



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis de cómo han influido los medios de comunicación en el seguimiento de la Liga ACB

Autor

Javier Campo Larred

Directora

María Antonia Rebolledo San Martín

Facultad de Filosofía y Letras/ Periodismo 2019

Autor: Javier Campo Larred

Directora: Marian Rebolledo San Martín

Título del Trabajo: Análisis de cómo han influido los medios de comunicación en el seguimiento de la Liga ACB

Titulación: Grado en Periodismo

RESUMEN

El periodismo deportivo es uno de los pilares periodísticos en la actualidad, especialmente en nuestro país, donde nos encontramos con una gran cantidad de diarios deportivos, espacios cada vez más importantes en la televisión y en la radio, y multitud de páginas web especializadas en la materia deportiva. Sin embargo, con un primer repaso a los principales medios de nuestro entorno, podemos afirmar que el fútbol es el deporte que acapara gran parte de la atención del público, y que el resto de deportes se tienen que conformar con los espacios sobrantes.

El objetivo del trabajo realizado es el de analizar la presencia del baloncesto en los diferentes medios de comunicación españoles y estudiar cómo esta presencia ha podido influir o no en la viabilidad y en la calidad de la Liga ACB.

Para ello, he decidido analizar las portadas de un diario generalista (El País) y de un diario deportivo (Marca), además de realizar un repaso a la trayectoria de la Liga ACB en la televisión de nuestro país.

PALABRAS CLAVE

Baloncesto, ACB, medios de comunicación, portadas, audiencias.

SUMMARY

Sport journalism is currently one of the mainstays of the media business, especially in Spain, where it is possible to find plenty of sport journals and different rising medias in TV, radio and a fair number of specialized webs in the sports field. Nevertheless, with a quick look at the main national medias we can assure that football is the sport which monopolizes the interest of the public which results in a reduced attention to the rest of sports.

The aim of this research is to analyze the presence of basketball in the different Spanish medias and investigate the influence of this presence in the viability and quality of the Spanish ACB League of basketball. For this purpose, a research of the covers from a generalist newspaper (El País) and from a sports journal (Marca) through the years has been done. In addition to this, a review of the ACB League trajectory in TV has been conducted.

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	2
3.- MARCO TEÓRICO	6
3.1.- ¿QUÉ ES EL PERIODISMO DEPORTIVO?	6
3.2.- ORÍGENES DE LA PRENSA DEPORTIVA EN ESPAÑA	6
3.3.- PUBLICACIONES EXCLUSIVAS DE BALONCESTO	8
3.4.- ¿POR QUÉ LAS PORTADAS?	9
3.5.- HISTORIA E IMPORTANCIA DEL DEPORTE EN LA TELEVISIÓN DE ESPAÑA	11
3.6.- IMPORTANCIA EDUCATIVA DEL DEPORTE EN LA TELEVISIÓN.....	13
4.- METODOLOGÍA	13
4.1.- LA MUESTRA	14
4.2.- LA INVESTIGACIÓN	15
5.- EVOLUCIÓN DE LA LIGA ACB EN LA PRENSA ESPAÑOLA	17
5.1.- DIARIO EL PAÍS.....	17
5.1.2.- NOTICIAS.....	17
5.1.3.- PORTADAS	18
5.1.4.- CONCLUSIONES	18
5.2.- DIARIO MARCA	19
5.2.1.- PORTADAS	19
5.2.2.- CONCLUSIONES	20
6.- EVOLUCIÓN DE LA LIGA ACB EN LA TELEVISIÓN	21
6.1.- INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA	21
6.2.- BALONCESTO, UN PRODUCTO TELEVISIVO	21
6.3.- CAUSAS DEL DESCENSO	23
6.4.- SITUACIÓN ACTUAL	25
6.5.- ASPECTOS POSITIVOS	26
6.5.1.- TODOS LOS PARTIDOS TELEVISADOS.....	26
6.5.2.- CRECIMIENTO EXTERIOR.....	26
7.- CONCLUSIONES	27
8.- BIBLIOGRAFÍA	29
9.- ANEXO I.....	32

1.- INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

España es un país en el que el periodismo deportivo tiene una gran importancia. Por ejemplo, el pasado 2018, el diario *Marca* fue el diario con mayor tirada en nuestro territorio con más de 1,7 millones de ejemplares diarios vendidos¹, aventajando en más de 700.00 ejemplares diarios a *El País*, segundo clasificado. Sin embargo, el dominio de la prensa deportiva no finaliza ahí. El diario *As*, completa el pódium de periódicos españoles más vendidos diariamente con 850.000 ejemplares y el *Mundo Deportivo* y el *Sport* se cuelan en las diez primeras posiciones con 407.000 y 384.000 ejemplares diarios. En cuanto a búsquedas en Internet, la web del *Marca* es la 5ª más visitada en España con más de 4,8 millones de visitas, siendo únicamente superada por la de *El País* en lo referido a los medios de comunicación; la de diario *As* es la 8ª con casi 2,5 millones de visitas. También aparecen en el ranking de páginas más visitadas en España las del *Mundo Deportivo* en 14º lugar con 1,4 millones de visitas y la del *Sport* en 15º puesto, con 1,2 millones de visitas.

Si analizamos estos datos de audiencia en la televisión, observamos que el triunfo del sector deportivo en las mediciones de share es todavía mayor. De las 50 retransmisiones más vistas el pasado 2018, tan solo tres², en los puestos 13º, 17º y 37º no eran deportivas. Además de estas grandes cifras, la programación deportiva está encontrando un gran acomodo entre los canales temáticos. De los canales temáticos gratuitos, Teledeporte se mete en la lista de los más vistos en la 9ª posición. Por su parte, de los 26 canales temáticos de pago más seguidos en nuestro país, 4 tienen al deporte como su temática.

A continuación, incluyo los siguientes gráficos que ilustran la situación de los canales temáticos deportivos entre el resto de cadenas temáticas:

¹ Datos extraídos del AIMC (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación)

² La 13ª emisión más vista del año pasado fueron las votaciones de Eurovisión, con 8'1 millones de espectadores, la 17ª fue la gala de Eurovisión con 7'1 millones y la 37ª fueron las Campanadas de TVE con 5'6 millones de espectadores de media, según el informe de Barlovento

Cadenas Temáticas No de Pago

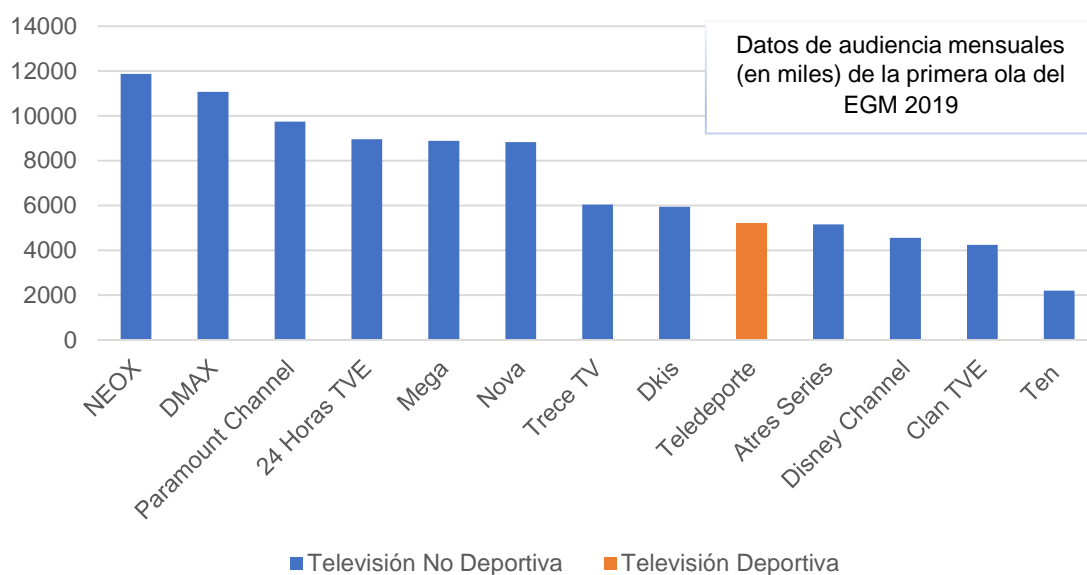


Gráfico 1: Fuente elaboración propia en base a datos de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación

Cadenas Temáticas de Pago

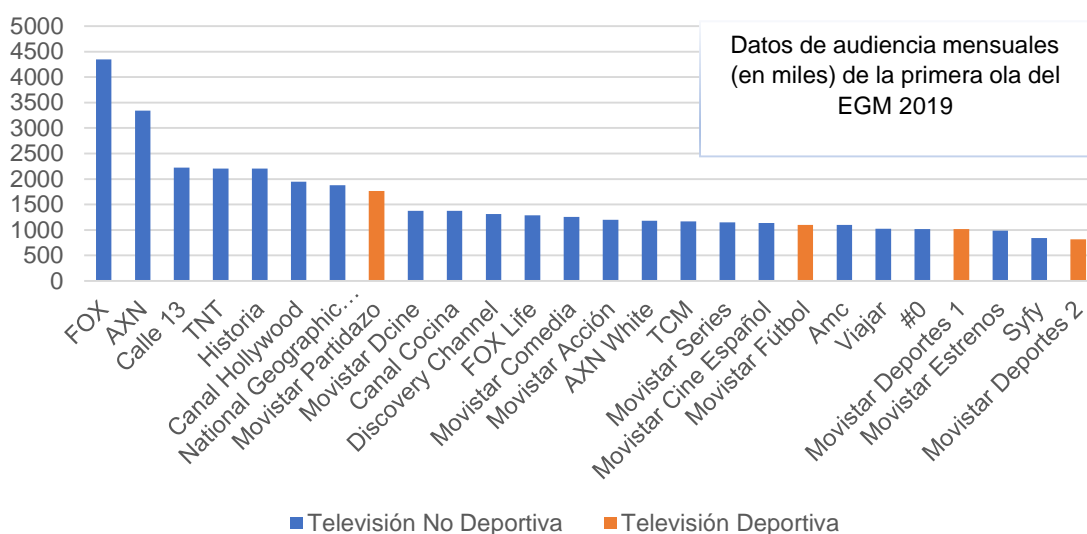


Gráfico 2: Fuente elaboración propia en base a datos de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación

Siguiendo estos datos, la lógica nos dice que debería haber varios deportes con un gran foco mediático y que los deportistas de nuestras ligas serían tratados como auténticas estrellas. Pero esto no es así, ya que es el fútbol, el deporte rey en nuestro país, el que monopoliza las portadas de nuestros periódicos, las

grandes tertulias de radio y televisión y las búsquedas que los españoles realizamos en Internet.

En este trabajo voy a realizar dos estudios: el primero va a consistir en un análisis de las portadas de un periódico generalista (El País), y de un periódico deportivo (Marca) para estudiar el seguimiento que hacen al baloncesto; y el segundo va a ser un informe sobre el recorrido de la Liga ACB de baloncesto en televisión. Con los datos obtenidos realizaré un análisis de cómo el modo en el que los medios de comunicación españoles han tratado a la Liga ACB, ha influido en el desarrollo y la calidad de la misma, que en estos momentos se encuentra en una época complicada:

1. Es una Liga muy desigual, en la que los equipos se encuentran estancados en “escalones”. El Real Madrid y el F.C. Barcelona están a un nivel inalcanzable para el resto³, que se rompe en muy contadas ocasiones, por los equipos del segundo “escalón”, como son el Baskonia, el Valencia Basket o el Unicaja de Málaga. Estos equipos a su vez tienen una capacidad económica mucho mayor que otros clubs cuyo objetivo es entrar entre los ocho primeros, lo que nos deja una liga muy desigual, en la que a principio de temporada podemos intuir las posiciones en las que quedarán todos los conjuntos sin encontrarnos apenas sorpresas.
2. Existen rumores de que a los equipos grandes no les interesaría seguir en la liga doméstica, y que estarían intentando formar una gran liga europea abandonando la Liga ACB⁴.
3. Época intermitente de éxitos en las competiciones europeas para los equipos españoles⁵.
4. La temporada 2017/18 es la primera vez en más de un lustro en que ha habido ascensos desde la LEB Oro a la ACB. En temporadas anteriores

³ En los últimos 10 años, Real Madrid y F.C. Barcelona se han repartido 18 de los últimos 20 títulos de Liga y Copa

⁴ Según El Mundo, Real Madrid, F.C. Barcelona y Baskonia desearían abandonar la ACB: <https://www.elmundo.es/deportes/baloncesto/2019/02/27/5c75ae63fc6c83572d8b4650.html>

⁵ Solo Real Madrid (4 veces) y Baskonia (1 vez) han logrado clasificarse entre los cuatro primeros en las últimas 5 ediciones de la Euroliga

resultó imposible ya que los equipos ascendidos no podían hacer frente al canon económico que les exigía la ACB⁶.

2.- OBJETIVOS A PERSEGUIR CON EL TRABAJO

Como futuro periodista, amante del deporte y de todo lo que sucede a su alrededor, y como portador de una de las más de 350.000 licencias federativas de baloncesto que se otorgaron en nuestro país en el año 2017⁷, siempre me he hecho una pregunta: *¿tiene el baloncesto el seguimiento por parte de los medios de comunicación que merece en nuestro país?*

Yo me enamoré del baloncesto, al igual que muchos otros chicos y chicas de mi generación, viendo en mi niñez partidos de la Liga ACB en la 2. Lo que veía en la cancha era el deporte que me gustaba, pero lo que más recuerdo es el ambiente que se respiraba en los diferentes pabellones. Mirando con perspectiva esos años me pregunto: *¿es posible que los que son hoy niños puedan seguir un partido de baloncesto por la televisión y así engancharse a este deporte?*

El deporte es uno de los ejes centrales de la actualidad española. Periódicos y telediarios abren con acontecimientos deportivos día sí y día también, pero es el fútbol, el deporte rey, el que acapara la práctica totalidad de la atención de los medios (Naranjo de Arcos, 2011). Es esta situación la que me hace preguntarme si *se está tratando con justicia al baloncesto y a la Liga ACB en los medios de comunicación*, o si, por el contrario, *se está siendo injusto con el baloncesto repercutiendo negativamente en la liga de nuestro país*.

Por tanto, los objetivos que trato de descubrir en este trabajo son:

1. *¿Tiene la Liga ACB una cobertura suficiente por parte de los medios de comunicación de nuestro país?*
2. *¿Es posible seguir con facilidad la ACB en la actualidad?*

⁶ La Asamblea General de la ACB aprobó unas nuevas condiciones económicas de acceso a la Liga más flexibles. Vía acb.com <http://www.acb.com/redaccion.php?id=133243>

⁷ Datos extraídos del Consejo Superior de Deportes, que situaban al baloncesto como segundo deporte en número de licencias en España, tan solo por detrás del fútbol

3. De tener una cobertura insuficiente de la Liga ACB los medios de comunicación, ¿repercute negativamente en el desarrollo de la competición?

3.- MARCO TEÓRICO

3.1.- ¿QUÉ ES EL PERIODISMO DEPORTIVO?

Para el concepto deporte, no parece haber una definición clara en la que todos los autores tengan consenso, por lo que nos encontramos en la paradoja de que todo el mundo sabe qué es el deporte, pero nadie puede definirlo con exactitud (Barreau y Morne, 1992; González Ramallal, 2004). Sin embargo, para los autores (Cagigal 1975; Mendell, 1986; García Ferrando, 1990; e incluso la RAE) parece haber consenso, e introducen el elemento competitivo como factor diferencial entre deporte y juego, por lo que ya no se va a practicar una actividad deportiva por una experiencia lúdica, sino que va a aparecer una motivación todavía mayor: la victoria. Lo que también parece quedar claro es que "el deporte constituye una fuente inagotable de noticias de gran reclamo popular, de alguna manera alternativa a las informaciones de actualidad" (Moragas, 2007, p.7).

Por tanto, nos encontramos con que el periodismo deportivo es aquel "cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuanto sucede en el mundo del deporte" (Alcoba, 1999). En este sentido también encontramos la siguiente definición: "La prensa deportiva es aquella cuyos contenidos informativos están relacionados con el deporte en cualquiera de sus modalidades" (Berrocal y Rodríguez-Maribona 1998).

3.2.- ORÍGENES DE LA PRENSA DEPORTIVA EN ESPAÑA

Es en la segunda mitad del siglo XIX cuando empiezan a llegar a España las primeras informaciones referidas al deporte en nuestra prensa, imitando el modelo periodístico anglosajón y el francés. Se trata de unos inicios complicados para el periodismo deportivo en España. En estos años nacen y desaparecen distintos periódicos deportivos y, al igual que en el resto de Europa, "solían

dedicarse a un deporte en concreto o a deportes de una misma familia” (Sainz de Baranda, 2013, p.9).

La sociedad española se estaba empezando a modernizar y empieza a necesitar a unos medios de comunicación de masas modernos y preocupados más por la información, y menos por la ideología, sabiendo que su importancia o no, dependía exclusivamente de sus ventas (Díaz, 2005). Es en gran parte gracias a este detalle por el que las publicaciones deportivas empiezan a ir ganando en importancia.

Es en 1856 cuando, en Barcelona, se funda *El Cazador*, que se convierte en la primera publicación deportiva del país, dedicada exclusivamente a defender los derechos de los cazadores. Más adelante comienzan a salir revistas sobre el mundo de la cinegética en diferentes ciudades del país como “*La caza. Revista de los cazadores*” y “*La Ilustración Venatoria*” en Madrid o “*El Colombar*” en Valencia, todas ellas anteriores a 1885. Se puede decir que el mundo de la caza, y especialmente la revista “*El Cazador*” es la matriz de la que surge la prensa deportiva española (Paniagua, 2009).

