



CEU
*Universidad
San Pablo*

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

TESIS DOCTORAL

LA EDICIÓN DE LOS ESPACIOS DEPORTIVOS
DE LOS INFORMATIVOS DE LA FRANJA DEL MEDIODÍA
DE *TVE1*, *ANTENA 3*, *CUATRO*, *TELECINCO* Y *LA SEXTA*
(AÑO 2013)

Carlos DÍAZ SÁNCHEZ-CRUZADO

Director: Antonio CASADO RUIZ

Madrid, 24 de junio de 2015



CEU
*Universidad
San Pablo*

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

**LA EDICIÓN DE LOS ESPACIOS DEPORTIVOS
DE LOS INFORMATIVOS DE LA FRANJA DEL MEDIODÍA
DE TVE1, ANTENA 3, CUATRO, TELECINCO Y LA SEXTA
(AÑO 2013)**

Carlos DÍAZ SÁNCHEZ-CRUZADO

Tesis doctoral dirigida por Antonio CASADO RUIZ

Agradecimientos

A Antonio Casado Ruiz, Víctor Arranz y Amalia Pedrero González.

A Manu Martín, Lolo Belltall, Juan Antonio Paredero, Julio Pulido,
Raúl Gamonal, Rafa Zapatero y Quique López.

A Alma García, Juanma Cueto, José María del Toro y Joaquín Martín.

Resumen

Las transmisiones audiovisuales de los grandes acontecimientos deportivos, sobre todo futbolísticos, suponen uno de los principales alicientes para la mayor parte de la audiencia televisiva. Más ahora, cuando el deporte español atraviesa el mejor momento de su historia en casi todas las modalidades. Pero el inusitado interés que despierta en los telespectadores el deporte en general y el fútbol en particular va más allá de las transmisiones en directo. El público demanda grandes cantidades de información deportiva a todas horas. Conscientes de ello, todas las cadenas, posean o no los derechos de emisión en directo de los mencionados acontecimientos, potencian sobremanera la presencia de contenidos deportivos, especialmente futbolísticos, en sus programas más relevantes: los informativos.

Hace ya tiempo que el espacio deportivo de los informativos se ha convertido, en muchos aspectos, en la sección más importante. Dura más que ninguna –en algunos casos supera el tiempo total del resto del informativo–. Cuenta con presentador propio –hay cadenas que ya utilizan dos–. Se permite licencias formales, y también conceptuales, inviables en otras partes del informativo. En definitiva y dada su relevancia, funciona prácticamente como una unidad autónoma e independiente.

El máximo responsable a todos los niveles de este espacio deportivo es el editor. Aparte de dirigir y coordinar a todos los miembros del extenso departamento que tiene a su cargo –redactores, realizadores, productores, documentalistas, etc.–, lleva a cabo la misión periodística más delicada y trascendente: la selección del contenido. Real Madrid o Barcelona; empezar por la Liga o por la victoria de Nadal; más tiempo al Atlético de Madrid o a la Fórmula Uno; Gasol o Contador... Él decide: qué entra y qué se queda fuera. Establece la *agenda* informativa, la ordena y le da forma.

Nadie le conoce. Ni su cara ni su nombre serán recordados por la audiencia como suele suceder con los presentadores. Trabaja, por así decirlo, en la sombra. Pero su función es fundamental en la elaboración de uno de los productos más representativos de las cadenas de televisión: la edición de los espacios deportivos de los informativos.

Índice

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

1. Fundamentos de la investigación	<i>pág. 31</i>
1.1 Aclaración y justificación: objeto de estudio	<i>pág. 31</i>
1.1.1 Edición temática	<i>pág. 31</i>
1.1.2 Los espacios deportivos de los informativos	<i>pág. 33</i>
1.1.3 La franja del mediodía de lunes a viernes	<i>pág. 37</i>
1.1.4 Las cadenas: <i>TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta</i>	<i>pág. 38</i>
1.1.5 Los editores	<i>pág. 39</i>
1.1.6 Características básicas	<i>pág. 41</i>
1.2 Hipótesis	<i>pág. 42</i>
1.3 Estado de la cuestión y marco teórico	<i>pág. 44</i>
1.4 Objetivo	<i>pág. 51</i>
1.5 Metodología	<i>pág. 52</i>
1.5.1 Aprovechamiento de la tesina	<i>pág. 52</i>
1.5.2 Entrevistas a los editores	<i>pág. 53</i>
1.5.3 Muestreo de los espacios deportivos (año 2013)	<i>pág. 54</i>
1.5.4 Escaletas	<i>pág. 55</i>
1.5.5 Elaboración del tratado	<i>pág. 55</i>

SEGUNDA PARTE: TRATADO

2. Conocimiento	<i>pág. 59</i>
2.1 Conocimiento del deporte	<i>pág. 59</i>
2.2 Conocimiento de la actualidad deportiva	<i>pág. 60</i>
2.3 Conocimiento de la competencia	<i>pág. 61</i>
2.4 Conocimiento de la programación de la propia cadena	<i>pág. 63</i>
2.5 Conocimiento de la línea editorial de la propia cadena	<i>pág. 63</i>
2.6 Resumen esquemático del capítulo 2	<i>pág. 65</i>

3. Obtención del material audiovisual: las fuentes del editor	<i>pág. 67</i>
3.1 Fuentes propias: producción interna	<i>pág. 67</i>
3.1.1 Redactores	<i>pág. 68</i>
3.1.2 Redactores especializados	<i>pág. 69</i>
3.1.3 Centros territoriales, delegaciones y corresponsalías	<i>pág. 69</i>
3.1.4 Aportación informativa de centros territoriales, delegaciones y corresponsalías	<i>pág. 71</i>
3.1.5 Archivo	<i>pág. 74</i>
3.1.6 Obtención del material audiovisual: coordinación edición-producción (coberturas)	<i>pág. 75</i>
3.2 Fuentes externas: producción ajena	<i>pág. 82</i>
3.2.1 Agencias	<i>pág. 82</i>
3.2.2 Internet y redes sociales	<i>pág. 85</i>
3.2.3 Clubes, federaciones, instituciones y marcas comerciales	<i>pág. 89</i>
3.2.4 Resto de medios: compra, cesión e intercambio de imágenes	<i>pág. 91</i>
3.2.5 Opinión pública	<i>pág. 93</i>
3.3 Resumen esquemático del capítulo 3	<i>pág. 95</i>

4. Control, examen y clasificación de la información	<i>pág. 97</i>
4.1 Control de la información	<i>pág. 97</i>
4.2 Examen y clasificación de la información	<i>pág. 97</i>
4.2.1 <i>Acontecimientos deportivos</i>	<i>pág. 98</i>
4.2.2 <i>Sucesos deportivos</i>	<i>pág. 100</i>
4.3 Resumen esquemático del capítulo 4	<i>pág. 101</i>

