eventos más vistos de lo que llevamos de siglo

La F1 en España ha tenido picos de audiencia que ha llegado a superar a partidos de fútbol relevantes que también se emitían en abierto. En la figura II podemos observarlo, ya que el Gran Premio de Abu Dabi del año 2010 fue el vigésimo segundo evento más visto de la televisión de ese año. Esa prueba acumuló una cifra histórica porque Fernando Alonso llegó con muchas opciones de proclamarse tricampeón del mundo, cosa que finalmente no sucedió.

Figura II. Eventos más vistos del año 2010

	Título / Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	AM(000)	Cuota
1	SUDAFRICA 10:PRORROGA / HOLANDA-ESPAÑA	T5	11/07/2010	Domingo	22:20:36	23:02:14	14582	80,3
2	SUDAFRICA 10:FUTBOL / ALEMANIA-ESPAÑA:SF	T5	07/07/2010	Miércoles	20:30:10	22:19:42	13289	77,3
3	SUDAFRICA 10:FUTBOL / HOLANDA-ESPAÑA:FIN	T5	11/07/2010	Domingo	20:30:09	22:20:36	12969	77,2
4	SUDAFRICA 10:FUTBOL / ESPAÑA-HONDURAS:PI	T5	21/06/2010	Lunes	20:30:11	22:20:03	12721	69,1
5	SUDAFRICA 10:FUTBOL / ESPAÑA-PORTUGAL:1/8	T5	29/06/2010	Martes	20:30:12	22:22:38	12567	71,2
6	ESPAÑA GANA EN TELECINCO	T5	11/07/2010	Domingo	23:06:59	23:24:31	12469	70,4
7	SUDAFRICA 10:FUTBOL / CHILE-ESPAÑA-PREVIEW	T5	25/06/2010	Viernes	20:30:07	22:20:30	10826	69,7
8	SUDAFRICA 10:FUTBOL / PARAGUAY-ESPAÑA:1/8	T5	03/07/2010	Sábado	20:30:11	22:21:26	10208	73,2
9	SUDAFRICA 10:FUTBOL / ESPAÑA-SUIZA-PREVIEW	T5	16/06/2010	Miércoles	16:00:03	17:52:40	9771	58,7
10	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / INTER-BARCELONA	La1	20/04/2010	Martes	20:45:01	22:36:25	9162	50,1
11	PRORROGA FUTBOL-EUROPA LEAGUE / AT.MADRID	T5	12/05/2010	Miércoles	22:32:44	23:13:00	9099	43,8
12	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / R.MADRID-BARCELONA	LA SEXTA	10/04/2010	Sábado	22:01:12	23:51:54	8768	48,2
13	DESAFIO CHAMPIONS	La1	20/04/2010	Martes	20:30:04	22:44:51	8335	47,1
14	FUTBOL:COPA DEL REY / AT.MADRID-SEVILLA	La1	19/05/2010	Miércoles	21:32:01	23:24:26	8307	42,4
15	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / BARCELONA-AJAX	La1	06/04/2010	Martes	20:45:29	22:35:34	8302	46,3
16	FUTBOL-AMISTOSO / FRANCIA-ESPAÑA	La1	03/03/2010	Miércoles	21:02:36	22:53:20	8262	40,7
17	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / R.MADRID-MILAN	La1	19/10/2010	Martes	20:45:32	22:36:35	8166	42,8
18	SUDAFRICA 10:POST / HOLANDA-ESPAÑA:FINAL	T5	11/07/2010	Domingo	23:02:14	25:02:09	7824	54,6
19	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / LYON-R.MADRID	La1	16/02/2010	Martes	20:46:03	22:37:16	7610	37,7
20	DESAFIO CHAMPIONS	La1	06/04/2010	Martes	20:30:02	22:47:09	7507	43
21	TELEDIARIO 2	La1	20/04/2010	Martes	21:31:58	21:42:57	7475	41,3
22	FORMULA 1:G.P.DE ABU DHABI	LA SEXTA	14/11/2010	Domingo	14:03:30	15:43:10	7436	49,4
23	FUTBOL:CLASIFICACION EUROCOPA / ESCOCIA	T5	12/10/2010	Martes	21:00:09	22:50:40	7377	36,2
24	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / STUTTGART-BAYERN	La1	23/02/2010	Martes	20:45:01	22:35:58	7337	37,2
25	FUTBOL-EUROPA LEAGUE / AT.MADRID-FULHAM	T5	12/05/2010	Miércoles	20:45:29	22:32:44	7304	40,6
26	POST FUTBOL-EUROPA LEAGUE / AT.MADRID-FULHAM	T5	12/05/2010	Miércoles	23:13:00	23:39:06	7156	37,8
27	EUROVISION:VOTACIONES	La1	29/05/2010	Sábado	23:24:17	24:20:32	7147	48,5
28	TELEDIARIO 2	La1	06/04/2010	Martes	21:32:43	21:44:59	7059	38,9
29	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO	La1	31/12/2010	Viernes	23:41:57	24:05:05	7031	47,6
30	SUDAFRICA 10:POST / ESPAÑA-PORTUGAL:1/8	T5	29/06/2010	Martes	22:22:38	23:14:50	7011	37,6
31	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / AJAX AMSTERDAM	La1	23/11/2010	Martes	20:45:15	22:36:41	7011	35,7
32	FUTBOL-AMISTOSO / PORTUGAL-ESPAÑA	La1	17/11/2010	Miércoles	22:03:58	23:56:45	6977	35,3
33	DESAFIO CHAMPIONS	La1	19/10/2010	Martes	20:30:02	23:03:18	6848	36,5
34	FUTBOL-AMISTOSO / ARGENTINA-ESPAÑA	La1	07/09/2010	Martes	22:00:54	23:54:25	6523	37,9
35	FUTBOL-AMISTOSO / ESPAÑA-POLONIA	La1	08/06/2010	Martes	21:59:30	23:47:31	6511	33,4
36	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / AUXERRE-R.MADRID	La1	28/09/2010	Martes	20:44:47	22:35:30	6455	36,4
37	AGUILA ROJA	La1	04/11/2010	Jueves	22:17:49	23:46:15	6434	32,5
38	SUDAFRICA 10:POST / PARAGUAY-ESPAÑA:1/4	T5	03/07/2010	Sábado	22:21:26	23:23:12	6421	46,6
39	PRORROGA FUTBOL-EUROPA LEAGUE / LIVERPOOL	T5	29/04/2010	Jueves	22:59:34	23:35:25	6402	33,1
40	ESPAÑA GANA EN TELECINCO:CAMPEONES	T5	11/07/2010	Domingo	23:33:34	25:02:06	6378	48,3
41	TELEDIARIO 2	La1	19/10/2010	Martes	21:32:33	21:43:26	6371	33
42	SUDAFRICA 10:FUTBOL / URUGUAY-HOLANDA:SF	CUATRO	06/07/2010	Martes	20:30:19	22:23:21	6350	47,2
43	SUDAFRICA 10:POST / ALEMANIA-ESPAÑA:SF	T5	07/07/2010	Miércoles	22:19:42	24:16:14	6211	37,5
44	SUDAFRICA 10:FUTBOL / ARGENTINA-MEXICO:1/8	CUATRO	27/06/2010	Domingo	20:30:07	22:21:36	6034	41,9
45	AGUILA ROJA	La1	28/10/2010	Jueves	22:17:28	23:31:46	6028	30,3
46	TELEDIARIO 2	La1	23/02/2010	Martes	21:32:24	21:44:11	6024	30,7
47	DESAFIO CHAMPIONS	La1	23/11/2010	Martes	20:30:03	22:59:54	5998	31
48	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA / MALLORCA-R.MADRID	LA SEXTA	05/05/2010	Miércoles	22:02:19	23:49:07	5946	29,9
49	AGUILA ROJA	La1	07/10/2010	Jueves	22:20:06	23:41:58	5898	30,2
50	2011:PARTE DE TI	La1	31/12/2010	Viernes	23:09:22	0:37:02	5887	41,1

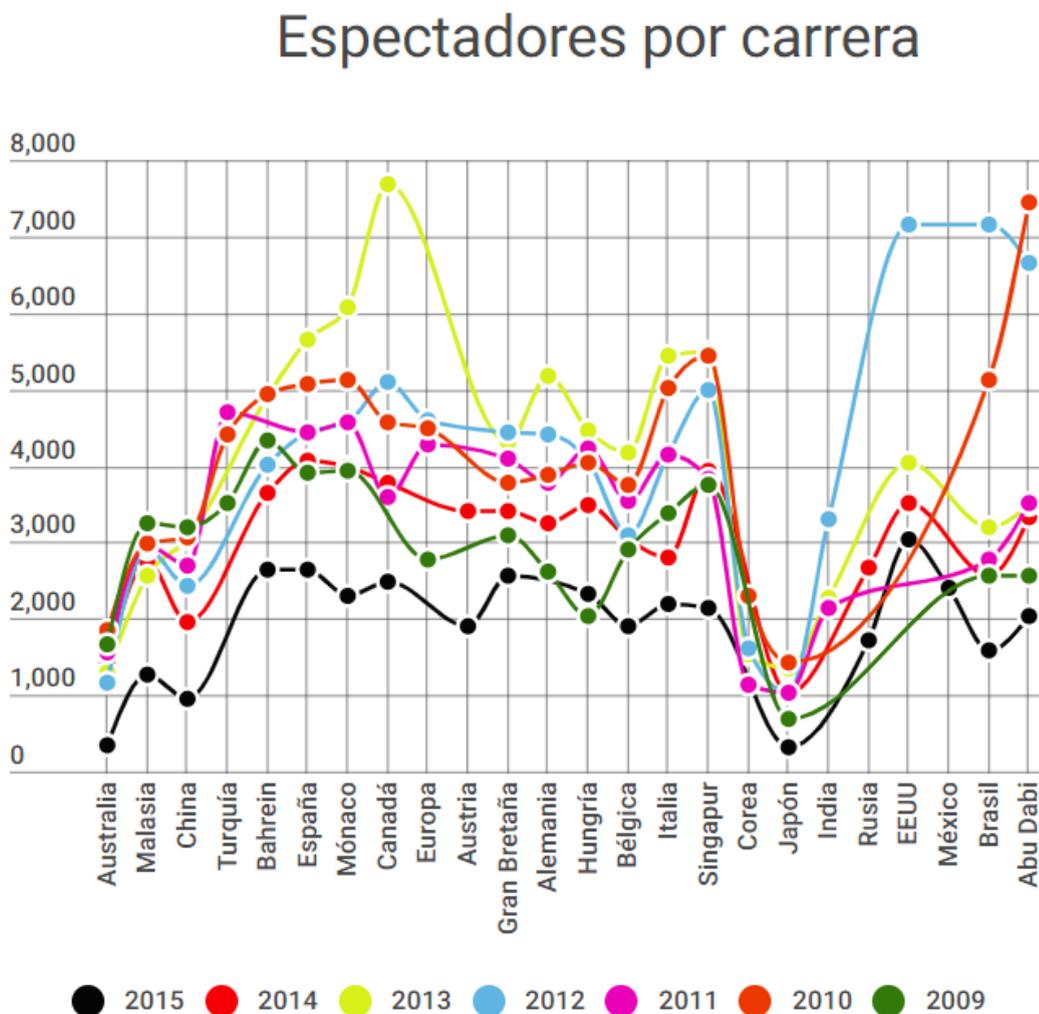
Fuente: Barlovento Comunicación (2011) según datos de Kantar Media

#### 4.6. Media de espectadores por carrera (2009-2015)

El número medio de espectadores por carrera entre los años 2009 y 2015 no se acercó ni de lejos a los años de los mundiales de Fernando Alonso. No obstante, hay excepciones a la regla, como el Gran Premio de Brasil de 2012 y el Gran Premio de Abu Dabi en 2010. Fechas en las que Fernando Alonso luchó por conseguir su tercer título mundial.