El ciclismo es la siguiente modalidad deportiva de la que se producen publicaciones exclusivas con regularidad. En 1869 nace en Huesca la revista “*El Pedal*”, a la que antes de finalizar el siglo se la habrá sumado otras publicaciones similares en Barcelona, Sevilla, Madrid o Palma de Mallorca.

En 1885 nace en Barcelona “*El Sport Español*” la primera revista española de deportes en general, sin seguir tan solo una modalidad deportiva. Con “*La Crónica del Sport*” se da un salto en cuanto a evolución de nuestra prensa deportiva. Se comienzan a introducir “noticias nacionales e internacionales que hacen referencia a varios deportes como la hípica y equitación, esgrima, caza, gimnasia, atletismo, boxeo, tenis, polo, tiro de pichón, ciclismo, fútbol, natación, pelotarismo, patinaje, pesca, regatas, tiro...” (Sainz de Baranda, 2013, p.11), mostrando ya un trabajo más efectivo y tratando de aglutinar todas las necesidades de información de la sociedad en una sola publicación.

En las dos primeras décadas del siglo XX, se produce una primera profesionalización de los deportistas, especialmente en el mundo del fútbol, que

va a producir el despegue del deporte y, de su mano, de las publicaciones deportivas. Se produce una separación entre deportistas y espectadores, que son los que van a adquirir la prensa deportiva (Uría 2008).

Es en estas dos décadas cuando la prensa española deportiva se consolida y vive su edad de oro, copiando las características de la prensa popular y convirtiéndolas en sus pilares (Zugasti, 2017):

- Era barata para que se la pudiese permitir la clase obrera
- Usaba un lenguaje muy sencillo
- Tenía un alto grado de sensacionalismo para llamar la atención del lector
- Trataba de crear una relación entre lector y periódico para que se identificase con él
- Provocaban la noticia, organizando eventos para que el periódico pudiese hablar de ellos

Gracias a esta expansión del deporte y a esta consolidación periodística, en diferentes puntos de la geografía española se cumplen las condiciones para que nazca el primer diario deportivo de nuestro país. Este hecho ocurre en Bilbao en 1924 y el “*Excelsior: deportes, información y cultura*” se convierte en el decano de los diarios deportivos españoles. En 1937 y tras un cambio de nombre y de dirección echa el cierre, pero para entonces ya existen otros diarios en España como el “*Mundo Deportivo*”, que se convierte en diario en 1929.

3.3.- PUBLICACIONES EXCLUSIVAS DE BALONCESTO

El inicio de la Liga Nacional de Baloncesto, trae consigo el nacimiento de la primera revista de baloncesto de nuestro país en 1957. Su nombre fue “*Baloncesto*” y fue dirigida por Raimundo Saporta, que fue directivo del Real Madrid, de la Federación Española de Baloncesto y de la Federación Internacional de Baloncesto; y por Pedro Ferrándiz, uno de los entrenadores más laureados de nuestro baloncesto.

Más tarde, se fueron sumando otras con sede en diferentes puntos de la geografía española, como fue el caso de "*Rebote*", nacida en Barcelona en 1960; "*Minibasket*" en 1965; o "*5 Todo Baloncesto*", revista zaragozana fundada en 1979.

En los años 80 nacen dos revistas emblemáticas para los seguidores del baloncesto español. En 1980 nace "*Nuevo Basket*", que sobrevive más de una década. Pero especialmente relevante es la revista "*Gigantes*" que nace en 1985 convirtiéndose de inmediato en el auténtico referente del sector todavía vigente.

Todavía en los 80 aparecen otras publicaciones como "*Basket 16*", "*Estrellas del Basket*", "*Superbasket*" o "*Zona de Basket*". Más adelante, en la década de los 90, nace "*Fiba Basquet*" y "*N.B.A.*", que todavía nos trae información de primera mano sobre la mejor liga del mundo.

Las décadas de los 80 y de los 90 es la época más fructífera para estas publicaciones, cuando conviven varias de ellas informando sobre este deporte. Sin embargo, en la actualidad solo permanecen dos de estas revistas: La revista Gigantes, que trae información generalizada sobre el baloncesto, aunque con especial hincapié en el baloncesto nacional; y la revista N.B.A., que trae información sobre la liga de baloncesto norteamericano.

3.4.- ¿POR QUÉ LAS PORTADAS?

Las portadas son el lugar más importante de cualquier periódico. Las noticias son jerarquizadas y tan solo las más importantes tienen el privilegio de aparecer en la primera página de cualquier periódico. De este modo, analizando las portadas de cualquier periódico podemos descubrir su línea editorial y sus prioridades que tenga con la sociedad.

Es esta importancia de la portada la que le lleva a poseer "una gran influencia social, puesto que logra concentrar, en un alto grado, la atención del público sobre un número reducido de temas" (Casero, Andreu y López Pablo, 2012). Siguiendo esta visión, las portadas de cada periódico nos están enfocando hacia

lo que tenemos que pensar, hacia los temas que de verdad tienen importancia en nuestro día a día.

Esta idea es la que defiende McCombs en su teoría del Agenda-Setting, según la cual "el medio no decide por el público qué es lo que este tiene que pensar sobre un hecho, aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública" (Rodríguez, 2004). Así, un periódico con su portada nos está dando la visión del mundo que quiere que veamos, invitándonos a hablar de un determinado tema con nuestros círculos sociales, y descartando otros temas que bien podrían ser interesantes del mismo modo en el que lo son los que sí que aparecen. McCombs (2004), sostiene:

Las noticias diarias nos avisan de los últimos acontecimientos y de los cambios en ese entorno que queda más allá de nuestra experiencia inmediata. Pero las informaciones de la prensa (...) hacen bastante más en realidad, que limitarse a señalar la existencia de hechos y asuntos importantes. Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos. (p.24)

Atendiendo a la Teoría del Agenda-Setting, he decidido investigar las portadas del diario generalista y del diario deportivo más vendidos del país. Analizando las portadas de "El País" y observando diferentes estudios sobre sus portadas, podíamos ver que el deporte tenía una importancia relativa en cuanto a la creación del Agenda-Setting por parte de este periódico, ya que tan solo el 3% de las portadas entre 1980 y 2010 tenían una información deportiva como temática principal (Casero y López, 2012). Sin embargo, si realizamos un estudio de la portada en general y no solo de su información principal vemos que en más de la mitad de las primeras páginas se recoge algún tipo de información deportiva. Por tanto, queda claro que, incluso para los medios generalistas, las informaciones deportivas son relevantes para la agenda de la sociedad.

Por otro lado, analizando las portadas del diario "Marca", podemos observar qué deportes son los que marcan la agenda de la actualidad deportiva de nuestro país.

3.5.- HISTORIA E IMPORTANCIA DEL DEPORTE EN LA TELEVISIÓN DE ESPAÑA

Las emisiones regulares televisivas llegaban a España en octubre de 1956, dos décadas más tarde que en la vanguardia europea, donde llegó en 1935 a Alemania y en 1936 al Reino Unido. Aquella primera emisión, solo se pudo seguir en 600 televisores, todos ellos en Madrid, ya que la señal no alcanzaba más de 70 kilómetros. Desde esa primera emisión, los eventos deportivos tuvieron una gran importancia en las retransmisiones españolas, ayudando a crecer y a modernizarse a nuestra televisión.

Esta todavía primigenia televisión, estaba muy influenciada por la radio, y debido a esta herencia, el deporte estuvo presente desde las primeras emisiones experimentales llevadas a cabo por TVE. En 1948 ya se pudieron ver en los televisores exhibiciones de boxeo, combates de lucha libre y partidos de baloncesto convocados por el círculo de Bellas Artes de Madrid. Aun así, estas emisiones experimentales deportivas también llegaron tarde en comparación a la retransmisión de los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936, que se pudieron seguir en las pantallas de Estados Unidos y el Reino Unido.

Estos eventos deportivos eran filmados para ser posteriormente emitidos en diferido, como fue el caso del partido de la Liga Española de fútbol que enfrentó al Real Madrid y al Racing de Santander en octubre de 1954. En fútbol, la televisión española sí que logró ponerse a la par de las principales potencias europeas y emitir los primeros partidos a la par que ellas. Como se puede observar, estas primeras emisiones deportivas estaban encuadradas dentro de una fase experimental, que ayudo a desarrollarse a la televisión en España de cara al comienzo de las emisiones regulares de 1956, por lo tanto, podemos asegurar que, incluso antes del comienzo de su emisión, el deporte ha ayudado a potenciar y a desarrollar la televisión en España.

Esta ayuda al desarrollo no se termina con el comienzo de las emisiones regulares, sino que se ve todavía más incrementada. En sus inicios, nuestra televisión se emitía íntegramente desde el estudio, lo que hacía que la programación resultase monótona. Esta monotonía empezó a desaparecer cuando, en 1958 se emitió el primer evento deportivo en directo, en un partido

de fútbol que definiría el campeón de Liga. La retransmisión fue un éxito, y propició que TVE apostase definitivamente por este tipo de eventos, que fueron ganando importancia dentro de la cadena llegando a convertirse en los auténticos pilares de la programación.

