

'La Voz Kids' y 'Hay una cosa que te quiero decir' reactivan la batalla del sábado noche

Ambas apuestas son un gran escaparate de entretenimiento de Antena 3 y Telecinco frente al cine y la política

PEDRO P. BOZAL.
Madrid

Antena 3 y Telecinco recuperan desde hoy algunas de sus principales apuestas de entretenimiento para el prime time. La primera estrena la undécima edición de 'La Voz Kids', de nuevo con Eva González al frente. La segunda devuelve a su parrilla 'Hay una cosa que te quiero decir', el formato de sorpresas y reencuentros conducido por Jorge Javier Vázquez.

La estrategia de Atresmedia y Mediaset consolida el sábado noche como territorio prioritario para el entretenimiento familiar. Frente a la oferta basada en cine de La 1 y Cuatro o las tertulias políticas de La Sexta y La 2, las dos grandes cadenas privadas mantienen su apuesta por grandes formatos blancos.

Además, el retraso progresivo del 'prime time' entre semana ha convertido la noche del sábado en una franja más conciliadora para estos programas, que arrancan a las 22:00 horas y tienen una duración más asumible para el público familiar que sigue la televisión 'en directo'. En los últimos tiempos Telecinco ha confiado ese día a formatos como 'Bailando con las estrellas' o 'Got Talent', mientras que Antena 3 ha hecho lo propio con espacios como 'Atrapa un millón' o 'Una fiesta de muerte'.

El director de Antena de Mediaset España, Unai Iparragirre, explica que «los últimos años hemos trabajado el sábado como una noche muy estratégica, con formatos reconocibles y capacidad de generar un consumo compartido». A su juicio, «la clave ha sido construir una oferta coherente, donde el espectador identifique ese día como un espacio de entretenimiento familiar».



El jurado del programa 'La Voz Kids' de Antena 3 tras una de las actuaciones. ATRESMEDIA

Además, considera que «programas como 'Hay una cosa que te quiero decir' o 'Got Talent' son fundamentales porque aportan cercanía, entretenimiento para toda la familia y una conexión emocional con el espectador». «Hemos priorizado contenidos que trascienden perfiles concretos y permiten reunir a diferentes generaciones, reforzando una cita estable con la audiencia en el 'prime time' del fin de semana», añade.

Por su parte, la directora de Entre-

tenimiento de Atresmedia, Carmen Ferreiro, sostiene que el sábado noche se ha consolidado como «una referencia para el entretenimiento familiar». «La clave ha sido apostar por formatos reconocibles, accesibles y con un fuerte componente lúdico, capaces de generar conversación y fidelidad», afirma. En esa línea, destaca que han combinado «grandes marcas internacionales, como 'La Voz Kids', con adaptaciones y producciones propias que dan

frescura y variedad. Además, cuidamos especialmente la programación y la coherencia de la oferta».

Dos clásicos modernos

'La Voz Kids' y 'Hay una cosa que te quiero decir' se han consolidado como dos clásicos recientes de la televisión en España, manteniendo una posición destacada pese a la fragmentación de audiencias y el desgaste natural de los formatos de largo recorrido.

El 'talent' musical infantil, adaptación de un formato neerlandés, se estrenó en España en 2014 y cerró su pasada edición como líder de la noche de los sábados con una media de 1.031.000 espectadores y un 13,2% de cuota de pantalla.

Ferreiro considera que «'La Voz Kids' es una pieza clave dentro de la estrategia de entretenimiento de Atresmedia». Según explica, «representa a la perfección nuestra apuesta por formatos familiares, capaces

CRÍTICA DE TELEVISIÓN MIKEL LABASTIDA

¿Para qué sirve La 2?



En los años 90 La 2 acertó con un eslogan que tomó prestado de Juan Ramón Jiménez: para una inmensa minoría. Recogía la vocación de distinguirse de otras ofertas (por aquel entonces TVE 1 era el más seguido

y las privadas comenzaban a asomar la cabeza). Trataban de llamar la atención del espectador más intelectual o con gustos específicos. «Si no encuentras lo que buscas no será que todavía no conoces La 2» o «elegir una progra-

mación inteligente es cosa de dos», decían las promociones.

La oferta para conquistar a estos usuarios se basaba en programas culturales o divulgativos, que no encontraban acomodo en otro lado porque no concitaban a grandes audiencias. Aquel espíritu se ha ido desvaneciendo en los últimos meses, la cadena ha empezado a acoger todo tipo de propuestas y se ha convertido en una especie de banco de pruebas para testar formatos. El ente público presumía hace unos días de que La 2 había logrado los

mejores datos de audiencia en abril desde 2009. Pero cabría preguntarse al mismo tiempo a costa de que se ha conseguido.

En el camino se han quedado espacios míticos y algunas franjas se han ocupado con opciones variopintas, que no parecen pensadas para una inmensa minoría. Así 'Malas lenguas' navega entre emisoras según convenga e incluso ha saltado a la noche de los sábados para hacer competencia al programa 'la Sexta Xplica'. Loles León ha estrenado su propio 'late-show' con el

objetivo de dar el salto como lo hicieron Marc Giró y Henar Álvarez.

Otros como 'Trivial Pursuit' o 'El juicio', que habían sido ideados para La 1 han terminado en su 'hermana pequeña' por criterios que desconocemos. La 2 se parece cada vez más a otros canales y menos a La 2. Qué tiempos aquellos en que las estrellas eran Lorenzo Milá, Fran Llorente o Mara Torres, empeñados en contar las noticias de un modo diferente. Tal vez eran menos competitivos, pero sí gozaban de personalidad propia.