5. Selección de los contenidos: la <i>agenda building</i> en los espacios deportivos	<i>pág.</i> 103
5.1 La <i>agenda building</i> : los agentes de la edición	<i>pág.</i> 103
5.1.1 El editor	<i>pág.</i> 103
5.1.2 La audiencia	<i>pág.</i> 103
5.2 La audiencia elige fútbol: Real Madrid y Fútbol Club Barcelona	<i>pág.</i> 107
5.2.1 Más fútbol	<i>pág.</i> 114
5.2.2 La selección española	<i>pág.</i> 118
5.3 Otros contenidos estrella: el reclamo puntual de las victorias	<i>pág.</i> 119
5.3.1 Deporte colectivo	<i>pág.</i> 119
5.3.2 Deporte individual	<i>pág.</i> 122
5.3.3 Estrellas dentro y fuera de la cancha	<i>pág.</i> 123
5.4 Derechos audiovisuales	<i>pág.</i> 124
5.5 Compromiso informativo: el caso de las televisiones públicas	<i>pág.</i> 129
5.6 La imagen	<i>pág.</i> 131
5.7 Resumen esquemático del capítulo 5	<i>pág.</i> 132

6. La escaleta	pág. 133
6.1 Definición	pág. 133
6.2 El contenido de la escaleta: parámetros	pág. 134
6.2.1 Tiempo	pág. 134
a) Duración total, hora de entrada y de salida	
b) ¿Tiempos? Llamada a continuidad	
c) Veinte segundos de cortesía	
d) Casos eventuales extradeportivos	
e) Casos eventuales deportivos	
f) Margen de seguridad	
6.2.2 Publicidad: contenido fijo	pág. 138
a) Continuidad de nuevo al habla	
b) Primero la publicidad, después el resto	
c) Formatos publicitarios	
c.1) <i>Spots</i>	
c.2) Menciones o <i>telepromociones</i>	
c.3) Sorteos publicitarios	
c.4) Autopromociones	
c.5) Sobreimpresiones o <i>faldones</i>	
c.6) Emplazamientos	
c.7) Noticias publicitarias	
c.8) Patrocinios	
6.2.3 Orden	pág. 147
a) Estructura piramidal: Madrid, Barça y lo demás	
b) Estructura coherente y atractiva: vínculos	
c) Escaleta reconocible	
c.1) Estructura formal	
c.1.1) Cabecera	
c.1.2) Sumario y cebo	
c.1.3) Ráfaga de sección	
c.1.4) Cortinillas	
c.1.5) Títulos de crédito y <i>copy</i>	
c.2) Estructuración del contenido	

6.2.4 Formatos: asignación-designación

pág. 167

- a) Directo
- b) Falso directo
- c) *Pieza, total y colas*
- d) Asignación-designación: conjugación de variables
 - d.1) Espacios reducidos: *colas, totales* y dos o tres *piezas cortas*
 - d.2) Espacios estándar: *piezas*, falsos directos y algún directo
 - d.3) La figura del presentador/es
 - d.4) Programas complejos: presentadores ilustres y *piezas-espectáculo*
- e) *Piezas-espectáculo*
 - e.1) Contenido de las *piezas-espectáculo*
 - e.1.1) Rumores
 - e.1.2) Datos estadísticos
 - e.1.3) Precedentes
 - e.1.4) Efemérides
 - e.1.5) Opinión
 - e.1.6) Gestión editorial del archivo
 - e.1.7) Entrevistas a personajes de primer orden
 - e.2) Forma de las *piezas-espectáculo*
- f) Formatos para los *acontecimientos deportivos* en juego y los *sucesos deportivos*
 - f.1) El dilema de los *acontecimientos* en juego
 - f.2) *Leída*
 - f.3) *Videowall* y *pantallón*
 - f.4) En *colas*
 - f.5) En *pieza*
- g) Formatos de realización
 - g.1) Clip
 - g.2) Ráfaga
 - g.3) Panel
 - g.4) *Cartón*
 - g.5) Material para el *videowall* y el *pantallón*
- h) Colaboradores y comentaristas en *Cuatro* y *La Sexta*

i) Formatos excepcionales: entrevista en directo

6.3 Escaleta “viva” durante la elaboración	pág. 235
6.3.1 Sucesos deportivos y novedades de última hora en los acontecimientos deportivos	pág. 235
6.3.2 Noticias de gran alcance ajenas al deporte	pág. 237
6.3.3 Fallos en los canales de comunicación de las fuentes	pág. 238
6.3.4 Sugerencias de los redactores y/o presentadores	pág. 238
6.4 Transcripción	pág. 239
6.4.1 Escaletas de los espacios deportivos de los informativos	pág. 240
a) Escaleta de la sección deportiva del informativo de TVE1	
b) Escaleta del bloque deportivo del informativo de Antena 3	
c) Escaleta del programa deportivo del informativo de Cuatro	
d) Escaleta del bloque deportivo del informativo de Telecinco	
e) Escaleta del bloque deportivo del informativo de La Sexta	
f) Escaleta del programa deportivo del informativo de Telemadrid	
g) Escaleta de la sección deportiva del informativo de TV3	
6.4.2 Campos de la escaleta	pág. 256
a) <i>Noticia/Título</i>	
a.1) Indicación del formato	
a.2) Indicación de la transición	
a.3) Indicación de los instantes precisos en que interviene el presentador/es	
a.4) Indicaciones varias de realización	
b) <i>Vídeo ID o Material ID</i>	
c) <i>Formato</i>	
d) <i>Redactor o Reportero</i>	
e) <i>Hora y Duración o Tiempo</i>	
f) Campos del parte de realización	
g) Campos subsidiarios: <i>Número de noticia, Origen, Gráfico, Modificación y Fecha de modificación</i>	
6.5 Resumen esquemático del capítulo 6	pág. 288

7. Coordinación	<i>pág. 289</i>
7.1 Editor o coordinador	<i>pág. 289</i>
7.2 El editor del espacio deportivo en la jerarquía de la cadena	<i>pág. 290</i>
7.3 El tándem editor-presentador/es	<i>pág. 292</i>
7.4 Coordinación edición-producción	<i>pág. 293</i>
7.5 Reparto del trabajo entre los redactores	<i>pág. 294</i>
7.6 Coordinación edición-realización	<i>pág. 297</i>
7.7 Coordinación edición-documentación	<i>pág. 298</i>
7.8 Coordinación edición deportes-edición informativos	<i>pág. 298</i>

8. Línea editorial y tono comunicativo	<i>pág. 303</i>
8.1 Línea editorial	<i>pág. 303</i>
8.1.1 El caso de <i>Cuatro</i> y <i>La Sexta</i>	<i>pág. 304</i>
8.1.2 El caso de las cadenas autonómicas: <i>Telemadrid</i> y <i>TV3</i> (31-enero-2013)	<i>pág. 305</i>
8.2 Tono comunicativo	<i>pág. 315</i>
8.3 El perfil del presentador/es	<i>pág. 318</i>
8.4 El perfil de los redactores y las pautas del editor	<i>pág. 320</i>
8.5 Resumen esquemático del capítulo 8	<i>pág. 322</i>

9. Seguimiento	<i>pág. 323</i>
9.1 Vigilancia	<i>pág. 323</i>
9.2 Supervisión	<i>pág. 324</i>
9.3 Corrección	<i>pág. 325</i>
9.4 Montaje de algunos contenidos	<i>pág. 326</i>
9.5 Rotulación	<i>pág. 326</i>
9.5.1 Rotulación con grafismo	<i>pág. 326</i>
9.5.2 Rotulación genérica	<i>pág. 328</i>
9.5.3 Subtítulos para traducciones y refuerzo de <i>totales ambiente</i>	<i>pág. 331</i>
9.6 Resumen esquemático del capítulo 9	<i>pág. 334</i>

