

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Titulación de Periodismo



Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2017-2018



Análisis comparado sobre el tratamiento de la información deportiva especializada en fútbol y baloncesto en el Diario Información de Alicante

Autor: Kevin Marquina Martínez

Tutor: José Luis González Esteban

Elche, junio 2018



Índice

Resumen y Abstract	4
Introducción	5
• Objeto de estudio	
• Justificación	
• Hipótesis	
Marco Teórico	7
Metodología	10
Resultados	11
Conclusiones	28
Bibliografía	31



Resumen y Abstract

Resumen: En el presente trabajo comparamos, desde el análisis cuantitativo y cualitativo, el tratamiento informativo especializado del fútbol y el baloncesto en el medio de comunicación líder en la provincia de Alicante: Diario Información. De esta manera, tratamos de contemplar si existen diferencias en el tratamiento que se le brinda a cada uno de los dos deportes en cuestión. Nuestra hipótesis de partida es que el espacio tratado en informaciones futbolísticas es de mucha mayor profundidad y trascendencia que el de las noticias sobre baloncesto, ya sea a nivel nacional o en ámbito provincial/local.

Abstract:

In the present work we compare, from the quantitative and qualitative analysis, the specialized information treatment of football and basketball in the leading media in the province of Alicante: Diario Información. In this way, we try to contemplate if there are differences in the treatment given to each of the two sports in question. Our starting hypothesis is that the space dealt with in football information is of much greater depth and importance than the news about basketball, either at the national level or at the provincial / local level.

Palabras clave: Fútbol, baloncesto, tratamiento informativo, periodismo deportivo, Alicante, especialización

Keywords: Football, basketball, informative treatment, sports journalism, Alicante, specialization

Introducción

El periodismo deportivo se ha convertido en los últimos años en un fenómeno de masas a nivel televisivo, radiofónico y de prensa (escrita o digital). Y bien es sabido, sin necesidad de ser un entendido del tema en cuestión, que el fútbol –tal y como muchos dicen- es el deporte rey que impera en todos y cada uno de los principales periódicos o televisiones públicas/privadas. A nivel nacional podríamos citar a dos referentes en la prensa –cada vez más digitalizada- como son: Marca/AS (con sede en Madrid) y Mundo Deportivo/Diario Sport (con sede en Barcelona).



Fuente: MARCA: <http://www.marca.com/mundo-marca/2018/04/18/5ad78471468aebfd458b4685.html>

En cuanto a la televisión, destacan programas como Deportes Cuatro, Jugones o El Golazo de GOL ya consolidados en la parrilla y otros que nacieron hace poco tiempo pero que están generando mucho interés y consiguiendo altas audiencias como Informe Robinson, Fiebre Maldini y La Casa del Fútbol entre otros. La diferencia entre los consolidados y los emergentes reside en que los primeros son de acceso gratuito y los últimos, pertenecientes todos a Movistar +, requieren pago.

En el día a día, el panorama futbolístico acapara siempre las portadas de estos periódicos y muchos otros (aunque recientemente hayan surgido otros que apuestan por mayor diversidad informativa, como Sphera Sports). Lo común es que ese espacio que se concede en la primera plana sea para los dos equipos que más presupuesto ostentan y, a su vez, más impacto social generan: Real Madrid (Marca y AS) y FC Barcelona (Mundo Deportivo, Sport). Esto se debe también a que ambos conjuntos son los que normalmente se juegan los títulos de Liga, presentan en sus plantillas a jugadores “galácticos” y a su vez estos tienen muchas más fama en la vida social (redes sociales), que uno de cualquier otro de los 18 equipos restantes.

En la televisión, los 3 programas citados son el mejor ejemplo para explicar lo que ocurre en la prensa con el Marca o Mundo Deportivo. En Deportes Cuatro tres cuartas partes del programa se dedica a verter información del Real Madrid, con amplios resúmenes post-partido y toda la actualidad del equipo. En El Chiringuito, un programa deportivo nocturno, diferentes colaboradores entablan conversaciones (casi siempre broncas y poco imparciales) en torno a los dos equipos citados como pieza angular de la emisión. Y en el Golazo de GOL lo mismo, aunque no tan descabelladamente como los anteriores casos.

1.1 Objeto de estudio

Lo que ocupará este análisis se ciñe en este caso a la prensa de ámbito local/provincial. En concreto al diario líder de la provincia de Alicante, el Diario Información, para de alguna manera descubrir por qué entre los dos deportes considerados más relevantes en España (fútbol y baloncesto), existen esas diferencias a la hora de tratar y presentar la información.

En este caso, en la provincia de Alicante también existe esa gran barrera fija a la hora de comparar los dos deportes en cuestión. Centrándonos en características del propio periódico nos atenderemos a: número de noticias o piezas, extensión de éstas, su procedencia, la existencia o no de secciones propias, etc.

1.2 Justificación

Lo que se pretende demostrar o rechazar es esa desigualdad informativa en la que cualquier aspecto relacionado con el fútbol va a acaparar más portadas y abrir secciones por el simple hecho de vender más que el otro deporte. Así, por ejemplo, podría llegar el momento en que cualquier noticia relevante en el baloncesto pueda ser también portada como lo es, en ocasiones, una simple lesión de un futbolista. Esa es la motivación para realizar este trabajo.

1.3 Hipótesis

Las licencias que se le otorgan a la federación de fútbol en comparación con la de baloncesto distan mucho. Con una tabla que aparece abajo se ejemplifica a la perfección esa diferencia notable entre ambos deportes.

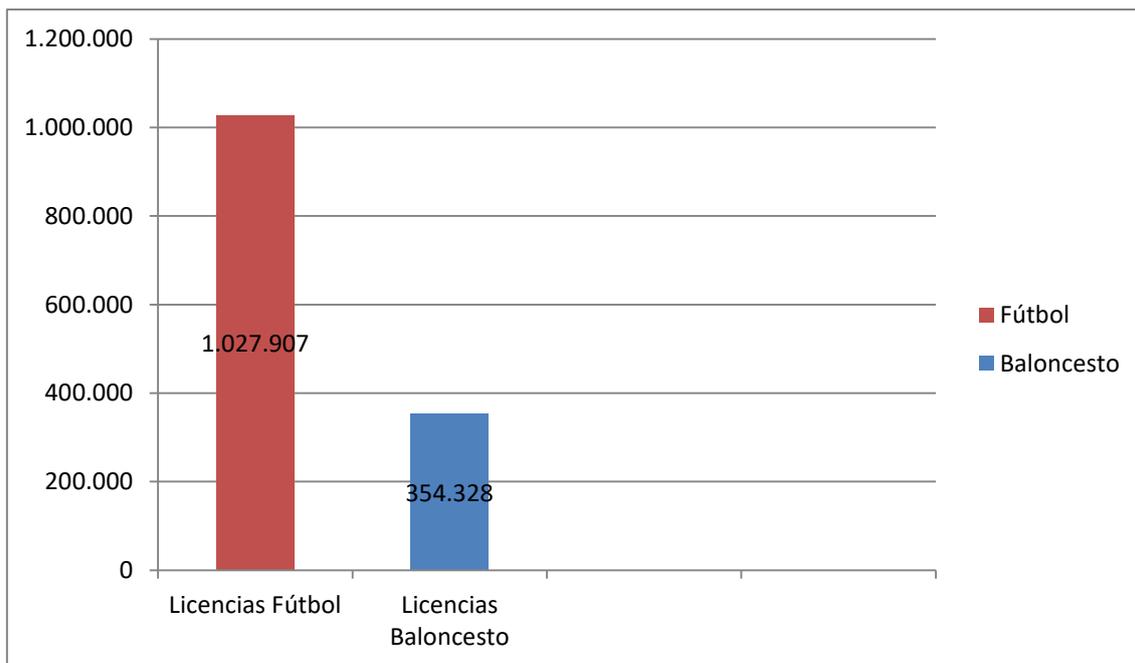


Gráfico 1. Tabla comparativa del nº licencias que presentan las federaciones de fútbol y baloncesto en el curso 2016-17.

Fuente: Elaboración propia

Las portadas de las publicaciones especializadas en deporte se centran fundamentalmente en el fútbol, marginando al resto de deportes. Además, los periódicos deportivos españoles dedican la mayoría de su espacio informativo al deporte mayoritario, el fútbol. Por último, los temas tratados son cada vez más superficiales, sin ceñirse a aspectos concretos.