Las carreras de España y Mónaco siempre mantienen una buena audiencia a pesar de ser unas de primeras pruebas del campeonato debido a que una es la carrera de casa y la otra por su glamour y por trazado único.

**Figura III. Media de espectadores por carrera entre los años 2009 y 2015.**



Fuente: PitLane Motor (2015)

#### **4.7. Minuto de oro**

El minuto de oro es un concepto que se utiliza en televisión para referirse al mayor minuto de audiencia en un periodo de tiempo concreto. Puede ser de un día, de una semana o incluso el de la historia de la televisión en un país.

Las emisiones deportivas siempre registran los mejores datos de audiencia, especialmente los partidos de fútbol. Los encuentros más vistos de la historia de la televisión son la Final del Mundial de Sudáfrica con un 85,9% de cuota de pantalla, la Final de la Eurocopa 2012 con un 83,4% o la Final de la Champions League 2014 con un 62,1% de *share*. Sin embargo, ninguno de ellos posee el minuto de oro de nuestro país (Dávila, 2021). Algunas series españolas han logrado grandes hitos en la historia de la televisión como Médico de Familia, que consiguió un 48% de cuota de pantalla, o Farmacia de Guardia, que reunió en su capítulo final hasta 11,5 millones de espectadores frente al televisor.

Pero el minuto de oro de la historia televisión en España se lo disputan dos concursos pioneros que tuvieron una buena recepción entre los espectadores: Gran Hermano y Operación Triunfo. La final de Gran Hermano 1 tuvo un 70,8% de cuota, aunque llegó a un pico de 89,9% con el momento más esperado del reality en el cual Ismael recibió el maletín. La final de Operación Triunfo 1 consiguió una cuota del 68% que subió hasta el 73,4% durante la actuación de la concursante Verónica en la final (Dávila, 2021).

#### **4.8. Share**

El *share* se define como el porcentaje de audiencia que puede llegar a acumular cualquier programa. Es un índice bastante fiable que indica la preferencia de los espectadores hacia un determinado programa con respecto a otros que se emiten simultáneamente (Marketing Directo, s.f).

El *share* tiene varias funciones como definir la competencia de otros espacios que se emiten a la vez, establecer la posición de dicho programa, determinar la valoración de la audiencia, ayudar a los programas de televisión a juzgar si están consiguiendo trasladar su mensaje a los espectadores o indicar el potencial de captación de audiencia de programa frente a otros.

Para calcular este porcentaje se debe estimar el alcance por el tiempo invertido. Un programa se considera que empieza a tener éxito cuando se obtiene más de un 16% de *share* en un horario competitivo. No obstante, se deberá siempre tener en cuenta el momento del día en el que se emite. Un 10% puede ser un porcentaje malo para un programa en *Prime Time*, pero para un programa matutino podría ser un buen dato (Marketing Directo, s.f).

El *share* no debe confundirse con el *rating*, ya que este último solo tiene en cuenta los televisores que se encuentran encendidos.

#### **4.9. TC (Target comercial)**

El target comercial se refiere a los grupos de población o espectadores de televisión que utilizan los anunciantes y las televisiones para vender y para comprar publicidad a un precio determinado. Tanto las empresas como las cadenas de televisión se fijan en los datos de audiencias que logran los programas en un grupo de población concreto para negociar las tarifas de los anuncios (Roldán, 2023).

Cuanta más audiencia consiga un programa o un canal de televisión en ese *target comercial*, exigirá más dinero a los anunciantes y también incluirá más volumen de publicidad. Por lo tanto, el target comercial es el elemento más valorado en el mundo de la publicidad y en el de la televisión. El target comercial lo componen las personas de entre 18 y 59 años que viven en núcleos de población de más de 10.000 habitantes.

#### **4.10. Subida de precios de los derechos de la F1 en el año 2008**

En el año 2008, el canal de televisión Telecinco, que hasta ese momento ostentaba los derechos de retransmisión en España, anunció que dejaría de emitir la F1 a partir del año 2009 debido a la descomunal subida de precios a pagar por los derechos de emisión. En palabras de la propia cadena, “la F1 llegó a superar el doble de su coste de adquisición”.

A pesar de los motivos económicos, lo cierto es que a la cadena no le iba del todo mal. En la última carrera que emitió en el año 2008, el Gran Premio de Brasil, acumuló un 43,5% de *share* y 6 millones de espectadores. Aunque comparada con la misma prueba del año anterior (2007) sufrió una bajada de 13,5 puntos de cuota de pantalla y más de 1.600.000 espectadores (57% de *share* y 8 millones de espectadores). Esto, sumado a la crisis económica del año

2008, hizo que Telecinco dejase de lado la F1 en su parrilla de programación (Alexuny, 2008).

Finalmente, la cadena de televisión que se adjudicó los derechos fue La Sexta, propiedad del grupo Mediapro, el cual pagó 200 millones de euros por las siguientes cinco temporadas. A partir del año 2012, con la fusión del grupo Atresmedia la F1 pasó a emitirse en Antena 3, canal en el que permanecería la F1 en abierto hasta el año 2016, fecha en la cual Movistar adquirió los derechos de emisión en exclusiva.

## **5. Análisis de contenido**

### **5.1 Los inicios de la “Alonsomania” (2003-2004)**

El Campeonato de F1 del año 2004 estuvo marcado por el dominio de Michael Schumacher. El piloto alemán consiguió 13 victorias, 15 podios y *8 pole positions* a lo largo del año, lo que provocó que la lucha por el mundial apenas tuviera emoción. De hecho, “El Kaiser” se proclamó campeón en el Gran Premio de Bélgica del año 2004 con cuatro carreras de antelación.

En cuanto a Fernando Alonso, 2004 no fue un año tan exitoso como el anterior en el que consiguió su primera victoria de F1. Acabó con 4 puntos más en su casillero, pero no obtuvo ninguna victoria y consiguió una única *“pole”*. No obstante, la F1 en España aumentó sus cifras de audiencia. En su primer año en Telecinco, la cadena consiguió un 33,0% de *share* y una media de 2.707.000 espectadores por carrera, además de un *target comercial* del 39,8 %. La temporada 2003, que fue retransmitida por La 1, solamente alcanzó un 19,7 % de *share* y una audiencia media de 1.670.000 millones de espectadores, mientras que el *target comercial* apenas alcanzó un 23,4%. Una de las posibles explicaciones de la subida de la audiencia pudo ser el “efecto arrastre” que tuvo la aparición del piloto asturiano en la audiencia de la F1 en España. Su explosión en 2003 fue tan exitosa e inmediata que logró enganchar a miles de espectadores, muchos de los cuales se convirtieron en seguidores incondicionales de Fernando Alonso.

**Figura IV. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2003-2004).**

Año	Audiencia media	Share	Target comercial	Posición final de Fernando Alonso
2004 (Telecinco)	2.707.000	33,0%	39,8%	4
2003 (La 1)	1.670.000	19,7%	23,4%	2

Fuente: Informe anual Telecinco (2004).

En 2004 se batió por primera vez el récord histórico de audiencia de una carrera de F1 en España. Fue en el Gran Premio de Mónaco, con 4.337.000 espectadores y un 36,8% de *share* (Días, 2004). En esa ocasión, el piloto español tenía bastantes opciones de conseguir su segunda victoria de su carrera por varios motivos: partía en tercer lugar en un circuito en el que tradicionalmente es imposible adelantar, y el gran dominador de aquella temporada, Michael Schumacher, partía en cuarta posición. Pero todo se torció para el entonces piloto de Renault. En la vuelta 41, cuando rodaba en segunda posición, acabó contra las protecciones del circuito en su intento de doblar a un coche más lento, tirando a la basura una más que posible victoria (Galán, 2023). En las ocasiones en las que Fernando Alonso estuvo más cerca ese año de alcanzar una posible segunda victoria, la audiencia fue más alta. El Gran Premio de Bélgica, en el que Fernando Alonso llegó a liderar la prueba, acumuló 2.552.000 de espectadores y un 28,7% de *share* (FormulaTV, 2004b). En el Gran Premio de Francia, el piloto asturiano consiguió el sábado la pole position elevando las expectativas de sus fans. El domingo se vio reflejado en la audiencia, con 3.930.000 de espectadores y un 40,4% de *share*, a pesar de que finalizó en segunda posición (FormulaTV, 2004a).

Respecto al Gran Premio de España de 2004, a pesar de salir octavo y acabar cuarto, la carrera fue seguida por 4.251.000 espectadores y un 37,7% de *share*, siendo la segunda prueba del campeonato con más audiencia (Bolea, 2016). En 2003, cuando partió en tercer lugar y acabó en el segundo escalón del podio, lo vieron por televisión 2.381.000 de espectadores, casi dos millones menos que en 2004 (Iñako, 2003). En cuanto a la asistencia al Circuit de Montmeló, sede del Gran Premio de España, las cifras no variaron en exceso. En 2003 asistieron 250.000 aficionados, mientras que en 2004 acudieron 257.000, solamente siete mil más.

**Figura V. Asistencia al Gran premio de España (2003-2004)**

<b>Año</b>	<b>Asistencia</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2003	250.000	2
2004	257.000	4

Fuente: Adriá Roldán Murillo (2018). TheBestF1. Elaboración propia.

### **5.2 La revolución (2005)**

Todo indicaba que el campeonato mundial de Fórmula 1 del año 2005 iba a tener los mismos protagonistas que los años anteriores, Michael Schumacher y la *Scuderia Ferrari*. No obstante, a finales de la temporada de 2004, la FIA (Federación Internacional de Automovilismo) introdujo una nueva normativa en los neumáticos que afectó negativamente al monoplaza italiano. La nueva regla consistía en que durante la carrera del domingo, estaría totalmente prohibido cambiar los neumáticos con los que se iniciara la prueba, salvo por condiciones cambiantes o por motivos de seguridad (Rodríguez, 2022). La eliminación del cambio de ruedas afectó de lleno a Schumacher y a Ferrari, ya que en ese momento su constructor de neumáticos, *Bridgestone*, estaba especializada en construir ruedas que durasen pocas vueltas, pero a la vez dieran el máximo rendimiento durante toda su vida útil (Rodríguez, 2022).

