



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Análisis de la cobertura mediática de la liga ACB de baloncesto: el caso de TVE en la temporada 2011-2012

Autor

Juan Gómez Pelegrín

Directora

Dra. Maite Gobantes Bilbao

Departamento de Lingüística General e Hispánica
Facultad de Filosofía y Letras

2012

Índice

1. Introducción.....	3
2. Aproximación al concepto de periodismo deportivo.....	5
2.1 ¿Qué es periodismo?.....	5
2.2 ¿Qué es periodismo especializado?	7
2.3 ¿Qué es periodismo deportivo?	9
3. Historia de las retransmisiones televisivas de baloncesto en España	11
3.1 Orígenes y primeras retransmisiones	11
3.2 Democracia y profesionalización del baloncesto	14
3.3 Contacto con la televisión privada y regreso al ente público	16
4. Interés periodístico en la información deportiva.....	19
4.1 ¿Qué es interés?.....	19
4.2 Los valores intrínsecos del deporte.....	20
4.3 El deportista como ejemplo para la sociedad.....	21
4.4 El deporte como espectáculo: ‘Deportes Cuatro’ y ‘Punto Pelota’.....	23
5. Análisis empírico de la cobertura mediática del baloncesto	26
5.1 Introducción	26
5.2 Aparición y condición de informaciones de la Liga Endesa en los telediarios de TVE	26
5.3 Audiencias de los partidos en Teledeporte.....	31
5.4 Comparativa de tiempo dedicado al fútbol y al resto de deportes en los informativos ..	33
6. Conclusiones	37
7. Bibliografía.....	39

1. Introducción

La presente investigación tiene como objetivo analizar la repercusión mediática de la liga nacional de baloncesto, denominada popularmente como ACB o Liga Endesa, en la televisión pública. Como aficionado a este deporte, albergaba la duda de que el tratamiento que recibe esta competición por parte de los medios sea acorde a su condición de segunda mejor liga nacional de baloncesto del mundo.

Por otro lado, como periodista, encuentro interesante estudiar el seguimiento mediático que se hace a esta disciplina en España por dos motivos: los continuos éxitos que obtienen los deportistas nacionales y la falta de estudios que analicen la situación mediática de la competición nacional.

Pero lo que inicialmente impulsó este proyecto son los textos del escritor y periodista Gonzalo Vázquez, quien en diversas ocasiones ha evaluado con brillantez el panorama mediático del baloncesto nacional. En su opinión, la información deportiva nacional busca en sus contenidos elementos como el morbo, el escándalo o la anécdota que el baloncesto no suele poseer y que imperan en la audiencia. Este debate sobre lo que interesa al público será evaluado en esta investigación, tan modesta como rigurosa.

La elección de Radio Televisión Española como objeto de análisis se debe, por un lado, a su condición de cadena propietaria de los derechos de emisión de la competición y, por otro, al carácter público del ente, que le obliga en principio a ofrecer una información plural y objetiva.

En primer lugar, se realizará una aproximación teórica al periodismo deportivo de forma deductiva, esto es, analizando primero en qué consiste el periodismo de hoy en día para después profundizar en su vertiente especializada, a la cual pertenece el ámbito de la información deportiva.

Por otro lado, he creído necesario repasar la historia de los derechos televisivos del baloncesto en España, con especial atención a la competición liguera pero sin obviar el resto de datos. Considero que este aspecto es clave para adentrarse posteriormente en el complejo entramado televisivo actual y entender la dura competencia que existe entre los diversos operadores televisivos.

Otra cuestión fundamental para entender cómo funcionan los medios es la del interés periodístico. Se dedica un capítulo a definir este concepto para conocer por qué los medios publican unas noticias de entre todas las posibles y el enfoque con el que se muestran. También se estudian los valores que representan el deporte y los deportistas como ejemplo para la sociedad, así como la importancia del espectáculo en los medios de comunicación deportiva actuales.

Por último, tras conocer todos los argumentos teóricos, se examinarán diversos datos de interés para conocer la cobertura mediática de la liga ACB: las audiencias obtenidas en la última temporada, la promoción del producto a través del espacio que aparece en los servicios informativos de Televisión Española y el tiempo dedicado al fútbol en comparación con el resto de deportes tanto en esta cadena como en los demás canales generalistas.

Pese al carácter argumentativo de la presente investigación, es imposible despejar con exactitud algunas de las incógnitas relativas al tema tratado. Sin embargo, considero que las conclusiones alcanzadas satisfacen la curiosidad inicial y el trabajo realizado ha de servir como referencia en el futuro para un estudio más profundo de la materia.

2. Aproximación al concepto de periodismo deportivo

Este capítulo centra su interés en abordar qué es el periodismo deportivo. Para ello, se sigue un método deductivo, por lo que se comienza sentando las bases de lo que hoy en día se entiende por periodismo como ciencia de la comunicación. Posteriormente, se explica en qué consiste el periodismo especializado para finalizar definiendo la información deportiva.

2.1 ¿Qué es periodismo?

El hombre, por su propia naturaleza, tiene la necesidad de comunicarse con quienes le rodean. El periodismo cubre esa necesidad comunicativa del ser humano ya que “hace que la gente hable, piense y actúe, que quiera intervenir en esa misma realidad que se le da a conocer. La interpretación periodística de la realidad es una interpretación popular y estimulante, incita a la participación de todos en lo que pasa” (Gomis, 1991: 42).

Y es que el periodismo funciona (al menos en la teoría), como un espejo de la sociedad. Es decir, los hechos que suceden son recogidos por los medios, que a su vez los ofrecen de forma objetiva al público, por lo que actúan de mediadores entre estos y la realidad. Sin embargo, “esa mediación es algo más que simple comunicación. Los medios no sólo transmiten, sino que preparan, elaboran y presentan una realidad que no tienen más remedio que modificar cuando no formar” (Gomis, 1991: 16).

Algunas veces, esa realidad se modifica de forma involuntaria, por la imposibilidad de conocer todos los detalles de un asunto determinado. Sin embargo, la mano del hombre en general, y de los propietarios de los medios en particular, también puede propiciar la alteración en el enfoque de una noticia.

Como explica el periodista David Randall, “aunque los propietarios defiendan de palabra los conceptos de verdad, transparencia y honestidad, por lo general se dedican a este negocio para hacer dinero o propaganda, cuando no ambas cosas a la vez. (...) La promoción de las propias ideas y la exclusión de las ideas adversas, la información sesgada y adaptada a un punto de vista o a unos intereses empresariales determinados y el revanchismo personal son otros tantos jalones de la historia de la prensa” (Randall, 2008: 23).

Esta forma de persuasión “no estará tanto en aquellos textos en que trate abiertamente de persuadir de algo por medio de razones y argumentos cuanto en la imagen continua de la realidad que nos pone ante los ojos y que se compone de los hechos que selecciona en cada noticiario” (Gomis, 1991: 156). Para evitar persuadir de alguna forma al lector, el periodista independiente “no debe sentirse comprometido con nadie ni nada más que con su trabajo; ni con partidos políticos, fuentes, intereses empresariales ni con ninguna otra causa particular, por muy meritoria que sea (Randall, 2008: 213).

En otras ocasiones, las noticias provienen de los propios protagonistas de las mismas, que las exponen a los medios, bien de forma directa o indirecta, para sacar algún beneficio de ello. Sea como fuere, los medios de comunicación “deciden qué está pasando, qué imagen de la realidad exterior van a producir y ofrecer a sus espectadores” (Gomis, 1991: 17).

Esa imagen se puede proyectar de muchas maneras diferentes según el tipo de género periodístico utilizado. Esta elección dependerá “de que imaginemos al lector con un cierto conocimiento previo de la materia –en ese caso tenemos la obligación de ofrecerle algo más– o de que le estemos comunicando la información pura por primera vez” (Grijelmo, 2008: 30).

En la actualidad, esta división de géneros es difícil de trazar en algunos casos, puesto que lo que se busca es ofrecer la información más completa de forma inmediata. Este nuevo periodismo tiene sus ventajas, ya que “puede recuperar a un público cada vez más receloso y distanciado. Pero al mismo tiempo proyecta muchas amenazas sobre los valores y estándares más preciados del periodismo: la autenticidad de los contenidos, la comprobación de las fuentes, la fidelidad y la veracidad están todas bajo sospecha” (Pavlik, 2005: 13).

Uno de los grandes problemas se refleja en la gran competencia entre la pléyade de medios (digitales o no) que conviven en el terreno informativo. Esta rivalidad fomenta la presencia de un fenómeno que siempre ha existido entre reporteros, el llamado pisotón. “Los especialistas del pisotón luchan con sus colegas de otros periódicos, o servicios informativos, para ver quién consigue una noticia primero y la redacta más deprisa; cuanto mayor sea la noticia –id est, más relación tenga con temas de poder o de catástrofe–, mejor” (Wolfe, 1976: 12).

Tampoco es nueva, aunque se ve también impulsada por las nuevas tecnologías, la premura por hacer llegar las informaciones. “Los periodistas apremiados pueden cometer errores (que van desde un nombre equivocado a un grave error en los datos); tienen poco tiempo para confirmar los datos, y pueden incluso meter la pata hasta el fondo con la noticia; y todo por cumplir con el cierre” (Pavlik, 2005: 159).

Para evitar estos y otros errores, los periodistas deben acudir a la ética, que constituye “una guía práctica para un periodismo seguro y creíble. La honradez, junto con la transparencia en el trato y la eliminación de todo conflicto de interés, son el mejor modo de realizar este trabajo, ya que son el medio más seguro de hacerlo” (Randall, 2008: 211).

El periodismo está en constante evolución y los cambios en todo el proceso que le rodean así lo demuestran: recogida y elaboración de información, almacenamiento, producción, edición, diseño o distribución. Pero siempre hay que tener una reflexión presente: “no importa lo mucho que cambie el mundo; algunas cosas nunca deben cambiar, como comprobar los datos con rigor, basarse en fuentes conocidas y de confianza, presentar los hechos con imparcialidad, formular preguntas difíciles y adoptar las más exigentes normas éticas de comportamiento” (Pavlik, 2005: 301).

2.2 ¿Qué es periodismo especializado?

El periodismo especializado se encarga de profundizar en aquellos contenidos que no pueden ser tratados con detalle en el periodismo tradicional al requerir de un enfoque más amplio. Su labor, por tanto, consiste en “servir de puente múltiple entre cada especialización y la sociedad y entre las distintas especializaciones entre sí” (Paniagua, 2009: 76). Una tarea que es inherente a la raza humana, ya que “desde los orígenes de ésta las labores se fueron repartieron entre los miembros de un grupo según las distintas habilidades de cada uno” (Alcoba, Fernández *et al* en Paniagua, 2003: 10).

Según el catedrático de periodismo Javier Fernández del Moral, se pueden distinguir tres niveles de periodismo especializado: “el primero lo componen aquellas informaciones especializadas que van dirigidas a un público más amplio y que tienen como es lógico mayor exigencia de actualidad, secciones de periódicos de información general, bloques de informativos diarios de radio o televisión, apartados o ventanas de medios electrónicos o páginas de Internet generalistas, de gran audiencia. El segundo nivel se compone ya de temáticas especializadas reunidas físicamente para que el lector o el espectador se las encuentre, como los suplementos especializados. El tercer nivel se compone ya de medios monográficos especializados que el destinatario tiene que seleccionar, elegir, comprar, grabar o sintonizar, como los canales temáticos o las publicaciones especializadas por el contenido, de cualquier periodicidad” (Fernández, 2004: 30).

Se presupone que los periodistas especializados han de poseer mayores conocimientos sobre los temas que tratan. Sin embargo, uno de los mayores problemas de este tipo de periodismo consiste en que es difícil especializarse en muchas materias distintas. La clave, como explica Paniagua, que “la especialización del periodista fuera suficiente como para satisfacer a la audiencia especializada, pero no tanta como para no ser capaz de cubrir un acontecimiento ajeno a su superespecialización, o a su especialización” (Paniagua, 2009: 77).