Marco teórico

El impacto social que genera el fútbol en detrimento de otros deportes viene marcado en buena medida por la espectacularización de la información deportiva. En la televisión se observa el mejor ejemplo, con programas especializados sobre el considerado deporte rey, aunque también en el ámbito radiofónico. En este sentido, Rojas Torrijos (2012: 84) explica que “el fútbol, de forma paralela a su profesionalización primero y luego con su proyección como deporte-espectáculo a través de las retransmisiones de radio y, sobre todo, a través de la televisión, ha ido adquiriendo un protagonismo cada vez mayor en los contenidos de los medios deportivos hasta ganarse el estatus de asunto

dominante y relegar al resto de modalidades a un plano tan secundario que a veces llega a ser casi invisible”.

Este protagonismo del fútbol o fútbol por exceso ha sido un elemento decisivo que según Rojas Torrijos (2012:5) ha conducido a la banalización de los contenidos en el periodismo deportivo, que no selecciona los contenidos siempre a partir de criterios puramente noticiosos, dando incluso a veces más cabida al rumor, la anécdota o aspectos ajenos al mundo del deporte que a resultados y logros deportivos que merecerían una mayor valoración.

Haciendo hincapié en el baloncesto, esta banalización tiene cabida en un deporte que en España no goza de la misma importancia que pueda tener en Estados Unidos. En el caso americano, la NBA tiene mucha más trascendencia mediática que la MLS. Este efecto se debe al modelo económico que presenta la considerada mejor liga de baloncesto a nivel mundial. Tal y como aclara Díaz Campos (2012: 3), en la NBA existe un mercado de jugadores propio que funciona de manera distinta a como lo hacen los mercados de jugadores en Europa.

En España, la ACB (liga más prestigiosa del baloncesto español), no acapara prácticamente ni un cuarto de la programación tanto en programas televisivos, radiofónicos o en periódicos. Tan solo cuando alguno de estos se especializa, el producto gana tanto en duración como en calidad de contenidos. Pero actualmente la realidad que podemos ver semana tras semana no es ésta. El fútbol acapara en los periódicos todas las portadas, ocupa casi la totalidad de las páginas y tan solo la parte final de éstas recoge información polideportiva en general, sea baloncesto o cualquier otro deporte.

Hilando con lo recién comentado, Rojas Torrijos (2012: 84), haciendo alusión al momento en que otra disciplina deportiva pueda optar a ser portada señala que “la preeminencia de la información futbolística en los espacios deportivos es tan evidente que solo es puesta en entredicho temporalmente cuando se produce la aparición esporádica de grandes campeones en otras disciplinas que se convierten, por lo que representan, en auténticos ídolos nacionales”.

Así, deportistas de la talla de Rafa Nadal en el tenis, Alberto Contador en el ciclismo, Fernando Alonso en la F1 o Pau Gasol en el baloncesto únicamente son portadas bien

cuando consiguen un éxito deportivo o por algún entresijo que les afecte y la prensa rápidamente se haga eco de ello. Y, en ocasiones, las informaciones que aparecen de éstos pueden ser simplemente para rellenar páginas del periódico, sin tener un contenido puramente deportivo. Se publican por tener morbo que, al fin y al cabo, es lo que vende más.

Haciendo referencia ahora al sensacionalismo que impera en muchos medios impresos, no solo en los de información generalista, muchos han apostado decididamente por la magnificación gráfica y la presentación de las noticias con titulares impactantes, que en muchos casos van más dirigidos a llamar la atención y entretener que a informar Alsina (2001:67). Y aquí destacan sobre todo Marca, AS, Mundo Deportivo o Sport, los 4 grandes medios de comunicación deportivos líderes en el panorama peninsular.

Este efecto, nefasto para la calidad y seriedad informativa, tiene su fundamento en que el fútbol desde hace ya tiempo se ha convertido en el mayor sustento de la industria periodística deportiva, que a su vez consigue captar y movilizar a anunciantes y patrocinadores y, por consiguiente, obtener ese beneficio económico que aportan éstos últimos en sus acciones estratégicas.

En el caso del deporte femenino y las categorías base o de formación, la discriminación informativa que sufren sus protagonistas es aún mayor que en el masculino, donde como hemos visto la tendencia mayoritaria –con mucha diferencia- es el fútbol. En esta tesitura encontramos comparaciones o situaciones llamativas. Según Frideres y Palao (2006), en un estudio sobre los modelos transmitidos a través de periódicos digitales en EE.UU y España destacan que por cada noticia referida a las mujeres hay quince noticias referidas a los hombres.

Este dato, como muchos otros, nos hacen dar cuenta de la magnificación de dos factores destacados en la información deportiva de España: por una parte, el fútbol; por otra, la masculinidad. Ambos van unidos y tienen relaciones con otros aspectos como la violencia o la radicalización del fútbol. Este panorama es otro motivo que da más cobertura a este deporte, donde la repercusión mediática de un hecho tiene mucho más alcance que el de otras disciplinas deportivas.

Y volviendo al tema del deporte femenino, Sainz de Baranda (2013) en un estudio de la prensa deportiva zanja aportando unos datos muy desequilibrados que ejemplifican

perfectamente esta desigualdad informativa: la mujer es sujeto noticioso únicamente en el 5,11% de los casos - unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por al menos un protagonista masculino (2,93%); mientras que el hombre lo es en el 92,24%. La diferencia porcentual es notable y los presagios indican que a corto plazo no se prevé un cambio sustancial.

Otro aspecto que escenifica de la mejor manera posible el dominio del fútbol es la jerarquía alcanzada por éste como producto informativo estrella de las grandes cadenas que tiene, sobre todo, que ver con su enorme capacidad para atraer la atención de los espectadores, algo que es especialmente flagrante en el caso de las retransmisiones en directo de partidos, que son los espacios que mayores audiencias generan cada año. Rojas Torrijos (2012:305).

Todo este conjunto de factores, características y, de algún modo, formas que la sociedad ha ido imponiéndose a ella misma han hecho, con el paso de los años, que un deporte tenga una supremacía muy abrumadora con respecto al resto de modalidades que existen –y no son pocas- en España. Este modelo imperante no parece que vaya a cambiar con el paso de los años, puesto que el poder que ha alcanzado, ligado indisolublemente al factor económico de los medios, es enorme.

Y por último, tal y como se ha comentado anteriormente, conviene recordar que ésta magnificación visual y la trivialización de los contenidos que presentan los grandes grupos de comunicación bien sean digitales o impresos produce dos efectos: por una parte, la pérdida notable de calidad informativa; por otra, la espectacularización que siempre acentúa más el éxito del fútbol en detrimento del resto de deportes.

Metodología

La metodología del presente trabajo tiene como objetivo primordial responder a la pregunta clave del mismo: ¿existe una gran diferencia informativa entre el fútbol y el baloncesto? De esta manera intentaremos dar respuesta a la hipótesis de partida y podremos cumplir con el objetivo inicial de la investigación. Por este motivo, se realizará un análisis cuantitativo y cualitativo del medio impreso (y digital) Diario Información. Según (Abela, 2002) el análisis de contenido es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma

diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos etc.

Mediante la recopilación de datos e información, que utiliza los sentidos (la vista), se observa y distingue las diferentes realidades que atañen a este medio en concreto. Para llevarla a cabo se han seleccionado un total de 24 noticias en relación directa con el principal equipo de baloncesto alicantino, el HLA Alicante y un total de 20 (de las muchas más que había) en relación con el principal equipo de fútbol de la ciudad de Alicante, el Hércules CF. El periodo comprendido para la recopilación y análisis de esas informaciones ha sido entre el 5 de noviembre de 2017 y el 3 de febrero de 2018, aproximadamente unos 3 meses.

Para poder llevar a cabo este estudio comparativo se lleva a cabo una sosegada lectura de los textos, clasificándolos según extensión en: notas de prensa, noticias, entrevistas y reportajes; y según autoría en: redactor Información, agencia de noticias o información cedida.

Además realizamos entrevistas en profundidad, en el análisis cualitativo, a 3 personas que son un apoyo para sacar conclusiones más precisas tras analizar el tratamiento en cuestión. La entrevista en profundidad según Taylor, S.J. & Bogdan, R.. (2008:194) son reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas.