A la escudería que le favoreció este cambio fue Renault. Su constructor de neumáticos, *Michelin*, fabricaba unas ruedas opuestas a su rival *Bridgestone*. Neumáticos con una vida más larga, pero que no daban su máximo rendimiento. Por lo tanto, la F1 se presentaba en la carrera inaugural en Australia con un panorama totalmente distinto al de los años previos.

La incertidumbre y la emoción se reflejaron en la primera carrera del año celebrada en Australia. A las 4:00 de la mañana, hora en la que se emitía en directo la prueba en España, hubo una audiencia media de 948.000 telespectadores, lo que equivalió en esa franja horaria a un 64,1% de *share* (Gómez, 2005). El año anterior solo se levantaron a ver la actuación del asturiano 609.000 espectadores. La carrera se dio en diferido a las 12:00 y a pesar de saber ya el resultado de antemano, la carrera fue seguida por 2.393.000 telespectadores con una cuota de pantalla del 33,1% (Gómez, 2005). Esto solo era el presagio de lo que sucedería ese año.

Fernando Alonso acabaría proclamándose campeón del mundo de Fórmula 1 del año 2005 en el Gran Premio de Brasil celebrado en el circuito de Interlagos ante una media de 8 millones de espectadores y un *share* del 62% (El País, 2005). Según un estudio de Barlovento Comunicación, la carrera fue sintonizada en algún momento por 13.000.000 de personas, y el minuto de oro se registró a las 20:30, coincidiendo con la entrada de Fernando Alonso en línea de meta (El País, 2005). Esta fue la culminación de una subida de audiencia impensable que dobló prácticamente en números a las cifras del año 2004, ya que la cadena logró un 47,6% de *share* y una media de 4,2 millones de espectadores.

**Figura VI. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2004-2005).**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso en el mundial</b>
2004	2.707.000	33,0%	4
2005	4.247.000	47,6%	1

Fuente: Informe anual de Telecinco (2005). Elaboración propia.

No cabe duda de que el aumento de la audiencia vino dado por el éxito de Fernando Alonso en el campeonato, de otro modo hubiera sido imposible alcanzar estas cifras. Al igual que el año anterior, las pruebas en las que el piloto asturiano tenía más opciones de éxito eran las carreras que mejores datos registraban.

Tras la carrera inaugural, en la que finalizó en tercera posición, Fernando Alonso conseguiría la victoria en las siguientes tres carreras celebradas en Malasia, Baréin y San Marino.

La primera reunió solamente a 1.766.000 espectadores con un 56,4% *share* al emitirse en directo a las 8:00 de la mañana de un domingo. La de Baréin batió por primera vez el récord de la carrera más vista del año con 5.139.000 de espectadores y un 46,3% *share*, mientras que la de San Marino, a pesar de emitir uno de los duelos cuerpo a cuerpo más memorables de la historia del deporte entre Fernando Alonso y Michael Schumacher, congregó a 5.155.000 de espectadores con un 44,8% de *share*. El resto de carreras en las que el piloto de Renault se subió al escalón del podio más alto tuvo unas cifras peores comparadas con las anteriores, ya que ninguna superó los 5 millones de espectadores, excepto el Gran Premio de Europa (FormulaTV, 2005b).

Si bien fue una temporada exitosa para el piloto español, también tuvo sus altibajos y unas cuantas carreras en las que el resultado final no fue el deseado y que acabó repercutiendo en la audiencia. El primer traspie llegó en la carrera de Canadá. Fernando Alonso lideraba tranquilamente la prueba dispuesto a conseguir su quinta victoria en ocho carreras, pero un error de pilotaje provocó que su rueda derecha trasera impactase contra el muro y rompiera la suspensión, acabando con su participación en la carrera. La audiencia se vio resentida, ya que la media se quedó en 4.209.000 de espectadores y en un 37,7% de *share*. En el Gran Premio de Hungría, Fernando Alonso no pasó de la undécima posición, y de nuevo la cifra de espectadores disminuyó, registrando 3.964.000 de espectadores y un 42,0% de *share* (FormulaTV, 2005b).

De las pocas carreras en las que Fernando Alonso no obtuvo un buen resultado y la audiencia no descendió fue el Gran Premio de Mónaco. A pesar de salir en segunda posición, el piloto de Renault no tuvo un gran ritmo por las calles del principado. Finalmente, acabó cuarto, mientras que su máximo rival por el campeonato, Kimi Räikkönen, se llevó la victoria. No obstante, las cifras fueron bastante buenas para ser una carrera negativa para los intereses de los aficionados del piloto asturiano. La prueba reunió a 5.516.000 de espectadores y un 48,4% de *share*, superando las cifras de carreras anteriores en las que Fernando Alonso ganó el gran premio (FormulaTV, 2005b).

La tercera prueba del campeonato más seguida del año fue casualmente el Gran Premio de España, en el que Fernando Alonso Díaz terminó en segunda posición. La carrera reunió a 6.004.000 de espectadores con un 50,4% de *share*, casi dos millones más que el año anterior. Respecto a la asistencia al Circuit de Montmeló, el buen momento de Fernando Alonso se notó en la entrada, ya que se registró una entrada de 305.000 espectadores. Una subida de más de 40.000 entradas.

**Figura VII. Asistencia al Gran premio de España (2004-2005)**

<b>Año</b>	<b>Asistencia</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2005	305.000	2
2004	257.000	4

Fuente: Adriá Roldán Murillo (2018). TheBestF1. Elaboración propia.

### **5.3 La confirmación definitiva (2006)**

Las expectativas para la afición española y para los aficionados incondicionales de Fernando Alonso eran inmejorables de cara al año 2006. Sin ningún cambio de normativa que afectase directamente al rendimiento de los monoplazas, el equipo Renault, la escudería en la que corría el piloto asturiano, tenía bastantes opciones de repetir los éxitos del año anterior, en el que venció tanto en el campeonato de pilotos como en el de constructores.

Los buenos presagios de los tiempos marcados en la pretemporada se cumplieron en la primera carrera del año en el Circuito de Baréin. Tras una dura batalla con Michael Schumacher, el piloto de Renault se impuso al alemán consiguiendo su primera victoria del año, la cual tuvo una media de 4.223.000 de espectadores y un 52,8% de cuota de pantalla (EFE, 2006).

El duelo de la primera prueba sería un presagio de lo que sería la principal historia de ese año. El duelo entre Michael Schumacher y Fernando Alonso por el título de aquella temporada. La leyenda que buscaba retirarse con su octavo título contra la revelación que pretendía derrotar al mejor piloto de la historia según las estadísticas y apuntarse su segundo entorchado.

En la cuarta prueba del año, celebrada en el Circuito de Imola, Fernando Alonso y Michael Schumacher repitieron el mismo duelo del 2005 en el mismo escenario, solo que esta vez fue el piloto de Ferrari el que acabó imponiéndose. A pesar de que Fernando Alonso terminó en segundo lugar, la afición no perdió nunca la esperanza de verle ganar. La audiencia media fue de 5.838.000 de espectadores con una cuota de pantalla del 49,4% (EFE, 2006).

El año 2006 presentaba muchas similitudes con el año 2005. La audiencia fue prácticamente la misma del año anterior. La media bajó ligeramente, pasó de un 4,2 a un 4,1. Mientras que el *share* pasó de un 47,6% a un 48,4% (Informe Telecinco, 2006). Además, se mantendría la tendencia de las carreras que tenían más y menos espectadores.

**Figura VIII. Comparación en las retransmisiones de F1 en España (2005-2006).**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>
2006	4.111.000	48,4%
2005	4.247.000	47,6%

Fuente: Informe anual de Telecinco (2006).

El Gran Premio de España de esta temporada fue incluso más exitoso que el año anterior, ya que Fernando Alonso ganó la carrera, convirtiéndose en el primer y único piloto español en ganar en su país. No obstante, la audiencia disminuyó respecto al año anterior en casi un millón de espectadores. En 2005 las cifras registraron 6.059.000 de espectadores, mientras que en el año 2006 vieron el triunfo del asturiano 5.123.000 televidentes (FormulaTV, 2006a). Destaca el hecho de que, en contraste con las audiencias de televisión, subió la asistencia al circuito.

**Figura IX. Asistencia al Gran premio de España (2005-2006)**

<b>Año</b>	<b>Asistencia</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2005	305.000	2
2006	342.000	1

Fuente: Adriá Roldán Murillo (2018). TheBestF1.

La siguiente carrera era el Gran Premio de Mónaco. En esta edición las opciones de Fernando Alonso de conseguir la victoria en las calles del Principado eran bastante altas por dos motivos. En primer lugar, porque Alonso consiguió la *pole position* y porque en Mónaco es casi imposible adelantar. Además el domingo tenía el aliciente de que el máximo rival del campeonato del piloto asturiano, Michael Schumacher, salía en última posición después de ser descalificado de la sesión clasificatoria por una maniobra ilegal.

Las predicciones se cumplieron y Fernando Alonso consiguió su primera victoria en el Gran Premio de Mónaco con mucha autoridad. Sin embargo el buen resultado del español no se correspondió con la audiencia, ya que reunió a menos espectadores de lo esperado,

concretamente a 4.920.000, lo que se tradujo en un gran 44,5% de *share* (FormulaTV, 2006b). Estas cifras son peores que las del año 2005, cuando Fernando Alonso terminó en cuarta posición.

**FIGURA X. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Mónaco (2005-2006)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición de Fernando Alonso</b>
2005	5.516.000	48,4%	4
2006	4.920.000	44,5%	1

Fuente: FormulaTV (2006b y 2005a). Elaboración propia.

A la victoria de Mónaco, le seguirían otros dos triunfos consecutivos en Gran Bretaña y en Canadá, que registrarían más de 4 millones de espectadores y más de un 35% de *share*. Unas cifras similares a las del año 2005 en las cuales Fernando Alonso no se hizo con la victoria (FormulaTV, 2006c).

Desde el Gran Premio de Canadá hasta el Gran Premio de Japón, penúltima carrera de la temporada y última victoria de Fernando Alonso, se celebrarían 7 grandes premios en los que el piloto asturiano consiguió tres segundos puestos, dos quintos y dos abandonos, lo que permitiría a Michael Schumacher acercarse bastante al liderato del mundial. Este bajón de forma también repercutió en las audiencias.

En el Gran Premio de Estados Unidos celebrado en el circuito de Indianápolis, el piloto asturiano sumó su primera prueba fuera del podio, quedando en quinta posición (FormulaTV, 2006d). La cifra es mala si se compara con la audiencia de la misma prueba celebrada el año anterior, con el agravante de que en la del 2005 solamente tomaron la salida seis monoplazas, entre los que no se encontraba el de Fernando Alonso.