Es necesario recordar que un profesional de la comunicación debe ser antes periodista que especialista en su materia. Todo ello sin dejar de lado a la audiencia, de la que deberá conocer su grado de especialización para enfocar las informaciones de una forma u otra. “Una especialización baja, similar en contenidos a la que puede ofrecer un periodismo de información general, seguramente no satisfaga a la audiencia especializada. Por el contrario, una especialización demasiado alta, más propia de técnicos y de profesionales que de usuarios, puede que no cuente con la audiencia suficiente como para ser rentable” (Paniagua, 2009: 77).

Una ventaja del periodismo especializado consiste en que no necesita estar tan apegado a la actualidad como las noticias informativas tradicionales. Al tratarse de informaciones más profundas y detalladas, necesitan del paso del tiempo para que adquieran valor y puedan ser entendidas en su contexto, “haciendo que los mensajes puedan tener el interés de lo actual en función de la percepción o el reconocimiento nuevo de un mensaje ya conocido por los especialistas pero desconocido para la mayoría”(Fernández, 2004: 28).

El periodismo del Siglo XXI ofrece mayores posibilidades de especialización que el de otras épocas pasadas, tanto por la diversidad de medios que existen hoy en día como por el fomento de este tipo de distinción entre los profesionales de la comunicación. Todas las universidades españolas incluyen ya en los planes de estudio del Grado en Periodismo asignaturas de materias específicas, como periodismo científico, deportivo o local.

El objetivo radica en “hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización, no para convertir a nuestros profesionales en falsos especialistas, no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentarse, sino al contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales”(Fernández, 2004: 24).

Pese a los posibles problemas citados (dificultad de comprensión para la audiencia no especializada, de rentabilidad para el medio y de relación con otras áreas de la actualidad para el periodista), la especialización debe integrarse con la información tradicional y no sustituirla, ya que se trata de dos procesos complementarios que tienen como finalidad transmitir la mejor información posible a la audiencia.

2.3 ¿Qué es periodismo deportivo?

El periodismo deportivo responde a la perfección a las necesidades que plantea el periodismo especializado. De hecho, fue la primera materia que se trató de forma específica, desde que a finales del siglo XIX el conocido editor y magnate de la prensa William Randolph Hearst utilizara a campeones deportivos para que escribieran noticias especializadas en el New York Journal, del que era propietario. El objetivo de estos pioneros del periodismo deportivo consistía en “tratar el ambiente de las competiciones, ofrecer su autorizada opinión sobre los enfrentamientos entre deportistas y equipos, presentar sus puntos de vista de forma técnica, etc” (Alcoba en Paniagua, 2003: 9).

Tareas que agradaban al lector deportivo, ya que “el seguidor de este tipo de medios frecuentemente tiene una implicación tal con el deporte que no se suele contentar con lo que le ofrecen los medios de información general” (Paniagua, 2003: 11). Además del interés de la audiencia, los propios reporteros solían ser apasionados del deporte. Como explica García Candau, “los periodistas deportivos y los deportistas tienen el mismo origen: son, en sus comienzos, auténticos ‘amateurs’, o lo que es lo mismo, amadores” (García Candau en Fernández, 2004: 453). El problema radica en que “con frecuencia la información deportiva es considerada una parcela del periodismo para cuyo estudio y ejercicio profesional es suficiente la afición al deporte (...). Pero ella sola no es suficiente. Tan imprescindible o más que esa afición al deporte es la que se debe dar hacia el periodismo” (Paniagua en Camacho, 2010: 178).

Por ello, el periodismo deportivo no estuvo bien considerado en sus inicios por otras ramas del periodismo tradicional, por lo que “durante muchos años, el neófito que no conseguía una buena nota del redactor jefe y, por lo tanto no hacía nido en las páginas más serias del periódico, acababa destinado a deportes, el lugar en el que menos podía molestar, el rincón en el que los errores tenían mayor disculpa” (García Candau en Fernández, 2004: 453).

Es esa condición de *periodismo poco serio* la que más ha influido negativamente en el ámbito de la comunicación deportiva. En realidad, el género deportivo combina información, interpretación y opinión, lo cual no siempre agrada a todo el público. La tendencia imperante ligada al sensacionalismo ha contribuido a aumentar la audiencia de estos medios así como las críticas a los mismos. El periodismo deportivo, en tanto que hace referencia a deportistas y clubes de élite, utiliza la espectacularidad “como elemento clave presente en la concepción de los profesionales de su actividad diaria” (Paniagua, 2003: 9). No obstante, como veremos en el capítulo dedicado al interés periodístico, este elemento no siempre ha garantizado criterios de calidad en la información.

Este factor no es el único representativo de la información deportiva. El lenguaje también se utiliza de una forma muy peculiar, en unas ocasiones con un estilo cercano al literario y en otras con carácter más coloquial, lo cual “aporta a la información deportiva viveza, emoción, colorido, complicidad con la audiencia, capacidad para nombrar de forma precisa aspectos muy variados relacionados con el juego” (Paniagua en Camacho, 2010: 184). Este estilo característico se aprecia en el subgénero estrella dentro del periodismo deportivo: la crónica.

La crónica “tiene como principal atractivo su viveza. Informa, interpreta, e incluso opina, sí, pero todo ello sobre el terreno. Es lo que la une inseparablemente a la actualidad inmediata” (Paniagua, 2003: 130). Los periodistas transmiten lo que viven desde el lugar de los hechos, por lo que ofrecen su particular visión, generalmente subjetiva. Esta parcialidad es en algunos medios muy acusada, pero a la vez también apreciada por quienes son fanáticos de un equipo, que esperan leer una información determinada y, en ocasiones, sesgada.

En este sentido, el periodismo deportivo –al igual que otras ramas del espectro de la comunicación– se ha incorporado al uso de las nuevas tecnologías. Estas herramientas fomentan la participación y la proximidad con la audiencia, lo cual ayuda a conocer qué tipo de contenidos demanda el público y analizar el trabajo realizado.

Como veremos en el capítulo dedicado al interés, el público y los medios nacionales centran su atención en el fútbol y en todo lo que concierne a los dos grandes clubes españoles, el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. La cobertura informativa del resto de equipos y, sobre todo, de otros deportes, es muy inferior.

3. Historia de las retransmisiones televisivas de baloncesto en España

3.1 Orígenes y primeras retransmisiones

El baloncesto es un deporte que cuenta con una larga trayectoria en España. Si bien esta disciplina fue creada en EE.UU. por el profesor de la YMCA James Naismith en 1891, su llegada al país ibérico se hizo esperar. El primer contacto se establece veinte años después con un artículo de Lady Belgravia¹ en la revista 'La Moda Elegante Ilustrada', donde explica las reglas del baloncesto, deporte que había conocido en Inglaterra (Belgravia, 1911: 285). También en el mismo año el pedagogo Eladi Homs redacta otro artículo recomendando la inclusión en las escuelas catalanas del basketball, tras haberlo aprendido en Illinois. En años sucesivos se juegan los primeros partidos de forma no oficial, como atestiguan algunos diarios de la época².

Pese al poco impacto mediático durante estas primeras décadas de vida, el baloncesto fue el deporte escogido para las primeras retransmisiones experimentales de la televisión en España. En agosto de 1948 la compañía americana RCA (Radio Corporation of America) emite imágenes de este deporte en la Feria de Muestras de Madrid, seguramente pertenecientes a los recién terminados Juegos Olímpicos de Londres de 1948 (Bonaut, 2006: 3).

Tras esas primeras emisiones experimentales de la RCA llegaría el turno de Televisión Española, que empezaría a emitir regularmente en 1956. No fue hasta enero de 1963 cuando la cadena comenzó a retransmitir baloncesto, con la emisión de algunos minutos del partido de Copa de Europa entre Real Madrid y Panathinaikos. Dos meses después, en marzo, se emitiría el primer partido íntegro por Televisión Española, los cuartos de final de aquella competición entre Real Madrid y Honved de Budapest (Federación Española de Baloncesto, 2012). La experiencia fue todo un éxito, como recoge la revista de baloncesto 'Rebote', que titula: "Toda España descubrió el baloncesto gracias la T.V." (Rebote, 1963).

Otro factor de impulso fue la presencia del Real Madrid en la citada Copa de Europa. Como se observa, estas primeras emisiones pertenecían a la máxima competición continental, dado el mayor interés que generaban en el espectador, quien –como en la actualidad– lo que quería era ver a un equipo español imponerse a otro extranjero. En ese aspecto el Real Madrid de baloncesto marcó una época y contribuyó en gran medida a la creciente afición por el deporte

¹ Alias tras el que escribía una monja estadounidense que vivió durante treinta años en Málaga.

² 'Nuevo Sport'. El Mundo Deportivo. 21 de noviembre de 1912.
<http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1912/11/21/pagina1/614248/pdf.html?search=nuevo%20sport>

de la canasta. En las cinco temporadas que se disputaron entre 1963 (año de la primera retransmisión) y 1968 el Real Madrid conquistó la Copa de Europa en cuatro ocasiones.³

El equipo blanco, tanto en fútbol como en baloncesto, sirvió de instrumento de propaganda al servicio del régimen franquista para mejorar la imagen que se tenía de España en el extranjero. No en vano, muchos de los rivales vencidos Real Madrid pertenecían a países gobernados por regímenes comunistas, por lo que las connotaciones políticas eran evidentes. (Bonaut, 2006: 57).

TVE aprovechó ese impulso internacional y retransmitió algunos partidos de las sucesivas Copas de Europa. Los éxitos internacionales que afianzaron el baloncesto en la televisión pública también lo hicieron con otras disciplinas, como el ciclismo (con Federico Martín Bahamontes en el podio del Tour de Francia en 1963 y 1964) y el tenis (dos finales de Copa Davis en 1965 y 1967). Además, otros deportes nuevos aparecieron en televisión como boxeo, balonmano, atletismo o motociclismo, con un afán didáctico y formativo para el espectador.

La llegada de Manuel Fraga Iribarne al Ministerio de Información y Turismo en 1962 fue vital para este amplio abanico de deporte en la pequeña pantalla (Bonaut, 2006: 52). La programación se amplió y diversificó, con una voluntad de cambio constatada en la Ley de Prensa de 1966⁴, que supuso un primer y pequeño paso en el camino de la libertad de expresión.

Mientras tanto, el baloncesto continuaba su lento pero constante crecimiento en cuanto a cobertura mediática. A partir de 1964 se empezaron a retransmitir otros torneos además de la Copa de Europa, como la Recopa de Europa, la Copa Intercontinental y el Torneo de Navidad.

Este último fue uno de los grandes aciertos para la difusión del baloncesto. Creado por el presidente de la sección de baloncesto del Real Madrid, Raimundo Saporta, en colaboración con TVE, rápidamente se convirtió en el torneo no oficial más prestigioso de Europa. Su aparición responde a una necesidad básica en el aficionado al deporte: la inexistencia de competiciones en el período navideño. La propuesta de esta competición cuadrangular fue

³ Historia de la sección de baloncesto del Real Madrid
<http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/Baloncesto/1193040475307/Historia/Historia.htm>

⁴ Ley de Prensa de 1966 http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l14-1966.html

rápidamente acogida tanto por TVE como por el espectador, como demuestra el hecho de que se haya seguido disputando ininterrumpidamente hasta 2004⁵.

El ambiente de baloncesto que se estaba impulsando en la población no hizo sino aumentar con la emisión de partidos de la selección nacional. En 1969, Televisión Española decidió por primera vez retransmitir un Campeonato de Europa de selecciones, celebrado en esta ocasión en Nápoles. La quinta plaza obtenida fue el mejor resultado desde la creación del Torneo en 1935, cuando España debutó con una medalla de plata. En 1971 TVE repetiría experiencia con el Campeonato de Europa de Assen (Alemania).