La primera de estas entrevistas tiene lugar con el redactor del Diario Información César Hernández, para de alguna manera indagar en el criterio y proceso de selección de noticias y demás aspectos que atañen a las noticias deportivas del medio. Con esta primera fuente, especializada en baloncesto, trataremos de dar respuesta a por qué no obtiene tanto espacio y extensión en sus piezas. También contamos con Zineb Mounfalouti, ex jugadora de baloncesto profesional a nivel internacional que verterá su opinión al respecto del tema. Con ella tenemos las dos caras amargas, pero que reflejan la realidad, de la moneda: ser mujer y jugar a baloncesto. Y por último al profesor de periodismo deportivo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, Félix Arias

Robles, para que aporte una visión más académica al respecto aprovechando su línea investigadora que nos dilucidará ciertos aspectos más técnicos e innovadores.

Con todo ello será posible llegar, tras el análisis de contenidos previo, a unos resultados clarificadores que permitan aportar posteriormente conclusiones idóneas y precisas al tema que se aborda.

Resultados

Como ya se ha comentado anteriormente, el medio en el que se centra la investigación es el Diario Información. El tiempo de análisis es de aproximadamente 3 meses, buscando sobre todo noticias, reportajes y alguna entrevista para poder así distinguir la extensión que presenta cada una de las piezas periodísticas analizadas.

En primer lugar hablaremos de las noticias referidas al Hércules CF, es decir, al fútbol. Destaca que en todas las piezas escogidas, los autores son los mismos: Ramón Pérez y Lucas V. Belmar, ambos especializados en deportes, especialmente en el fútbol donde realizan una gran cobertura del equipo de la provincia de Alicante.

También se debe destacar el hecho de que el contenido de ciertas noticias solo es visible para suscriptores del diario, lo cual significa y encuentra su sentido en que la implicación con el equipo es alta, puesto que los susodichos diariamente leen los textos que se publican sobre el entorno del Hércules CF.

Mediante una serie de gráficos damos luz a los resultados que, una vez realizada la muestra, nos permiten reflejar una serie de datos que dilucidan de una forma totalmente objetiva la realidad que figura en el Diario Información.



Gráfico 1. Porcentaje de noticias sobre el Hércules CF que tienen o no suscripción.

Fuente: Elaboración propia.

Con el gráfico se observa que, pese a ser un diario provincial, el porcentaje de noticias que precisan de suscripción es elevado. No obstante, y como es habitual en casi todos los medios impresos/digitales, prima más la noticia sin filtros, directa al lector corriente.

En cambio, en el caso de HLA Alicante, equipo que milita en LEB PLATA (equivalente a la Segunda División B del fútbol, al igual que el Hércules), no presenta casi en su totalidad de noticias el filtro de la suscripción.



Gráfico 2. Porcentaje de noticias sobre el HLA Alicante que tienen o no suscripción.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en el gráfico, el porcentaje es menor que en el caso del fútbol, siendo un 10% menos del total de noticias analizadas.

Otro aspecto bien diferenciado entre ambos deportes es la extensión (líneas) que ocupan las piezas periodísticas. Además, en el caso del baloncesto no encontramos ninguna

entrevista publicada a jugadores, cuerpo técnico o directiva, algo que en el fútbol ocurre casi por necesidad. Y a ello se suma que, en la mayoría de ocasiones, las noticias referidas al HLA Alicante no tienen firma de autor, sino que en ellas aparece en numerosas piezas la palabra Redacción. Otra forma más de evidenciar que los textos no se cuidan y miman como sí ocurre en el considerado deporte “Rey”, que no sólo lo es a nivel de Barça y Madrid sino también de equipos de capitales de provincia como lo es en este caso el equipo de la provincia de Alicante.

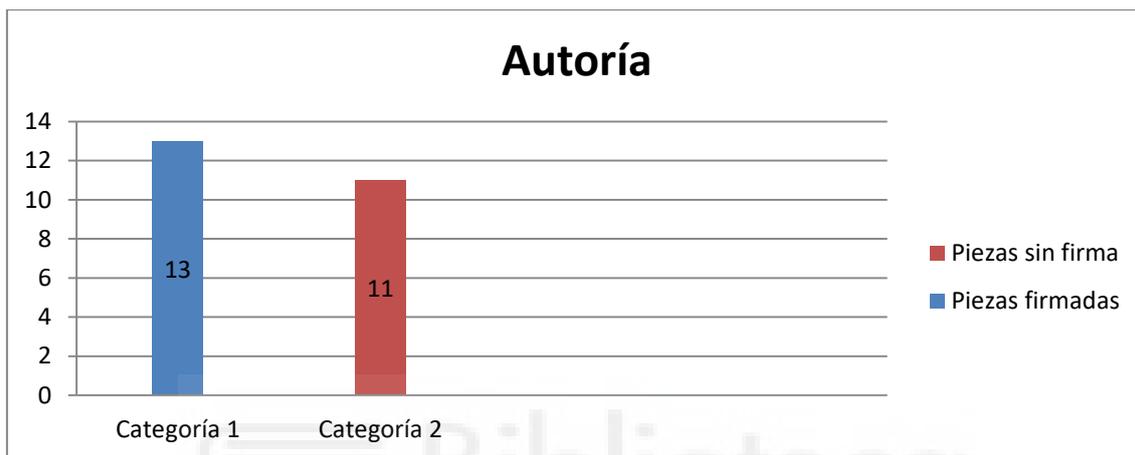


Gráfico 3. Número de piezas firmadas y sin firmar en las noticias del HLA Alicante.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos apreciar, hay casi las mismas noticias con firma de autor que sin ella, es decir, proveniente de la redacción o de webs oficiales. La calidad final del producto se ve perjudicada al no haber en muchos de los textos un periodista que haga la labor de crónico o informador. En el caso del club alicantino, el redactor principal que cubre la información semanal es César Hernández.

En cambio, ocurre todo lo contrario en el fútbol. La totalidad de las noticias, salvo alguna excepción marcada, proviene de los dos redactores citados más arriba. Y además, con el añadido de la suscripción, lo cual remarca más el trabajo de éstos. Como se aprecia, la diferencia entre ambos deportes es muy amplia, y con esto se refleja la importancia que se le brinda a este último en detrimento del baloncesto. Es un hecho que sigue sucediendo día a día y se estima muy complicado un cambio con el paso de los años. La industria periodística se asoma siempre a lo que genera más ingresos.

En el siguiente gráfico se observa esa diferencia tan marcada entre las noticias con o sin firma de autor en lo que acontece al Hércules CF respecto a todo lo relacionado con el HLA Alicante.

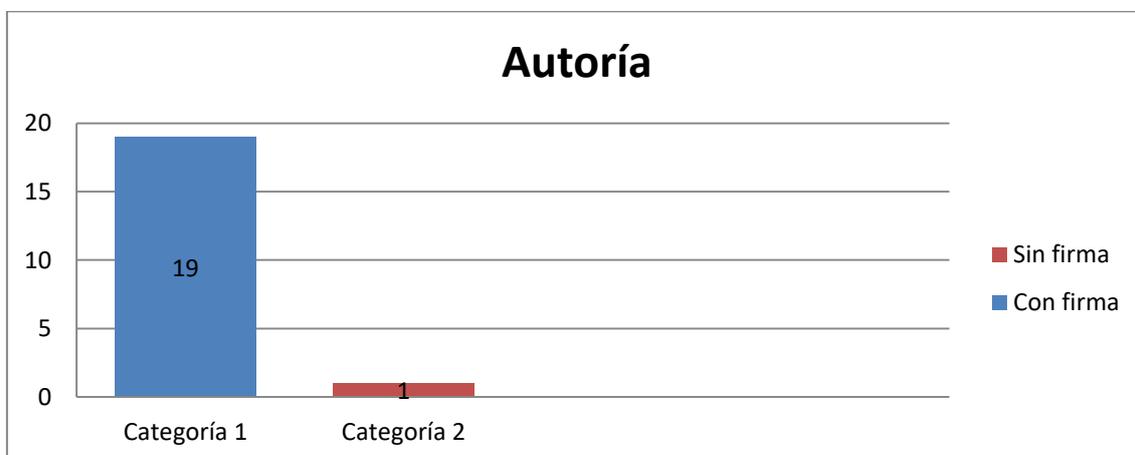


Gráfico 4. Número de noticias firmadas y sin firmar con respecto al Hércules CF.

Fuente: Elaboración propia

Hilando ahora con el aspecto de la firma, procedemos a analizar la cantidad (número) de párrafos que ocupan las piezas publicadas en referencia al HLA Alicante. Se distribuyen esta tarea: la Redacción del diario, César Hernández y Ramón Pérez, habitual éste último en la sección del Hércules CF.