10. Emisión	<i>pág. 335</i>
10.1 La posición jerárquica del editor durante la emisión	<i>pág. 336</i>
10.2 Planificación de la emisión: el realizador	<i>pág. 337</i>
10.2.1 Presentador/es	<i>pág. 338</i>
10.2.2 Publicidad	<i>pág. 339</i>
10.2.3 Directos	<i>pág. 340</i>
10.2.4 Entrevistas excepcionales en el plató	<i>pág. 341</i>
10.2.5 Videowall o pantallón	<i>pág. 342</i>
10.2.6 Música	<i>pág. 342</i>
10.2.7 Atrezo	<i>pág. 343</i>
10.3 Arranca la emisión... dentro estudio	<i>pág. 343</i>
10.3.1 Realización de la emisión en directo del espacio deportivo del informativo	<i>pág. 343</i>
10.3.2 El papel del editor durante la emisión	<i>pág. 345</i>
a) Último chequeo	
b) Escaleta “viva” durante la emisión	
b.1) Crear y suprimir contenidos	
b.2) Mover contenidos	
b.3) Suplir formatos	
b.4) Suplir contenidos: copiar-pegar	
b.5) Alargar entradillas	
c) El funcionamiento informático de la escaleta	
d) Gestión del tiempo	
e) El guía del realizador en la interpretación de la escaleta	
f) El guía del presentador/es	

- g) Supervisión de los directos
- h) Visionado y control de la emisión
- i) Supervisión de la rotulación
- j) Contacto permanente con el responsable de continuidad
- k) El caso del editor de la sección de deportes del informativo de *TVE1*

11. Valoración y planificación	<i>pág. 359</i>
11.1 Valoración	<i>pág. 359</i>
11.1.1 Análisis cualitativo	<i>pág. 359</i>
11.1.2 Análisis cuantitativo	<i>pág. 359</i>
11.2 Planificación	<i>pág. 359</i>

12. Conclusiones	<i>pág. 361</i>
12.1 Conclusiones generales sobre la edición	<i>pág. 361</i>
12.2 Conclusiones sobre la edición de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía de <i>TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta</i>	<i>pág. 366</i>

ANEXOS	<i>pág. 371</i>
Anexo I. Composición temática de los espacios deportivos de los informativos	<i>pág. 373</i>
Anexo II. Audiencia temática de los espacios deportivos de los informativos	<i>pág. 383</i>
Anexo III. Formatos (escaletas) de los espacios deportivos de los informativos	<i>pág. 447</i>
Espacios reducidos: <i>colas, totales</i> y dos o tres <i>piezas cortas</i> : <i>Telecinco</i>	
Espacios estándar: <i>piezas</i> , falsos directos y algún directo: <i>TVE1</i> y <i>Antena 3</i>	
Programas complejos: presentadores ilustres y <i>piezas-espectáculo</i> : <i>Cuatro</i> y <i>La Sexta</i>	
Anexo IV. Formatos (tablas) de los espacios deportivos de los informativos	<i>pág. 521</i>
Anexo V. Entrevistas	<i>pág. 529</i>
Entrevista genérica	
a) Lolo Belltall, editor de <i>TVE1</i>	
b) Enrique López, editor de <i>TV3</i>	
c) Manuel Martín, editor de <i>ESPN</i>	
d) Juan Antonio Paredero, editor de <i>Antena 3</i>	
e) Raúl Gamonal, editor de <i>Telecinco</i>	
f) Rafael Zapatero, editor de <i>La Sexta</i>	
g) Julio Pulido, editor de <i>Cuatro</i>	
Índice de ejemplos audiovisuales	<i>pág. 557</i>
Formatos	
Formatos publicitarios	
Contenidos	
Asignación-designación	
Contenidos en el informativo	
Varios	
Índice de tablas	<i>pág. 565</i>

Bibliografía

pág. 567

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

Les médias sont également un moyen d'observer et de comprendre le monde dans lequel nous vivons. (Balle, 1997: 5)

(Los medios de comunicación son también un medio para observar y comprender el mundo en que vivimos)

I am not the editor of a newspaper. I am the manager of a content company
—Howard Tyner: editor del *Chicago Tribune* entre 1993 y 2001—. (Orrantia: 2014: 7)

(No soy el director de un periódico. Soy el gerente de una empresa de contenidos)

1. Fundamentos de la investigación

1.1 Aclaración y justificación: objeto de estudio

1.1.1 Edición temática

En esta investigación, encuadrada exclusiva y específicamente en el ámbito de la televisión, el concepto de edición se entiende como edición temática o selección de contenidos, no como la edición de vídeo que hace referencia al mero montaje de imágenes en los medios audiovisuales.

Para establecer una definición de la edición tal y como se contempla en esta tesis, hay que concretar y adaptar la cuarta acepción que del verbo editar incluye el Diccionario de la Real Academia.

Editar: Organizar las grabaciones originales para la emisión de un programa de radio o televisión.

La acción de *organizar*, en lo que respecta a la edición de los espacios deportivos de los informativos de una cadena de televisión, comprende varias fases: recepción; valoración, selección y ordenación de la información; configuración y elaboración de la escaleta; coordinación; elaboración de contenidos; revisión y corrección; emisión; análisis de la emisión y planificación. Además de *grabaciones originales*, el espacio deportivo de un informativo se realiza con muchos otros formatos. Después de estas dos matizaciones, la definición de edición en el contexto de los espacios deportivos de los informativos queda de la siguiente forma:

Conjunto de acciones encaminadas a la selección, ordenación y tratamiento de la información para su posterior emisión, que se plasma en una escaleta o guión y que lleva a cabo un periodista experimentado que ostenta el cargo de editor.

Este enunciado recoge y sintetiza los aspectos fundamentales que destacan los editores en sus respectivas definiciones de la edición.

Es la selección de contenidos. Qué es lo que se va a dar. Qué es lo que se cubre o lo que no se cubre dentro de tus posibilidades. Eres el que eliges en primer lugar, el que tiene la última palabra. Al final, es como cocinar un puchero. Metes lentejas, metes judías. Y el resto lo dejas fuera o lo dejas para otro momento o para otro día. (Raúl Gamonal, Telecinco)

La construcción de un programa destinado a una audiencia que sabe bien lo que quiere y a la que tenemos que informar. (Juan Antonio Paredero, Antena 3)

La coordinación, elaboración y supervisión de contenidos informativos. (Lolo Belltall, TVE1)

Es todo el trabajo que garantiza la correcta emisión del conjunto de contenidos previstos de un programa o de una sección dentro de un informativo. Va desde la previsión de rodajes, la asignación de temas, la coordinación de redactores, conductor y cámaras, hasta la supervisión del montaje de videos, de los textos y entradillas y la correcta entrega de las piezas. (Enrique López, TV3)

En Estados Unidos se denomina producción a lo que en España llamamos edición. El productor en cierta forma es la persona que ordena la actualidad. Editar es decidir qué y en qué manera se abordan los distintos temas de la actualidad. (Manuel Martín, ESPN)

A partir de este momento y a lo largo de toda la tesis, el término más utilizado, el protagonista indiscutible, es el **editor**.