Una vez estabilizada y consolidada la emisión televisiva en Madrid, TVE se propuso lanzarla a otras ciudades del país, y aquí el deporte volvió a tener un lugar esencial. Por ejemplo, el 12 de octubre de 1958 se comenzó la emisión en la estación de Zaragoza en plena festividad de la Virgen del Pilar. El primer acontecimiento que vieron los zaragozanos en sus televisores fue la misa desde la Basílica del Pilar, seguida de una corrida de toros y de un partido de fútbol entre las selecciones de España y Francia. Como se puede comprobar, el deporte “fue utilizado como instrumento de promoción del nuevo medio”. (Bonaut, 2008)

Un modus operandi muy similar se llevó a cabo en el resto de grandes ciudades españolas. Por ejemplo, en Barcelona se iniciaron las emisiones con la retransmisión de un encuentro de fútbol en directo entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona. Los barceloneses se echaron a la calle para conseguir un televisor desatándose una histeria colectiva para lograr un aparato donde ver el partido, llegando a producirse asaltos o a pagar grandes cantidades de dinero a los compradores. La retransmisión, a pesar de contar con algún fallo en la primera parte, fue un éxito dejando atónitos a los espectadores.

Pero la influencia y la importancia del deporte en España solo había comenzado. Unos meses más tarde el Ministerio de Información y Turismo aprueba un Decreto por las que TVE consigue el derecho exclusivo de retransmisión. De este modo nuevos deportes y nuevas competiciones llegan a TVE influyendo en ella de una manera todavía mayor. Con el paso de los meses y de los eventos, cada vez quedaba más claro que la relación entre deporte y televisión era necesaria y muy beneficiosa para ambas partes.

3.6.- IMPORTANCIA EDUCATIVA DEL DEPORTE EN LA TELEVISIÓN

Una de las principales tareas que la televisión debería tener con la sociedad es la de servir como modelo educativo, ayudando a transmitir entre la gente una serie de valores como el esfuerzo, el compañerismo o la solidaridad.

El deporte engloba y ensalza todos estos valores que tienen un gran valor educativo. El saber ganar y el aceptar la derrota cuando el rival ha sido más fuerte que uno mismo; el respeto de unas normas y a la persona que trata de impartir justicia; el desarrollo de la práctica deportiva de una forma limpia, lejos de buscar hacer daño al rival para beneficio propio son valores que van intrínsecos con el deporte, y que con su divulgación se ayuda a desarrollar la sociedad.

Además, gracias a la retransmisión deportiva se transmite los efectos positivos de colaborar en “una empresa común” como es el equipo, y “de la aceptación democrática de los valores de otros”, de los adversarios en este caso. Como vemos, cualquier partido o evento deportivo se convierte en “un hecho educativo” y que, por ello, merece tener un hueco en la parrilla televisiva (Cagigal, 1972).

4.- METODOLOGÍA

En este apartado voy a aprovechar para explicar la metodología que he llevado a cabo en la realización de mi trabajo y también una explicación de la razón que me ha llevado a escoger las fuentes que aparecen en mi investigación.

La metodología de investigación que he utilizado en mi TFG es cualitativa debido a que se basa en el método inductivo, puesto que a partir de las diferentes premisas particulares que he ido descubriendo mediante la realización de mi trabajo, he tratado de extraer las conclusiones generales. Estas conclusiones indican que la cobertura de los medios de comunicación ha influido de una manera negativa en la Liga ACB de baloncesto.

He dividido mi investigación en dos bloques, uno que se referirá a la manera en

que ha aparecido el baloncesto en la prensa española y otro en el que se explique cómo se ha emitido la ACB en la televisión de nuestro país a lo largo de los años.

Para el bloque de la prensa, he analizado las portadas de un periódico generalista (*El País*) y de otro deportivo (*Marca*). Para el diario *El País* he hecho el recuento de todas las veces que el baloncesto ha ocupado una portada (titular, noticia y fotografía), ha tenido una noticia en la portada (titular más unas líneas informativas) y un titular. Sin embargo, para el diario *Marca* he decidido incluir únicamente las veces que la portada estaba dedicada al baloncesto, dejando de lado noticias de segundo o tercer grado de importancia. El motivo de este hecho es que para la principal Liga de Baloncesto de nuestro país no es, o al menos, no debería ser algo extraordinario aparecer nombrada en la portada.

Para el bloque de la televisión, he realizado un estudio sobre el medio en el que se ha emitido la Liga y las audiencias, analizando las posibles causas del descenso en el número de espectadores y apoyando mis argumentos en una entrevista realizada a Ricardo Vaca, autor de la tesis doctoral: “La audiencia de televisión en un contexto de fragmentación y cambio de modelo en la industria audiovisual: el caso del baloncesto en España”.

Es mediante la obtención de los datos de ambos bloques, y mediante un estudio de la situación actual de la ACB, cuando me he encontrado en disposición de obtener las conclusiones que me permiten afirmar que la cobertura insuficiente por parte de los medios de comunicación españoles ha influido negativamente en el desarrollo de la Liga ACB.

4.1.- LA MUESTRA

Para la elaboración del trabajo, he considerado fundamental dividir mi estudio en dos partes: una primera parte en la que voy a analizar las apariciones del baloncesto en la prensa escrita, y una segunda parte en la que realizó un estudio sobre el recorrido de la Liga ACB en la parrilla televisiva española.

Para la primera parte del trabajo me he fijado en los dos periódicos más vendidos e influyentes de nuestra nación: el diario generalista *El País*, que me va a dar

una visión de la importancia que el baloncesto tiene en la sociedad; y el diario deportivo *Marca*, que me dirá la influencia que tiene el baloncesto en el deporte español.

Del diario *El País* he podido realizar un estudio exhaustivo de sus portadas desde su primera fecha, el 4 de mayo de 1976, hasta sus portadas de marzo de 2019. He recopilado los datos de todas las informaciones deportivas que han salido en sus portadas y lo he dividido en tres bloques: portadas, que son noticias con imagen y texto que ocupan gran parte de la primera página; noticias, con titular y un pequeño texto; y titulares.

Por su parte, del diario *Marca* he recopilado las portadas desde el 2001, primera fecha que aparece en la hemeroteca de *Marca*, hasta marzo de 2019. De este periódico, al ser deportivo y contar con varias noticias en portada cada día referentes a diferentes deportes, solo he tomado nota de las noticias centrales que aparecen en portada.

Con estos dos estudios, he podido observar el desarrollo y el recorrido que ha tenido el baloncesto en nuestra prensa y en qué momentos nuestra sociedad ha demandado más información sobre este deporte.

Respecto al recorrido de la Liga ACB en la televisión de nuestro país, he apoyado mi trabajo en artículos de varias páginas especializadas y, especialmente, en una entrevista realizada por mí a Ricardo Vaca, autor de la tesis doctoral "*La audiencia de televisión en un contexto de fragmentación y cambio de modelo en la industria audiovisual: el caso del baloncesto en España*".

4.2.- LA INVESTIGACIÓN

Para la investigación de mi trabajo en prensa he analizado en total más de 20.000 portadas de los diarios de *El País* y *Marca*.

He estudiado la totalidad de las portadas de *El País* desde su fundación en 1976, en total más de 15.000 primeras páginas encontradas en el archivo de portadas que tienen en su página web.

Esta ha sido la parte más dura y la más duradera de la elaboración del trabajo. Ha sido dura debido a que ha sido un trabajo minucioso, analizando

exhaustivamente cada portada en busca de cualquier tipo de contenido referente al deporte, leyendo cada noticia por pequeña que fuese para saber si debía entrar en mi trabajo o no, cuidando cada detalle para que no se me escapase ningún aspecto importante durante las portadas de los más de 40 años que lleva en funcionamiento este diario. Ha sido duradera porque una tarde entera me servía para realizar el estudio de 2 años, rara vez llegando a los 3 años en la tirada. He intentado aprovechar cualquier momento libre para avanzar, aunque solo fuese unos meses en el análisis para finalizar una tarea indispensable para mi trabajo. Además, hasta mediados del año 2001, el color no llegó a las portadas de El País, lo que dificultaba y hacía algo más lenta la extracción de los resultados.

Del diario Marca he analizado más de 6.500 portadas, las que van entre enero de 2001 y marzo de 2019.

Ha sido un análisis más sencillo, ya que solo me fijaba en la noticia de portada principal, olvidando el resto de noticias aparecidas en primera plana. Sin embargo, la dificultad de este estudio radicaba en que no hay una hemeroteca completa donde visitar las primeras páginas de este periódico, sino que he tenido que buscar en diferentes sitios para descubrirlas.

En cuanto a la investigación del seguimiento de la Liga ACB en televisión, he consultado varias páginas especializadas en la materia, y además he realizado una entrevista a Ricardo Vaca, autor de la tesis doctoral *“La audiencia de televisión en un contexto de fragmentación y cambio de modelo en la industria audiovisual: el caso del baloncesto en España”*, y gran entendedor de la relación entre medios y baloncesto.