Esos primeros precedentes sirvieron para afrontar con garantías el Campeonato de Europa de 1973, celebrado en Barcelona y por el que TVE apostó fuerte con la retransmisión de todos los encuentros de la selección. El combinado nacional logró igualar su mejor puesto en la competición con una medalla de plata muy meritoria y que causó gran impacto en la sociedad española. La victoria en semifinales ante la potente y casi imbatible Unión Soviética⁶ sirvió de propaganda para el régimen franquista (La Vanguardia Española, 1973: 39). De hecho, TVE tuvo que volver a emitir el partido en diferido dos días después por el éxito de aquella primera emisión⁷.

También en aquella etapa (1972-1974) darían comienzo las emisiones de la Liga Nacional de Baloncesto, gracias a los éxitos que supusieron las retransmisiones de las competiciones internacionales tanto de clubes como de selecciones. El baloncesto aparecía en 1974 consolidado como el segundo deporte en minutos de la parrilla de Televisión Española, puesto que conservó con la llegada de la democracia en 1976 (Bonaut, 2006: 136).

⁵ El Torneo de Navidad se denominó Trofeo Phillips o Copa Latina de 1965 a 1967. Desde entonces pasó a llamarse Trofeo Raimundo Saporta, en homenaje al directivo del Real Madrid. Tras el fallecimiento del jugador Fernando Martín en 1989, la competición cambió su nombre por Trofeo Raimundo Saporta – Memorial Fernando Martín. En 2005 no se disputó, para regresar por última vez en 2006.

⁶ Emisión del encuentro por TVE: <http://www.youtube.com/watch?v=hRuVoGamMR8>

⁷ 'Una plata impresionante (1973)'. Federación Española de baloncesto. 12 de febrero de 2012. <http://www.feb.es/NoticiaDesarrollo.aspx?idNoticia=41063>

3.2 Democracia y profesionalización del baloncesto

Mientras en España la tolerancia y la pluralidad se abrían paso con la llegada de la democracia, en baloncesto el Real Madrid continuaba cosechando títulos continentales (dos nuevas Copas de Europa en 1978 y 1980) y en fútbol aparecieron de nuevo conflictos con TVE por la retransmisión de partidos. Los equipos de la Liga Nacional, que acusaban un importante descenso de asistencia a sus campos por ser los partidos televisados, exigían percibir más dinero de la cadena pública, la cual además contaba con importantes deudas a pagar a los clubes. Circunstancia esta que aprovechó el baloncesto para hacerse con el liderato en la programación deportiva de TVE. Los clubes que hasta entonces formaban parte de la Liga Nacional rompieron con la Federación Española de Baloncesto, organizadora de la competición, en busca de mejorar su situación económica y auto gestionar sus recursos. La aparición el 3 de marzo de 1982 de la Asociación de Clubes de Baloncesto supuso la primera profesionalización de una competición deportiva en España⁸. De hecho, los clubes de la Liga Nacional de fútbol seguirían dos años después el exitoso ejemplo de la ACB fundando la Liga de Fútbol Profesional (LFP).

Este nuevo organismo siguió el ejemplo de la competición de baloncesto americana, la NBA, cambiando algunas reglas del juego y de la competición para hacerla más espectacular y, por tanto, más televisiva. La más importante fue la aparición de los Playoffs, a través de los cuales los ocho mejores equipos al concluir la Liga Regular se enfrentaban en eliminatorias para conseguir el título de campeón.

El nuevo contrato televisivo con TVE, firmado en 1984, garantizaba la emisión de al menos 56 partidos en dos años por una cantidad de 100 millones de pesetas⁹. En 1986 se renovó el acuerdo por un año más y unas cifras similares, mientras que una televisión autonómica (TV3) firmó por primera vez otro acuerdo para emitir baloncesto.

En 1988 se incrementaron de forma importante los ingresos para la ACB, firmando un nuevo contrato con una validez de tres años por valor de 2.000 millones de pesetas¹⁰. Este nuevo

⁸ 'La Asociación de Clubes, primera experiencia de separación de poderes en una federación', Noticia elaborada por Luis Gómez para El País. 22 de junio de 1983. http://elpais.com/diario/1983/06/22/deportes/425080806_850215.html

⁹ 'TVE ofrecerá 56 partidos en dos años'. Noticia elaborada por Luis Gómez para El País. 06 de octubre de 1984 http://elpais.com/diario/1984/10/06/deportes/465865210_850215.html

¹⁰ 'Los clubes ya ganarán algo más de 2.000 millones por el acuerdo televisivo'. Noticia elaborada por Luis Gómez para El País. 13 de noviembre de 1988. http://elpais.com/diario/1988/11/13/deportes/595378801_850215.html

convenio fijaba la retransmisión de un partido semanal para las televisiones automáticas y otro para TVE.

Una vez finalizado este contrato se produjo una importante batalla por los derechos televisivos de la ACB. La irrupción de las cadenas privadas así como el empuje de las autonómicas hacían peligrar las retransmisiones en la cadena pública, si bien TVE firmó un nuevo contrato de otros tres años por 4.000 millones y la exclusividad de las emisiones¹¹.

La polémica, sin embargo, no tardó en aparecer cuando las autonómicas también decidieron emitir partidos tras ejercer una cláusula para prorrogar el anterior contrato. TVE tuvo que compartir los derechos del baloncesto en esa campaña 1991/1992 pero, eso sí, solo tuvo que pagar 220 millones de pesetas al no tener la exclusividad¹².

De todos modos, el baloncesto seguía interesando a la cadena pública tras haber perdido las exclusivas de la Liga de Fútbol Profesional y de otras competiciones como el Torneo de tenis de Wimbledon, el Open británico de Golf o el Giro de Italia. De esta forma, RTVE decidió firmar un nuevo contrato, esta vez sí, en exclusividad, con la ACB.

Este nuevo acuerdo, con validez hasta la campaña 1996-1997, se renovó sin embargo antes, en 1995¹³. Con esta renovación se aseguraba la aportación de TVE por otros cuatro años a la razón de 1.000 millones de pesetas por temporada.

A diferencia del anterior contrato, la ACB se guardó la opción de vender un segundo encuentro semanal a otra cadena. Canal + se hizo con ese derecho por las siguientes cuatro temporadas¹⁴, que serían el prelude de la exclusividad de la ACB para esta cadena privada.

¹¹ 'TVE pagará 3.300 millones por los derechos de la Liga'. El País. 30 de junio de 1990.

http://elpais.com/diario/1990/06/30/deportes/646696824_850215.html

¹² 'Los clubes de baloncesto pierden 900 millones por derechos de televisión'. Noticia elaborada por José Sámano para El País. 29 de noviembre de 1991. http://elpais.com/diario/1991/11/29/radiotv/691369228_850215.html

¹³ 'La ACB percibirá 4.000 millones de TVE por cuatro años'. Noticia elaborada por Robert Álvarez para El País. 9 de septiembre de 1995. http://elpais.com/diario/1995/09/09/deportes/810597606_850215.html

¹⁴ 'Acuerdo de la ACB y Canal +' El País. 25 de noviembre de 1995.

http://elpais.com/diario/1995/11/25/deportes/817254008_850215.html

3.3 Contacto con la televisión privada y regreso al ente público

Tras probar a emitir algunos partidos durante los cuatro años previos, la cadena privada Canal +, del grupo PRISA, decide apostar fuerte por el baloncesto. Una oferta millonaria y la promesa de un despliegue técnico en condiciones muy superiores a las de TVE son su carta de presentación para las negociaciones con la ACB, que sin embargo recela de que el baloncesto se emita en un canal de pago.

Finalmente, y ante la aparente indiferencia de TVE, que no quería llegar a las cifras de Canal +, la cadena del grupo PRISA se hace con los derechos de la ACB por 4 años y 10.200 millones de pesetas¹⁵. Además, los clubes deciden en asamblea cambiar el reparto de los ingresos por televisión en base a nuevos criterios como los partidos ganados en Liga, la clasificación para la Copa del Rey y el número de partidos retransmitidos.

El despliegue realizado fue espectacular, como explica el periodista Ramón Trecet en una serie de artículos para la web Basket Confidencial: “doce cámaras en cada retransmisión; cámaras de cabeza caliente, superlentas, cenitales... el despliegue técnico es espectacular. Hay un prepartido cargado de reportajes, entrevistas, estadísticas... Epi de comentarista estrella. Un postpartido tan espectacular como el pre... En fin, un sueño” (Trecet, 2005).

En esos mismos textos, Trecet, que había sido anteriormente locutor de baloncesto para TVE, desentraña las claves del acuerdo y del posterior fracaso. Pese a la calidad de las retransmisiones, los resultados de audiencia no fueron los esperados y el grupo PRISA decidió que Canal + debía abandonar el producto de la ACB.

El daño ya estaba hecho. La presencia durante cuatro años del baloncesto en un canal de pago había restado mucha difusión e impacto mediático al deporte de la canasta, que ya no era el segundo en cuanto a importancia informativa. Desde la ACB eran conscientes, siendo su presidente Eduardo Portela, el primero que quería volver a la cadena que fue hogar de este deporte por 18 temporadas, TVE.

Las negociaciones pasaron por diferentes etapas. Tras las voluntades iniciales de entendimiento, las discrepancias entre los dos entes se hicieron notar y, de hecho, la liga ACB amenazó con hacer huelga y no arrancar en la fecha prevista hasta que no se llegara a un

¹⁵ ‘Canal + obtiene los derechos de la liga de baloncesto’. Noticia elaborada por Rafael Carbonell para El País. 9 de enero de 1999. http://elpais.com/diario/1999/01/09/deportes/915836407_850215.html

acuerdo¹⁶. Finalmente, la Liga ACB levantó el plante y comenzó conforme a lo previsto en esta temporada 2003-2004, con las únicas emisiones de las cadenas autonómicas¹⁷.

El nuevo contrato con TVE no se acabaría rubricando hasta casi dos meses después, el 27 de noviembre de 2003¹⁸. El acuerdo, que unía a las dos partes por una temporada y 1,5 millones de euros, reflejaba el derecho preferencial para los partidos de la Liga Regular, donde TVE emitirá un partido por jornada, además de los Playoffs y la Copa del Rey.

Tras el final de este nuevo contrato, TVE renovarían de nuevo su apuesta por el baloncesto en 2004 por cuatro años, hasta 2008, y un total de 12 millones de euros¹⁹. El objetivo: aumentar la calidad del servicio y, sobre todo, hacerlo más apetecible de cara al espectador, creándose una comisión de trabajo entre ACB y TVE para analizar el modelo de retransmisión, la promoción y el horario.

Pese a las buenas audiencias puntuales en los grandes partidos y espectáculos como la Copa del Rey o los Playoffs y la implementación de competiciones como la Euroliga²⁰, el malestar hacia TVE creció en el final de esta etapa por la escasa promoción del producto y el continuo cambio de horarios y de canales. De hecho, la propia ACB se planteó firmar un contrato con otra cadena en condiciones económicas inferiores para garantizar un trato digno a la liga de baloncesto²¹. Finalmente, y ante la falta de ofertas que garantizaron lo que la ACB quería, en 2009 se volvió a renovar el contrato con TVE, si bien los términos de esa operación todavía hoy se desconocen²².