A medida que se van acumulando cada vez más pruebas de la influencia de los medios de comunicación como fijadores de la agenda del público, los teóricos de principios de los ochenta se comenzaron a preguntar: ¿Quién establece la agenda mediática? (McCombs, 2006: 189)

La cuestión que deja en el aire McCombs puede formularse de otro modo: ¿Quién hace la edición? La edición la **lleva a cabo un periodista experimentado que ostenta el cargo de editor**. Desde esta perspectiva, a través de los ojos del editor –los del propio autor y los del resto de editores–, se otea el proceso de la edición. El resultado, pues, es un tratado o manual

práctico sobre la figura del editor y los usos de la edición en los espacios deportivos de los informativos de la televisión.

1.1.2 Los espacios deportivos de los informativos

La televisión continúa siendo el medio de comunicación de masas por excelencia.

El éxito de la televisión no puede explicarse atendiendo únicamente a una sola de sus capacidades, ya que son varias las fortalezas que lo hacen posible. En primer lugar, cabe considerar que la base de su implantación universal y sus altos índices de consumo son posibles gracias a la extrema simplicidad de su manejo. Ver la televisión no requiere ningún esfuerzo, ya que sus contenidos llegan directamente hasta nuestros hogares y su manejo es tan sencillo como pulsar un botón de un mando a distancia. En la base de su éxito también cabe situar el gran poder de atracción de las imágenes que llegan con extrema facilidad y poder hasta nuestra retina.

(Bienvenido, 2013: 13)

Su indiscutible producto estrella es el deporte, más concretamente el fútbol. Basta con echar un vistazo a los *rankings* de audiencia para constatarlo. En septiembre de 2013, según el informe de *Barlovento Comunicación*, la emisión más vista del mes fue el partido Galatasaray-Real Madrid de la Liga de Campeones del martes diecisiete de septiembre: 6.140.000 espectadores, el 36,1 por ciento de la cuota de pantalla. En el quinto y sexto lugar se encuadran el Gran Premio de Fórmula Uno de Singapur y el de Italia.

RANKING EMISIONES MÁS VISTAS - Septiembre 2013									
TOTAL DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN									
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media									
	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inici	Fin	Cuot	AM(00)
1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	GALATASARAY-R.MADRID	La1	17-Sep-13	Martes	20:47:35	22:42:38	36.1	6140
2	TELEDIARIO 2		La1	17-Sep-13	Martes	21:39:17	21:49:31	31.3	5413
3	DESAFIO CHAMPIONS		La1	17-Sep-13	Martes	20:16:00	22:43:37	33	5134
4	LA CUPULA	EL INCENDIO	A3	02-Sep-13	Lunes	23:20:56	24:05:58	28.4	4657
5	FORMULA 1	G.P.SINGAPUR	A3	22-Sep-13	Domingo	14:04:06	16:03:20	37.2	4640
6	FORMULA 1	G.P.ITALIA	A3	08-Sep-13	Domingo	14:03:45	15:22:16	40.2	4624

En octubre el primer puesto fue para el España-Georgia, encuentro de clasificación para el Mundial de 2014. Llegó a los 6.587.000, el 34,2 por ciento. Entre los siete primeros puestos aparecen cuatro transmisiones de partidos de fútbol.

RANKING EMISIONES MÁS VISTAS - Octubre 2013									
TOTAL DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN									
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media									
nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	Cuota	AM(000)
1	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	ESPAÑA-GEORGIA	T5	15-Oct-13	Martes	21:01:13	22:51:39	34.2	6587
2	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	MILAN-BARCELONA	La1	22-Oct-13	Martes	20:46:54	22:37:08	32.6	6333
3	TELEDIARIO 2		La1	22-Oct-13	Martes	21:33:09	21:44:03	27.7	5369
4	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS		A3	28-Oct-13	Lunes	22:40:04	24:12:39	26.9	5103
5	FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	ESPAÑA-BIELORRUSIA	T5	11-Oct-13	Viernes	22:00:38	23:49:08	29.3	5095
6	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS		A3	21-Oct-13	Lunes	22:39:02	24:02:31	25.5	5018
7	DESAFIO CHAMPIONS		La1	22-Oct-13	Martes	20:00:03	22:38:09	27.8	4883

En noviembre lidera el Juventus-Real Madrid, también de la Liga de Campeones, con 7.091.000, un 36,3 por ciento. De nuevo, cuatro transmisiones deportivas se cuelan entre los nueve primeros nichos del *ranking*, esta vez, tres encuentros de fútbol y el Gran Premio de Valencia del Mundial de Motociclismo.

RANKING EMISIONES MÁS VISTAS - Noviembre 2013									
TOTAL DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN									
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media									
nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	Cuota	AM(000)
1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	JUVENTUS-R.MADRID	La1	05-Nov-13	Martes	20:45:44	22:35:23	36.3	7091
2	CINE	AVATAR(2 PARTE)	T5	13-Nov-13	Miércoles	22:30:44	24:00:13	32.2	6250
3	POST FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	JUVENTUS-R.MADRID	La1	05-Nov-13	Martes	22:35:23	22:38:35	29.3	6173
4	CINE	AVATAR	T5	12-Nov-13	Martes	22:31:50	24:01:28	32.1	6059
5	TELEDIARIO 2		La1	05-Nov-13	Martes	21:33:11	21:43:16	29.4	5761
6	DESAFIO CHAMPIONS		La1	05-Nov-13	Martes	20:00:12	22:39:11	30.7	5464
7	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	AJAX AMSTERDAM-BARC	La1	26-Nov-13	Martes	20:45:39	22:36:40	26.8	5270
8	EL TIEMPO ENTRE COSTURAS		A3	04-Nov-13	Lunes	22:38:07	24:08:55	26.2	5093
9	MOTOCICLISMO:MUNDIAL:MOTOGP	G.P.COMUNIDAD VALENC	T5	10-Nov-13	Domingo	14:01:09	14:47:21	43.8	4978

En diciembre vuelve a dominar el Real Madrid y la Liga de Campeones. El Copenhague-Real Madrid acumula una audiencia de 5.304.000, el 27,4 por ciento, más espectadores incluso que las campanadas de fin de año.

RANKING EMISIONES MÁS VISTAS - Diciembre 2013									
TOTAL DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN									
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media									
nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	Cuota	AM(000)
1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	COPENHAGUE-R.MADRID	La1	10-Dic-13	Martes	20:46:11	22:34:25	27.4	5304
2	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO		La1	31-Dic-13	Martes	23:46:30	24:03:07	37.9	5261

La gran mayoría de telespectadores reclama contenidos deportivos, sobre todo fútbol. A las cadenas, que viven por y para la audiencia, no les queda más remedio que proporcionárselos. Para empezar, compiten ferozmente con grandes inversiones económicas por los derechos de emisión de las grandes competiciones. Y todas, sin excepción, posean o no estos derechos, dedican al deporte muchas horas de su programación. Se analiza la previa; se disecciona la crónica; se comentan las declaraciones de los protagonistas; se debate sobre la actuación arbitral; se abordan las cuestiones ajenas al ámbito estrictamente deportivo...