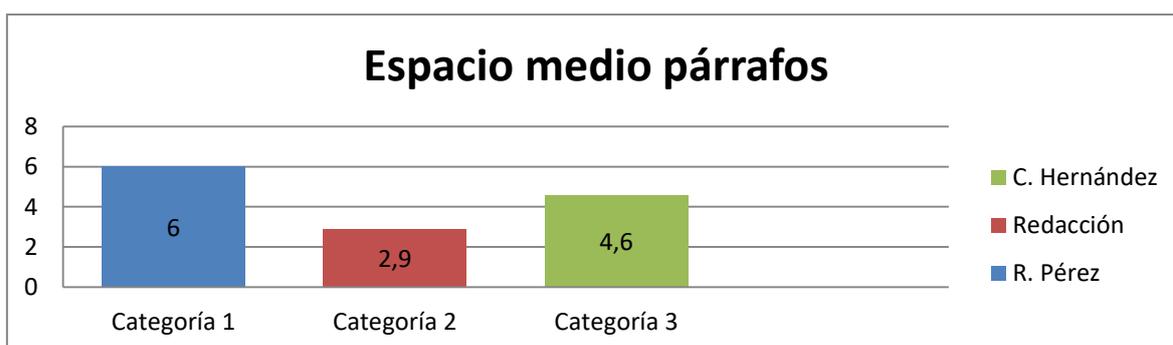


Gráfico 5. Cifra media de espacio (párrafos) de cada autor en noticias del HLA Alicante.

Fuente: Elaboración propia

Si focalizamos la atención ahora en el mismo aspecto pero en referencia a lo que acontece en la sección del Hércules CF, observaremos la diferencia real que existe en el tratamiento y cobertura de ambos equipos/deportes. Además, aquí se incluyen dos

novedades. Por una parte, la presencia de entrevistas, algo habitual que sin embargo escasea en el tratamiento que hace este medio con el baloncesto en el muestreo que hemos tomado como ejemplo del caso. La segunda novedad tiene relación con la autoría. Aparece la figura de Lucas V. Belmar y desaparece la de César Hernández. También cabe destacar que, como ya se ha dicho anteriormente, en el fútbol casi todas las noticias son de autoría propia, lo cual viene a decir que existen pocas piezas de Redacción con escasa elaboración.

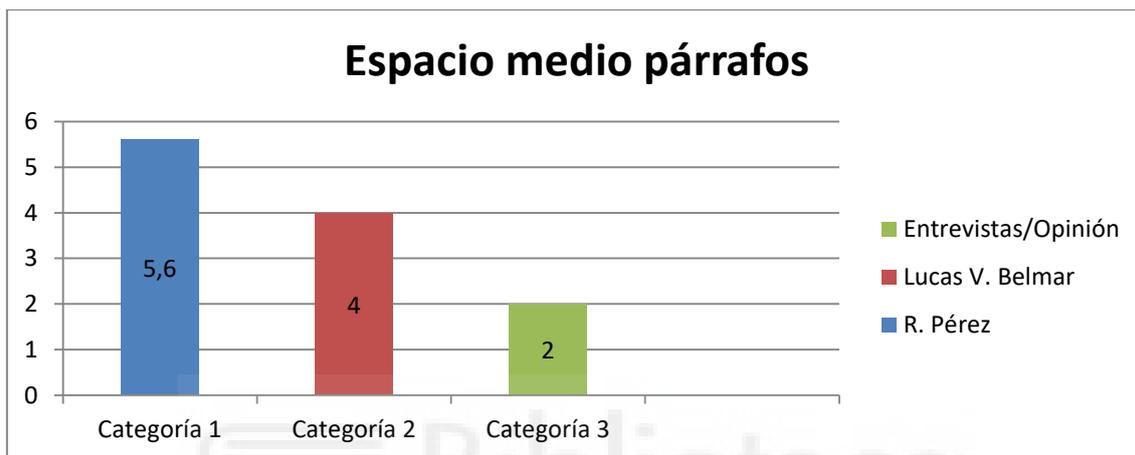


Gráfico 6. Cifra media de espacio (párrafos) de cada autor en noticias del Hércules CF

Fuente: Elaboración propia

Pese a que el gráfico refleja que se destina más espacio a las noticias relacionadas con el baloncesto que con el fútbol, la realidad es que en cuanto a la extensión de líneas utilizadas por párrafo, titulares elaborados con declaraciones y subtítulos bien cumplimentados, el deporte “Rey” tiene mucha más presencia. Y es algo que viene siendo lo habitual, como he dicho, en la mayoría de medios no solo a nivel nacional, sino también local, como es el caso del Información.

Por tanto, existe una desigualdad informativa en este aspecto muy notable que podemos ver mediante datos en los gráficos representados más arriba, en total 6 focalizando la atención en los diferentes criterios de noticiabilidad.

Una vez realizados todos los gráficos pertinentes que posteriormente permitirán sacar las conclusiones oportunas observándolos, ahora es momento de proceder a realizar el análisis cualitativo. Para ello, tres fuentes relacionadas con el tema en cuestión tratarán de aportar su visión y esclarecer el objetivo del presente análisis. La primera es César Hernández, periodista y redactor del Diario Información encargado de realizar crónicas

post-partido así como previas o reportajes. En esta fuente todo lo que se saque en conclusión será más objetivo que subjetivo, ya que las preguntas versarán sobre la manera de presentar las noticias, los criterios utilizados, la selección de éstas y demás aspectos relacionados con el proceso de difusión de las piezas publicadas.

También estará presente en este trabajo Zineb Mounfalouti, ex jugadora de baloncesto profesional a nivel internacional, aunque principalmente en las filas del Elda, que apostó por este deporte y empezó a darse cuenta de la importancia que tenía en su vida. Con su testimonio, más que una visión objetiva como en el caso anterior, tendremos esa parte de opinión que sirva para poner en tela de juicio el desfavorecimiento del baloncesto (y muchos otros deportes polideportivos) en favor del fútbol. Son muchas las noticias en las que la mujer y el baloncesto salen perjudicados y con su entrevista podremos teñir la realidad lo más transparente posible.

Por último, para llegar a un puerto más investigador y académico con las entrevistas, entrevistamos a Félix Arias Robles, periodista especializado en periodismo deportivo de la UMH además de Doctor en Nuevos Modelos Periodísticos por la misma universidad y poseedor del Máster en Investigación en Periodismo por la UCM. Aprovechando su doctorado, trataremos de descubrir si es posible mediante otras formas de hacer periodismo –deportivo- que ese tratamiento de los deportes y en especial el baloncesto, considerado el tercer deporte (tras fútbol y tenis) que más interés despierta en la sociedad, tenga una mayor repercusión mediática y pueda atraer de alguna manera al lector.

Con estas tres fuentes, muy distintas en cuanto a relación laboral, pero conexas por un mismo motivo, buscamos unos resultados esclarecedores que permitan poner sobre la mesa unas conclusiones consistentes capaces de hacer ver cuál puede ser el motivo/s de esta diferencia informativa en los medios de comunicación españoles –a nivel local-.

En la entrevista con César Hernández, la idea más clarificadora que él dilucidó fue que *“el seguimiento que tenga un deporte determina el tratamiento que éste vaya a tener luego en los medios de comunicación”*. De esta forma, queda claro que, a nivel local como es el caso del Diario Información, el fútbol es mucho más visto y seguido que el baloncesto. Y para poder dejarlo claro nos remitimos a datos que comentamos y allanaron el camino de cara a poder distinguir esa diferencia en el número de noticias y páginas de periódico/web dedicadas a uno u otro deporte. *“Aquí en particular, en la*

ciudad de Alicante, a los partidos del Hércules (estando mal) son 3.000-4.000 los fieles. En el caso del Lucentum o HLA Alicante, apenas llegan a los 650”, argumentaba el periodista alicantino.

Con esta realidad, vamos sacando paso a paso otros datos que van conexos. A una pregunta sobre la audiencia que ellos analizan, esa diferencia entre el seguimiento de los dos deportes se hizo más patente si cabe. El redactor de deportes indicó que *“al 80% de las personas le interesa el Hércules y solo un 10% sigue de cerca al Lucentum. Son datos que marcan el trabajo diario. Todo varía en función de lo que se pida y del tipo de noticia que damos nosotros”*. La barrera es abrumadora, la gente pide un deporte y ese es el único que tiene una demanda real. El baloncesto alicantino en este caso se podría situar a la par de otras modalidades deportivas como el balonmano, donde el Benidorm está en la Liga Asobal, el atletismo o el tenis de mesa.