**FIGURA XI. Comparación del Gran Premio de Estados Unidos (2005 y 2006)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición de inicio/Posición final</b>
2005	4.313.000	39,5%	DNF
2006	3.945.000	41,2%	5

Fuente: Fórmula TV (2006d y 2005c). Elaboración propia.

En el Gran Premio de Alemania, el piloto de Renault repitió el mismo resultado que logró en Indianápolis. La repetición del resultado desalentó a sus incondicionales fans, ya que solamente logró reunir a 3.691.000 de espectadores con una cuota de pantalla del 40,2%. El año anterior finalizó en el mismo gran premio primero, y fue visto por medio millón más de personas (FormulaTV, 2005b).

El segundo abandono (DNF) de Fernando Alonso llegó en el Gran Premio de Italia. Después de iniciar la carrera en décima posición por una penalización, en el ecuador de la carrera su motor falló y provocó su retirada de la prueba. Michael Schumacher volvía a derrotar al español y se acercaba peligrosamente al liderato del mundial. El evento registró una audiencia media de 4.662.000 espectadores y una cuota de pantalla del 46,3%. En 2005, en el mismo gran premio, el español quedó en segundo lugar y sus aficionados respondieron por aquel entonces con una audiencia de 5.143.000 espectadores (FormulaTV, 2006g).

Una de las pocas excepciones de este año la encontramos en el Gran Premio de Hungría. A pesar de que Fernando Alonso abandonó cuando lideraba la prueba debido a un fallo en una tuerca, las cifras de audiencia fueron mejores que las del año anterior, cuando finalizó en undécima posición, con casi 300.000 espectadores más y un punto más de *share* (FormulaTV, 2006e).

Una de las razones fue el caos en el que se convirtió la prueba. Fernando Alonso partía en decimoquinta posición tras una sanción polémica, y al cabo de unas pocas vueltas pasó a liderar la prueba, aunque posteriormente abandonó. A esto se sumó el caos de la lluvia, accidentes, adelantamientos... Pero el motivo por el que la audiencia no se desenganchó de la carrera al completo fue por la actuación de otro piloto español.

Pedro de la Rosa fue un piloto español de F1 que debutó un año antes que Fernando Alonso, pero su carrera fue totalmente opuesta porque pasó más tiempo como reserva que como titular. Sin embargo, en el año 2006, en la undécima prueba del año, pasó a ser conductor oficial del equipo McLaren Mercedes tras la rescisión del contrato de Juan Pablo Montoya. En su tercera carrera del año, el Gran Premio de Hungría, firmó una actuación memorable quedando segundo con un coche que no sumó ninguna victoria ese año, una auténtica proeza (Gómez, 2013). A pesar del resultado final, la actuación de los dos españoles fue un reclamo para la audiencia.

En la penúltima prueba del campeonato, el Gran Premio de Japón, Fernando Alonso y Michael Schumacher llegaban igualados a puntos en el mundial, aunque todo indicaba que el piloto alemán acabaría ganando ese año debido a su buena racha en las últimas carreras, mientras que la tendencia del piloto asturiano era la opuesta.

A pesar de emitirse en directo a primera hora de la mañana, la audiencia no perdió la esperanza. La prueba tuvo una media de 1.535.000 de espectadores y una cuota de pantalla de 72,3%. El buen resultado de Fernando Alonso, combinado con el abandono de Michael Schumacher, sumó en la redifusión de la prueba a 3.347.000 espectadores más, englobando aproximadamente a 5 millones, casi 2 millones más que la misma carrera del año anterior (FormulaTV, 2006f).

La última carrera del mundial, celebrada en Brasil, se convirtió en la carrera más vista de la historia de España. Si bien el segundo título mundial de Fernando Alonso estaba prácticamente asegurado, no era matemático, ya que debía darse una carambola para que el asturiano perdiera el título (Schumacher estaba obligado a vencer, mientras que Fernando Alonso no debía sumar ni un punto). Los presagios se cumplieron y Fernando finalizó en segunda posición, asegurando su segundo título. La cita reunió en Telecinco a 8.620.000 espectadores (Baragaño, 2006).

**FIGURA XII. Comparación entre el Gran Premio de Brasil del año 2005 y 2006, carreras en las que Fernando Alonso se proclamó campeón.**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición de inicio/Posición final</b>
2005	7.179.000	55,7%	1/3
2006	8.620.000	56%	4/2

Fuente: Techu Baragaño (2006), El País. Anónimo (2005), As. Elaboración propia.

Como se mencionó anteriormente, la audiencia descendió ligeramente en 2006 respecto a 2005, pero hay que tener en cuenta que en el año 2006 hubo una carrera menos que en 2005, ya que el Gran Premio de Bélgica no se disputó por remodelaciones en el trazado. En 2005 fue la carrera con mayor audiencia (6.278.000, 54,4%) tras la de Brasil. En 2006, la segunda más vista fue la del Gran Premio de San Marino (5.838.000, 49,4%) (Baragaño, 2006).

#### **5.4 La caída sin fin (2007-2020)**

Tras los dos mundiales que consiguió Fernando Alonso en 2005 y 2006, las audiencias de la F1 bajaron progresivamente a excepción de los años 2007, 2010 y 2012, en los que Fernando Alonso luchó hasta la última carrera por ganar el campeonato. Todos los incondicionales del piloto asturiano veían que cada año que pasaba, no tenía opciones de vencer. El punto de inflexión llegó en el 2015. El equipo Mercedes no paraba de cosechar victorias en carreras que carecían de diversión y dinamismo. Además Fernando Alonso acababa de dejar Ferrari por McLaren, una escudería que se encontraba en horas bajas y con la que no consiguió ningún podio por primera vez desde el año 2001, año de su debut. Otra circunstancia clave fue que a partir del año 2016 la F1 dejó de emitirse en abierto en toda España. La única vía posible era a través de una televisión de pago como Movistar, lo cual echó para atrás a miles de aficionados. El golpe definitivo llegó en 2019 cuando Fernando Alonso dejó de competir en F1. Todos los fans que seguían viendo las carreras por él dejaron de hacerlo. El panorama era muy desalentador, con las audiencias bajo mínimos históricos y con solamente un representante español en la parrilla, “Carlos Sainz Jr”, que no arrastraba una marea de fans como Fernando Alonso.

**FIGURA XIV. EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA MEDIA DE LA F1 EN ESPAÑA ENTRE LOS AÑOS 2007 Y 2019.**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>
2007 (Telecinco)	<b>4.520.000</b>
2008	<b>4.200.000</b>
2009 (La Sexta)	<b>3.000.000</b>
2010	<b>4.000.000</b>
2011	<b>3.300.000</b>
2012 (Antena 3)	<b>4.100.000</b>
2013	<b>3.700.000</b>
2014	<b>3.000.000</b>
2015	<b>1.800.000</b>
2016 (Movistar Plus)	<b>185.000</b>
2017	<b>200.00</b>
2018	<b>240.000</b>
2019	<b>150.000</b>

Fuente: Sergio Marcos de la Morena (2022). The Objective.

## 5.5 El resurgimiento (2020)

El campeonato mundial de F1 del año 2020 no había levantado grandes expectativas en cuanto a las audiencias dado el bajón progresivo que estas habían experimentado. Además, la afición española no tenía muchos alicientes, de los pocos a los que se podían agarrar era Carlos Sainz Jr, piloto español que en ese momento conducía para la escudería McLaren, la misma que había llevado a Fernando Alonso a retirarse temporalmente de la F1, pero que casualmente con la salida del piloto asturiano aumentó su rendimiento hasta llevarle a ser la cuarta escudería con más puntos del año 2019. Asimismo, ese mismo año, Carlos Sainz Jr pudo conseguir el primer podio de su trayectoria en F1 gracias a la tercera posición que logró en el Gran Premio de Brasil en una de las pruebas más alocadas de la temporada (Canseco, 2019). A pesar de ser una carrera con muchos accidentes y adelantamientos, la audiencia no se enganchó a la retransmisión, ya que fue una de las menos seguidas de todo el año.

No obstante, tanto la F1 como el resto del mundo, se vieron afectados por la pandemia de la Covid-19, un virus que podía provocar desde un leve resfriado hasta una insuficiencia respiratoria grave (Ferrer, 2020). Empezó a expandirse por el continente asiático a finales de 2019, pero a principios del mes de marzo del 2020 ya se había propagado por todo el mundo. La vida en el planeta se paralizó, ya que muchos países decidieron confinar a sus ciudadanos para evitar la propagación del virus. El mundo del deporte tampoco fue una excepción. Campeonatos y ligas del calibre como la NBA o la Champions League se suspendieron temporalmente hasta que la situación sanitaria en el planeta no mejorase (Álvarez y de Sandoval, 2020).

La explosión de la pandemia coincidió con la F1 en Australia a punto de iniciar el primer Gran Premio de la temporada. A pesar de las cancelaciones de otras competiciones y de las recomendaciones sanitarias, la organización trató de que la carrera se llevase a cabo. Sin embargo, el viernes antes de los primeros entrenamientos libres, se decidió suspender la prueba ante la imposibilidad de celebrar una carrera en condiciones normales.

Tras cinco meses de parón, la F1, al igual que el resto del planeta, fue volviendo gradualmente a la “nueva normalidad”. El campeonato modificó su calendario para que se pudieran correr el máximo número de carreras en lo que restaba de año, en concreto 17. Los Grandes Premios se celebraron entre Europa y Oriente Medio, las regiones que facilitaban más la logística y los desplazamientos al personal (Ruiz, 2020). La primera prueba del

mundial, el Gran Premio de Austria, se celebró el 5 de julio, cinco meses más tarde de lo previsto. La cadena Movistar F1 reunió a 104.000 espectadores y registró un 1.0% de *share*. La audiencia de la primera aumentó en 50.000 televidentes respecto al año anterior. Pero el dato es engañoso, ya que la primera carrera del año 2019 se celebró en Australia, y fue retransmitida en directo de madrugada, mientras que la carrera de Austria fue televisada en horario *prime time*. Si comparamos la audiencia del mismo Gran Premio con la del año anterior, los datos son más clarificadores.

**FIGURA XV. Comparación entre el Gran Premio de Austria del año 2019 y 2020.**

Año	Audiencia media	Posición final de Carlos Sainz Jr
2019	186.000	8
2020	104.000	5

Fuente: Formula TV (2020d y 2019c). Elaboración propia.

Pese a que los ciudadanos llevaban sin ver competiciones deportivas durante casi cinco meses, la F1 seguía sin estar entre sus preferencias. Las audiencias cayeron en picado, pero todo cambió el 8 de julio de 2020. El equipo Renault, el mismo con el que Fernando Alonso ganó sus dos mundiales, anunció el fichaje del piloto asturiano, con el que correría a partir del año 2021 (M. S. /. Canseco, 2020). Esto supuso un soplo fresco para la afición española y para los más incondicionales del piloto español porque esperaban con ansia su vuelta. Al retorno de Fernando Alonso se sumó el fichaje de Carlos Sainz Jr por la Scuderia Ferrari (Mancebo, 2020). Un equipo que se encontraba en plena reestructuración para volver a sus años de gloria. El panorama era inmejorable para cualquier aficionado de la F1 en España.