Aparte de las transmisiones en directo de las competiciones más importantes y de los programas exclusivamente deportivos, los informativos de todas las cadenas incluyen un espacio deportivo.

No hace falta señalar que los espacios dedicados al deporte en radio y televisión ocupan una buena parte del minutado de los informativos. (...) Tal situación nos lleva a preguntar: ¿existe alguna otra actividad en el mundo que genere mayor interés informativo? La respuesta es concluyente: ninguna, en relación del interés continuado que produce y no producto de un acontecimiento de los denominados puntuales, como una catástrofe, una acción bélica o terrorista, el viaje de una personalidad.
(Alcoba López, 2005: 8 y 9)

El análisis de los informativos españoles de cobertura nacional revela un contenido que descansa sobre tres pilares fundamentales que son, por orden de importancia, “deportes”, “desastres y hechos violentos”; y finalmente, “información política”. La categoría dominante es la de “deportes”, que supone el 20,13% del tiempo total. En segundo lugar, se sitúan las de “desastre o accidente” (9,16%).

(Fernández del Moral, 2007: 29 y 30)

Se trata de la sección, el bloque o el programa deportivo que incluyen todos y cada uno de los informativos de las cadenas de televisión. Es el formato más significativo del repertorio de sus emisiones deportivas, por encima de las transmisiones en directo, los programas con los resúmenes de la jornada o las manidas tertulias de los últimos tiempos.

Los espacios deportivos de los informativos tienen presencia permanente en la programación, durante las veinticuatro horas y los trescientos sesenta y cinco días del año. Todos los informativos, desde el matinal hasta el de medianoche, llevan un apartado de deportes, ya sea de cinco minutos o de casi una hora. Por el contrario, las transmisiones en directo tienen carácter puntual, los programas con los resúmenes de la jornada suelen ser semanales y las tertulias se emiten una vez al día y en horario de madrugada.

Las últimas estadísticas dicen que el 95% de la población española consume habitualmente y de una forma regular televisión. De este porcentaje, el 50% se informa únicamente a través de este medio. Por lo tanto estaríamos hablando de una media de 19 millones y medio de espectadores que siguen los informativos de televisión. Teniendo en cuenta esto último, y sumado a que el siglo XXI es el conocido como el de la sociedad de la información, podemos hacernos una idea de la influencia de los informativos en televisión. (Sastrón, 2011: 13)

Los informativos representan la seña de identidad de las cadenas, el escaparate perfecto para configurar y mostrar su particular imagen de marca. En ellos se establecen la línea editorial del medio y las pautas de calidad para el resto de programas. Como parte fundamental de estos informativos, el espacio deportivo tiene también una consideración especial.

Hasta hace unos años la información deportiva se sometía a reglas de selección semejantes a las de otras secciones. Aunque la valoración del acontecimiento se hiciera desde criterios deportivos, su selección se hacía en competencia con los otros grandes acontecimientos del día. En consecuencia, solo las noticias más destacadas se incorporaban al minutado. El informativo tenía información deportiva, una información

deportiva no muy extensa, pero realmente una información importante y equilibrada. Este equilibrio se ha roto desde que la mayoría de las televisiones introdujeron un espacio monográfico dentro de sus informativos diarios. La información deportiva se ha convertido en una información especializada, con una hipertrofia del fútbol que domina el 80% de estos espacios. (Díaz, 2006: 255)

Aunque se emite al final del informativo, su duración es superior a la de las secciones de *política, internacional* o *sucesos*. Su contenido se avanza en la portada del mismo como una de las cuestiones principales. Posee cabecera propia. Se permite licencias de forma y contenido impensables para el resto. Cuenta con un presentador o una pareja de presentadores específicos, etc. Atributos que reflejan el peso que *deportes* ha adquirido dentro de los informativos. Privilegios que convierten a estos espacios en el formato referencial dentro de la programación deportiva de todas las cadenas.

Como resultado de todo ello, manifiestan mayor complejidad a nivel de gestión de contenido que el resto de emisiones deportivas. En una transmisión deportiva solo hay que relatar un partido o una carrera. En un programa de resúmenes solo se habla de un deporte, al igual que en las tertulias. En cambio, en el espacio de deportes de un informativo hay que contarlo todo, información y opinión de todos los deportes y competiciones, en un tiempo generalmente más limitado y de la manera más amena posible.

1.1.3 La franja del mediodía de lunes a viernes

El objeto de la tesis son los espacios deportivos de los informativos de *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco* y *La Sexta*, emitidos de lunes a viernes en la franja del mediodía, entre las 15:00 y las 16:00. Es el espacio deportivo más importante del día, por duración y por el resto de particularidades anteriormente reseñadas. A esto se añade que es el más completo informativamente. Recoge todo lo sucedido esa misma mañana y la noche anterior, además de avanzar los acontecimientos de la tarde. Los espacios deportivos del resto de los informativos lo adoptan como modelo, tanto los emitidos en la franja matinal como en la nocturna, así como los del fin de semana. El de mediodía les marca

la pauta. Es el referente indiscutible, donde diariamente se porfía por la audiencia, se ubica a los presentadores estrella de la cadena y trabaja el mejor equipo humano y técnico. En definitiva, donde la figura del editor es más importante.

1.1.4 Las cadenas: *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*

La elección de estas cadenas responde igualmente a una decisión premeditada. Los informativos de *TVE1* –también conocida como *La 1–, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*, son los de difusión nacional más representativos, con los índices de audiencia más elevados. La observación y el análisis de sus secciones, bloques o programas deportivos, emitidos en la franja del mediodía, permiten establecer los principios básicos y generales que rigen la edición de este tipo de espacios en cualquier cadena, pero también desgranar las diferencias entre ellos.

Se incorporan *TV3* y *Telemadrid* en calidad de canales autonómicos. Su carácter territorial condiciona la edición de sus respectivos espacios deportivos, especialmente en la fase del proceso que determina el perfil ideológico del contenido. Son las dos cadenas autonómicas con las posiciones más antagónicas y enconadas: a favor del Fútbol Club Barcelona y en contra del Real Madrid; y a favor del Real Madrid y en contra del Fútbol Club Barcelona, respectivamente. También se hace referencia a ambos en fragmentos puntuales de la tesis, cuando la comparación de su naturaleza regional con la del resto brinda resultados interesantes para el análisis de la edición. Pero se han incluido a conciencia en el Capítulo 8 –*Línea editorial y tono comunicativo*– para evidenciar la carga ideológica que soportan.

La tesis se completa con la entrevista a un editor de *ESPN Latinoamérica –Entertainment and Sports Programming Network–*, canal monotemático de deportes de difusión internacional en castellano para todo el continente americano, incluido Estados Unidos. De hecho, la sede central se encuentra en Connecticut. La finalidad no es otra que obtener rasgos comunes y elementos discordantes en el proceso de la edición con respecto al resto de cadenas estudiadas.

1.1.5 Los editores

Los editores entrevistados de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco*, *La Sexta* y *TV3*, así como el propio autor de la tesis y el representante de *ESPN*, se ocupan, o en algún momento de su carrera profesional lo han hecho, de la edición del espacio deportivo de los informativos de la franja del mediodía.