Otro de los aspectos que suscitaban respuesta una vez analizadas las noticias de ambos deportes era *“el día a día”*. En el caso del Hércules, todos los días se publican noticias, reportajes, entrevistas o incluso alguna nota de prensa (por corta que sea). En el caso del Lucentum no es así. Para aclararlo puso un ejemplo que disipa las dudas que pueda tener un lector corriente: *“Solo si, por ejemplo, se diese un hecho excepcional como una multa cuantiosa que debiera pagar el Lucentum, ahí sí que seguramente abriría el periódico esa noticia. Pero por lo general, el Hércules siempre por encima”*. En definitiva, cualquier *“tontería”* va a ser noticia antes en el mundo futbolero que en el del baloncesto, simplemente por acaparar más audiencia y ser más seguido entre la población alicantina.

En cuanto al tema, siempre polémico, del sensacionalismo o los detalles excesivos, el informador fue tajante a la pregunta de si eso era cierto en el periódico donde él trabaja, el Diario Información. Recalcó que *“sin duda, en el mundo del fútbol todo tiende a magnificarse más que en el baloncesto cuando, en muchas ocasiones, no debería ser ni siquiera noticiable. Pero eso ocurre más a nivel nacional con el MARCA o el AS, diarios con mucho más alcance donde la repercusión mediática de futbolistas como Cristiano Ronaldo o Leo Messi es mucho mayor”*.

Este último aspecto remarca más aún esa diferencia entre los dos deportes en cuestión. Aunque también es cierto que en otros países como Estados Unidos por ejemplo, ocurre todo a la inversa. El modelo norteamericano apuesta mucho más por la NBA (la mejor

liga de baloncesto del mundo) que por la MLS. El impacto mediático y económico que genera es infinitamente superior, y no solo a la MLS, también a la NFL.

Haciendo hincapié ahora en el baloncesto, ahondamos en preguntar sobre la inexistencia de una sección fija del Lucentum, cosa que sí ocurre con el Hércules. La respuesta del periodista seguía la misma línea de las anteriores preguntas, justificando que *“no hemos creado una sección fija del Lucentum en la web porque no tenemos tantas noticias como para llenarla y, sobre todo, actualizarla día a día. Si la creásemos estaría medio vacía”*. En este mismo sentido y volviendo al mundo de las audiencias, el redactor quiso matizar un hecho significativo. *“El año pasado hicimos un chat en la web para mandar preguntas a los jugadores del Lucentum y las preguntas las teníamos que hacer nosotros porque prácticamente ningún lector interactuaba”*, apuntaba.

Lo que sí es fijo o estable semana a semana cuando se habla del Lucentum es la previa y crónica de los partidos que juega el equipo. En ocasiones, cuando se juega fuera, la crónica la envían por agencia. Este método es bastante común en equipos de categorías inferiores como la EBA. Lejos queda esta técnica de recogida de información cuando hablamos de fútbol.

En cuanto al tema de las quejas, algo que da que pensar, el redactor del periódico alicantino dejaba claro que *“la gente pide mucho más el fútbol y la minoría que sigue a otros deportes no es que busque quejarse de ese tratamiento desigual que pueda recibir, como es en este caso, el baloncesto”*.

Lo que haría cambiar totalmente ese tratamiento que recibe el baloncesto sería un hecho muy lógico. Tal y como matizaba él: *“Si el Lucentum estuviera en ACB y el Hércules en 3ª división quizá cambiaría ese tratamiento y sí que tendría más de una página por día”*. Con esto volvemos a la idea inicial del seguimiento, y es que éste es el que marca la agenda diaria, la actualidad a la hora de hablar más o menos de un deporte determinado, sobre todo en casos locales/provinciales como el de Diario Información.

Al fin y al cabo, un deporte, sea cual sea, va a tener más expectación una vez llega el tramo final de temporada. En el caso del baloncesto, si el equipo se consigue clasificar para los play-offs, la gente empieza a pedir más información, incluso entradas. En este sentido, el redactor remarcó que *“esta vía sí puede ser un “beneficio” por el mero hecho de que esto es lo que vende”*.

En otro orden de cosas, Sphera Sports está siendo desde hace unos años el medio nativo digital líder en portadas creativas, apuesta informativa variada y gran impacto en el público. Aquí sí se muestran por igual todos los deportes, tanto masculinos como femeninos, desde fútbol hasta bádminton, por ejemplo. Ante la idea de plasmar un contenido cercano al de este medio el informador alicantino dejaba claro que *“no, no se ha pensado esa idea. Eso sería más para revistas deportivas, no para un medio de información pura que saca a la vez papel y web. No es nuestro objetivo, no se trata de vender con ese tipo de portadas, sino de hacer noticias o reportajes y que la gente coja el periódico y lo lea. Buscar que una persona vea una portada y se hipnotice con ella no vende”*.

Por tanto, queda claro que no se fijan los mismos objetivos en una revista deportiva que en un periódico de información. No obstante, con la intención de conocer de primera mano qué es lo que se debería hacer para que llegase el momento en que se publicasen piezas y portadas con un estilo más igual y un tratamiento equilibrado, le preguntamos. La respuesta del periodista alicantino volvió a tomar la misma rienda que esa idea inicial aterrizada a los oídos: *“Eso todo lo marca el seguimiento que tenga el deporte en cuestión. Si al Centro de Tecnificación fueran 2.000 personas en lugar de 500-600 seguramente tendría más demanda y el espacio en el periódico sería más porque, a su vez, la gente pincharía más en las noticias publicadas”*.

Pero la realidad actual, a corto plazo, es otra. No parece que ese dominio futbolero vaya a cambiar de hoy para mañana. El impacto generado en la sociedad desde tiempos de antaño es tal que resulta muy difícil ver un cambio, por pequeño que sea. No obstante, sí es cierto que hay casos como el de la ciudad de Benidorm donde el deporte puntero no es el fútbol, como ocurre en la mayoría de ciudades.

En ésta ciudad alicantina manda el balonmano, pues el BM Benidorm milita en la primera división de esta disciplina deportiva, la Liga ASOBAL, y su impacto es mucho mayor que el del resto de deportes, incluido el fútbol. Por tanto, esto implica más seguimiento de la gente por el mero hecho de “mandar” en el sitio. La sociedad acude a aquello que le genera más interés, a la élite de los deportes. Una persona prefiere ver a su equipo ante un Barcelona o Madrid, que ante un equipo de la misma provincia.

Cambiando radicalmente de perfil, tanto por cuestión laboral como por mirada intelectual, acudimos también a una fuente con mucha raíz investigadora y académica.

El profesor de periodismo deportivo en la UMH, Félix Arias. El objetivo con esta entrevista era tener una visión más profunda, más técnica y sosegada del tema abordado en este trabajo.

La primera pregunta buscaba obtener como respuesta el motivo del éxito futbolero en multitud de soportes en detrimento del resto de deportes, y en este caso del baloncesto. En líneas generales, argumentó que *“el fútbol es un fenómeno global, especialmente relevante en Europa, que en España siempre ha tenido una gran repercusión (por cuestiones históricas, sociales y políticas que se nos escapan aquí). El baloncesto siempre ha estado un escalón por detrás en cuanto a interés del público y los medios, así que cambiar eso es muy complicado”*.

En este contexto, es muy difícil revertir la situación a corto plazo, por lo que el profesor prosiguió su respuesta aludiendo a que *“se crea un círculo vicioso entre la exposición mediática, las audiencias televisivas y la inversión en el deporte que difícilmente pueda invertirse”*. Y en vistas a saber de qué manera el baloncesto podría hacerse un hueco en televisión, radio y medios digitales, el periodista reconoció que *“es difícil. Los grandes medios cubren mayoritariamente el fútbol por cuestiones económicas, culturales... El baloncesto, como otros deportes, sólo adquiere espacio en determinados momentos (finales, campeonatos de selecciones...)”*.

Y es aquí donde Arias Robles coincide con Hernández cuando hablan de esos determinados momentos como ‘play-offs, títulos en juego o juegos olímpicos’ donde deportes que en el día a día no tienen casi reconocimiento mediático aquí pasan a tenerlo de una manera muy abultada, como el fútbol en su esencia. Todo pautado por el seguimiento de la gente.

Pero Félix Arias quiso aportar una solución y sostuvo que *“la única alternativa viable es que los medios más especializados consigan hacerse un hueco, ya que los grandes deportivos y medios generalistas es poco probable que arriesguen al apostar por este deporte”*. En este sentido, dejaba claro también que *“a corto plazo es muy complicado que tanto el baloncesto como el tenis, otro deporte con mucho interés, consigan arrebatarse espacio al fútbol especialmente en los medios convencionales”*.