¹⁶ 'El baloncesto parará si no logra un acuerdo "digno" con televisión. Noticia elaborada por Robert Álvarez para El País. 2 de octubre de 2003. http://elpais.com/diario/2003/10/02/deportes/1065045612_850215.html

¹⁷ 'La liga ACB empieza sin acuerdo con TVE'. Noticia elaborada por Carmelo Ruiz para Diario AS. 03 de octubre de 2003. http://www.as.com/actualidad/articulo/liga-acb-empieza-acuerdo-tve/20031003dasdai_146/Tes

¹⁸ 'Acuerdo entre ACB y TVE para emitir baloncesto. El Mundo. 27 de noviembre de 2003. http://www.elmundo.es/elmundodeporte/2003/11/27/liga_acb/1069953942.html

¹⁹ 'ACB y TVE firman un acuerdo de retransmisión hasta la temporada 2007-2008'. <http://www.acb.com/redaccion.php?id=26405>

²⁰ 'Euroliga: Más baloncesto en TVE'. Noticia elaborada por Eduardo Mallo para Vaya Tele. 1 de noviembre de 2005. <http://www.vayatele.com/deportes/euroliga-mas-baloncesto-en-tve>

²¹ 'ACB: ¿Seguirá en TVE?'. Información elaborada por Juan C. Mingallón para Blog de Basket. 21 de julio de 2009. <http://www.blogdebasket.com/2009/07/21/acb-%C2%BFseguira-en-tve>

²² 'La ACB regresa a TVE: ¿podemos esperar un buen trato?'. Información elaborada por P. Roberto J. para Vaya Tele. 2 de octubre de 2008. <http://www.vayatele.com/deportes/la-acb-regresa-a-tve-podemos-esperar-un-buen-trato>

Tras tres años con muchos deslices²³, promesas incumplidas²⁴ y rumores sobre una posible marcha del baloncesto a una cadena privada, este pasado verano de 2012 parecía el definitivo para dejar TVE. Unas declaraciones del Consejero Delegado de la empresa pública Joseph Manuel Silva confirmaban que no había dinero para retransmitir la Liga Endesa en la temporada 2012-2013²⁵.

Sin embargo, la falta una vez más de acuerdos con los operadores privados lleva a la ACB a la misma situación que en años anteriores. Aunque a la fecha de entrega de este trabajo no era oficial, todo parece indicar que TVE seguirá emitiendo la Liga ACB por una cantidad muy inferior a otros contratos²⁶.

Un marco que no hace presagiar un aumento de la promoción del baloncesto en la cadena pública, más bien lo contrario, como indica el periodista César Nanclares: “Lo que no cambiará será el trato de TVE. Producción y realización de andar por casa; narrador y comentarista desde plató y no en la cancha; tratamiento anquilosado... El niño se nos muere en brazos y los padres (los clubes) no han nada para impedirlo. Porque no nos olvidemos, la ACB son los clubes... ¿o no?” (Nanclares, 2012).

²³ ‘TVE sigue dando emoción al baloncesto... pero a su manera’. Información elaborada por P. Roberto J. para Vaya Tele. 22 de junio de 2009 <http://www.vayatele.com/la-2/tve-sigue-dando-emocion-al-baloncesto-pero-a-su-manera>

²⁴ ‘La Copa del Rey se verá en Alta Definición (HD)’. ACB. <http://www.acb.com/redaccion.php?id=73615>

²⁵ ‘RTVE dejará de retransmitir la Liga ACB’. El País. 2 de marzo de 2012.

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/03/02/actualidad/1330717533_021789.html

²⁶ <http://www.tubasket.com/noticia/liga-endesa/tve-dara-acb-sigue-siendo-unica-propuesta-gratis-lo-podria-costarle-cargo-agusti/2334952/84>

4. Interés periodístico en la información deportiva

4.1 ¿Qué es interés?

Afirmaba el editor del New York Sun, John B. Bogart, que “cuando un perro muerde a un hombre no es noticia, porque pasa a menudo. Pero si es el hombre quien muerde al perro, eso sí es noticia”. Como definición no es, resulta evidente, la más académica, pero sí deja claro qué interesa a las personas: aquello “nuevo, no publicado, inusual y de interés general” (Randall, 2008: 38). Calificativos que comparte el periodista español Álex Grijelmo, quien, sin embargo, avisa que “una noticia puede carecer de algunas de estas características y ser digna igualmente de publicación. Pero irá perdiendo fuerza cuanto más se aleje de tales premisas”. (Grijelmo, 2008: 30).

Los tres primeros factores parecen claros, no así el cuarto de ellos, causante de muchos debates a lo largo de la historia en los medios de comunicación. En esa cíclica búsqueda de lo que genera interés, el periodista británico David Randall enumeró una serie de criterios que pueden ayudar a discernirlo. Algunos son muy sencillos de observar, como la actualidad de la noticia, la proximidad geográfica y emocional con la misma o el propio tema, que será más o menos atractivo dependiendo de los intereses del lector. Ya a comienzos del Siglo XX, autores como Grant Milnor Hyde afirmaban que “los seres humanos son ‘grupales’ y localistas en sus intereses. Se interesan principalmente en cosas y personas que conocen, y las noticias que caen fuera de sus categorías mentales deben ser de inusual significación para que les atraigan” (Hyde en Muñoz, 2002: 248)

El origen de las historias es igualmente importante. Según Randall, la audiencia tiene predilección por aquellas historias que cuentan con fuentes más sólidas, son conocidas por un número reducido de personas y aparecen de forma oportuna en el tiempo. Sin embargo, no hay que seguir estos criterios como si de mandamientos se tratara en busca de complacer a los lectores, porque ello “equivale a establecer filtros para descartar noticias que choquen con los prejuicios conocidos de los lectores o para suprimir aspectos inconvenientes, como el contexto, las explicaciones y las matizaciones” (Randall, 2008: 44).

Otro principio a tener en cuenta cuando se habla de interés informativo es el alcance de la noticia. Es claro que “cuantas más personas se vean afectadas por un hecho, más fuerza tendrá la información que se ocupe de él” (Randall, 2008: 49). La repercusión que una historia produce es igualmente importante: “la noticia tendrá más valor y más fuerza cuanto más duraderos sean los efectos del hecho sobre el que se informa” (Randall, 2008: 49).

Parece difícil encajar este último razonamiento en un mundo tan efímero como el del periodismo deportivo, donde los éxitos y fracasos se entierran rápidamente mientras se alcanzan otros nuevos, como veremos en el epígrafe posterior.

En el aspecto formal, las noticias interesan debido, entre otras cuestiones, a las mencionadas hasta ahora. Sin embargo, esconden mucho más. Emocionan, entristecen, enfadan, alegran... en definitiva, transmiten sentimientos. En esta línea, el profesor Juan Ramón Muñoz Torres afirma que “el interés que despiertan los sentimientos viene dado por su carácter cognoscitivo: el conocimiento sensible, por muy sensible que sea, no deja de ser una forma de conocimiento y este es una actividad que siempre atrae, que siempre interesa al hombre” (Muñoz, 2002: 220).

Más allá del conocimiento, otros valores propios del ser humano aparecen en liza. Y es que los medios de comunicación “representan continuamente hábitos, tanto intelectuales como morales, bien sean positivos, tales como la justicia, la prudencia, la valentía, la fortaleza, la generosidad, el arte, etc.; bien sean negativos, como sus contrarios: los vicios que se les oponen” (Muñoz, 2002: 223). Unos valores que aparecen perfectamente representados en el campo de la información deportiva.

4.2. Los valores intrínsecos del deporte

El deporte es lucha. Es rivalidad. Es emoción. Es igualdad, pero también superioridad. Desde los poemas épicos de Homero se observan estos valores, centrados en el campo semántico de la guerra pero que se han podido aplicar más tarde a las competiciones deportivas.

Como defiende el profesor Muñoz Torres, “la vida humana es una lucha constante, en la que hay que superar obstáculos de todo tipo a cada paso. Lo conflictivo o problemático es algo inherente a la misma vida y, por consiguiente, de interés universal y profundo, porque todo el mundo puede confrontar sus luchas con las de los demás, y así obtener un valioso conocimiento práctico” (Muñoz, 2002: 255-256). Y esa es, quizá, la clave de la atención que suscita el deporte, que a fin de cuentas siempre enfrenta a dos o más partes por un mismo objetivo: la victoria.

En ocasiones, la violencia se torna en eje central de interés de una competición, más allá del resultado. Todos hemos podido observar que algunos deportes solo aparecen en las noticias cuando ha habido alguna confrontación o pelea en su disputa. Las patadas más brutales de un

partido de fútbol, sobre todo si producen lesiones de gravedad, o los accidentes en las competiciones de motor son un claro ejemplo de cómo algunas noticias se antepone a otras por el elemento dramático y (o) violento.

Más allá de esta cuestión, es habitual que el periodismo deportivo utilice vocabulario del campo semántico de la guerra e, incluso, lo busque a la menor oportunidad. Conocido es el caso de numerosos diarios que en la previa del último partido de la primera fase de la Eurocopa de 2004, que enfrentaba a la anfitriona Portugal con una España al borde de la eliminación, recogieron la siguiente declaración del seleccionador portugués Luis Felipe Scolari: “esto es una guerra y en la guerra tengo que matar y no morir” (El Mundo Deportivo, 19-06-2004). Palabras que fueron sacadas de contexto en busca de crear una noticia y exaltar el ánimo antes del importante choque (que, por cierto, perdió España por 1 a 0). En realidad, Scolari recibió una llamada de un periodista radiofónico a quien, tras afirmar la frase citada, le dijo: “Ustedes son españoles y yo portugués. Tenemos un partido. Cualquier cosa que yo diga será diferente. Es mejor que no nos hablemos” (Redondo, 2010: 5).

El citado es tan solo un ejemplo entre miles de cómo la información deportiva busca amplificar la rivalidad inherente a la competición para posicionar a la audiencia.

4.3 El deportista como ejemplo para la sociedad

Claro está que también interesa el deportista en sí mismo, por su propia condición de líder de masas. La audiencia quiere “leer acerca de hombres y mujeres que son líderes en actividades sociales, económicas o políticas de la ciudad, el estado, la nación, o de cualquier lugar del mundo” (Bleyer en Muñoz, 2002: 251).

No solo interesa la opinión que tienen en diversos temas, sino también todo lo que puedan decir, ya que “los nombres famosos no sólo producen noticias, sino que son noticia en sí mismos. A todos nos interesa lo que una persona conocida hace, o piensa, o dice” (Bond en Muñoz, 2002: 251). Hoy en día esta frase cobra más sentido que nunca con la aparición de Twitter. Una de las principales características de esta red social consiste en leer al instante lo que públicamente escriben personas relevantes de todo el mundo.

Y es que “un gran poder conlleva una gran responsabilidad”, como afirma la célebre cita de la película Spiderman (Sam Raimi, 2002). Recientes tenemos los ejemplos de deportistas expulsados de los Juegos Olímpicos de Londres por insultos racistas a través de sus cuentas en

Twitter²⁷. El Comité Olímpico Internacional estimó que dichas declaraciones no eran aceptables en la competición que representan.

Sin embargo, hay muchos casos de deportistas que sí utilizan su fama para servir de (buen) ejemplo. En España, quizá el caso más conocido sea el del jugador de baloncesto Pau Gasol. Más allá de ser todo un ganador (Campeón del Mundo con la selección española en 2006 o dos veces Campeón de la NBA con Los Ángeles Lakers en 2008 y 2010), Gasol siempre ha mostrado una faceta comprometida. El ala-pívot catalán es Embajador de Unicef desde 2003 y ha contribuido en diversos proyectos contra el SIDA infantil, la malnutrición o en apoyo a la educación en África²⁸.

No en vano, la cadena norteamericana ESPN realizó un documental sobre Gasol que tituló “Un hombre del Renacimiento”, por las curiosidades intelectuales y humanitarias del español²⁹. Entre ellas, las constantes visitas al Children Hospital de Los Ángeles para participar como ayudante en diversas operaciones³⁰, tras empezar la carrera de Medicina en España y tener que abandonarla por el baloncesto. Una imagen labrada a base de infinidad de gestos de este tipo³¹ que, sin embargo, no generan tanto interés en el espectador como sí lo hace el componente polémico mencionado antes. En el caso particular de Gasol, el debate político sobre si se siente catalán o español o las críticas a la poca dureza que muestra jugando.