Lolo Belltall es editor de la sección deportiva del *Telediario* de *TVE1* entre 2009 y 2013. Su turno de trabajo le permite editar las secciones del mediodía de sábado, domingo, lunes y martes. Antes, de 2006 a 2008, hace lo propio en el programa deportivo de los informativos de *La Sexta* y también en los de *Telemadrid* entre 2004 y 2006. Inicia su carrera como redactor de deportes en la prensa y en la radio. En prensa escrita trabaja en *Cadena Sur El Mundo* (1991-1994) y *Marca* (1994-1997). También pasa por *Radio Getafe* (1991-1992), *Radio Fuenlabrada* (1992-1994), *Onda Madrid* (1994-1999) y *Radio Nacional de España* (1999).

En 2013 Juan Antonio Paredero es el jefe del departamento de deportes de *Antena 3*, cargo que ocupa desde 2010 y al que llega después de ser editor de los bloques deportivos de los informativos de *Antena 3* desde 2004. Toda su trayectoria profesional ha estado ligada a este canal, donde aterriza en 1992, previo paso por la publicación *Vivir en Madrid* ese mismo año.

Julio Pulido comienza su andadura en *Cuatro* en 2005 para, un año después, ponerse al frente de la edición de *Deportes Cuatro*, el programa de deportes vinculado al informativo del mediodía que esta cadena emite de lunes a viernes. Antes de su desembarco en el medio televisivo, ejerce como redactor y productor en la radio, siempre en el ámbito de la información deportiva: *Onda Cero* (2000-2005), *Cope* (1995-2000) y *Antena 3 Radio* (1991-1995).

Raúl Gamonal se convierte en editor de los bloques deportivos de los informativos del mediodía de *Telecinco* en 2009, tras casi veinte años en la cadena como redactor de deportes. Su primer contrato con *Telecinco* data de 1995. Al igual que Julio Pulido, se forma como profesional en la radio: *Radio Madrid SER* (1994-97), *Onda Cero Madrid* (1990-93) y *Radio Getafe* (1986-89).

Rafael Zapatero coincide con Lolo Belltall en los dos primeros años de vida de *La Sexta*. Ambos son requeridos por este canal para editar los

programas deportivos de sus informativos. Sin embargo, Belltall abandona la empresa en 2008 y Zapatero se afianza en el cargo. Desde 2006, Rafael Zapatero edita indistintamente, según la época del año, el programa deportivo perteneciente al informativo del mediodía o el que se emite después del informativo de la tarde. Se incorpora a *La Sexta* desde *Telemadrid* (2001-2006). Además, ya conocía la televisión de su etapa en *Tele Avilés* (1999-2000). Hasta consolidarse como editor en *La Sexta*, siempre compatibiliza sus trabajos en la televisión y en la radio. Recala en *Radio Intercontinental* (2005-2006), *Radio España* (2000-2001) y en la web de *Eurosport* (2006).

El autor de la tesis, Carlos Díaz, ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional dentro de una redacción de deportes de un canal de televisión, en su caso en *Telemadrid*: entre 2001 y 2006, como redactor; a partir de 2006 y hasta 2013, como editor. Suma trece años de trabajo de campo. Durante este tiempo ha editado todo tipo de espacios deportivos, incluidos, por supuesto, los espacios deportivos de los informativos. No ha faltado, como tarea ligada a su responsabilidad editorial, la observación directa del producto de la competencia, espacios que ahora también forman parte del objeto de estudio. También conoce el resto de medios. En 1999 estuvo en *Radio Nacional de España* y en 2000, en *La Gaceta de los Negocios* y *ABC*.

Enrique López nace como periodista a la vez que *TV3 (Televisió de Catalunya)*. Cuando en 1985 empiezan sus primeras emisiones, López ya forma parte de su plantilla, repescado de *Catalunya Ràdio* (1983-85). En 2006 le proponen el cargo de editor de los espacios deportivos de los informativos.

Cuando en 2012 llega a la *ESPN* en Estados Unidos, Manuel Martín cuenta con una dilatada experiencia, no solo como redactor y presentador de deportes, sino también como editor. Ha ejercido en *Localia TV* entre 2000 y 2002 y en la *Cadena SER* entre 1995 y 2007. Como en el caso de los editores anteriormente mencionados, Manuel Martín dedica prácticamente toda su carrera a la información deportiva. Da sus primeros pasos en *AS* (1989-2004). En 2007, después de su etapa en *Localia TV*, regresa a la televisión para quedarse. En *Telemadrid* permanece cinco años (2007-2012). Luego, la *ESPN*.

1.1.6 Características básicas

cadena	duración	entrada	salida	formato	presentadores
TVE1	10'	15:45	15:55	Sección	1
Antena 3	10'	15:35	15:45	Bloque	1
Cuatro	50'	14:55	15:45	Programa	2
Telecinco	5'	15:35	15:40	Bloque	1
La Sexta	30'	14:59	15:30	Programa	2

Tabla 1. Características básicas de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía (2013) –elaboración propia–

La mayor duración de los espacios de *Cuatro* y *La Sexta*, con cincuenta y treinta minutos, les permite tener formato y total entidad de programa, independiente del informativo en muchos aspectos, además de utilizar sendas parejas de presentadores. El de *Cuatro* se conoce desde sus inicios como *Deportes Cuatro*. A partir de septiembre de 2013, el de *La Sexta* pasa a denominarse *Jugones*, aumenta la duración y cambia de presentadores.

El espacio de *TVE1* se emite dentro del *Telediario*. No deja de ser una sección más: *TDDeportes*. Pero supone una de las más importantes por el tiempo con el que cuenta. Muchos días se va por encima de los diez minutos. Es la única de todo el *Telediario* que disfruta de presentador propio y de ráfaga de entrada específica.

Los de *Antena 3* y *Telecinco* van fuera del informativo, después del *copy*¹ del propio informativo. Sin embargo, no alcanzan la categoría de programa debido principalmente a su corta duración. El de *Antena 3* se queda en diez minutos. El de *Telecinco* no llega a los cinco. Son bloques deportivos del informativo porque van fuera y no dentro como las secciones de los *Telediarios* de *TVE1*. Ambos poseen una sola presentadora. El de *Antena 3* no posee cabecera de entrada.

¹ Composición visual que cierra los espacios televisivos y que indica generalmente el nombre de la cadena y el año de producción de la cadena y el año de producción.

1.2 Hipótesis

Se establecen a partir de la experiencia profesional del autor de la tesis, editor de los espacios deportivos de los informativos de una cadena de televisión durante seis años, trayectoria que le ha servido para desarrollar un minucioso trabajo de campo como observador aventajado del objeto de estudio. La investigación ulterior intentará verificarlas empíricamente, sobre el terreno, con el análisis de contenido de susodichos espacios y el estudio de la praxis periodística que opera actualmente en las cadenas seleccionadas.