5.- EVOLUCIÓN DE LA LIGA ACB EN LA PRENSA ESPAÑOLA

5.1.- DIARIO EL PAÍS

5.1.1.- TITULARES

	81-85	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	11-16	16-19	TOTAL
Fútbol	171	317	341	475	436	531	633	252	3246
Tenis	35	65	122	54	44	54	83	42	502
Ciclismo	32	70	110	79	52	52	52	21	469
Baloncesto	45	75	104	39	32	49	75	25	445
Automovilismo	18	39	60	30	57	80	71	22	378
Motociclismo	20	36	25	30	42	30	71	24	279
Atletismo	33	32	32	37	31	27	32	18	244
Golf	24	30	29	24	9	5	9	9	141
JJOO	14	22	15	12	10	16	15	5	120
Natación	6	4	12	6	17	18	25	10	98
Balonmano	16	15	7	9	2	2	16	2	69
Ajedrez	4	11	6	11	-	3	2	2	40
Gimnasia	7	6	4	5	1	2	4	7	38
Otros	20	47	29	26	21	22	31	15	222
	445	769	896	837	754	891	1119	454	6291

Tabla 1: fuente de elaboración propia con datos extraídos al analizar las portadas de El País obtenidas de su hemeroteca digital

Los cuadros de texto sirven de aclaración para las tablas 1-4

Lustro al que pertenecen los datos

Apariciones totales de un deporte en un lustro

Número de apariciones de cada deporte en un lustro

5.1.2.- NOTICIAS

	76-80	81-85	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	11-15	16-19	TOTAL
Fútbol	90	121	81	37	101	30	37	66	78	641
JJOO	11	12	14	6	5	4	3	9	8	72
Ciclismo	1	3	18	11	5	4	14	10	3	69
Baloncesto	1	16	9	5	2	-	3	5	13	54
Atletismo	2	9	2	4	1	3	7	7	10	45
Automovilismo	1	3	2	-	-	4	14	2	3	29
Tenis	3	2	5	1	4	2	5	3	3	28
Motociclismo	1	2	4	-	2	1	1	2	3	16
Natación	-	1	2	1	2	1	1	-	3	11
Ajedrez	1	1	2	-	1	-	-	-	2	7
Golf	2	-	-	-	-	-	1	-	3	6
Balonmano	-	1	-	-	-	1	-	-	2	4
Gimnasia	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Otros	11	8	7	0	3	3	8	2	8	50
	126	179	146	65	126	53	94	106	139	1034

Tabla 2: fuente de elaboración propia con datos extraídos al analizar las portadas de El País obtenidas de su hemeroteca digital

5.1.3.- PORTADAS

	76-80	81-85	86-90	91-95	96-00	01-05	06-10	11-15	16-19	TOTAL
Fútbol	13	73	82	46	107	69	84	85	32	591
Ciclismo	-	10	15	35	25	17	18	5	1	126
Atletismo	1	9	11	16	18	13	11	8	5	92
Tenis	-	4	8	8	13	8	21	14	3	79
Baloncesto	-	8	5	5	2	6	14	7	3	50
JJOO	6	3	2	5	6	10	8	6	2	48
Automovilismo	1	2	3	2	3	5	22	6	2	46
Motociclismo	-	3	6	-	4	2	8	3	4	30
Natación	1	1	2	1	1	4	5	7	4	26
Golf	-	4	2	1	7	-	-	1	-	15
Ajedrez	-	-	3	-	-	-	1	-	-	4
Gimnasia	-	-	-	-	3	1	-	-	-	4
Balonmano	1	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Otros	1	0	3	5	8	9	1	4	2	33
	24	117	142	124	198	144	193	146	58	1146

Tabla 3: fuente de elaboración propia con datos extraídos al analizar las portadas de *El País* obtenidas de su hemeroteca digital

5.1.4.- CONCLUSIONES

Tras realizar el estudio de las portadas desde la fundación del periódico *El País* en 1976 hasta las más recientes, incluidas las de marzo de este mismo año, podemos observar varios datos esclarecedores:

1.-) El fútbol ha copado gran parte de las noticias aparecidas en portada durante su historia. Nunca ha abandonado el primer lugar en cuanto a apariciones (el 53% de las más de 7300 apariciones deportivas se han dedicado al fútbol), y en cuanto a portadas (el 51'5% de las más de 1100 portadas deportivas han tenido al fútbol como protagonista).

2.-) El ciclismo (538), el tenis (530) y el baloncesto (499), conforman el trío de perseguidores, aunque a gran distancia del deporte rey en cuanto al número de apariciones. Su importancia y su puesto en el *ranking* varía según el lustro en el que nos encontremos.

3.-) En cuanto a las portadas se refiere, el baloncesto se encuentra en 5º lugar (50), tras el fútbol (591), el ciclismo (126), el atletismo (92) y el tenis (79). Su importancia en este apartado ha ido variando por lustros,

quedándose sin recibir una portada exclusiva en los 5 primeros años de existencia del diario y alcanzando las 14 entre los años 2006 y 2010.

4-.) El baloncesto es, aunque a mucha distancia del fútbol, el deporte de equipo con mayor difusión, dejando muy atrás al balonmano (73 apariciones y 4 portadas), y a otros deportes colectivos como el fútbol sala, el voleibol o el waterpolo que apenas han tenido visibilidad en las portadas de este medio.

5-.) Del recuento de las 50 portadas dedicadas al baloncesto obtenemos que 28 están dedicadas a la selección, 5 a la Euroliga y 5 a la ACB, 4 a la NBA y 4 a la Copa del Rey, 1 al baloncesto internacional y 3 a sucesos (las muertes de Fernando Martín y de Drazen Petrovic y el ingreso en prisión de un ex jugador del F.C. Barcelona).

Esto demuestra que el producto baloncestístico de la Liga ACB, no es lo que más vende para el diario, que se hace eco de los éxitos de la selección, pero en mucha menor medida de los éxitos o fracasos de los equipos españoles.

5.2.- DIARIO MARCA

5.2.1.- PORTADAS

	01-05	06-10	11-15	16-19	TOTAL
Automovilismo	54	47	12	4	117
Baloncesto	29	29	29	11	98
Tenis	20	17	17	17	71
Ciclismo	18	23	14	6	61
Atletismo	10	7	5	9	31
Motociclismo	8	2	7	7	24
JJOO	6	5	4	2	17
Natación	-	2	6	4	12
Alpinismo	2	4	-	-	6
Balonmano	2	-	1	2	5
Vela	-	2	2	-	4
Golf	-	2	1	1	4
Esquí	3	1	-	-	4
Otros	6	2	5	11	24
	158	143	103	74	478

Tabla 4: fuente de elaboración propia con datos extraídos al analizar las portadas del diario Marca obtenidas de su hemeroteca digital

5.2.2.- CONCLUSIONES

Tras realizar el estudio de las portadas del periódico Marca desde el año 2001 hasta marzo de este mismo 2019, podemos observar varios datos significativos:

- 1-.) De las casi 7000 portadas analizadas, tan solo 478 están ocupadas por un deporte que no sea el fútbol.
- 2-.) El baloncesto es tras el fútbol y tras el automovilismo (117) el deporte que más atención recibe en las portadas del diario con 98 portadas desde 2001, superando ampliamente al tenis (71) y al ciclismo (61).
- 3-.) La presencia del baloncesto en las portadas del diario Marca han estado marcadas siempre por la regularidad. Hay deportes como el automovilismo que destacaron sobremanera por encima del resto en determinados lustros, teniendo una gran cantidad de subidas y bajadas en el número de portadas que tenían año a año, pero no es el caso del baloncesto, que ha tenido 29 portadas en cada uno de los tres lustros completos que he analizado.
- 4-.) El baloncesto es el único deporte de equipo que tiene una importancia significativa en este recuento, muy por delante del balonmano con 5 portadas, o del fútbol sala y el waterpolo, ambos con una portada dedicada desde el 2001.
- 5-.) De las 98 portadas dedicadas al baloncesto observamos que 59 están dedicadas a la selección masculina, 13 informan de la NBA, 12 de la Liga ACB, 4 de la Copa del Rey y de la Euroliga, 3 de la Selección Femenina, 2 informando de que Pau Gasol iba a ser el abanderado en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 y 1 de baloncesto internacional.

Con este recuento podemos observar que se sigue más la Liga de Baloncesto de los EEUU que la propia Liga de Baloncesto Española en el principal diario deportivo español.

6.- EVOLUCIÓN DE LA LIGA ACB EN LA TELEVISIÓN

6.1.- INTRODUCCIÓN AL PROBLEMA

La trayectoria de las audiencias de la Liga ACB en la televisión de nuestro país no ha parado de disminuir desde que se empezaron a conocer los datos. Las primeras mediciones datan de la temporada 93/94, y nos dicen que casi un millón de personas seguían cada encuentro de la Liga ACB en Televisión Española. 3 años más tarde, en la temporada 96/97 se tocó techo, superando el millón de espectadores por partido y alcanzando los 5 millones en el último partido de las finales que definió al F.C. Barcelona como ganador.