Este ejemplo es uno entre miles de cómo el deporte tiende a ser dominado por el espectáculo. Algo que en la televisión española de hoy en día queda más que patente.

²⁷ ‘El futbolista suizo Michel Morganella, expulsado por insultar a los jugadores de Corea del Sur’. El Huffington Post. 30 de julio de 2012. http://www.huffingtonpost.es/2012/07/30/olimpiadas-el-futbolista-n_1720010.html

²⁸ Biografía de Pau Gasol en Unicef <http://www.unicef.es/conoce/colaboradores/embajadores/pau-gasol>

²⁹ Reportaje de ESPN disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=77dY5OpN1Ko>

³⁰ ‘Pau Gasol’s work with Children’s Hospital affect patients in different ways’. Noticia elaborada por Mark Medina para Los Angeles Times. 5 de junio de 2012. <http://articles.latimes.com/2012/jun/05/sports/la-sp-ln-la-pau-gasols-work-with-childrens-hospital-affected-patients-in-different-ways-20120605>

³¹ ‘El gesto de oro de Pau Gasol con el ciclista discapacitado Diego Ballesteros’. Noticia elaborada por Jesús Sánchez para Marca. 15 de agosto de 2012. <http://www.marca.com/2012/08/15/baloncesto/nba/noticias/1345036822.html>

4.4 El deporte como espectáculo: ‘Deportes Cuatro’ y ‘Punto Pelota’

Las audiencias marcan generalmente los contenidos de un medio. Lo que interesa, vende. Y a lo que hay que vender, se le busca el interés. Es en los medios privados donde esta frase alcanza su máxima expresión, si bien los entes públicos también se rigen en cierta medida por las estadísticas, como luego veremos.

No siempre ha sido así. Pese a la escasez de espacios en comparación con la actual pléyade de canales y medios digitales, la información deportiva española era de calidad por definición. “Una época donde con matices y excepciones (siempre las hay) primaba el ejercicio periodístico honesto, el criterio, la profesionalidad del que responde a un código deontológico. Una época donde lo que más importaba era la información, la buena información como premisa vocacional (...) un escenario donde una noticia sobre tenis o ciclismo podía ser portada con total normalidad y los periodistas en su mayoría eran individuos cercanos al anonimato que aceptaban su posición tras la noticia y no dentro de ella. Las ventas dependían de lo que debía contarse en vez de limitarse a publicar lo que más vende” (Ramos, 2011).

El panorama comenzó a cambiar con la irrupción de un personaje clave en el mundo del periodismo deportivo, Eduardo Inda. El periodista navarro se hizo cargo en 2007 de la dirección del diario más leído de España, Marca. Desde entonces, la línea editorial del periódico madrileño giró al amarillismo y al sensacionalismo, con recursos como fotomontajes o el uso de un lenguaje coloquial en sus portadas para aumentar la atención de los lectores³².

Mientras el número de ventas crecía, también lo hacía la indignación de muchos aficionados (más de 11.000 pedían el despido de Inda en Facebook), debido a la publicación de primicias falsas y a la búsqueda de polémica continua con los rivales del Real Madrid. Especialmente conocida fue su campaña contra el ex-entrenador del Real Madrid, Manuel Pellegrini, del que llegó a titular “Estás despedido Manolo”³³, tras un empate del conjunto blanco en la que acabó siendo la temporada con mayor número de puntos del equipo merengue en su historia. El menosprecio al técnico chileno es equiparable al posterior enaltecimiento a su sucesor, Jose Mourinho, que recogió portadas en sentido opuesto.

³² Portadas más polémicas del diario Marca <http://listas.eleconomista.es/deportes/522-cul-es-la-mejor-portada-de-eduardo-inda-en-marca>

³³ ‘Estás despedido Manolo’. Marca. 17 de mayo de 2010. <http://www.marca.com/multimedia/primeras/10/05/0517.html>

Finalmente, Inda fue apartado de su cargo y convertido en director de la cadena Veo7, perteneciente al mismo grupo mediático, Unidad Editorial³⁴. La dirección de Marca la asumía Óscar Campillo, quien ha logrado rebajar notoriamente la carga *forofa* del periódico.

En cuanto al escenario televisivo, Deportes Cuatro ha marcado el camino a seguir para el resto de cadenas en lo que se refiere a información deportiva. Con un estilo basado en el entretenimiento y en el fútbol como motor de contenidos, sus presentadores principales Manolo Lama y Manu Carreño se han hecho casi tan protagonistas como las propias noticias, dando de hecho el sobrenombre al espacio (Los Manolos). El primero, de hecho, protagonizó un polémico incidente³⁵ al burlarse de un mendigo en Hamburgo, escenario previo a la disputa de la final de la Europa League, entregándole monedas mientras tanto él como los presentadores en plató se reían de la situación. En este caso concreto, el clamor popular acabó haciendo que Lama se disculpara³⁶.

Más allá de ello, el estilo de Deportes Cuatro ha creado tendencia. “Con vocación de pequeño circo y métodos propios de los programas del corazón (*Aquí hay tomate*) ha venido trivializando la información deportiva para hacer de la chanza, el video de YouTube y el reportaje sensacionalista cebos para una audiencia más amplia que no tiene por qué estar verdaderamente interesada en el deporte. En mayor o menor medida es un tratamiento de la información deportiva que se ha ido extendiendo por telediarios de otras cadenas para conformar un paisaje de frivolidad conectado a otro de supuesta seriedad. El deporte como vulgaridad. Más que nunca como opio del pueblo” (Ramos, 2011).

Si Deportes Cuatro representa el espectáculo como motor de la información deportiva, Punto Pelota (Intereconomía TV) encarna directamente al aficionado más radical. Isaac Ramos lo define a la perfección: “erigido sobre el monotema Real Madrid contra F.C. Barcelona, viene a ser un híbrido entre discusión a gritos salida de cualquier tasca, el maratón de polémicas donde el deporte es solo un trasfondo y el teatrillo con personajes representando siempre el mismo papel. El engendro perfecto que mejor simboliza la degeneración del actual periodismo deportivo, centrado en remover los más bajos instintos que todo ser humano posee y especialmente el odio al contrario.” Un formato que ha conseguido un notable éxito de

³⁴ ‘Eduardo Inda no seguirá en Marca y se marchará a Veo7’. El Economista. 19 de marzo de 2011. <http://ecodiario.economista.es/deportes/noticias/2919703/03/11/Eduardo-Inda-no-seguira-en-Marca-y-se-marchara-a-Veo7.html>

³⁵ Noticia de Deportes Cuatro disponible en http://www.youtube.com/watch?v=xsvP6o3x97k&feature=player_embedded

³⁶ ‘Solo pretendía sacar una sonrisa al mendigo’. Noticia elaborada por Jorge Yusta para Público. 13 de mayo de 2010. <http://www.publico.es/televisionygente/312460/lama-solo-pretendia-sacar-una-sonrisa-al-mendigo>

audiencias³⁷, tanto con el programa Punto Pelota como con su principal competidor creado a imagen y semejanza, Futboleros, de Marca TV.

Sin embargo, no toda la información deportiva actual se basa en el espectáculo y en el fútbol. Programas como Informe Robinson o periodistas como Rubén Uría y Gonzalo Vázquez son un ejemplo de cómo se puede hacer periodismo deportivo de calidad. Sin embargo, el propio Gonzalo Vázquez, experto en baloncesto, es plenamente consciente de que la batalla del interés la tienen ganada otros: “en realidad nada describe mejor la situación deportiva de los medios en España que ese formato de bar conocido como Los Manolos. La 'manolización' del deporte no es más que otra extensión de lo mostrenco que domina el panorama mediático nacional, donde el espectador ha dejado de ser un ente que merezca respeto. En la España de hace veinte años, con sus goteras y cabos, ni había medios que trataran al consumidor como gilipollas ni tanta gente encantada de recibir ese trato. El caso es que entre unos y otros han cerrado filas. Y éstas enseñan que cuanto más se llenan los informativos de deportes menos deporte hay” (Vázquez, 2011).

³⁷ 'Punto Pelota más líder del deporte en TV'. La Gaceta. <http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/deporte/punto-pelota-mas-lider-del-deporte-tv>

5. Análisis empírico de la cobertura mediática del baloncesto

5.1 Introducción

Este trabajo centra su interés en analizar el tratamiento que Televisión Española da al baloncesto en general y a la Liga Endesa en particular. TVE es la cadena propietaria de los derechos de emisión de la misma. Para ello, se adjuntan tres tipos de datos que ayudan a analizar esta cobertura que recibe la liga nacional de baloncesto, tanto en el ente público como en otras cadenas. También se analizará cómo es este seguimiento, y si responde a un interés puramente informativo o bien a otros factores como el drama, la presencia de figuras o la espectacularidad.

- Aparición y condición de informaciones de la Liga Endesa en los telediarios de TVE.
- Audiencias de los partidos de la Liga Endesa en Teledporte (canal de RTVE).
- Comparativa de tiempo dedicado al fútbol y al resto de deportes en los informativos de TVE y del resto de cadenas generalistas.

A continuación se exponen y analizan los datos, obtenidos a través de la web de RTVE, la asociación Teleespectadors Associats de Catalunya y el dossier de prensa que proporciona la ACB tras la disputa de cada jornada.

5.2 Aparición y condición de informaciones de la Liga Endesa en los telediarios de TVE

La televisión pública, como hemos visto en el capítulo III, ha sido la cadena propietaria de los derechos de emisión de la Liga Endesa (antes conocida como Liga ACB) durante la pasada temporada 2011-2012. La cobertura que han dado en sus informativos a la competición nacional no siempre ha sido regular, sino que ha ido variando según el interés que generaban los contenidos y el que ha tenido la propia TVE en promocionar su producto, que también ha cambiado. En ocasiones, el interés ha sido mayor debido a la presencia de figuras mediáticas, como hemos visto en el capítulo anterior, si bien existen otras variables que han condicionado este seguimiento. De esta forma se distinguen tres momentos diferenciados:

5.2.1. *Lockout* en la NBA y presencia de varios jugadores en la Liga Endesa (octubre 2011 – diciembre 2011).

La National Basketball Association, nombre completo de la liga estadounidense de baloncesto, no empezó esta pasada temporada el 1 de noviembre, tal y como estaba previsto. Para que comenzara la liga era necesario firmar un nuevo acuerdo colectivo que fijara las cantidades económicas que perciben los jugadores (*salary cap*) y el dinero que, como máximo, pueden gastar los equipos en sus plantillas (*luxury cap*). La falta de acuerdo entre jugadores y los propietarios de las franquicias de la liga propició el 1 de julio el denominado *lockout*³⁸, es decir, el cierre de la liga hasta que ambas partes llegaran a un nuevo acuerdo, algo que sucedió finalmente en diciembre de 2011. Los jugadores durante ese tiempo se quedaron sin jugar y, por ende, sin cobrar, por lo que muchos buscaron acomodo en otras ligas extranjeras³⁹.