La ilusión y la expectación de cara al año 2021 se reflejó en la audiencia media de la temporada, ya que la F1 en España tuvo 160.000 espectadores de media, 10.000 más que el año anterior, a pesar de que se disputaran cuatro carreras menos (Zapico, 2022). Grandes Premios emblemáticos como el Gran Premio de Mónaco fueron suspendidos a causa de la pandemia. Hubo otras que se salvaron y pudieron celebrarse sin público, como el Gran Premio de España. Aunque se corriera a puerta cerrada por cuestiones sanitarias, la audiencia

televisiva no aumentó, ya que la cifra de espectadores fue menor que el año anterior pese a que Carlos Sainz Jr finalizó en una mejor posición. Fue una de las pruebas con menos audiencia de la temporada.

**FIGURA XVI. Comparación de la audiencia del Gran Premio de España (2019-2020)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Carlos Sainz JR.</b>
2019	181.000	1,5%	8
2020	121.000	1,2%	6

Fuente: FormulaTV (2019a y 2020e). Elaboración propia.

Además hubo varias carreras en las que se superaron la barrera de los 200.000 espectadores. El Gran Premio de Italia fue la única carrera de la temporada que se acercó a los 250.000 espectadores y que consiguió un 2,1% de *share* (FormulaTV, 2020b). En esa misma prueba, Carlos Sainz se quedó a escasos metros de conseguir su primera victoria en F1, pero finalmente se alzó con la segunda posición en una actuación memorable del piloto madrileño (Sanz, 2020).

El Gran Premio de Sakhir fue otra prueba en el que se sobrepasaron los 200.000 televidentes, en concreto se registraron 231.000 (FormulaTV, 2020a). En esta ocasión Carlos Sainz Jr finalizó en cuarta posición, quedándose a las puertas del tercer escalón del podio tras una prueba accidentada y alocada (Mancebo, 2020). Dos de las tres carreras con más audiencia de la temporada coincidieron con una gran actuación del piloto madrileño. El apoyo de la afición se hizo notar después de su fichaje por Ferrari.

El Gran Premio de Turquía, la decimocuarta prueba del mundial, fue el escenario en el que Lewis Hamilton se proclamó por séptima vez campeón del mundo, igualando el récord de Michael Schumacher (Fatuross, 2020). La carrera reunió a 172.000 espectadores y obtuvo un 3.0% de *share* (FormulaTV, 2020c). El Gran Premio en el que se decidió el título el año anterior tuvo el mismo desenlace. Lewis Hamilton consiguió su sexta corona, pero tuvo 60.000 espectadores menos y solamente un *share* del 0,8% (FormulaTV, 2019b). Lo que

habla muy bien de los datos de esta temporada, que tuvo muchos inconvenientes por el camino, pero que acabó recuperándose y mejorando a su antecesora gracias a las expectativas generadas de cara al año siguiente y a la gran actuación del único representante español de la parrilla de ese año.

### **5.6 La remontada final (2021).**

Parecía que la temporada 2021 mantendría la misma tendencia que llevaba la competición desde el año 2014, un dominio abrumador y aplastante de la escudería Mercedes, que había ganado todos los mundiales de pilotos y constructores los últimos seis años. Sin embargo, a principios de año, la FIA confirmó un cambio en el reglamento para frenar la carga aerodinámica de los monoplazas (Piola, 2021). Para el equipo Mercedes supuso un duro golpe, ya que buena parte de su ventaja se sustentaba en aquella parte. El equipo Red Bull supo interpretar mejor que nadie la nueva reglamentación y recortó toda la distancia que le separaba de la escudería germana e igualarla en rendimiento. El resultado fue que Lewis Hamilton y Max Verstappen lucharon por el campeonato y por cada carrera codo con codo al límite. Cada gran premio era una lucha apasionante que emocionaba a cualquier espectador. En la audiencia se tradujo en que la media de espectadores fue de 472.000, la cifra más alta desde el año 2016, cuando por primera vez en España la F1 pasó a ser de pago (Zapico, 2022).

Además ese mismo año hubo un cambio en las retransmisiones, ya que la plataforma OTT Dazn se adueñó de los derechos de emisión de la F1. La plataforma exigía muchos menos requisitos que en canal Movistar F1, por lo que se hizo más accesible ver la F1 en los hogares españoles. Si a lo anterior le sumamos la vuelta de Fernando Alonso a la competición y las grandes actuaciones de Carlos Sainz Jr con Ferrari, el panorama no podía ser mejor.

De hecho, menos en una prueba, en todas se superaron los 200.000 espectadores sin problemas. La única que tuvo menos de lo habitual fue el Gran Premio de Bélgica (FormulaTV, 2021f). Fue una prueba en la que apenas se dieron tres vueltas debido a las condiciones meteorológicas. Aun así, la carrera tuvo más audiencia que la del año anterior, en la cual no hubo ningún percance y se corrió con total normalidad.

**FIGURA XVII. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Bélgica (2021-2020)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Carlos Sainz JR.</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2021	198.000	2,1%	10	11
2020	128.000	1,1%	DNF	No corrió.

Fuente: FormulaTV (2021f y 2020f). Elaboración propia.

Las grandes expectativas se confirmaron en el primer Gran Premio de la temporada. La audiencia media de la carrera del Gran Premio de Baréin fue de 384.000 espectadores, a pesar de los resultados negativos de los dos pilotos españoles, muy por encima de los 104.000 de la prueba inaugural del año anterior (Gran Premio de Austria) y también de los 234.000 del mismo Gran Premio del 2020. Esto solo sería el presagio de lo que sería la tendencia de ese año (Martínez, 2021).

El Gran Premio de Mónaco se convirtió en la tercera carrera más vista de la temporada con una media de 430.000 espectadores y un *share* del 3,6% (FormulaTV, 2021e). Carlos Sainz Jr se quedó de nuevo a las puertas de conseguir su primera victoria en F1 después de partir cuarto y acabar en segunda posición. La decimotercera posición de Fernando Alonso en carrera no desanimó a los aficionados. Si la comparamos con la carrera del año 2019 (en 2020 no se corrió por la pandemia) la subida de audiencia es espectacular.

**FIGURA XVIII. Comparación de la audiencia del Gran Premio de Mónaco (2021-2019)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Carlos Sainz JR.</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2021	430.000	3,6%	2	13
2019	176.000	1,4%	6	No corrió.

Fuente: FormulaTV (2021e y 2019d). Elaboración propia.

El Gran Premio de España no tuvo el éxito de los demás de la temporada. Quizá fue por las pocas esperanzas que tenían los pilotos españoles en lograr un buen resultado en el Circuit de Montmeló, ya que solo registraron 354.000 espectadores y un *share* del 2,7% (FormulaTV, 2021b). Fernando Alonso finalizó en decimoséptima posición, mientras que Carlos Sainz Jr en octava. La adaptación del asturiano a los monoplazas estaba siendo más lenta de lo habitual, y las carreras de España y Mónaco fueron la cuarta y quinta carrera del campeonato, lo que propició que Fernando Alonso cosechara malos resultados al inicio de la temporada. No obstante, a pesar de las malas sensaciones, el Gran Premio tuvo mejor audiencia que el año anterior.

**FIGURA XIX. Comparación de la audiencia del Gran Premio de España (2021-2020)**

<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Carlos Sainz JR.</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
2021	354.000	2,7%	7	17
2020	121.000	1,2%	6	No corrió.

Fuente: FormulaTV (2020e y 2021b). Elaboración propia

Desafortunadamente, el Gran Premio de España se siguió corriendo en 2021 sin público a causa de la pandemia. No obstante, el domingo la organización del circuito tuvo un detalle con los abonados del Circuit de Montmeló, invitando a casi mil personas a la carrera. A pesar de ello, las cifras no pueden ser representativas. El último registro de asistencia al que nos podemos remontar es al del año 2019. 87.511 personas acudieron a ver la carrera, lejos de las cifras de los años 2005 y 2006. En aquella ocasión, Fernando Alonso seguía retirado provisionalmente de la F1 y Carlos Sainz terminó en una discreta octava posición (Palco23, 2019).

A partir de la sexta prueba del mundial, el Gran Premio de Azerbaiyán, las prestaciones del monoplaza de Fernando Alonso aumentaron y le ayudaron a conseguir mejores resultados en las siguientes carreras. Gracias a ello, el piloto asturiano pudo brillar más y ser protagonista en los domingos por sus grandes actuaciones. Conducciones como las de Gran Bretaña, Países Bajos y Rusia valieron para que estos eventos fueran los más vistos de la temporada.

**FIGURA XX. Comparación de las audiencia del Gran Premio de Gran Bretaña, Países Bajos y Rusia (2021-2020)**

<b>Gran Premio</b>	<b>Año</b>	<b>Audiencia media</b>	<b>Share</b>	<b>Posición final de Carlos Sainz JR.</b>	<b>Posición final de Fernando Alonso</b>
Gran Bretaña	2021	400.000	4,0%	11	7
Gran Bretaña	2020	182.000	1,7%	13	No corrió.
Rusia	2021	388.000	4,1%	3	6
Rusia	2020	117.000	1,4%	DNF	No corrió.
Países Bajos	2021	432.000	4,4%	7	6
Países Bajos	2020	No se disputó	/	/	/

Fuente: Fórmula TV (2021a, 2021g, 2021h; 2020g y 2020h). Elaboración propia.

No obstante, las carreras con mayor audiencia de la temporada no llegaron hasta la última parte del campeonato. Las que mejores datos registraron fueron el Gran Premio de Catar y el Gran Premio de Abu Dabi. En la primera, Fernando Alonso consiguió su único podio de la temporada, el primero desde 2014. 485.000 espectadores vieron al piloto de Alpine (la escudería Renault cambió de nombre en 2021) subir al tercer escalón de podio (FormulaTV 2021d), convirtiéndola en la segunda carrera más vista de la temporada. Por su parte, Carlos Sainz Jr finalizó en la séptima plaza (M. Canseco, 2021).

La guinda del pastel de la temporada 2021 fue el Gran Premio de Abu Dabi. Lewis Hamilton y Max Verstappen llegaron empatados a puntos en la primera posición del mundial después de una temporada llena de incidentes y polémicas, por lo que la expectación era máxima. Finalmente, Max Verstappen, el piloto de Red Bull, se proclamó campeón del mundo tras adelantar a Lewis Hamilton en la última vuelta. Un final apoteósico que reunió a 602.000 espectadores y consiguió un 6,0% de *share* que lo convirtió en el más visto de la temporada con mucha diferencia sobre el segundo (FormulaTV, 2021c). A pesar del discreto resultado de Fernando Alonso, los fans no perdieron el interés por el desenlace del mundial (M.