Hablando, al igual que con César Hernández, del día a día en los medios de información de deportes como el baloncesto donde no siempre se dan noticias, hacemos hincapié de

nuevo en ese doble rasero que se presenta a la hora de cubrir un deporte. Su argumento respondía a una *“lógica empresarial: en esos momentos, el baloncesto acapara un mayor interés del público. Los grandes medios no se arriesgan a darle más espacio en el día a día”*.

En medios como el Diario Información, si hay algún deportista de la ciudad alicantina que participa en unos JJ.OO en un deporte con poca repercusión como el tenis de mesa, por ejemplo, una vez llega el evento se tiende a magnificar tanto al deporte como al deportista. Se le otorga un carisma especial que, una vez termina su paso por la competición, desaparece de nuevo en favor de los deportes punteros y del día a día, como es el fútbol. Pero esta manera de enfocar las cosas no ocurre solo en medios locales, también en los “grandes deportivos”. Diarios como MARCA o AS utilizan estos eventos con gran repercusión para sacar a la palestra reportajes o entrevistas a fondo a deportistas que no son reconocidos pero quieren dar a conocer, primero el deporte que practican (para que logre mayor seguimiento), y después a ellos mismos.

Esta situación ocurre más en campeonatos mundiales o JJ.OO que en cualquier otro momento de la temporada. El resto siempre lo marca la actualidad futbolera y broches de otros deportes reconocidos, pero no seguidos al detalle. Y en un momento actual de innovación y nuevos formatos multimedia, buscamos a la persona idónea para hacerle una cuestión acerca de estos fenómenos. El profesor es también el subdirector del Máster en Innovación en Periodismo y doctor en Nuevos Modelos Periodísticos, así que la oportunidad era inmejorable.

Las nuevas narrativas multimedia, la escritura digital y la innovación pueden ser, ahora mismo, soluciones reales para hacer frente a esta desigualdad en el trato. Pero Félix Arias sostenía que *“no son ninguna panacea”*.

No obstante, sí que ve aspectos dilucidadores ya que *“las nuevas narrativas pueden servir para contar historias de manera más atractiva y llegar a más gente, así que también pueden contribuir a fomentar deportes como el baloncesto”*. Pero, en cambio, la innovación para él es un concepto *“tan amplio que resulta difícil ver cómo afectaría a esa desigualdad”*.

Pero a lo que quiere llegar con la implantación de estas tecnologías y formatos es que *“no depende tanto de éstas sino de cómo se apliquen”*. Como vemos, la visión que

ofrece en sus respuestas es más amplia, con una rama más académica y profunda, más técnica en conocimientos que la de César Hernández.

Gente como él, especializado en contenido innovador, en calidad de producto periodístico y en nichos bifurcados hacia el periodismo deportivo con piezas de primer nivel son los que intentan dar un vuelco a la situación. Eso sí, paso a paso, porque como ya hemos visto a lo largo del TFG, a corto plazo no es viable prácticamente nada.

En último lugar, en cuanto a entrevistas se refiere, charlamos con Zineb Mounfalouti, ex jugadora de baloncesto que ha vivido desde la infancia pegada a un balón. Ahora, da charlas en universidades e institutos en las que habla del papel de la mujer en este deporte y cuenta un poco su historia personal desde los inicios. Su presencia en el trabajo se antojaba necesaria por esa parte más personal que podría ofrecer, pero sabiendo que aportaría mucha sabiduría también hablando de esta desigualdad que existe en el tratamiento informativo referido al baloncesto por el hecho de ser mujer. Son muchos años los que ha estado metida de lleno en este mundo.

En la primera parte de la entrevista hablamos de ese tratamiento más desconsiderado que recibe el deporte femenino, en este caso el baloncesto. La ex jugadora de baloncesto aseguraba que *“los medios de comunicación ofrecen un trato nulo al deporte femenino, y en este caso al baloncesto”*. En esa línea, siguió argumentando que *“la presencia de noticias es escasa y sólo cuando hay alguna competición o evento importante se le da un poco de cobertura pero de manera superficial y durante muy poco espacio de tiempo”*. En su país, Marruecos, la situación es todavía peor que aquí en España.

Hablando del fútbol y esa mayor importancia que adquiere en los grandes grupos de comunicación, Zineb dejaba claro que *“se le da más protagonismo porque es más mediático y eso le hace ser un deporte que genera mucho dinero, miles de millones de euros al menos en Europa”*. Y como decíamos anteriormente, esto no ocurre en Estados Unidos, donde la NBA está muy por delante en cuánto a presupuestos e ingresos que el fútbol americano. En ello también incidió esta tercera protagonista.

Yendo más allá del baloncesto y expandiendo el foco hacia otros deportes minoritarios como el tenis, el golf o las modalidades de motor como la Formula 1 o el Motociclismo, Zineb consideraba que *“debería haber mayor equilibrio entre todos los deportes y no sólo hablar del resto cuando son campeones en alguna competición o salen a la luz por*

hacerse famosos”. Esta declaración la podríamos hilar con el día a día de los diarios, en este caso el Información, al hablar de lo que acontece en torno a un equipo o a una competición.

En el fútbol, todos los días hay noticias de entrenamientos, agendas de los equipos, rumores de fichajes en épocas marcadas o cualquier tipo de detalle morboso que se pueda convertir en noticia. En el baloncesto y el resto de deportes, como se apunta más arriba, no. Todo esto lo generan los ingresos que aportan en este caso el fútbol y no el resto de deportes, donde los presupuestos son mucho menores y limitados.

Hablando de criterios noticiosos, la ex jugadora y ahora también experta en *coaching* era contundente: *“Los criterios noticiosos no existen, son criterios económicos. Los medios hablan más del deporte que más dinero les da, en este caso el fútbol. Aparte, las noticias las crean a su antojo”*.

Pero usando de trampolín las declaraciones de Félix Arias, también coincidió con éste en esos nuevos medios que *“son más rigurosos y se especializan en varios deportes para ofrecer un contenido de mayor calidad y objetividad”*. Para lograr una mayor igualdad y duración de espacios entre ambos deportes en los diferentes soportes de comunicación, Zineb argumentaba que *“se podría, al igual que en el fútbol, llevar a estrellas de los equipos a tertulias de radios, debates televisivos u otras opciones barajadas para así poder equipararse con el fútbol y tener más interés para la audiencia”*.

Zineb defendía también que *“las redes sociales son una buena opción para que la gente interesada en deportes como el baloncesto u otros que no sean el deporte rey (fútbol) puedan informarse con mayor profundidad y conocer más a sus ídolos”*. Pero todo siempre a largo plazo, porque a corto, coincidiendo con los otros dos entrevistados, se prevé difícil que puedan apreciarse cambios notables en este tipo de situaciones comunicativas.

Por último, la entrevista se cerraba poniendo de contexto un gran evento como puede ser el Mundial de China 2019 para conocer su opinión sobre el trato que pueda recibir el baloncesto ahí. Ella concluía sosteniendo que *“el trato va a ser parecido al de las olimpiadas, hablando solo de los resultados sin pararse en más detalles como los entrenamientos y preparación”*. En el caso del baloncesto femenino, defendía que *“el*

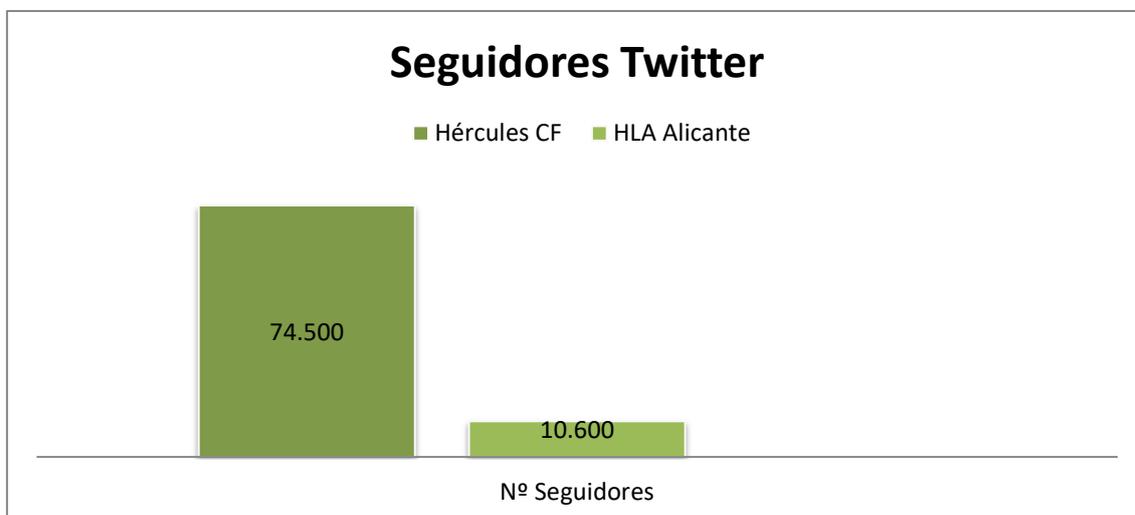
equipo español tiene un gran nivel deportivo y que de cara al Mundial tendrá un trato mayor en los momentos previos y durante el propio campeonato. Después, en función de cómo terminen, se les dará más o menos bola”