- 1) Trasladada a la práctica, a los espacios deportivos de los informativos, la configuración de la *agenda setting* es responsabilidad de la edición.
- 2) El editor, periodista encargado de la edición, tiene la potestad de llevar a cabo la selección de los contenidos de los espacios deportivos de los informativos de la televisión.
- 3) El editor de los espacios deportivos de los informativos de la televisión, además de elegir y ordenar los contenidos, coordina y dirige las acciones de todo el equipo profesional que participa de una u otra forma en la elaboración del espacio.
- 4) Los contenidos futbolísticos, especialmente los relacionados con el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, predominan en los espacios deportivos de los informativos de todas las cadenas de televisión.
- 5) La presencia del resto de deportes en los espacios deportivos de los informativos está supeditada a la relevancia de la información o al valor intrínseco de la imagen. Es decir, el fútbol, especialmente el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, tiene su lugar, su tiempo garantizado, pase lo que pase, incluso aunque “no pase nada” –es habitual encontrar información superficial, intrascendente y anecdótica de estos dos equipos–. Los demás solo entran en el espacio cuando protagonizan algún triunfo importante para los intereses españoles o proporcionan alguna imagen espectacular.

6) Algo parecido ocurre con las grandes estrellas del deporte español. Cuando consiguen grandes victorias se aseguran un sitio de honor en los espacios deportivos de los informativos de todas las cadenas.

7) La titularidad pública de *TVE1* condiciona la edición de los espacios deportivos de sus informativos.

8) Los editores de los espacios deportivos de los informativos de las cadenas de televisión autonómicas mantienen un protocolo de selección de contenidos y una línea ideológica congruentes con los intereses de los deportistas y entidades deportivas de su propia región. Por ejemplo, en *Telemadrid* se vuelcan con el Real Madrid –algo menos con el Atlético de Madrid–, tanto en la cantidad de los contenidos incluidos como en la orientación de la información, casi siempre en consonancia o a favor del equipo que viste de blanco. En *TV3* actúan de igual manera con el Fútbol Club Barcelona.

9) Actualmente el espacio deportivo de los informativos de *Cuatro* se ha convertido en la referencia para el resto.

10) Los espacios deportivos de los informativos de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, presentan unas similitudes básicas y unos rasgos diferenciadores. Las coincidencias, sobre todo en el campo del contenido, barruntan los principios generales por los que se rige la edición en todas las cadenas. Las particularidades de cada una, principalmente en el aspecto formal, ponen de manifiesto la personalidad y el talento profesional de cada uno de sus editores para adaptarse a la naturaleza de su cadena, materializando el espacio más atractivo y que más le conviene a aquella.

11) En principio, en otros países, por ejemplo en Estados Unidos, aunque cambie la denominación del cargo –productor en el caso de Estados Unidos–, también existe la figura del periodista que se encarga de seleccionar los contenidos y de coordinar al equipo de profesionales que redactan, producen y realizan los espacios deportivos. Lógicamente, en lugar de fútbol elige los deportes que más calado tienen en su zona de influencia. En cuanto a la forma,

también se observan desigualdades derivadas de la propia tradición y posterior evolución de la manera de contar la información deportiva en la televisión en estos otros países. Sin embargo, sí parece haber un criterio periodístico, además de unas aptitudes y actitudes profesionales, coincidente en los editores de las cadenas objeto de estudio y en los de otras de índole internacional.

1.3 Estado de la cuestión y marco teórico

Para establecer el marco teórico de partida, se lleva a cabo un sondeo deductivo que se centra en tres campos de investigación genéricos e interconectados: la teoría de la *agenda setting*, el periodismo deportivo y la confección de los informativos de la televisión. Este acercamiento previo permite, por un lado, percatarse del vacío de conocimiento existente en el área específica de los espacios deportivos de los informativos de la televisión, y por otro, asentar las bases teóricas preliminares sobre las que construir el estudio que llena precisamente esta laguna.

La investigación propuesta acapara todo el proceso de la edición de los espacios deportivos de los informativos, pero hace especial hincapié en la fase más importante y que le da nombre: la propia selección o edición de los contenidos que finalmente, por obra de las decisiones del editor, pasan a formar parte de estos espacios. Por tanto, el objetivo es comprobar cómo funciona el proceso de construcción de la particular *agenda setting* de los espacios deportivos de los informativos. Porque han sido muchos los que han estudiado esta teoría desde su perspectiva original, es decir, siempre enfocada en los efectos de la información política. Pero nadie se ha adentrado en el terreno de otro tipo de producto periodístico que puede llegar a tener, y de hecho tiene, mayor poder de convocatoria sobre el público receptor del mensaje de los medios de comunicación: los espacios deportivos de los informativos de la televisión.

En cualquier caso, hay que empezar por el principio, repasando lo dicho y hecho hasta ahora sobre esta teoría de la comunicación. En 1963 Bernard Cohen, profesor emérito de Historia de la Ciencia en la Universidad de Harvard, en su obra *The press and foreign policy* (La prensa y la política exterior), ya

intuía el poder que adquirirían los medios de comunicación en tanto en cuanto eran los encargados de elegir la información que veía la luz.

Puede ser que la prensa no tenga mucho éxito en indicar a la gente qué pensar pero tiene un éxito sorprendente a la hora de decir a sus lectores sobre qué pensar. Diferentes personas tendrán una diferente imagen del mundo en función del mapa que tracen para ellas los escritores, redactores y editores de los periódicos que leen. (Cohen, 1963: 13)

Finalmente fueron Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972 quienes demostraron empíricamente y pusieron nombre a la teoría de la *agenda setting* o del *establecimiento de la agenda*, que asevera que el poder de los medios de comunicación radica en su capacidad de seleccionar y transmitir de una forma deliberada la información que le llega al público, de modo que condiciona su opinión sobre los asuntos relevantes que los mismos medios han seleccionado.

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, resalta o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios de comunicación incluyen o excluyen de su propio contenido. El público, además, tiende a conceder a las cosas una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios de comunicación a los acontecimientos, a los problemas, a las personas.
(Shaw, 1979: 96)

Desde aquel entonces y hasta el momento presente, algunos investigadores del campo de la comunicación, atraídos por la magnitud de sus conclusiones, han abordado la teoría de la *agenda setting*, intentando desarrollar el planteamiento inicial de McCombs y Shaw pero sin cuestionarlo en exceso o sin extrapolarlo a otros productos informativos más allá de los de índole política. Es la crítica constructiva que recoge Alfonso Vara Miguel en su tesis doctoral *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales*.

Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building.

Resulta sorprendente comprobar como la mayoría de los estudios sobre agenda setting aceptaban la agenda de los medios como algo dado, y solo unos pocos han investigado el proceso de su construcción y elaboración.
(Vara, 2001: 55)

La presente tesis también parte del postulado primo de la teoría de la *agenda setting*, pero su objetivo es verificarla sobre el terreno, comprobar si se cumple o no en la elaboración de uno de los formatos más representativos de la televisión y que el autor conoce de primera mano: los espacios deportivos de los informativos de las cadenas de televisión.

La investigación propuesta trasciende el ámbito teórico para anclarse en la experiencia profesional. El resultado no es una disertación conceptual sobre la edición sino un guía práctica de los usos periodísticos en esta materia: la edición de los espacios deportivos de los informativos desglosada de principio a fin, desde la crucial selección y tratamiento de los contenidos, fase que les otorga a los medios su poder según la teoría de la *agenda setting*, hasta la propia emisión.