Este éxodo incrementó el interés de los medios nacionales en la ACB, a donde llegaron nueve jugadores. Entre ellos, dos integrantes de la selección española, Serge Ibaka y Rudy Fernández, que ficharon por el Real Madrid. En la siguiente tabla se adjuntan las noticias dedicadas a la Liga ACB en el informativo de TVE durante esta etapa:

Despedida de los NBA	Fragmento	1:54	04 dic 2011
Singler, nueva estrella del Madrid	Fragmento	1:02	30 nov 2011
Lo mejor de la semana en la Liga Endesa	Fragmento	00:39	28 nov 2011
Lo mejor de la jornada en la Liga Endesa	Fragmento	00:38	21 nov 2011
3, 2, 1, lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:41	14 nov 2011
Mano a mano en la Liga Endesa	Fragmento	1:40	13 nov 2011
Las 3 mejores canastas de la Liga Endesa	Fragmento	00:39	07 nov 2011
3, 2, 1, lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:28	31 oct 2011
Victoria de Unicaja, debut de Ibaka	Fragmento	00:58	26 oct 2011
3, 2, 1, lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:36	17 oct 2011
Derrota del Madrid en la Liga Endesa	Fragmento	00:36	14 oct 2011
El Barça vuela en la Liga Endesa	Fragmento	00:57	13 oct 2011
El Regal Barça arrolla al 'Estu'	Fragmento	00:58	13 oct 2011
Las tres mejores canastas de la ACB	Fragmento	00:30	10 oct 2011
Rudy debuta en Liga con triple y victoria	Fragmento	00:56	09 oct 2011
Arranca la Liga Endesa ACB	Fragmento	1:12	08 oct 2011

³⁸ Más información sobre el lockout de la NBA http://en.wikipedia.org/wiki/2011_NBA_lockout

³⁹ Listado de jugadores en el extranjero durante el lockout http://espn.go.com/nba/story/_/id/6793510/nba-overseas-player-movement

Como se puede observar, la mayor parte de las informaciones tiene una duración de alrededor de un minuto, e incluyen noticias específicas sobre estas nuevas figuras mediáticas provenientes de la NBA (Rudy Fernández, Serge Ibaka y Kyle Singler⁴⁰). Igual que sucede en el fútbol, el interés se centra casi íntegramente en los resultados de Real Madrid y Regal Barcelona. Estas informaciones se compaginan con la emisión de las 3 mejores jugadas de la jornada, generalmente las más decisivas y complicadas de lograr, que se suelen utilizar cuando no hay noticias de relevancia.

5.2.2. Regreso de jugadores a la NBA

En diciembre de 2011 concluye el *lockout* de la NBA, lo que origina la marcha de sus jugadores de España (salvo el citado caso de Kyle Singler). En esta etapa solo aparece una noticia por cada jornada de la Liga Endesa, salvo casos contados en los que se ofrece también una previa. Es decir, en una semana de contenidos, la Liga Endesa, pese a ser propiedad de TVE, solo aparece uno o dos días a la semana en sus informativos y cuenta con un tiempo dedicado casi siempre inferior al minuto.

El Madrid salva el liderato en Alicante	Fragmento	1:10	15 ene 2012
Lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:31	09 ene 2012
El duelo continúa en la Liga Endesa	Fragmento	00:37	08 ene 2012
Las 3 mejores jugadas de la jornada en la Liga Endesa	Fragmento	00:29	05 ene 2012
El Madrid, líder al ganar al Barça	Fragmento	1:37	05 ene 2012
La 13ª jornada, en tres jugadas	Fragmento	00:31	30 dic 2011
El Madrid quiere terminar el año líder	Fragmento	00:30	28 dic 2011
Un año de triples en la Liga Endesa	Fragmento	00:38	26 dic 2011
La 12ª jornada, en tres jugadas	Fragmento	00:42	19 dic 2011
Lo mejor de la jornada ACB	Fragmento	00:37	12 dic 2011
Gescrap y Valencia abren la jornada	Fragmento	00:51	09 dic 2011

Uno de esos casos contados tuvo lugar cuando se enfrentaron Real Madrid y Barcelona el pasado 4 de enero. Este encuentro en particular sí fue promocionado de forma importante por Televisión Española, dedicando espacios mayores al minuto de duración en los días previos a la disputa del partido, por el interés que generan en el espectador las noticias de estos clubes.

⁴⁰ Singler decide no retornar a la NBA una vez finalizado el *lockout* y permanece en España, primero en el Lucentum Alicante y después ficha por el Real Madrid. Más información en <http://www.marca.com/2011/11/29/baloncesto/acb/1322601844.html>

Más que un liderato en juego en el clásico del baloncesto	Fragmento	1:39	04 ene 2012
El clásico del baloncesto, desde los banquillos	Fragmento	1:27	03 ene 2012
Madrid-Barça, el clásico del basket	Fragmento	1:00	03 ene 2012

5.2.3. Rumores sobre la no extensión del contrato televisivo con RTVE

En marzo, el consejero de RTVE, Josep Manuel Silva, declaraba a la cadena de radio RAC1⁴¹ que RTVE no seguiría pagando por los derechos de la ACB y, por tanto, emitiendo los partidos en Teledeporte. El motivo, la falta de presupuesto por los recortes producidos en el medio público, pero también las bajas audiencias que ofrece el producto, como luego veremos.

Estas declaraciones redujeron aún más la cobertura mediática del baloncesto en los informativos de Televisión Española, con la mayoría de noticias con una duración aproximada de medio minuto.

Los 'play-offs' de la Liga Endesa arrancan el 17 de mayo	Fragmento	00:23	07 may 2012
Estudiantes, un histórico del baloncesto que desciende por primera vez	Fragmento	1:45	06 may 2012
Regal Barça y Madrid, victorias con sensaciones dispares	Fragmento	1:27	29 abr 2012
El Blancos de Rueda Valladolid certifica su descenso	Fragmento	00:42	26 abr 2012
Las tres mejores canastas de la 30ª jornada de la ACB	Fragmento	00:24	23 abr 2012
3, 2, 1... lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:36	16 abr 2012
Las tres mejores jugadas de la 27ª jornada ACB	Fragmento	00:31	02 abr 2012
3, 2, 1... lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	1:00	26 mar 2012
Navarro cumple 500 partidos en la Liga Endesa	Fragmento	1:05	23 mar 2012
3, 2, 1... lo mejor de la Liga Endesa	Fragmento	00:30	19 mar 2012
El Estudiantes recibe a los 'hombres de negro'	Fragmento	00:25	17 mar 2012
Las tres mejores jugadas de la Liga Endesa	Fragmento	00:31	05 mar 2012
La jornada 21ª de la Liga Endesa, en tres jugadas	Fragmento	00:33	27 feb 2012
La 19ª jornada de la Liga Endesa, en tres jugadas	Fragmento	00:33	06 feb 2012
La 18ª jornada de la Liga Endesa, en tres jugadas	Fragmento	00:38	30 ene 2012

⁴¹ 'No podremos renovar el contrato para dar la ACB en Teledeporte'. El Economista. 2 de marzo de 2012 <http://ecodiario.economista.es/comunicacion/noticias/3792299/03/12/TVE-No-podremos-renovar-el-contrato-para-dar-el-Teledeporte-la-ACB.html>

Esta etapa recoge prácticamente en su totalidad la segunda vuelta de la competición, que va de la jornada 18 a la 34. Los datos del cuadro permiten observar que no se ofrece, salvo casos aislados, ninguna información previa a la disputa de los partidos. Esta ausencia de noticias previas repercute en que la audiencia no se interese por la emisión de partidos, o incluso lo desconozca. Además, el recurso de limitarse a emitir las tres mejores jugadas de la semana se amplifica, llevándose a cabo en todas las jornadas excepto en las dos últimas. En estos casos, se dedican noticias más extensas que el resto al descenso de dos equipos a la liga LEB, centrandó la atención en el componente dramático –llanto de seguidores y enfoque directo a sus rostros de seguidores concretos, tristeza de jugadores– que supone para sus aficiones. La última noticia contabilizada sobre la liga regular presenta los Playoffs de la liga, que sí obtuvieron mayor repercusión y promoción en el informativo.

Nada comparable al volumen de noticias que genera la selección española de baloncesto, que cuenta durante la participación en torneos oficiales con espacios diarios superiores al minuto en la programación del telediario de TVE. Ejemplo de seguimiento en el pasado Eurobasket:

La 'ÑBA' se baña en masas	Fragmento	1:18	19 sep 2011
Década de oro del baloncesto español	Fragmento	1:12	19 sep 2011
Navarro: "No tenemos techo"	Fragmento	2:39	19 sep 2011
La 'ÑBA' ya está en España con el oro	Fragmento	3:17	19 sep 2011
Los embajadores 'ÑBA'	Fragmento	00:47	18 sep 2011
España vela armas para la final	Fragmento	1:14	17 sep 2011
Conjurados contra Francia	Fragmento	00:55	17 sep 2011
España, hacia la final del Eurobasket	Fragmento	1:00	16 sep 2011
Lituania llora, Macedonia-España en semis	Fragmento	1:02	15 sep 2011
Navarro ejerce de capitán	Fragmento	1:48	14 sep 2011
La 'ÑBA', sin confianzas ante Eslovenia	Fragmento	1:45	14 sep 2011
España, favorita ante Eslovenia	Fragmento	1:04	14 sep 2011
La 'ÑBA' piensa ya en Francia	Fragmento	1:18	10 sep 2011
La 'ÑBA' a por Serbia	Fragmento	1:11	08 sep 2011
España, a vengarse de Serbia	Fragmento	1:16	08 sep 2011
Reyes: "Lo hemos pagado caro"	Fragmento	1:19	05 sep 2011
Así se recupera la 'ÑBA'	Fragmento	1:08	05 sep 2011
Rudy Fernández, el DJ de España	Fragmento	1:14	04 sep 2011
Pau Gasol vuelve a mirar para arriba	Fragmento	1:20	03 sep 2011
España se prepara para el Eurobasket	Fragmento	1:09	30 ago 2011
La 'ÑBA' desembarca en Lituania	Fragmento	1:17	29 ago 2011

5.3 Audiencias de los partidos en Teledeporte

Como empresa poseedora de los derechos de la Liga Endesa, RTVE decidió emitir sus partidos en el canal temático Teledeporte, en horario de sábados y domingos por la tarde. Las estadísticas de audiencias de la Liga Endesa 2011-2012, extraídas del dossier de prensa que facilita la ACB en su página web semanalmente, han sido las siguientes:

JORNADA Y ENCUENTRO	AUDIENCIA	SHARE (%)
1 – Caja Laboral – Cajasol Banca Cívica (08/10/2011)	137.200	1,3
1 – Asefa Estudiantes – Valencia Basket (09/10/2011)	188.400	1,6
2 – Bizkaia Bilbao Basket – Real Madrid (13/10/2011)	492.900	2,9
3 – Lagun Aro GBC – Unicaja (15/10/2011)	118.500	1,1
3 – Cajasol Banca Cívica – FC Barcelona Regal (16/10/2011)	272.900	2,3
4 – Asefa Estudiantes – Lagun Aro GBC (22/10/2011)	198.900	1,8
4 – FC Barcelona Regal – Bizkaia Bilbao Basket (23/10/2011)	315.800	2,4
5 – Fiac Mutua Joventut – Asefa Estudiantes (29/10/2011)	132.300	1,2
5 – Gran Canaria 2014 – Real Madrid (30/10/2011)	269.600	2,3
6 – Assignia Manresa – Bizkaia Bilbao Basket (05/11/2011)	189.600	1,5
6 – Real Madrid – Cajasol Banca Cívica (06/11/2011)	389.100	2,7
7 – Valencia Basket – FC Barcelona Regal (13/11/2011)	358.400	2,5
8 – Baloncesto Fuenlabrada – Gran Canaria 2014 (19/11/2011)	137.800	1,1
8 – Asefa Estudiantes – Caja Laboral (20/11/2011)	147.500	1,0
9 – CAI Zaragoza – Real Madrid (26/11/2011)	247.600	2,1
10 – Fiac Mutua Joventut – Cajasol Banca Cívica (03/12/2011)	108.300	0,8
10 – Real Madrid – Valencia Basket (04/12/2011)	393.200	2,7

11 – Gescrap Bizkaia – Valencia Basket (10/12/2011)	128.700	1,0
11 – FC Barcelona Regal – Unicaja (11/12/2011)	326.700	2,2
12 – Caja Laboral – FC Barcelona Regal (18/12/2011)	412.200	2,6
14 – Real Madrid – FC Barcelona Regal (04/01/2012)	828.200	4,6
24 – Valencia Basket – Real Madrid (11/03/2012)	229.400	1,8
28 – Caja Laboral – Real Madrid (09/04/2012)	247.300	2,5
29 – Real Madrid – Lucentum Alicante (15/04/2012)	225.500	1,7
30 – Unicaja – FC Barcelona Regal (22/04/2012)	181.300	1,5
31 – FC Barcelona Regal – Caja Laboral (26/04/2012)	180.800	1,4
32 – Lucentum Alicante – FC Barcelona Regal (29/04/2012)	135.900	1,1
33 – FC Barcelona Regal – Real Madrid (03/05/2012)	726.400	4,3
34 – Asefa Estudiantes – UCAM Murcia (06/05/2012)	237.900	2,0

* La ausencia de datos de audiencias en algunas jornadas se debe a que no fueron proporcionadas por www.acb.com.