Hoy en día la situación es muy diferente. Tan solo 20 años después de que se alcanzase el récord histórico, las audiencias por partido han caído hasta los 128.000 espectadores por partido en la temporada 2017/18.

6.2.- BALONCESTO, UN PRODUCTO TELEVISIVO

El deporte de la canasta ha pasado por diferentes vaivenes a lo largo de su historia televisiva. Desde que en las décadas de los 80 y de los 90 se alcanzasen los puntos más altos en el número de espectadores, una serie de malas decisiones han llevado a que los partidos de baloncesto emitidos sean cada vez menos seguidos y tengan menos importancia en las parrillas de las diferentes cadenas españolas.

Este hecho, si no conoces los pormenores de la situación, llama especialmente la atención, ya que el baloncesto parece un deporte hecho a la medida de la televisión, con unas circunstancias que rodean a los partidos que parecen idílicas para su emisión, convirtiéndolo en uno de los deportes más telegénicos que existen¹². Las causas por las que baloncesto y televisión parecen estar hechos el uno para el otro y que podrían convivir en una eterna simbiosis son las siguientes:

- Se juega en pabellones cerrados, con una gran iluminación, constante, que hace que el espectador no se pierda detalle. Además, no se ve afectado por inclemencias meteorológicas.
- El baloncesto es un deporte con un alto ritmo de juego, en el que constantemente están sucediendo cosas. Este hecho lo hace más atractivo a otros deportes, ya que continuamente se está alterando el marcador. Además, hay diferentes normas que obligan a la rapidez del balón, dándole espectacularidad al juego y convirtiéndolo en un producto todavía más telegénico.
- Hay normas que castigan la lentitud, como el reloj de 24 segundos para lanzar, o los 8 segundos para pasar de medio campo, por lo que se aumenta la velocidad y el ritmo. Además, se premia el riesgo, ya que los tiros lejanos puntúan más que los tiros cercanos a canasta.
- Las cámaras y los periodistas que cubren el evento están muy cerca del partido, por lo que es difícil que haya algún tipo de información que se escape y se pueden observar y transmitir expresiones y gestos de jugadores y entrenadores.
- El juego se ve detenido por los tiempos muertos, momento perfecto para que la televisión dé paso a la publicidad. Es más, en los últimos contratos televisivos de ciertas competiciones baloncestísticas, la televisión puede pedir tiempos muertos en determinados momentos del partido.
- El trabajo de animadoras, speakers, mascotas... lleva detrás una imagen de espectáculo y que consigue que en los momentos en los que se para el juego el espectador siga atento a la pantalla.
- Hay cambios de marcador constantes en los partidos, lo que le da un enorme grado de emoción. Además, muchas veces el ganador del partido no se decide hasta los segundos finales, dando un grado de espectacularidad difícilmente conseguible en otras disciplinas deportivas ya que, con un solo tiro, puedes pasar de perder a ganar un partido.
- El público está "encima" de los jugadores, rodeándolos como si de un coliseo romano se tratase.

- Se registran todas las acciones del partido. Aparecen gran cantidad de nuevos datos e informaciones, lo que hace que no paren de generarse nuevas noticias. Además de para generar noticias, estos datos son usados para ensalzar a determinados jugadores y crear un “discurso” que haga que la gente quiera ver sus partidos.

El conjunto de estas características, convierten al baloncesto en un deporte privilegiado para su emisión televisiva. Todas ellas características que hacen que la espectacularidad del deporte y de todo lo que le rodea aumente y se perciba como un espectáculo digno y hecho a medida de la televisión.

6.3.- CAUSAS DEL DESCENSO

Pero, ¿qué ha sucedido para vivir este descenso tan drástico? ¿Por qué la ACB ya no engancha al espectador? ¿Hay solución para esta situación? En base a mi estudio de la situación reflejada en el trabajo y a mis conocimientos sobre el recorrido del baloncesto en la televisión de nuestro país, me encuentro en la situación de conocer algunas de las posibles causas de este descenso en el seguimiento de nuestra liga de baloncesto por parte del público. Además, para refrendar y para complementar mis hipótesis, me apoyo en una entrevista realizada a Ricardo Vaca, director de la empresa de asesoría legal al sector televisivo-audiovisual Barlovento Comunicación y autor de la tesis doctoral “La audiencia de televisión en un contexto de fragmentación y cambio de modelo en la industria audiovisual: el caso del baloncesto en España”. Sus declaraciones como fuente de este trabajo me parecen relevantes dado su conocimiento del tema y el respaldo académico (su tesis doctoral) a los datos que ofrece.

Los primeros datos sobre audiencias que conocemos en la televisión de nuestro país, a lo largo de la década de los 90, nos muestran una Liga ACB muy sólida con un gran número de espectadores enganchados a sus pantallas cada partido. Más de 1’5 millones de españoles seguían de media cada encuentro de nuestra

liga de baloncesto, llegando a los 5 millones en un partido de la final de la Liga de 1997. Y estos datos nos muestran una época en la que comenzaba a atisbarse la fragmentación televisiva, por lo que la lógica nos invita a pensar que en la década de los 80, todavía hubiese más espectadores de la ACB.

Durante estos años, se comienza a percibir una creciente competencia entre los canales televisivos una vez roto el monopolio de Televisión Española, y se intuyen “los primeros atisbos de la fragmentación televisiva” (Vaca, 2019). En lo deportivo, Real Madrid y F.C. Barcelona eran los máximos exponentes del baloncesto de nuestro país, pero no dominaban con la misma tiranía que en la actualidad, lo que daba lugar a una Liga competida y más entretenida gracias a las alternativas protagonizadas por diferentes equipos.

A pesar de esta creciente competitividad entre cadenas y de que el público cada vez tuviese más opciones donde elegir qué ver, la Liga ACB estaba en un muy buen momento de salud y con un público que parecía ser muy fiel. Sin embargo, para la temporada 1999-2000, apareció Canal+ con una gran oferta económica, que multiplicaba la que TVE ofrecía, para convencer a los dirigentes de la ACB y llevarse los derechos de la Liga hasta la televisión de pago. Con el tiempo, ha quedado claro que esto fue un paso muy precipitado, y es que, aunque la Liga gozase de buena salud y de un gran público, la sociedad española no estaba preparada para dar el paso a una televisión de pago que era todavía muy primigenia. En el año 2000, tan solo había “un millón y medio de hogares suscritos (a Canal+); con un promedio de entre 2’5 y 3 personas por hogar” (Vaca, 2019), lo que hizo imposible repetir las audiencias que se tenían cuando el baloncesto llegaba a los 40 millones de personas gracias a la televisión en abierto. Además, un último dato negativo para la ACB es que sus partidos estuvieron “ligeramente por debajo de la media de la cadena” (Vaca, 2019).

Aun así, estos años tuvieron un aspecto positivo y es que se profesionalizó la emisión de los partidos con unas “retransmisiones de gran calidad y un cuidado del producto con varios programas complementarios a los partidos en directo” (Vaca, 2019).

Cuatro temporadas después, en el 2003, la ACB regresa a la televisión pública, pero lo hace de una manera diferente a como era hacía 5 años y de una forma

algo liosa para el espectador. Los derechos estaban repartidos entre TVE, quien elegía el partido principal, y FORTA que emitía el partido del domingo por la mañana. Este hecho provocó que el espectador no se uniese de nuevo al producto tras el paso por la televisión de pago. La persona que quería estar informado y seguir el transcurso de la Liga lo tenía muy complicado, pues no tenía un “recipiente” en el que se albergase la competición. Seguir a tu equipo favorito era una tarea hercúlea ya que cada fin de semana había unos horarios y unos canales diferentes en los que se emitían los partidos. Este hecho, unido a que la fragmentación televisiva era cada vez mayor, hizo que las audiencias no solo no se relanzasen en la vuelta del baloncesto a Televisión Española, sino que además continuaron cayendo.

6.4.- SITUACIÓN ACTUAL

En la actualidad, tras el regreso a la televisión de pago de la mano de Movistar, la Liga ACB depende “de si la Euroliga se vuelve cerrada y Real Madrid y/o Barça dejan la ACB” (Vaca, 2019). Una pérdida de cualquiera de estos dos equipos llevaría a la Liga a una situación financieramente insostenible, ya que son los dos principales estandartes de la competición, los principales aspirantes a ganarla y, por encima de todo, son los dos equipos que más gente arrastran, tanto para ir a verlos jugar en vivo como para ver sus partidos en televisión.

Mientras la ACB siga como hasta ahora, sin la pérdida de ninguno de sus clubs estrella, la situación será sostenible, aunque muy lejos de los números y de la repercusión de hace años. Que los derechos recaigan en Movistar parece la mejor opción, ya que, aunque por el momento den menores audiencias que los en los últimos años de emisión en la televisión pública le cuidado del producto baloncestístico es mucho mayor: se emiten todos los partidos, la calidad de las retransmisiones es muy alta, hay programas en la parrilla dedicados a la Liga... En definitiva, se da el producto en unas condiciones de sobresaliente, pero con el hándicap de no poder llegar a todo el mundo al estar en manos de la televisión de pago.