Canseco, 2021b). Fue la carrera con mayor audiencia desde el Gran Premio de España de 2018, que contó con 578.000 espectadores. (Mancebo, 2018a).

**FIGURA XXI. Comparación de la audiencia de los cuatro Grandes Premios con más audiencia (2021)**

Gran Premio	Audiencia media	Share	Posición final de Carlos Sainz JR.	Posición final de Fernando Alonso
Abu Dhabi	602.000	6,0%	3	8
Catar	485.000	4,0%	7	3
Países Bajos	432.000	4,4%	7	6
Mónaco	430.000	3,6%	2	13

Fuente: FormulaTV (2021c, 2021d, 2021e y 2021a). Elaboración propia

## 6. Entrevista

Se ha realizado una entrevista a Liborio García, director y editor de Dazn F1, canal que se encarga a día de hoy de la retransmisión de la F1 en España. Anteriormente, trabajó como presentador en cadenas de renombre como Antena 3 o Telemadrid. Durante los últimos años ha dejado a un lado su faceta televisiva para dedicarse a la dirección de programas deportivos.

Para Liborio, La F1 en España como tal nace en el año 2003, cuando Fernando Alonso comenzó a cosechar sus primeros éxitos. Anteriormente, la F1 había sido un deporte minoritario que se veía reflejado en la escasa difusión que tenía en la televisión. El boom de la *Alonsomanía* se disparó en esos años de éxitos hasta límites inimaginables. Años después, coincidiendo con sus etapas deportivas más flojas, las audiencias decayeron. A día de hoy, está consiguiendo buenos resultados, y por lo tanto las audiencias vuelven a ser altas.

Liborio afirma que es lógico que siempre que compita un piloto español en F1 se registren mejores datos de audiencia que cuando no los hay. Sucede en cualquier país del mundo. El tener un representante de tu país es algo esencial que aumenta el interés y el seguimiento por

parte del público. Para poner un ejemplo, compara a Fernando Alonso y a Carlos Sainz con la Selección Española de fútbol. Ellos dos son la “Selección Española” de la F1. Para él, el Tour de Francia en los 90 no habría tenido un seguimiento tan alto de no haber existido Induráin.

Liborio cree que el Gran Premio de Mónaco es de las carreras que más expectación generan por su marco único e incomparable. Es un circuito construido en las calles de una ciudad/estado muy pequeño, no existe nada parecido. El glamour de Mónaco no lo tiene ningún circuito del mundial, hay muy pocos lugares en el mundo que tengan el nivel económico, el prestigio y el lujo que tiene el Principado. Además, piensa que la tradición juega un papel fundamental, ya que desde el año 1929 se han celebrado muchos grandes premios. Solamente Silverstone y Monza han albergado más carreras.

Según Liborio, la última carrera de cada temporada no tiene por qué ser la más vista. Depende de si en esa última cita se llega con algo en juego. De hecho, el Gran Premio de Abu Dabi de 2023, la última prueba de ese año, fue una de las más flojas en cuanto a la audiencia porque todo estaba decidido. En 2021, se decidió el título en la última vuelta del último Gran Premio y las audiencias reventaron.

Para Liborio, la asistencia al Circuit de Montmeló se ve absolutamente influenciada por el rendimiento de Fernando Alonso y los pilotos españoles. Entre los años 2003 y 2008 se pulverizaron todos los récords de asistencia. Con la “retirada” de Alonso hace unos años, el Gran Premio de España cayó en mínimos históricos. En 2023, con la “Alonsomanía” de nuevo disparada por los aires y con Carlos Sainz Jr en Ferrari, se colgaron los carteles de “no hay billetes”

En palabras de Liborio, “Fernando Alonso es la referencia de la F1 en España y de él depende todo lo que gira alrededor de la competición en nuestro país. Carlos Sainz Jr tiene su legión de seguidores y es muy querido por la afición. Pero su poder de convocatoria, de repercusión o de su proyección como “marca” no es comparable a la de Fernando. Si Alonso logra éxitos, el interés social se dispara. Si no es así, todo se resiente, incluso a pesar de que Carlos Sainz consiga victorias o campeonatos”.

## 7. Conclusiones

Tras analizar los datos de audiencia de las temporadas escogidas y entrevistar a un experto en la materia, podemos sacar las siguientes conclusiones:

La primera hipótesis queda confirmada. Las audiencias de los años 2005, 2006 y 2021 de F1 en España mejoraron sus cifras respecto a los anteriores. El año 2005 aumentó en casi dos millones su audiencia media respecto al año 2004, mientras que el *share* pasó de un 32,9% a un 47,6%. A pesar de que en 2006 la audiencia media bajó ligeramente respecto a la de 2005, tuvo mejores cifras de *share*, y esto se debe a que en la temporada 2006 se disputó un gran premio menos que el de 2005, el Gran Premio de Bélgica. Además, esa carrera fue la segunda más vista tras el Gran Premio de Brasil, carrera en la que Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo. Por su parte, el año 2021 también mejoró a su predecesor, ya que ninguna de las carreras tuvo menos de 200.000 espectadores de media, mientras que en 2020 solamente se superó esa cifra en tres ocasiones.

El último Gran Premio de cada temporada no es el más visto de cada año. Normalmente, cuando se llega a la última prueba del mundial con algo en juego, como el mundial de pilotos, se convierte en el Gran Premio con más audiencia. Lo podemos constatar con los años 2006 y 2021, cuando los mundiales de pilotos de aquellas temporadas se decidieron en la última prueba y fueron los que tuvieron más audiencia. En la temporada 2005 y en la 2020, se llegó al último gran premio con todo decidido, y no fueron ni de lejos los más vistos.

Efectivamente, las carreras en las que Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo fueron las que tuvieron más audiencia de toda la temporada. El Gran Premio de Brasil del año 2005 registró una audiencia media de 7.179.000 espectadores y un *share* del 55,7%, muy por delante de la segunda carrera con más espectadores, el Gran Premio de Bélgica (6.278.000, 54,4%). Por su parte, el Gran Premio de Brasil del año 2006 también fue el más visto de su temporada, con 8.620.000 de espectadores de media y un 56% de *share*, convirtiéndose en la prueba con más audiencia de la historia de España.

La hipótesis que afirmaba que la asistencia al Circuit de Montmeló no estaba supeditada a los resultados de Alonso, queda desmentida. Entre los años 2003 y 2008, la asistencia fue subiendo de manera gradual, batiendo todos los registros previos. Casualmente, esas

temporadas coincidieron con el esplendor deportivo de la carrera de Fernando Alonso y sus dos mundiales. En el Gran Premio de España del año 2019, con Alonso retirado y con Carlos Sainz Jr en parrilla, el Circuit registró una de sus peores entradas de la historia. En 2023, con Fernando Alonso en Aston Martin consiguiendo buenos resultados y Carlos Sainz Jr en Ferrari, el Circuit de Montmeló consiguió la cuarta mejor entrada de la historia.

Cuando participa Fernando Alonso, las audiencias son mejores. De las temporadas analizadas, las carreras en las que Fernando Alonso consiguió un buen resultado fueron las más vistas, mientras que los grandes premios en los que el español cosechó un mal resultado, tuvieron menos audiencia de lo habitual.

Los grandes premios de España y Mónaco no fueron las carreras que más audiencia obtuvieron. A pesar del glamour y la exclusividad que rodea a Mónaco y que el Gran Premio de España sea la carrera “de casa”, no siempre han sido las pruebas con más espectadores. Hubo temporadas en las que fueron de las carreras menos vistas del año. Concretamente, el Gran Premio de España de 2020 reunió a 121.000 espectadores y un 1,2% de *share*, siendo la tercera carrera menos vista del año.

Los buenos resultados de otros pilotos españoles que no fueran Fernando Alonso tenían un impacto grande en la audiencia. Carreras como el Gran Premio de Hungría de 2006 o el Gran Premio de Italia de 2020, en las que Fernando Alonso no corrió o no llegó a terminar la prueba, tuvieron grandes datos de audiencia. El Gran Premio de Hungría vio a Pedro de la Rosa conseguir una gran segunda posición que fue seguida por 4.269.000 espectadores, siendo una de las pruebas más vistas de 2006. El Gran Premio de Italia de 2020, sin Fernando Alonso compitiendo, fue la carrera con más audiencia de esa temporada, ya que Carlos Sainz se quedó a nada de conseguir su primera victoria en F1, finalizando en segunda posición

La audiencia de la F1 en España bajó drásticamente a partir de 2016 cuando se restringieron las emisiones al canal de pago Movistar F1. La audiencia media que se registró en el año 2015 fue de más de un millón y medio de espectadores, mientras que en el 2016 no se superó la media de los 500.000. De hecho, a día de hoy, la F1 en un canal de pago no ha superado la barrera del millón de espectadores de media en una temporada completa.

## 8. Bibliografía

Alexuny. (5 de noviembre, 2008). Telecinco deja de retransmitir la F1 «voluntariamente».

*Motorpasion.*

<https://www.motorpasion.com/formula1/telecinco-deja-de-retransmitir-la-f1-voluntariamente>

Álvarez, R., & de Sandoval, P. X. (12 de marzo, 2020). Gobert y Mitchell dan positivo y la NBA suspende la temporada. *Ediciones EL PAÍS S.L.*

<https://elpais.com/deportes/2020-03-12/cancelada-la-temporada-de-la-nba-tras-dar-positivo-por-coronavirus-un-jugador.html>

Anónimo. (27 de septiembre, 2005). Alonso rozó los diez millones de televidentes. *As.*

[https://as.com/motor/2005/09/27/mas\\_motor/1127836218\\_850215.html](https://as.com/motor/2005/09/27/mas_motor/1127836218_850215.html)

Baragaño, T. (23 de octubre, 2006). Los 9,3 millones del GP de Brasil, la mejor marca de la F-1. *Ediciones EL PAÍS S.L.*

[https://elpais.com/diario/2006/10/24/radiotv/1161640802\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2006/10/24/radiotv/1161640802_850215.html)

Barlovento Comunicación. (2011). Análisis Televisivo 2010. Recuperado de:

<https://bit.ly/3n6AdL>

Bolea, V. (16 de mayo, 2016). La audiencia televisiva se dispara en el Gran Premio de España. *Soymotor.com.*

<https://soymotor.com/noticias/la-audiencia-se-dispara-en-el-gran-premio-de-espana-920774>

Canseco, M. (17 de noviembre, 2019). Carlos Sainz hace historia con su primer podio en F1. *Marca.*

<https://www.marca.com/motor/formula1/gp-brasil/2019/11/17/5dd1983522601df63a8b45ba.html>

Canseco, M. (21 de noviembre, 2021a). El plan perfecto para Fernando Alonso... que mira a 2022. *Marca.*

<https://www.marca.com/motor/formula1/gp-qatar-f1/2021/11/21/619aa94a268e3e776b8b45b1.html>

Canseco, M. (12 de diciembre, 2021b). Verstappen campeón del mundo, derriba al mito Hamilton; Sainz al podio y mejor Ferrari 2021. *Marca*.