Los datos reflejan unas audiencias muy pobres, que solo superan el medio millón de espectadores y el 3% de share en dos ocasiones, ambas en encuentros que enfrentaron al FC Barcelona Regal y al Real Madrid. De hecho, al menos uno de estos dos equipos ha estado presente en 18 de las 21 jornadas analizadas, lo que supone más del 85% de las ocasiones. Uno de los posibles motivos de los bajos índices de audiencia puede ser la competencia con el fútbol, que pese a no emitirse en abierto en el mismo horario, sí puede ser seguido por los aficionados gracias a otras vías (canales privados, por Internet, por radio...).

Por otro lado, la escasez en el seguimiento fue atribuida por algunos medios de comunicación a la falta de promoción y de cuidado del producto. En concreto, el periódico digital Gasteiz Hoy publicó, refiriéndose a Teledporte: “Comenzó esta temporada ofreciendo dos partidos semanales (sábado-domingo) en horario de tarde, en una demostración de querer explotar el producto. Sin embargo, si no se es un aficionado que sigue con regularidad el deporte de la canasta ha resultado bastante difícil seguir dichos partidos. Primero porque si no se accedía a

la página web de ACB (www.acb.com) cuyo servicio y contenidos son de gran calidad, no se podía saber qué partido se televisaba, salvo con algún anuncio perdido por Teledeporte. Segundo, porque había sábados en los que el partido desaparecía motivado por la retransmisión de algún otro evento deportivo (las audiencias respaldan su decisión)” (Gazteiz Hoy, 6-6-2012).

Finalmente, el formato de emisión de dos partidos semanales acabó desapareciendo a mitad de temporada sin explicación de ninguna de las partes. Hasta entonces, los partidos contabilizados de los sábados por la tarde reflejaron unas audiencias paupérrimas, sin superar en ninguna ocasión los 200.000 espectadores ni el 2% de share. Probablemente, la inexistente necesidad de seguir cuidando un producto que sabían que no iban a mantener la temporada siguiente propició esta reducción en la programación, algo que también se notó en la promoción del producto.

Ambos hechos, la escasa promoción y los bajos índices de audiencia, están relacionados y se influyen el uno al otro, propiciando que la repercusión de la Liga Endesa sea la que salga peor parada.

5.4 Comparativa de tiempo dedicado al fútbol y al resto de deportes en los informativos

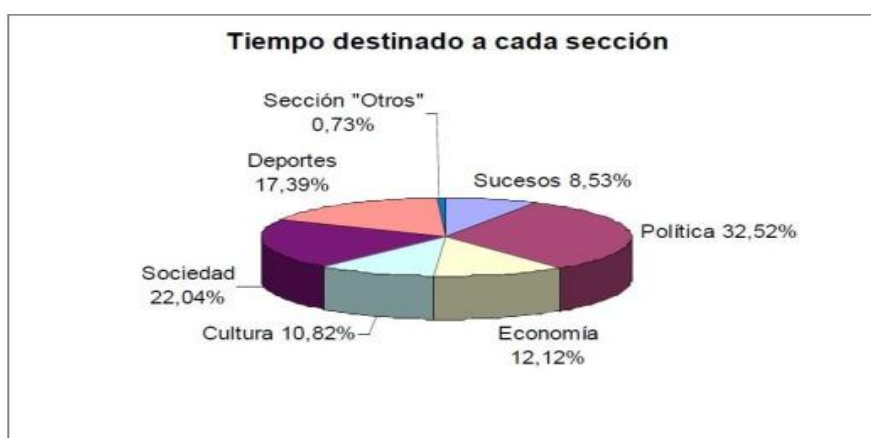
Si los datos de las audiencias de Teledeporte son pobres es, en parte, por el escaso seguimiento mediático que se hace del producto, no ya en el ente público sino en todos los medios. Sin embargo, también sucede lo contrario: el bajo interés del baloncesto nacional genera una repercusión menor de la liga Endesa. La gran incógnita consiste en saber cuál de las dos variables produce este círculo vicioso, algo imposible de descifrar a través de los datos. Solo se podría aventurar que una de las dos opciones tiene preponderancia sobre la otra, pero no tendría ningún fundamento empírico que lo probara.

Ya hemos visto en el segundo punto de este capítulo que la dedicación al baloncesto ha sido mínima en TVE, pero este dato adquiere más relevancia si se compara con el tiempo destinado al fútbol en los informativos. Para la redacción del presente epígrafe se ha utilizado un estudio de la asociación Teleespectadors Associats de Catalunya titulado “Estudio sobre los informativos de 2010”, presentado en Junio de 2010 y que recogió información sobre los informativos de todas las cadenas generalistas durante una semana.

Los datos utilizados, de este modo, corresponden a la temporada anterior a la 2011-2012, que ha sido la analizada en los dos puntos anteriores del epígrafe. Sin embargo, se considera que el panorama de la información deportiva en los telediarios no ha cambiado en apenas doce meses y, por tanto, los datos presentados a continuación tienen la misma validez que si hubieran sido tomados esta pasada temporada. La configuración del panorama televisivo en 2010 era idéntica a la de la actualidad, con el mismo formato de informativo y sin ningún cambio importante que haga perder credibilidad a los datos ofrecidos a continuación.

5.4.1 Televisión Española

El ente público se ha caracterizado en el último lustro por ofrecer unos informativos reconocidos tanto por la audiencia, con cinco años de liderazgo frente a sus competidores⁴², como por la crítica, llegando incluso a ser galardonado como uno de los mejores informativos del mundo por los prestigiosos TV News Award⁴³. Debido al carácter público del medio, la Ley 17/2006⁴⁴ exige a la Corporación Radiotelevisión Española que cumpla unos requisitos de calidad, veracidad, pluralidad y objetividad. Características que se ven reflejadas en el espacio destinado a cada sección, donde más o menos cada una recibe un tiempo acorde con su interés, variando según las circunstancias.

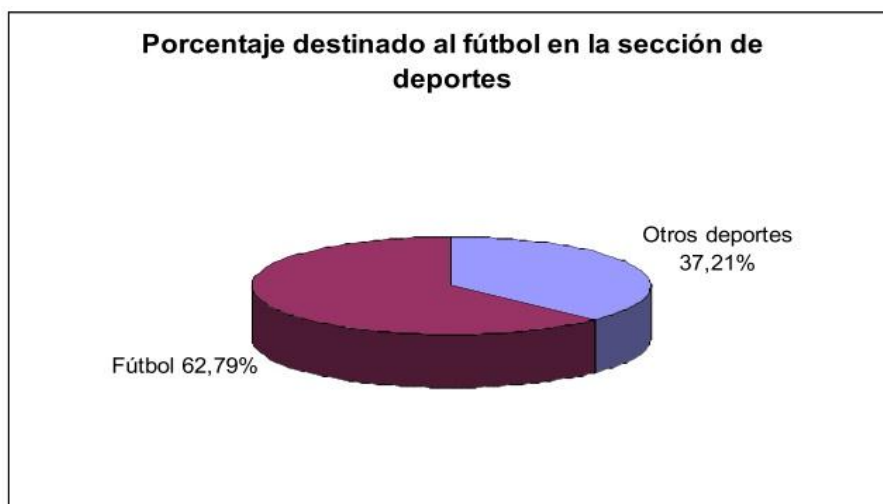


El reparto comienza a ser más desigual dentro de la información deportiva. El fútbol ocupa la mayor parte de los aproximadamente 10 minutos dedicados a la información deportiva, salvo en eventos muy especiales y ocasionales como en unos Juegos Olímpicos.

⁴² 'Los telediarios de TVE, líderes de audiencia por quinto año consecutivo'. RTVE. 1 de septiembre de 2012. <http://www.rtve.es/television/20120901/telediarios-tve-lideres-audiencia-quinto-ano-consecutivo/560983.shtml>

⁴³ 'El TD2 de TVE, entre los mejores informativos del mundo en los TV News Award 2010'. RTVE. 27 de octubre de 2010. <http://www.rtve.es/television/20101027/telediario-2-tve-entre-mejores-informativos-del-mundo-tv-news-award-2010/365386.shtml>

⁴⁴ Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad Estatal, disponible en <http://www.rtve.es/archivos/70-2041-FICHERO/Ley.pdf>



Esta tendencia se ha acrecentado en la actualidad al perder TVE los derechos del Mundial de Motociclismo, competición que habían retransmitido durante 28 años⁴⁵. Los esfuerzos dedicados a este deporte en el ente público habían sido notorios, llegando hasta el punto de que no era infrecuente que la sección de deportes se abriera con informaciones de motociclismo o incluso reduciendo el informativo por retransmitir un Gran Premio. Algo que no ha sucedido con otros deportes de los que TVE posee derechos, como el baloncesto. Según los datos de la última auditoría revelada de RTVE, que data de 2010, el ente público destinó 26,5 millones de euros a los derechos de Moto GP y 6 a los de la Liga ACB⁴⁶. La menor inversión realizada podría explicar que no sea tan necesario rentabilizar este tipo de productos y, por tanto, sean menos promocionados.

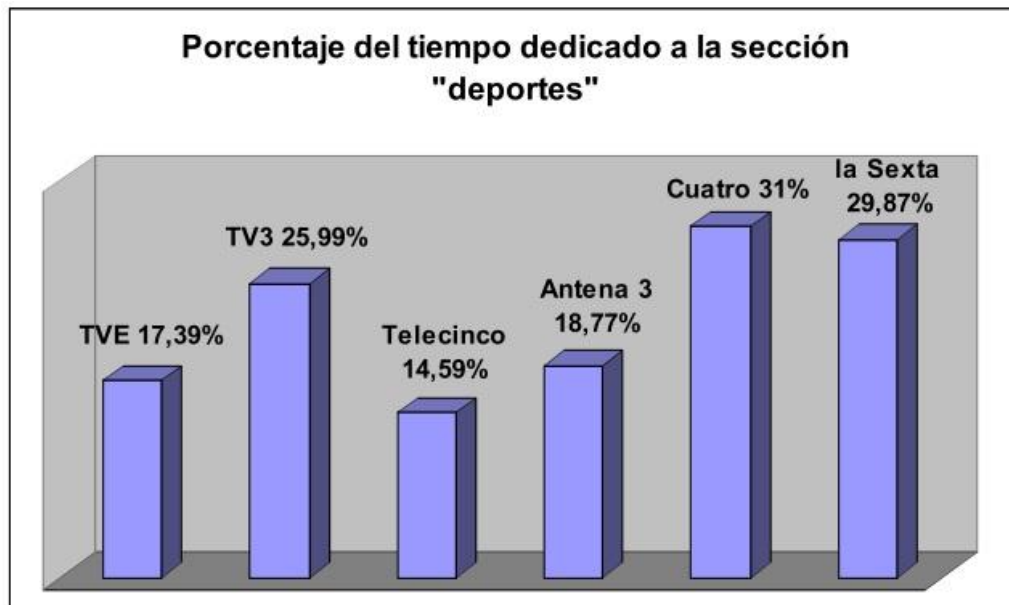
Por otro lado, el espacio destinado al fútbol también está específicamente centrado en seguir la actualidad de Real Madrid y el FC Barcelona, al igual que sucede con el resto de cadenas. Esta bipolarización de la información deportiva queda patente también en lo referente al baloncesto, donde el interés siempre se centra en conocer los resultados de los dos equipos citados por delante de los del resto de participantes.