Pese a lo difícil de la situación, aunque lejana y complicada puede existir solución. Sabemos que el baloncesto como producto televisivo interesa. Los partidos de la selección son emitidos con muy buenas audiencias mientras que la NBA está en auge y cada vez tiene más calado, especialmente entre el público joven. Quedan años de trabajo por delante, pero parece que ahora se está yendo al fin en la buena dirección. Si los equipos ACB consiguen “generar adscripción de aficiones y jugadores” y se trabaja “conjuntamente con los equipos de Euroliga en soluciones que permitan compatibilizar con garantías las dos competiciones” se estarán dando los primeros pasos para que la ACB vuelva a ser un potente producto televisivo.

6.5.- ASPECTOS POSITIVOS

6.5.1.- TODOS LOS PARTIDOS TELEVISADOS

Por primera vez, en la temporada 2016-17 se han emitido todos los partidos en directo por televisión y en una producción en alta definición, gracias a la apuesta de Movistar+ por la Liga Endesa. Se han retransmitido los 305 partidos oficiales de Liga, además de la Minicopa Endesa, competición que enfrenta a los equipos de categoría infantil de los equipos ACB, y diferentes partidos de pretemporada. Además, el mejor partido de cada jornada se retransmitía en el canal #0, principal cadena de la compañía y liderando la audiencia de la cadena cada domingo.

6.5.2.- CRECIMIENTO EXTERIOR

Los partidos de Liga ACB en la temporada 2016-17 se pudieron seguir en 145 países de los cinco continentes, lo que supone un nuevo record en la difusión en el extranjero de la Liga. Esta temporada se han alcanzado nuevos acuerdos para que la Liga se emitiese en Estados Unidos con Eleven Sports, en Latinoamérica con FOX Sports y en Centroamérica con Sportmax. Además, en la recta final de la temporada se comenzaron a emitir partidos en China, Filipinas y Australia, haciendo fuerte la presencia de la ACB en la región de Asia-Pacífico.

7.- CONCLUSIONES

La principal conclusión que se puede extraer de este trabajo es la que responde a la pregunta planteada en el mismo título de este Trabajo de Fin de Grado: ¿Ha influido negativamente una cobertura insuficiente de los medios de comunicación en el desarrollo de la Liga ACB?

La respuesta es sí. Este descenso en la cobertura ha hecho que los equipos, especialmente los equipos humildes, sufran a la hora de elaborar sus plantillas, repercutiendo negativamente en la calidad de la Liga. Dejar de estar de lleno en la actualidad, y la reducción del 90% de las audiencias ha hecho que muchos patrocinadores olviden a los equipos de baloncesto, dificultando el día a día a los diferentes equipos de la Liga ACB.

Para llegar a esta conclusión he seguido el siguiente proceso:

Gracias al estudio de las portadas del diario *El País*, podemos afirmar que la prensa generalista española tiene escaso interés en la Liga ACB. Sin embargo, sí que se hace eco de los éxitos cosechados por la selección española de baloncesto.

En el caso de la prensa deportiva reflejada gracias al estudio de las portadas del diario *Marca*, podemos afirmar que se realiza un seguimiento mayor de la NBA, la Liga de baloncesto norteamericano que, de la ACB, lo que habla muy a las claras de que la Liga de baloncesto español no está entre las prioridades más importantes de la prensa deportiva de nuestro país. Lo que sí podemos afirmar es que los torneos que disputa la selección española de baloncesto cada verano constituyen una gran fuente de noticias para la prensa deportiva, que siempre está muy atenta para cubrir los torneos de la selección.

En cuanto a la aparición de la Liga ACB en la televisión de nuestro país podemos afirmar que la fragmentación televisiva está condenando a la ACB, que ha perdido audiencias a un ritmo vertiginoso en los últimos 20 años.

La Liga ACB se precipitó al dar el salto al Canal+. En el año 1999 eran pocos los hogares españoles que disfrutaban de la televisión de pago, por lo que el descenso en las audiencias era más que previsible.

Tampoco ayudó a las audiencias que el regreso de la ACB a la televisión en abierto estuviese tan atomizado, con los derechos repartidos entre TVE y FORTA, y sin un horario fijo establecido para seguir la Liga cada fin de semana.

Este descenso del seguimiento de la Liga por parte de las audiencias, ha hecho que la ACB pierda en competitividad. Lejos del foco mediático que otorgaba que un millón de personas viese cada partido por televisión, tan solo el Real Madrid y el F.C. Barcelona han podido mantener el nivel de los grandes clubes europeos, y están copando los títulos nacionales ante la gran dificultad que tiene el resto de equipos para montar equipos competitivos.

Por último, gracias a este proceso también he podido responder al resto de cuestiones que me planteaba en el punto 2 “Objetivos a perseguir con el trabajo”, ubicado en la página número 6 del mismo:

“ ¿Tiene el baloncesto y la Liga ACB una cobertura suficiente en los medios de comunicación de nuestro país?”

No. En la actualidad la prensa de nuestro país no tiene a la Liga ACB como una opción preferencial para sus portadas.

Por su parte, en la televisión sí que se realiza un buen seguimiento de la Liga, emitiendo todos los partidos. La pega es que se ha tenido que volver a la televisión de pago para conseguirlo.

“ ¿Es posible seguir con facilidad la ACB en la actualidad?”

No. Es muy complicado realizar un seguimiento de la actualidad de la Liga en prensa, donde apenas aparecen publicaciones de la ACB.

Para poder realizar un seguimiento en televisión, tienes que abonarte a una plataforma de pago, por lo que si quieres estar al día de la ACB deberás pagar por ello.

8.- BIBLIOGRAFÍA

Alcoba A. (1999): *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación.
<https://www.aimc.es/>

Berrocal Gonzalo, S. y Rodríguez-Maribona, C. (1998): *Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Editorial Universitas.

Blanco, J.M: *Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Bonaut Iriarte, J. (2008): *La influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)*. Comunicación y Sociedad, volumen XXI.

Cagigal, J.M. (1972). *Deporte, pulso de nuestro tiempo*. Madrid, España: Editora Nacional de Madrid.

Cagigal, J.M. (1975). *El deporte en la sociedad actual*. Madrid, España: Editorial Prensa Española.

Casero Ripollés, A y López Rabadán, P. (2012). *La evolución de la agenda mediática española (1980-2010) Un análisis longitudinal de la portada de la prensa de referencia*. Canarias, España: Revista Latina de Comunicación Social.

Comunicación ACB. (2017). ACB. Recuperado de <http://www.acb.com/redaccion.php?id=133243>

Consejo Superior de Deportes
<https://www.csd.gob.es/es>

Díaz Noci, J. (2005). *El periodismo de masas y deportivo (1898-1936)*. Universidad del País Vasco.

Evatt, D y McCombs, M. *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting*.

Fernández, C. (2016). Asturbasket. Recuperado de <http://www.asturbasket.com/noticias/las-revistas-de-baloncesto-en-espana>

González Ramallal, M.E. (2004). *El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España*. Universidad de La Laguna, Tenerife.

Gutiérrez Coba, L. *Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de El País (España) y El Espectador (Colombia)*.

Hernández Mendo, A. *Acerca del término deporte*.

Marín Montín, Joaquín (2004). *Valores educativos del deporte en el cine*. Revista Científica de Comunicación y Educación.

McCombs, M (2004). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, España. Ediciones Paidós Ibérica S.A.

Moragas Spá, M. (2007). *Comunicación y deporte en la era digital*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.

Naranjo de Arcos, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona*. Universidad de Málaga, Málaga.

Paniagua Santamaría, P. (2009). *Cultura y guerra del fútbol*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Pascual, A. (2017). El Confidencial. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/deportes/baloncesto/acb/2017-12-25/liga-acb-audiencia-television-baloncesto-espana_1497574/

Pastor, N. (2018). La Vanguardia. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20181231/453789312825/avances-tecnologicos-retransmisiones-deportivas-brl.html>

Redacción de Iusport (2017). Iusport. Recuperado de <https://iusport.com/art/39682/la-acb-destaca-el-aumento-de-publico-de-ingresos-y-la-cobertura-global-de-la-liga-endesa>

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Sáez-Bravo, L. (2019). El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/deportes/baloncesto/2019/02/27/5c75ae63fc6c83572d8b4650.html>

Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). *Orígenes de la prensa diaria deportiva: el mundo deportivo*. Materiales para la historia del deporte, 7-27.

Uría González, J. *Los deportes de masas en los años veinte. Fútbol, élites simbólicas e imágenes de modernidad en España*. Universidad de Oviedo, Oviedo.

Vaca García R: comunicación vía email, 18 de junio de 2019. La entrevista íntegra se reproduce en el anexo I.

Virúes Azaustre, F: *Análisis del funcionamiento y tratamiento de la información en los medios deportivos*. Universidad de Sevilla, Sevilla.