<https://www.marca.com/motor/formula1/2021/12/12/61b5f7b3ca4741b4778b45c1.html>

Canseco, M. S. /. (7 de julio, 2020). Llega el «Fernando Alonso - Renault 3.0». *Marca*.

<https://www.marca.com/motor/formula1/2020/07/07/5f049435268e3e9a6b8b4619.html>

Carretero, M. G. (2021). *CAMBIO DE HÁBITO DE LAS AUDIENCIAS DE TELEVISIÓN DURANTE EL CONFINAMIENTO Y EL POSCONFINAMIENTO*. [Trabajo fin de grado, Universidad de Valladolid]. [uvadoc.uva.es](http://uvadoc.uva.es)

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48011/TFG-N.%201549.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dávila, F. (19 de agosto, 2021). ¿Quieres saber cuál es el minuto de oro en la historia de la televisión en España? *Digital de León Noticias*.

<https://digitaldeleon.com/curiosidades/minuto-de-oro-television-espana/>

de los Medios, S. [MedF1osTV]. (21 de noviembre, 2022a). 🌟 Evolución histórica de la audiencia de la F1 en España 🌟 👍 2007 sigue siendo el año más visto con 4.600.000 (51.7%). [Tuit]. Twitter.

<https://twitter.com/MedF1osTV/status/1594739004389343234?t=THKYMNtWokz58xEIcg-IUg&s=19>

de los Medios, S. [MedF1osTV]. (21 de noviembre, 2022b). 🌟 La audiencia de la @F1 en España aumenta un 15% en 2022 🌟 👍 La audiencia media ha sido de !!535.000 espectadores y un 6.3% de share!! [Tuit]. Twitter. Twitter.

<https://twitter.com/MedF1osTV/status/1594737555198676996>

Díaz Guerra, I. (14 de octubre, 2003). La audiencia sube un 42,6% con Alonso. *As*.

[https://as.com/masdeporte/2003/10/14/polideportivo/1066104968\\_850215.html](https://as.com/masdeporte/2003/10/14/polideportivo/1066104968_850215.html)

Días, C. (9 de diciembre, 2004). La Fórmula 1, segundo deporte más visto en 2004. *EL PAÍS S.L.*

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2004/12/10/sentidos/1102649237\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2004/12/10/sentidos/1102649237_850215.html)

Donaldson, G. (s. f.). Fernando Alonso - 2005, 2006. *Formula 1® - The Official F1® Website.*

[https://www.formula1.com/en/drivers/hall-of-fame/Fernando\\_Alonso.html](https://www.formula1.com/en/drivers/hall-of-fame/Fernando_Alonso.html)

Ediciones EL PAÍS S.L. (12 de marzo, 2008) Mediapro adjudica la F1 a su participada La Sexta. *Ediciones EL PAÍS S.L.*

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/03/13/empresas/1205419188\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/03/13/empresas/1205419188_850215.html)

EFE. (13 de marzo, 2006a). Más de 4 millones de espectadores vieron la victoria de Alonso en Bahrein. *Diario Sur.*

<https://www.diariosur.es/pg060313/actualidad/comunicacion/200603/13/RC-alonso.html>

EFE. (29 de mayo, 2006b). Casi 5 millones de telespectadores vieron la victoria de Alonso en Mónaco por Telecinco. *El Diario Vasco.*

<https://www.diariovasco.com/pg060529/actualidad/comunicacion/200605/29/alonso-monaco-television-telecinco.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

EFE. (24 de abril, 2006c). La Fórmula Uno concitó en Telecinco a casi 6 millones de espectadores. *As.*

[https://as.com/motor/2006/04/24/mas\\_motor/1145829602\\_850215.html](https://as.com/motor/2006/04/24/mas_motor/1145829602_850215.html)

Es/agencias. (23 de octubre, 2006). Fernando Alonso volvió a batir el récord de audiencia de la Fórmula 1 en España. *20minutos.*

<https://www.20minutos.es/deportes/noticia/alonso-audiencia-tv-165182/0/>

García Escobar, F. J. (2021). *Análisis del auge en el seguimiento de la Fórmula 1 en España a través del éxito de la figura de Fernando Alonso*. [Trabajo fin de grado, Universidad de Sevilla]. idus.us.e.

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/127324/PER\\_GARCIAESCOBAR\\_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20primera%20victoria%20de%20Fernando,posici%C3%B3n%20\(D%C3%ADaz%2C%202003\).](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/127324/PER_GARCIAESCOBAR_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20primera%20victoria%20de%20Fernando,posici%C3%B3n%20(D%C3%ADaz%2C%202003).)

Faturos, F. (15 de noviembre, 2020). Hamilton gana en Turquía y es campeón 2020; Pérez y Vettel completan el podio. *Motorsport- LAT*.

<https://lat.motorsport.com/fl/news/gp-turquia-hamilton-campeon-perez-segundo/4910588/>

Fernández, I. (11 de mayo, 2015). La audiencia de la Fórmula 1 se desploma en España.

*Diariomotor*.

<https://www.diariomotor.com/competicion/2015/05/11/la-audiencia-de-la-formula-1-se-desploma-en-espana/>

Ferrer, R. (septiembre, 2020). Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo. *Medicina intensiva*. 44(6), 323-324.

<https://doi.org/10.1016/j.medin.2020.04.002>

Flórez, I. (15 de diciembre, 2015). LA F1 EN LOS MEDIOS. *PitLane Motor*.

<https://pitlanemotor.com/2015/12/15/la-f1-en-los-medios-una-era-de-formula-1/>

FormulaTV. (12 de mayo, 2019a). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 12 de Mayo de 2019. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2019-05-12/tematicas-pago/>

FormulaTV. (3 de noviembre, 2019b). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 3 de Noviembre de 2019. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2019-11-03/tematicas-pago/>

FormulaTV. (30 de junio, 2019c). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 30 de Junio de 2019. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2019-06-30/tematicas-pago/>

FormulaTV. (26 de mayo, 2019d). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 26 de Mayo de 2019. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2019-05-26/tematicas-pago/>

FormulaTV. (6 de diciembre, 2020a). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 6 de Diciembre de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-12-06/tematicas-pago/>

FormulaTV. (6 de septiembre, 2020b). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 6 de Septiembre de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-09-06/tematicas-pago/>

FormulaTV. (15 de noviembre, 2020c). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 15 de Noviembre de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-11-15/tematicas-pago/>

FormulaTV. (7 de julio, 2020d). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 5 de Julio de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-07-05/tematicas-pago/>

FormulaTV. (16 de agosto, 2020e). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 16 de Agosto de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-08-16/tematicas-pago/>

FormulaTV. (30 de agosto, 2020f). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 30 de Agosto de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-08-30/tematicas-pago/>

FormulaTV. (27 de septiembre, 2020g). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 27 de Septiembre de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-09-27/tematicas-pago/>

FormulaTV. (2 de agosto, 2020h) . Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 2 de Agosto de 2020. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2020-08-02/tematicas-pago/>

FormulaTV. (5 de septiembre, 2021a). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 5 de Septiembre de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-09-05/tematicas-pago/>

FormulaTV. (9 de mayo, 2021b). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 9 de Mayo de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-05-09/tematicas-pago/>

FormulaTV. (12 de diciembre, 2021c). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 12 de Diciembre de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-12-12/tematicas-pago/>

FormulaTV. (21 de noviembre, 2021d). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 21 de Noviembre de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-11-21/tematicas-pago/>

FormulaTV. (23 de mayo, 2021e). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 23 de Mayo de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-05-23/tematicas-pago/>

FormulaTV. (29 de agosto, 2021f). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 29 de Agosto de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-08-29/tematicas-pago/>

FormulaTV. (18 de julio, 2021g). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 18 de Julio de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-07-18/tematicas-pago/>

FormulaTV. (26 de septiembre, 2021h). Audiencias de TV de temáticas de pago Domingo 26 de Septiembre de 2021. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/audiencias/2021-09-26/tematicas-pago/>

FormulaTV. (5 de julio, 2004a). El fútbol y la Fórmula 1 barren en sus respectivas franjas horarias. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/242/el-futbol-y-la-formula-1-barren-en-sus-respectivas-franjas-horarias/>

FormulaTV. (30 de agosto, 2004b). Los deportes impulsan a Telecinco y TVE1. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/393/audiencias-los-deportes-impulsan-a-telecinco-y-tve1/>

FormulaTV. (23 de mayo, 2005a). Telecinco arrasa con el 48% del «GP de Mónaco» y el 30% de «Siete vidas». *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/1125/audiencias-telecinco-arrasa-con-el-48-del-gp-de-monaco-y-el-30-de-siete-vidas/>

FormulaTV. (12 de septiembre, 2005b). Casi 7 millones de espectadores convirtieron al GP de Bélgica en la carrera más vista de la historia. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/1467/casi-7-millones-de-espectadores-convirtieron-al-gp-de-belgica-en-la-carrera-mas-vista-de-la-historia/>

FormulaTV. (20 de junio, 2005c). Más de 4 millones de espectadores, pendientes de la atípica carrera de Fórmula 1. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/1202/audiencias-mas-de-4-millones-de-espectadores-pendientes-de-la-atipica-carrera-de-formula-1/>

FormulaTV. (15 de mayo, 2006a). Casi la mitad de la audiencia sigue la victoria de Alonso en Montmeló. *FormulaTV*.

<https://www.formulatv.com/noticias/2187/audiencias-casi-la-mitad-de-la-audiencia-sigue-la-victoria-de-alonso-en-montmelo/>

FormulaTV. (29 de mayo 2006b,). «El show de los records» se estrena con un 17,9%.

*FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2253/audiencias-el-show-de-los-records-se-estrena-con-un-179/>

FormulaTV. (26 de junio2006c). El Gran Premio de Canadá de Fórmula 1, lo más visto del domingo con más de 4 millones. *FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2376/audiencias-el-gran-premio-de-canada-de-formula-1-lo-mas-visto-del-domingo-con-mas-de-4-millones/>

FormulaTV. (3 de julio, 2006d). Telecinco lidera el domingo gracias a la Fórmula 1 y «Aída».

*FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2413/audiencias-telecinco-lidera-el-domingo-gracias-a-la-formula-1-y-aida/>

FormulaTV. (7 de agosto, 2006e). El 45,8% de la audiencia siguió en Telecinco el GP de Hungría de Fórmula 1. *FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2590/audiencias-el-458-de-la-audiencia-siguio-en-telecinco-el-gp-de-hungria-de-formula-1/>

FormulaTV. (9 de octubre, 2006f). El Gran Premio de Fórmula 1 de Japón reúne al 72,3% de la audiencia. *FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2954/audiencias-el-gran-premio-de-formula-1-de-japon-reune-al-723-de-la-audiencia/>

FormulaTV. (11 de septiembre, 2006g). Telecinco barre con su nueva noche dominical y la Fórmula 1. *FormulaTV.*

<https://www.formulatv.com/noticias/2805/audiencias-telecinco-barre-con-su-nueva-noche-dominical-y-la-formula-1/>

Galán, M. (23 de mayo, 2023). GP de Mónaco 2004 de F1: Alonso enfurece y el único día de gloria de Trulli. *Motorsport- ES.*

<https://es.motorsport.com/f1/news/gp-monaco-2004-alonso-enfurece-victoria-trulli/10472602/>

Gómez, J. A. (28 de julio, 2013). Fórmula 1: GP Hungría 2006, el único podio de De la Rosa. *Auto Bild España*.

<https://www.autobild.es/historia/formula-1-gp-hungria-2006-el-unico-podio-de-de-la-rosa-1368>

Gómez, S. (8 de marzo, 2005). La audiencia por Alonso crece un 55,6% en la primera carrera. *As*.

[https://as.com/motor/2005/03/08/mas\\_motor/1110300622\\_850215.html](https://as.com/motor/2005/03/08/mas_motor/1110300622_850215.html)

Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación (4ª ed.). México: McGraw Hill

Informe Anual de Telecinco 2004:

[https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive\\_17bf.pdf](https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_17bf.pdf)

Informe Anual de Telecinco 2005:

[https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive\\_6cad.pdf](https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_6cad.pdf)

Informe Anual de Telecinco 2006:

[https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive\\_b049.pdf](https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_b049.pdf)

Mancebo, A. (14 de mayo, 2018a). Movistar consigue una audiencia histórica con el GP España 2018. *Auto Bild España*.

<https://www.autobild.es/noticias/movistar-consigue-audiencia-historica-gp-espana-2018-249274>

Mancebo, A. (25 de noviembre, 2018b). ¿Cómo era la Fórmula 1 en España antes de que llegara Alonso? *Auto Bild España*.

<https://www.autobild.es/noticias/como-era-formula-1-espana-antes-exitos-alonso-335265>

Mancebo, A. (6 de diciembre, 2020). GP Sakhir F1 2020: Pérez gana una carrera loca, Russell brilla. *Auto Bild España*.

<https://www.autobild.es/noticias/gp-sakhir-f1-2020-perez-gana-carrera-loca-769265>

Marketing Directo. (s. f.). Share. *Marketing Directo*.

<https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/share>

Martínez, J. (31 de marzo, 2021). El regreso de la Fórmula 1 revoluciona las audiencias a escala mundial. *El Español*.

[https://www.elespanol.com/deportes/motor/f1/20210331/regreso-formula-revoluciona-audiencias-escala-mundial/570193491\\_0.html](https://www.elespanol.com/deportes/motor/f1/20210331/regreso-formula-revoluciona-audiencias-escala-mundial/570193491_0.html)

Millán, M. J. R. (1 de noviembre, 2018). La finalidad de la metodología cuantitativa.

*Fundación iS+D; Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada*.

<https://isdfundacion.org/2018/11/01/finalidad-metodologia-cuantitativa/>

Millán, M. J. R. (26 de septiembre, 2018a). La finalidad de la metodología cualitativa.

*Fundación iS+D; Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada*.

<https://isdfundacion.org/2018/09/26/la-finalidad-de-la-metodologia-cualitativa/>

Murillo, A. R. (1 de febrero, 2018). ANÁLISIS: La asistencia al GP de España desde su llegada a Montmeló en 1991. *TheBestF1*.

<https://www.thebestf1.es/analisis-la-asistencia-al-gp-de-espana-desde-su-llegada-a-montmelo-en-1991/>

Palco23. (13 de diciembre, 2019). El Circuito de Barcelona-Catalunya alcanzó los 576.891 espectadores en 2019, un 3% más que el año anterior. *Palco23*.

<https://www.palco23.com/competiciones/el-circuito-de-barcelona-catalunya-alcanzo-los-576891-espectadores-en-2019-un-3-mas-que-ano-anterior>

Piola, G. (29 de enero, 2021). ¿Qué cambia en los coches de F1 en 2021? *Motorsport.com - ES*.

<https://es.motorsport.com/f1/news/cambios-coches-formula1-2021/4907488/>

Pitlanemotor. (15 de diciembre, 2015). LA F1 EN LOS MEDIOS | Una Era de Fórmula 1.

*Pitlanemotor*.

<https://pitlanemotor.com/2015/12/15/la-f1-en-los-medios-una-era-de-formula-1/>

Plaza, D. (20 de enero, 2021a). Movistar+ y DAZN alcanzan un acuerdo para la emisión de la F1 en España. *Motor.es*.

<https://www.motor.es/formula-1/movistar-dazn-acuerdo-emision-f1-espana-202174628.html>

Plaza, D. (4 de mayo, 2021b). El GP de España tendrá público: 1000 abonados del Circuit elegidos al azar. *Motor.es*.

<https://www.motor.es/formula-1/gp-espana-f1-publico-1000-abonados-202177713.html>

Redacción. (26 de junio, 2005)-EL GRAN PREMIO DE FÓRMULA 1, CON UNA AUDIENCIA MEDIA DE 2.417.000 TELESPECTADORES. *Marketing Directo*.

<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/medios/el-gran-premio-de-formula-1-con-una-audiencia-media-de-2-417-000-telespectadores>

Rodríguez, R. (27 de marzo, 2020). Sin Fernando Alonso y «separada» de MotoGP, la Fórmula 1 tuvo en 2019 su mínimo histórico de audiencia en España. *Motorpasion*.

<https://www.motorpasion.com/cine-tv-juegos/fernando-alonso-separada-motogp-formula-1-tuvo-2019-su-minimo-historico-audiencia-espana>

Rodríguez, R. (23 de febrero, 2022). Los ricos también lloran: cinco veces que un cambio de normas se llevó por delante a un gigante de la Fórmula 1. *Motorpasion*.

<https://www.motorpasion.com/formula1/ricos-tambien-lloran-cinco-veces-que-cambio-normas-se-llevo-delante-a-gigante-formula-1>

Roldán, Á. (1 de agosto, 2023). ¿Qué es el target comercial y por qué Telecinco lo exhibe tanto últimamente? *The Objective*.

<https://theobjective.com/medios/television/2023-08-01/target-comercial-telecinco/>

Ruiz, J. L. (2 de junio, 2020). Oficial: la Fórmula 1 adelanta el calendario de las ocho primeras carreras. *Marca*.

<https://www.marca.com/motor/formula1/2020/06/02/5ed5f3d322601d684e8b463a.html>

Sanz, M. (6 de septiembre, 2020). Carlos Sainz: «Ooooh, solo una vuelta más, una más».

*Marca*.

<https://www.marca.com/motor/formula1/gp-italia/2020/09/06/5f54ff45ca474138368b45e9.html>

Roger Monzó, V. (16 de abril, 2015). LA EVOLUCIÓN DE LAS RETRANSMISIONES DEPORTIVAS EN TELEVISIÓN A TRAVÉS DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS: EL FÚTBOL COMO PARADIGMA EN ESPAÑA. Fonseca, *Journal of Communication* (10), 118-145. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/12913/13286>

Zapico, J. M. (1 de junio, 2022). La Fórmula 1 dispara sus audiencias y marca récords en la televisión de pago. *The Objective*.

<https://theobjective.com/deportes/2022-06-01/formula-1-audiencia-television/>

**9. Anexos** (entrevista a Liborio García, director y editor del canal Dazn F1)

**-¿La audiencia de la F1 en España se ve influenciada por el rendimiento de Fernando Alonso en las carreras?**

Absolutamente. La F1 en España “nace” en el año 2003, cuando Fernando comienza a cosechar sus primeros éxitos. Antes de eso, la F1 era un deporte minoritario en España y tanto su difusión en TV como el interés por parte del público eran muy escasos. El Boom, la "Alonsomanía”, se disparó en esos años de éxitos hasta límites inimaginables. Años más tarde, con sus etapas deportivas más flojas, las audiencias cayeron. Hoy, de nuevo cosechando éxitos, aunque diferentes, las audiencias vuelven a ser altas. Está claro.

**-Siempre que compite un piloto español en F1, ¿se registran mejores datos de audiencia?**

Sí, es lógico. Sucede en España y en cualquier país del mundo. También en cualquier deporte. El tener un representante de tu país, es algo esencial y que aumenta el interés y el seguimiento por parte del público. En cierta medida, podría extrapolarse al fútbol cuando juega la selección española. Alonso y Sainz son "la selección española" de la F1. El Tour en los 90 no habría tenido en España un seguimiento tal de no haber existido Induráin.

**-¿Por qué el Gran Premio de Mónaco es una de las carreras que más expectación generan a pesar de carecer en la mayoría de las ocasiones de emoción?**

Por el marco y la tradición. El marco es único e incomparable. Nada se asemeja a Mónaco. Es un circuito imposible por las calles de una ciudad/estado muy pequeño. No existe nada igual. El glamour de Mónaco también es único. Muy pocos lugares en el mundo hay con el nivel económico, el prestigio y el lujo que hay en Mónaco.

La tradición es también factor determinante, ya que son 69 las veces que la F1 ha disputado una carrera allí. Solo UK e Italia, las cunas del automovilismo y de la competición, superan esta cifra con 74 ediciones.

**-¿El último gran premio de cada temporada es siempre el que registra más audiencia?**

En absoluto. Depende siempre de si a esa última cita se llega con algo en juego, si hay interés o si está todo vendido. Este año fue de los grandes premios más flojos en cuanto a audiencias, pues todo estaba decidido. En 2021 se decidió el mundial en la última vuelta del último gran premio. Las audiencias reventaron

**-¿La asistencia al Circuit de Montmeló se ve influenciada por el rendimiento de Fernando Alonso y otros pilotos españoles?**

Absolutamente. Es quizá el factor más determinante para llenar el circuito. Vuelvo a los años 2003/08 en donde año tras año se pulverizaban los récords de asistencia. Con la "retirada" de Alonso hace unos años, el Gran Premio de España cayó en mínimos. En 2023, con la "Alonsomanía" de nuevo disparada y Carlos Sainz en Ferrari, se colgó el cartel de "no hay billetes."

**-¿La F1 en España pierde interés cuando no está Fernando Alonso? A pesar de que haya un piloto español que coseche buenos resultados como Carlos Sainz Jr**

Fernando Alonso es la referencia de la F1 en España y de él depende prácticamente todo lo que gira alrededor de la competición en nuestro país. Carlos Sainz tiene su legión de seguidores y es un gran piloto muy querido y respetado por la afición, pero su poder de convocatoria, su proyección como 'marca', su repercusión... No es comparable a la de Fernando. Si Alonso cosecha éxitos, el interés se dispara en global, la gente demanda F1. Si no es así, todo se resiente, incluso a pesar de que Sainz los logre.