5.4.2 Otras cadenas

El caso de las televisiones privadas es mucho más llamativo. Dada la inexistente necesidad de ofrecer una información plural, los canales enfocan su programación informativa al público al que van dirigidos. Por ejemplo, La Sexta y Cuatro, cuyo principal target es un público adulto joven, son las cadenas que más tiempo dedican al deporte.

⁴⁵ http://www.as.com/motor/articulo/motociclismo-dice-adios-rtve-28/20111105dasdaimot_7/Tes

⁴⁶ <http://www.prnoticias.com/index.php/television/185-tve-/20112026-auditoria-2010-rtve-destino-140-millones-un-12-de-su-presupuesto-a-la-compra-de-derechos-deportivos>



Por el mismo motivo, el espacio dedicado al fútbol dentro de la información deportiva es, sin excepción, más amplio que en TVE. También sucede que lo referente al Real Madrid y al FC Barcelona centra la atención informativa, marginando al resto de equipos y deportes.



Esto varía, igual que sucedía en TVE con el motociclismo, dependiendo de los derechos de emisión que tienen las cadenas. Por ejemplo, en la actualidad, Antena 3 retransmite la Formula1 y Telecinco el Mundial de Motociclismo, por lo que ambas cadenas dedican un espacio importante a estos deportes y lo promocionan en sus informativos para intentar rentabilizar su inversión y aumentar las audiencias.

En otras ocasiones, es la espectacularidad la que define el criterio para incluir o no algunos contenidos. A ello se debe que informativos como Antena 3 o Deportes Cuatro incluyan a diario las mejores jugadas de la NBA y que, sin embargo, dediquen un tiempo ínfimo a la ACB.

6. Conclusiones

1) La cobertura que los medios de comunicación han dado a la liga ACB de baloncesto en la última temporada ha pasado por diversas etapas. Como hemos visto a través del caso de Televisión Española, la presencia inicial de algunos jugadores de la NBA incrementó el interés de la competición nacional, el cual volvió a descender notablemente cuando la liga norteamericana se reanudó. En otra fase posterior, la atención volvió a decrecer tras afirmar un directivo de la cadena pública que no se iba a renovar el patrocinio televisivo. Las piezas emitidas en los informativos de TVE (el canal que más información dedica a la Liga ACB de entre todos los generalistas) se han limitado frecuentemente a un breve resumen de la jornada, casi siempre inferior al minuto de duración. Solo en muy contadas ocasiones, como en los enfrentamientos entre Real Madrid y Regal Barcelona, se ha ofrecido una información previa a la disputa de los partidos de liga, por lo que la ACB generalmente aparecía una vez a la semana en los informativos.

2) En relación con la anterior conclusión se puede afirmar que Televisión Española no ha promocionado su producto lo suficiente, ya que rara vez ha publicitado la emisión de los partidos de baloncesto. Además, la irregularidad en los horarios y en los días de emisión (dos partidos semanales para acabar eliminando uno de ellos de la parrilla sin explicaciones) tampoco han ayudado a que los espectadores estuvieran informados de la oferta deportiva del canal.

3) Los partidos de ACB emitidos por Teledporte reflejan unos datos de audiencia paupérrimos. Tan solo dos encuentros de la pasada temporada superaron el medio millón de espectadores, una cifra ya de por sí pobre si se compara con las que produce la selección nacional de baloncesto y, por supuesto, cualquier partido de fútbol. Una de las incógnitas que plantean estos datos es la siguiente: ¿la audiencia es baja por la escasa promoción del producto o la promoción es escasa porque la audiencia no responde? No existe una respuesta empírica para esa pregunta. Lo que queda claro es que solo los dos enfrentamientos entre Regal Barcelona y Real Madrid lograron superar la citada barrera de los 500.000 espectadores y el 3% de share, lo que demuestra que el interés de la audiencia se amplifica cuando se habla de estos dos equipos. No en vano, se televisó al menos a uno de ellos en el 85% de las jornadas analizadas.

4) El baloncesto, como sucede con otras disciplinas, cuenta con mayor repercusión cuando juega la selección española. El público tiende a verse representado por el combinado nacional, al igual que se identifica con deportistas individuales patrios como el tenista Rafa Nadal o los pilotos Fernando Alonso, Jorge Lorenzo y Dani Pedrosa. Todos ellos tienen en común que han cosechado éxitos muy destacados en sus respectivas modalidades, igual que sucede con la selección de baloncesto. Como hemos visto en el capítulo dedicado el interés, ambas claves (triumfos y componente patriótico) generan repercusión mediática.

5) La liga norteamericana de baloncesto despierta mayor interés informativo que la ACB. Los motivos, el espectáculo que generan las estrellas de este deporte y la presencia de jugadores españoles compitiendo contra ellas y, en algunos casos, logrando éxitos. De hecho, en algunas cadenas nacionales la competición norteamericana tiene mayor difusión que la española, como hemos visto en la presente investigación.

6) Los medios de comunicación son endogámicos cuando les conviene. Los canales televisivos que poseen derechos de algún deporte solo lo promocionan si les interesa rentabilizar la inversión realizada. En casos donde el gasto ha sido muy importante (Motociclismo en TVE o Fórmula 1 en Antena 3 y Telecinco), la cobertura informativa que se ofrece es mucho mayor que en otros donde los derechos de emisión son relativamente bajos.

7) La medición realizada refleja un dominio del deporte en la programación informativa. En este contexto, como hemos comprobado en el capítulo dedicado al interés, los programas de información deportiva más seguidos por la audiencia utilizan como criterios en la selección de noticias elementos como el espectáculo, el morbo y el drama.

8) Tras analizar qué les interesa a los medios de información deportiva nacionales, podemos asegurar que la Liga Endesa de baloncesto recibe una ínfima atención en la televisión nacional. Las razones son diversas: la escasa promoción que los medios otorgan a esta competición (incluso de la cadena que posee sus derechos de emisión), la falta de figuras deportivas que atraigan la atención del público y la durísima competencia con el deporte rey en España, el fútbol, que está totalmente bipolarizado en torno al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona.

En uno de los párrafos anteriores se exponía un interrogante sobre la repercusión del baloncesto; como colofón a esta investigación es momento de escribir otro: ¿el público quiere información deportiva de calidad? ¿O sus preferencias coinciden con el contenido superficial e interesado que ofrecen la mayoría de medios? Sobre las respuestas a estas preguntas se sentarán las bases del periodismo deportivo en el futuro.

7. Bibliografía

- Bleyer, William Grosvenor: "Newspaper writing and editing" en Muñoz Torres, Juan Ramón: "Por qué interesan las noticias", Herder, Barcelona, 2002.
- Bond, Frank Fraser: "Introducción al Periodismo" en Muñoz Torres, Juan Ramón: "Por qué interesan las noticias", Herder, Barcelona, 2002.
- Camacho Markina, Idoia: "La especialización en el periodismo. Formarse para informar", Comunicación Social, Sevilla-Zamora, 2010.
- Fernández del Moral, Javier: "Periodismo especializado", Ariel Comunicación, Barcelona, 2004.
- Gomis, Lorenzo: "Teoría del Periodismo", Paidós Comunicación, Barcelona, 1991.
- Grijelmo, Álex: "El estilo del periodista", Taurus, Madrid, 2008.
- Hyde, Grant Milnor: "Newspaper reporting and correspondence" en Muñoz Torres, Juan Ramón: "Por qué interesan las noticias", Herder, Barcelona, 2002.
- Muñoz Torres, Juan Ramón: "Por qué interesan las noticias", Herder, Barcelona, 2002.
- Paniagua Santamaría, Pedro: "Información deportiva", Fragua Editorial, Madrid, 2003.
- Paniagua Santamaría, Pedro: "Información e interpretación en periodismo", Editorial UOC, Barcelona, 2009.
- Pavlik, John: "El periodismo y los nuevos medios de comunicación", Paidós Comunicación, Barcelona, 2005.
- Randall, David: "El periodista universal", Siglo XXI, Madrid, 2008.
- Wolfe, Tom: "El nuevo periodismo", Anagrama, Barcelona, 1976.

Otros recursos

- Autor desconocido: "La TV, el primer fichaje pendiente", Gasteiz Hoy, 06-06-2012.

Recuperado el 12 de julio de 2012. Disponible en:

<http://www.gasteizhoy.com/2012/06/06/la-tv-el-primer-fichaje-pendiente/>

- Autor desconocido: "Nuevo sport", El Mundo Deportivo, Nº358, 1912. Recuperado el 5 de mayo de 2012. Disponible en:

<http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1912/11/21/pagina1/614248/pdf.html?search=nuevo%20sport>

- Autor desconocido: "Toda España descubrió el baloncesto gracias a la T.V.", Rebote, Nº40, 1963. Recuperado el 5 de mayo de 2012. Disponible en:

<http://www.feb.es/Documentos/Archivo/Upload/1%C2%AA%20Retransmisi%C3%B3n%20Baloncesto%20TVE.pdf>

- Belgravia, Lady: "Desde mi celda", La Moda Elegante, Nº 24, 1911. Recuperado el 5 de mayo de 2012. Disponible en:

<http://hemerotecadigital.bne.es/issue.vm?id=0004812223&search=&lang=es>

- Bonaut, Joseba: "Televisión y deporte: la influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)", Universidad de Navarra, 2006. Recuperado el 26 de abril de 2012. Disponible en:

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi%C3%B3n_y_deporte_-_Joseba_Bonaut.pdf

- Dupre, Luis: "Sensacional triunfo de España sobre la URSS 80-76 clasificándose para la final del XVIII Campeonato de Europa de Baloncesto", La Vanguardia Española, Nº33.383, 1973. Recuperado el 23 de mayo de 2012. Disponible en:

<http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1973/10/05/pagina5/34287345/pdf.html?search=baloncesto>

- Gómez, Luis: “La Asociación de Clubes, primera experiencia de separación de poderes en una federación”, El País, 22-06-1983. Recuperado el 15 de mayo de 2012. Disponible en:

http://elpais.com/diario/1983/06/22/deportes/425080806_850215.html

- Redondo, Marta: “El valor mediático de la violencia”, Vivat Academia, Nº111, 2010.

Recuperado el 10 de julio de 2012. Disponible en:

<http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n111/PDFs/MartaRedocop.pdf>

- Trecet, Ramón: “El agujero negro de la televisión de pago”, Basket Confidencial, 2005.

Recuperado el 15 de julio de 2012. Disponible en:

<http://www.basketconfidencial.com/articulo/El+agujero+negro+de+la+televisi%F3n+de+pago+2007.html>

- Nanclares, César: “TVE dará la ACB. Sigue siendo la única propuesta, y sin pagar derechos, lo que podría costarle el cargo a Agustí”, TuBasket, 21-08-2012. Recuperado el 22 de agosto de 2012. Disponible en:

<http://www.tubasket.com/noticia/liga-endesa/tve-dara-acb-sigue-siendo-unica-propuesta-gratis-lo-podria-costarle-cargo-agusti/2334952/84>

- Vázquez, Gonzalo: “El baloncesto en la España de hoy”, Eurosport, 2011. Recuperado el 5 de febrero de 2012. Disponible en:

<http://es.eurosport.yahoo.com/blogs/la-unidad/el-baloncesto-en-la-espa-hoy-388.html>

- Ramos, Isaac: “Los porqués del actual periodismo deportivo”, Jot Down, 2011. Recuperado el 20 de julio de 2012. Disponible en:

<http://www.jotdown.es/2011/06/parasitos-de-un-monstruo-moderno-los-porques-del-actual-periodismo-deportivo/>