Zugasti, R. (2017): *Apuntes tomados en la asignatura de Periodismo Deportivo*.

9.- ANEXO I

Entrevista completa a Ricardo Vaca, realizada vía e-mail el día 17 de junio de 2019. Esta entrevista es parte esencial de mi trabajo, ya que me ayudan a apoyar mis conclusiones en el testimonio de una persona perfectamente conocedora de la situación como es Ricardo Vaca, director de la empresa de asesoría legal al sector televisivo-audiovisual Barlovento Comunicación y autor de la tesis doctoral "La audiencia de televisión en un contexto de fragmentación y cambio de modelo en la industria audiovisual: el caso del baloncesto en España".

Buenas tardes, procedo a mandarle el cuestionario de la entrevista. Me gustaría abarcar desde que se conocen datos de audiencia de la Liga ACB en la televisión en la temporada 96/97 hasta la actualidad, por lo que las preguntas son las siguientes:

Pregunta: Cuando se comienzan a tener datos de audiencia de la Liga ACB, son muy positivos, ¿cómo era el hábitat en el que se encontraba la ACB dentro de la televisión? (número de canales, importancia de la liga...)

Respuesta: Estábamos en un contexto con una renovada competencia. A lo largo de los 80 se "liberaliza" el sector, con una desregulación con dos patas, la ley del tercer canal (inicios de la década, para canales públicos autonómicos/regionales) y la ley que regula la TV privada (a finales de década y que otorga licencias a A3, T5 y Canal+). En ese contexto sí hay más competencia que durante el monopolio público de La1 (1956 a inicios de los 80), pero aun así se concentra la audiencia en pocos canales (en apenas 5 canales se concentra más del 90% del share de audiencia). Sin embargo, se perciben los primeros atisbos de la fragmentación televisiva. En 1992, la cadena más vista fue La1 con el 32,5% de share mientras que en 1997 La1 mantenía el liderazgo, pero con 25,2% de share. La liga se encontraba en su punto álgido de relevancia con una Liga competitiva, con alternativas de varios equipos, aunque siempre con los grandes clubes (Real Madrid y Barcelona) como grandes atractivos de la competición. Las audiencias superaban el millón de audiencia media y se alcanzaron picos por encima de los 5 millones, si no recuerdo mal, con uno de los partidos de la final de liga de ese año.

P: ¿Hubo algún tipo de enfrentamiento entre directivos de ACB y de TVE para acabar emigrando a Canal+?

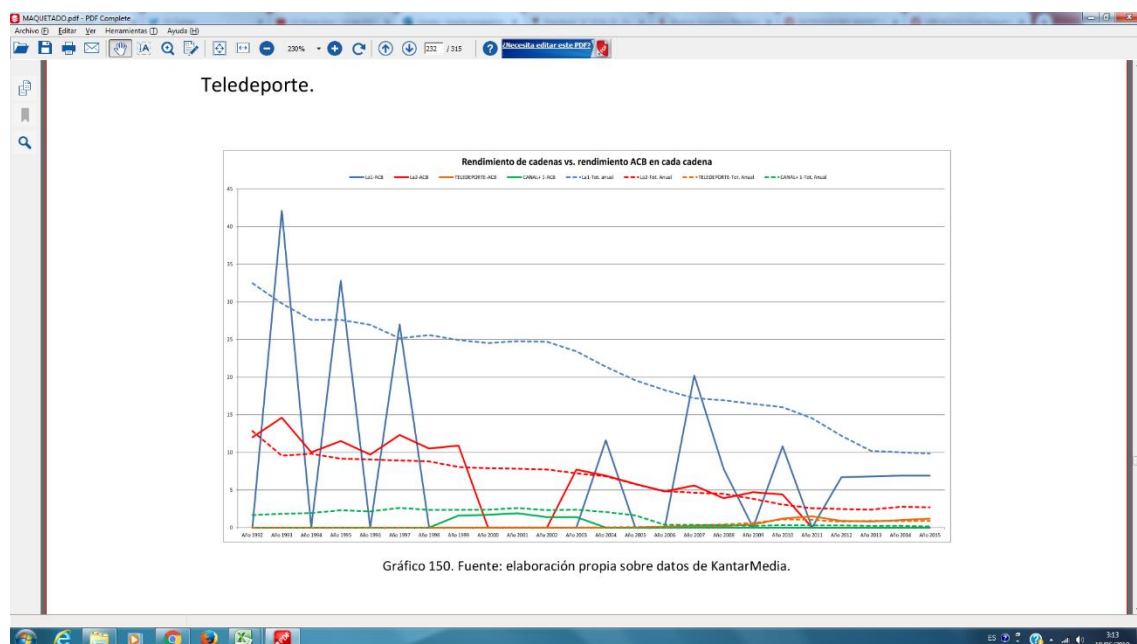
R: ¡No que trascendiera a nivel público! El tema fue la gran oferta económica que multiplicaba a corto plazo los ingresos por TV de la liga a razón de 15/16 millones de euros por temporada.

P: ¿Por qué comenzaron a descender los datos de audiencia una vez trasladados los derechos de la competición a Canal+?

R: Porque canal plus creo recordar que tenía 1 millón y medio de hogares suscritos; con un promedio de entre 2,5 y 3 personas por hogar, imposible equipararse con los 40 millones de personas de la TV en abierto.

P: ¿Cómo fueron estos años en Canal+? (retransmisiones, audiencias, pagos...)

R: Las retransmisiones fueron de gran calidad, cuidado del producto con varios programas complementarios a los partidos en directo, etc. Las audiencias, pírricas comparadas con TVE, pero era lo normal o esperable. En rendimiento sí podemos decir que en esos 4 años en Canal+ se sitúa ligeramente por debajo de la media de la cadena como puedes ver en este gráfico de mi tesis doctoral.



P: Para este descenso de las audiencias, ¿solo influyó que se emitiese en antenas de pago o había otros factores?

R: Claramente el gran factor entre 99 y 2003 es el reducido número de personas al que podían llegar, ni más ni menos. Otros factores quedarían diluidos ante la magnitud del factor principal.

P: En 2003 la ACB vuelve a la televisión pública, pero lo hace de una manera muy fragmentada, ¿cómo es la fórmula empleada? (partidos retransmitidos, derechos en televisiones autonómicas...)

R: Lo hace de manera fragmentada porque la fragmentación televisiva se acrecienta: más número de canales (crece la oferta), más televisores por hogar, más sistemas de distribución de la señal... todo ello potencia la fragmentación. En 2004 no lidera TVE, sino T5 con 22,1% de share, 1ª vez que pierde el liderazgo la pública. Y, como ves, un liderazgo más descafeinado que en 1997 por ejemplo o más aún que en 1992. Y si comparamos con hoy en día que se puede liderar con en torno a 14% de share, ni te cuento... La fórmula no la recuerdo exactamente. Creo que eran derechos compartidos entre TVE y FORTA, con TVE eligiendo el partido principal y FORTA emitiendo domingo matinal.

P: ¿Cómo puede afectar el auge de la Euroliga en las audiencias televisivas de la Liga ACB?

R: En gran parte va a depender de si la Euroliga se vuelve cerrada y Real Madrid y/o Barça dejan la ACB, eso "mataría" la liga.

P: ¿Cuál es el panorama actual de la Liga ACB en la televisión de nuestro país? (Movistar, posibles nuevos horizontes...)

R: Posibles nuevos horizontes... Movistar es una buena alternativa, las nuevas plataformas no parece que vayan a entrar en el directo (¡las nuevas OTT como Netflix, HBO y compañía, me refiero!). Es más, es casi un matrimonio de conveniencia. Otra opción sería volver a FORTA, pero ahí, poco público, cadenas con alcance limitado y perfil de edad tremendamente envejecido... poco atractivo, poco recorrido. En TVE tal vez, pero el recorrido tampoco sería para tocar las palmas ni mucho menos.

P: Mucha gente consume baloncesto, porque la gente ve todos los veranos a la selección y cada vez la NBA tiene mayor seguimiento, ¿da esto esperanza para la ACB?

R: Da esperanza en cuanto a que hay interés, al menos puntual, respecto al producto deportivo en televisión y el baloncesto en particular, pero el problema es que la gente prefiere a la selección y la NBA a la ACB. En mi tesis lo analicé con una investigación de unas 1.500 entrevistas y el 46,6% de los que veían deporte elegirían, si tuvieran que ver baloncesto por TV, un partido de la NBA, por solo el 28,8% que elegiría la ACB.

P: ¿Qué conclusiones se pueden sacar en estos más de 20 años de audiencias conocidas de la Liga ACB en la televisión? (que fallos ha habido en estos vaivenes de los derechos, que se puede mejorar...)

R: El problema es que el producto ahora mismo está dañado. Hay que reflotar la competición, generar adscripción de aficiones y jugadores (si es que esto es posible), trabajar conjuntamente con los equipos de Euroliga en soluciones que permitan compatibilizar con garantías las dos competiciones... En fin, muchísima tela por cortar y no tiene una solución nada fácil este contexto en que se haya la Liga...