En este sentido y a diferencia del fútbol, si un equipo de baloncesto como España no hace un buen papel en un gran evento como es un Europeo o un Mundial, rápidamente se elimina del foco de atención. En el caso del fútbol, lo que ocurre es que se analizan las causas del fracaso, los culpables y demás detalles que son noticia por el mero hecho de producir beneficio para el medio que lo cuenta. Y por la repercusión que genera.

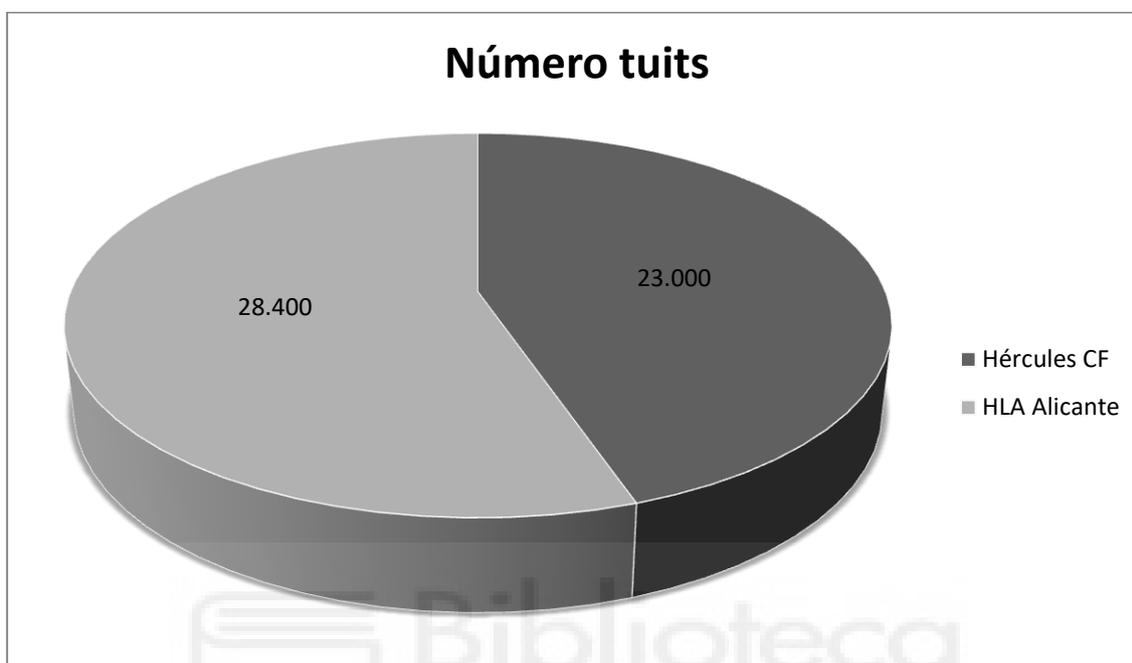
Esto último se aplica al caso del Diario Información con ambos deportes. En el caso del Hércules, va a tener más repercusión siempre una fase de ascenso suya que del HLA Alicante. Por beneficios para el diario, por presupuesto del equipo, por importancia del club, por historia y por otros factores.

Una vez analizadas todas las cuestiones y, mediante la realización de entrevistas, obtenidos todos los datos que se habían marcado como objetivo principal del trabajo, procedemos ahora a desgranar mediante algunos gráficos (para que resulte más visual) los datos obtenidos a lo largo de toda la búsqueda realizada.

En primer lugar y siguiendo la línea de las declaraciones que aportó César Hernández, realizamos un gráfico comparativo en el que se ve claramente el predominio del Hércules CF respecto al Lucentum en número de seguidores en la red social Twitter. Como se aprecia, la diferencia es más que notable pero como veremos después hay otros datos que dan una perspectiva diferente a lo que se puede pensar de inicio.

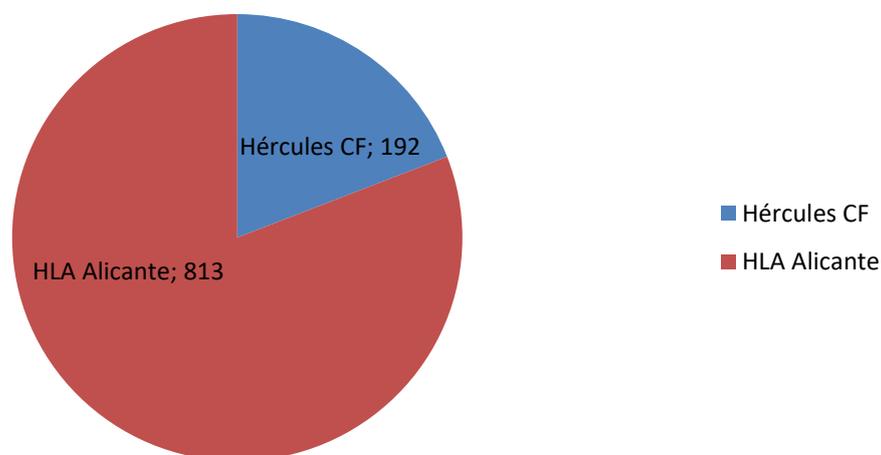


A su vez, también analizamos en este mismo sentido la cantidad de tuits que llevan ambas entidades en sus respectivas cuentas. Pese a que, como vemos, el equipo de fútbol cuenta con muchísimos más seguidores, es el HLA Alicante quien más tuits lleva, y además superando al Hércules con creces.



También sorprende la diferencia de personas seguidas dependiendo de la cuenta. En el primer caso, al tratarse de una cuenta con más *followers*, el número de personas seguidas es escaso. En cambio, en el caso del baloncesto, la interacción realizada con sus seguidores es mayor puesto que siguen a muchas más cuentas. Y no olvidemos que, a día de hoy, militan ambos en la misma categoría de élite, aunque el equipo futbolero tiene mucha más historia y élite a sus espaldas que el del baloncesto. Pero el HLA Alicante también militó en su momento en ACB (máxima categoría del baloncesto nacional) teniendo, como es obvio, mucha más repercusión mediática que ahora mismo.

Cuentas seguidas



Como se observa en cada uno de los tres gráficos, las diferencias entre un deporte y otro son considerables. Y poniendo el foco de atención en una ciudad únicamente. El predominio del fútbol sobre el resto de disciplinas deportivas se achaca también a factores socioeconómicos, culturas y de masas.

Tal y como indica un informe de KPMG, el impacto del fútbol sobre la cultura en Marca España es muy elevado, situándose en segunda posición sólo por detrás del turismo. En las disciplinas deportivas está a la cabeza por delante del tenis, que adelanta al baloncesto en impacto cultural. Arias Robles ya sostenía en la entrevista que ese factor cultural es el detonante de esa desviación, siempre en favor del fútbol, que vemos constantemente en las televisiones, medios digitales y demás soportes.

Hablando ahora de presupuestos, la diferencia resulta abismal entre ambos clubs. En una noticia de diciembre del pasado año 2017, nos encontramos con esto:

El Hércules sube su presupuesto un 20% hasta los 2,4 millones

Ramírez preside este jueves su primera junta general de accionistas, en la que se convertirá oficialmente en máximo dirigente del club

Efe | 21.12.2017 | 04:37

El Hércules CF celebrará este jueves, a partir de las 10:00 horas en la sala de prensa del estadio José Rico Pérez, su primera Junta General de accionistas desde la llegada a la presidencia de Juan Carlos Ramírez y en la que el club someterá a aprobación un presupuesto de 2,4 millones de euros.



Juan Carlos Ramírez, presidente del Hércules, en su comparecencia reciente en el Rico Pérez. José Navarro

De hecho, el empresario adquirió recientemente a través de una sociedad de la que también participa Javier Portillo, director deportivo del club, el 15% de las acciones del Hércules.

En cambio, contrasta mucho con el del equipo de baloncesto:

¿Es la Fundación la evolución del CB Lucentum SAD?

Jurídica y administrativamente son dos entidades diferentes y así han de ser tratadas.

¿El ayuntamiento está presente en la Fundación Lucentum Baloncesto Alicante?

No, de ninguna manera.

¿Con qué presupuesto cuenta la Fundación Lucentum Baloncesto Alicante?

Unos 265.000€ para todos sus equipos.

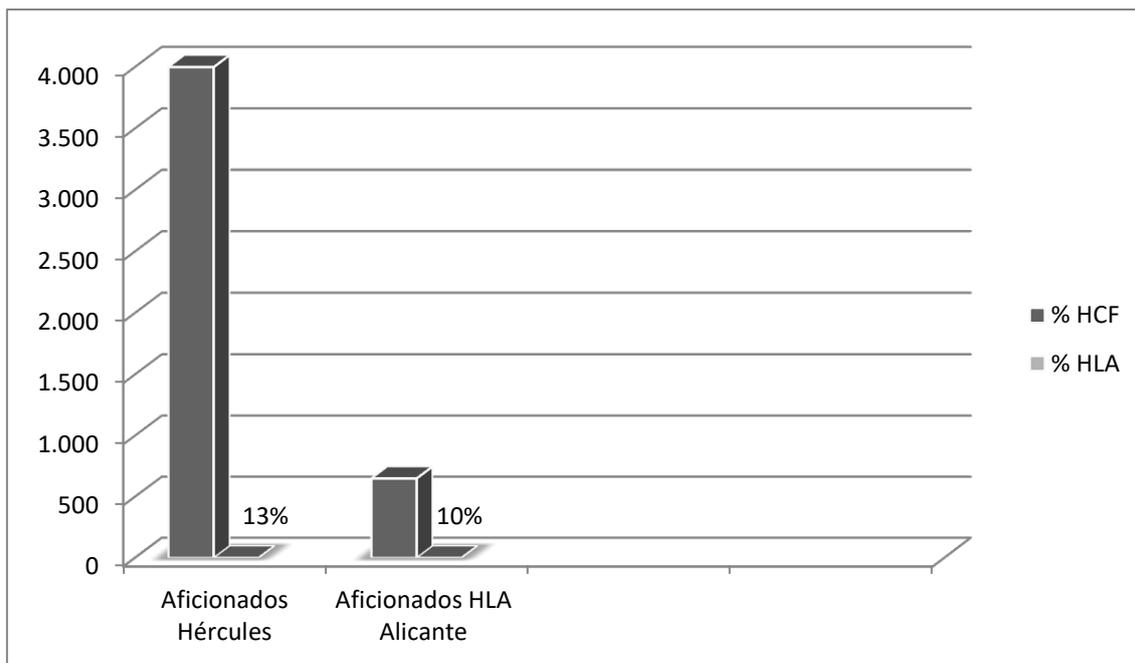
Como vemos, en el caso de la Fundación Lucentum, el presupuesto es para todos los equipos de la cantera, no sólo para el primer equipo. En el Hércules, ese ascenso del 20% es exclusivamente para el primer equipo. Todo esto lo decanta ese factor cultural que inclina a la gente por un deporte bien sea debido a raíces históricas, económicas o políticas y que, por consiguiente, necesita de más apoyo que otros por ser más mediático.

Conclusiones

Tras analizar, desde todas sus partes, ese tratamiento informativo que tienen ambos deportes, desgranamos de forma sintetizada cinco conclusiones que reflejan de alguna manera el objetivo de estudio del trabajo de investigación realizado:

1. Los datos hablan por sí solos

Queda evidenciado ese tratamiento muy en favor del Hércules en comparación con el HLA Alicante. Como decía César Hernández, son 3.500-4.000 los fieles que acuden al Rico Pérez de media ante los 650-700 que se presentan con mayor asiduidad al CDT. La capacidad de este segundo es de 7.500, por lo que no llega ni al 10% de asistencia media. Esto provoca, por factores económicos, que los diarios de la provincia y en este caso en el que se centra la investigación, Diario Información, no haga una cobertura tan extensa como en el caso del fútbol.



2. Los medios especializados son la nueva alternativa

Por otra parte, tal y como comentaba Félix Arias, los medios especializados y emergentes son una de las pocas alternativas viables para hacer frente a esta desigualdad informativa. En este sentido, las redes sociales y nuevas narrativas pueden servir para contar cosas de una manera diferente.

3. Los medios buscan rentabilidad

Otra de las conclusiones a la que se llega es que los criterios noticiosos no existen, los grandes medios manejan las publicaciones a su antojo y se mueven por dinero, por lo que el fútbol ahí gana terreno al ser el que más ingresos genera en los diarios, como en este caso el Diario Información. Tal y como comentaba César Hernández, en Alicante el 80% de la gente está interesada en todo lo que envuelve al Hércules CF y apenas un 10% lo hace con el HLA. Estas diferencias tan abultadas son muy difícilmente intercambiabiles y esa igualdad que se pide es, a corto plazo, inviable.

80%



10

4. Los debates con “deportistas desconocidos” puede interesar

En penúltimo lugar, una de las ideas finales aportada en este caso por Zineb Mounfalouti es, para poder llegar a esa igualdad en ambos deportes y, en general, con el

resto de disciplinas deportivas, llevar a jugadores de baloncesto, tenis o incluso motor a debates televisivos, tertulias radiofónicas o demás opciones posibles para que así la gente conozca más de cerca cada uno de los deportes en cuestión y a raíz de eso pueda tener un mayor seguimiento e interés motivado por lo que ese deportista pueda añadir en su espacio.

5. Una nueva generación de periodistas pisa fuerte

Por último, dejando patente esa desigualdad existente, conviene reseñar el trabajo que están haciendo las nuevas generaciones de periodistas, creando contenido de calidad, especializados en una disciplina o apostando por darle a cada uno de los deportes el papel que le corresponde, sin otorgar a unos más que a otros simplemente por la influencia económica o las raíces culturales de una civilización.

Todas estas conclusiones pueden ser o no viables pero lo que está claro es que, conforme está la industria del periodismo deportivo ahora mismo, no parece que pueda haber un cambio sustancial a corto plazo, especialmente porque los que deben promover el cambio son los grandes medios convencionales y, de rebote, impregnar sus ideas en medios o diarios locales como el Diario Información que puedan calcar su modelo de trabajo.

A fin de cuentas, lo que se ha querido dejar claro mediante la realización de este análisis comparado es esa diferencia muy marcada entre ambos deportes influida, en primera instancia, por los factores económicos y culturales de nuestro país.

Bibliografía

Abela, J. A. (2002). "Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada". p.2

Agencia EFE. (2017, diciembre 21). "El Hércules sube su presupuesto un 20% hasta los 2,4 millones". Diario Información, p.1.

Cano, J. & Sáinz, J. (2014). "Impacto socio-económico del fútbol profesional en España". Marzo 10, 2018, de KPMG Sports Sitio web: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/06/impacto-socio-economico-futbol-profesional-Espana.pdf>

Díaz Campos, J.A. (2012). "El modelo económico de la NBA". *eXtoikos*, 8, p.3.

Frideres, J.E. & Palao, J.M. (2006). "Análisis de las noticias deportivas de dos periódicos digitales de España y Estados Unidos: ¿promoción de la actividad física y el deporte?". *RACO*, Vol. 3, p.13.

Pujol, F. & García-del-Barrio, P. (2010, enero 26). "El papel del fútbol en la sociedad actual. Fútbol: ocio y negocio". *Empresa y Humanismo*, XI n°1, pp. 89-108.

Rojas Torrijos, J.L. (2012). "La futbolización de la información deportiva Un estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos". *Revista Comunicação & Cultura*, 13, p.84.

Rojas Torrijos, J.L. (2012, diciembre). "Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos". *Revista Latina de Comunicación Social*, IV, p.5.

Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). "Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)" *Universidad Carlos III, Madrid*. p.139

Taylor, S.J. & Bogdan, R. (2008, febrero). "Métodos cuantitativos aplicados". *CID*, 2, pp. 194-195. 2018, junio 7, De CEPPIA Base de datos.