Así pues, aparte de las contribuciones originales de McCombs y Shaw, se ha revisado y tenido en cuenta la obra *Political communication: politics, press and public in America* (Comunicación Política: políticos, medios y público en América), de Richard M. Perloff, profesor de Ciencias Políticas y Comunicación en la Universidad de Cleveland, en Estados Unidos. Perloff da, no uno, sino dos pasos más en la evolución de la *agenda setting*. Para empezar, cree y se decanta por la teoría de la *agenda building*, cuyo enunciado complementa con acierto el primigenio de la *agenda setting*. Entiende la acción de los medios sobre el público como un proceso bilateral en el que intervienen más agentes, no solo los medios. Pero no se queda ahí. Perloff va más allá y establece varios modelos para explicar este proceso comunicativo. Uno de ellos, aquel que concede la misma importancia, el mismo papel activo a medios y audiencia, encaja, como se verá más adelante, con el que funciona en los espacios deportivos de los informativos de la televisión, con el que utiliza el

editor de estos espacios para hacer la selección de los contenidos, para conformar su *agenda*.

El editor y el público de su espacio deportivo quedan unidos bidireccionalmente a través de un mensaje periodístico que trata por todos los medios de responder a lo que ya se ha transformado en una necesidad, prácticamente en una obsesión: la fútbol-manía. Para obtener una explicación cuantitativa de semejante fenómeno, basta con echar un vistazo a los índices de audiencia televisiva de cualquier transmisión futbolística. Arrasa. Néstor Hernández Alonso, autor destacado en el ámbito del periodismo deportivo, aporta la aclaración cualitativa en *El lenguaje de las crónicas deportivas*.

La adicción que crea el fútbol satisface múltiples necesidades emocionales elementales: la necesidad que tiene el hombre de identificarse con un grupo más amplio que su familia y la oportunidad de compartir una intensidad emocional que la vida corriente no suele ofrecer. El fútbol es una fuerza irresistible que, en estos tiempos ideológicos, mueve el mundo como ninguna otra. Cuando Jamaica consiguió clasificarse para la fase mundial, el Gobierno declaró fiesta nacional. Para Argentina, Maradona es un héroe tan importante como el liberador San Martín. Solo una victoria bélica es capaz de provocar la emoción de las masas en igual medida que el fútbol. (Hernández, 2003: 44)

Antonio Alcoba López, otro referente y estudioso pionero de este ámbito, profesor de periodismo especializado en la Universidad Complutense y que ejerció de redactor en el *Diario As*, aquilata en *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*.

El fútbol lo cataliza todo. Es tal la influencia y casi poder hipnótico de este espectáculo deportivo, que los medios de comunicación lo difunden con machacona insistencia, la cual, sin embargo, no cansa; es más, hasta para algunos aficionados y público esta información todavía resulta escasa. (Alcoba, 1980: 118)

Abocados a satisfacer la creciente demanda de contenidos relacionados con el deporte y con el fútbol especialmente, los medios de comunicación, especializados y generalistas, se han visto obligados desde hace ya tiempo, a medida que esta demanda se convertía en voracidad, a destacarlos y potenciarlos tanto en cantidad como en calidad. Este movimiento estratégico no ha pasado desapercibido a los ojos de los investigadores. Prosiguiendo con la aproximación deductiva en pos de consolidar el oportuno marco teórico, hay que detenerse en David Rowe, profesor en la Universidad de Western Sidney, en Australia. En obras como *Sport, Culture and the Media: The Unholy Trinity* (Deporte, cultura y medios: impía Trinidad), analiza el indisoluble binomio deportes-medios de comunicación.

In this book I am interested in three main manifestations of power. The first is at the institutional level: the manner in which the institutions of media and sport have come together, the ways in which one may be said to have dominated (or even consumed) the other, the extent to which their interaction has had a mutually modifying effect. (Rowe, 2004: 35)

(En este libro estoy interesado en tres manifestaciones principales del poder. La primera es a nivel institucional: la manera en que los medios de comunicación y el deporte se han unido; las formas en que se puede decir que se han dominado, o incluso se han consumido ambas partes; el grado en que su interacción ha tenido un efecto mutuamente modificador)

Raymond Boyle, profesor de la Universidad de Glasgow, y Richard Haynes, profesor de la Universidad de Stirling, también en Escocia, pasan al análisis de la hegemonía mediática del fútbol. En *Football in the New Media Age* (El fútbol en la nueva era de los medios) se concentran en un solo deporte: el fútbol; y en un único medio: la televisión. Aunque solo tocan aspectos generales, sobre todo de índole económica, relacionados con la batalla por el control de los derechos de explotación audiovisual de las transmisiones del propio fútbol profesional, en la introducción vislumbran la línea de investigación a la que se acoge esta tesis.

Football in the new media age can often appear ubiquitous. The month of October 2003 saw football related stories dominate much of the mainstream UK news and current affairs agenda. (Boyle, 2004: 1)

(En la nueva era de los medios, el fútbol, a menudo, puede aparecer en todas partes. Durante el mes de octubre de 2003 quedó comprobado que las historias relacionadas con el fútbol dominan gran parte de la corriente principal de noticias del Reino Unido y la agenda de temas de actualidad)

Dentro de España, Miquel de Moragas Spà, Catedrático de la Universidad de Barcelona desde 1984, también destaca las transmisiones, pero ya habla en la revista académica *Telos*, en el artículo “El deporte en las televisiones españolas: un papel creciente en la programación” de 1994, de otros formatos como los *programas deportivos de actualidad*, los *programas deportivos que no son de estricta actualidad* y *programas deportivos varios*. Se deja uno en el tintero, el más preponderante y significativo en muchos aspectos, el objeto de esta tesis: los espacios deportivos de los informativos de la televisión.

Con la tesina *La lengua especial del deporte en los informativos de Telemadrid*, el autor de esta tesis realiza una primera exploración del estado de la cuestión. Entonces comprueba que sí existen obras, bibliografía que ha vuelto a ser revisada ahora, sobre el periodismo deportivo en general y sobre la lengua especial del deporte en la prensa escrita en particular. Aparte de Miquel de Moragas, Pedro Paniagua –*Cultura y Guerra del fútbol. Análisis del Mensaje Informativo*– José María Cagigal –*¡Oh deporte! (Anatomía de un gigante)*–, Jesús Castañón Rodríguez –*Reflexiones lingüísticas sobre deporte moderno y El lenguaje periodístico del fútbol*–, el ya citado Néstor Hernández Alonso –*El lenguaje de las crónicas deportivas*–, Acisclo Karag –*Diccionario de los deportes*–, José Polo –*Lenguaje y deporte*–, Alfredo Relaño –*Futbolcedario*–, Bonifacio Rodríguez –*Las lenguas especiales. El léxico del ciclismo*–, Aquilino Sánchez –*El lenguaje del deporte*– o Vicente Verdú –*El fútbol: mitos, ritos y símbolos*–, entre otros, componen un elenco de autores comprometidos con la labor de investigación en el campo de la prensa deportiva especializada.

La presencia de la información deportiva en la radio ha recibido menor atención. Es cierto que el análisis de contenido como método fundamental de investigación se complica al abordar el material radiofónico –hay que grabarlo y transcribirlo–. Un hándicap que no ha importado a Luis Malvar –*La radio deportiva en España*– o a Antonio Arenas Ortiz –*La radio temática deportiva: implantación, modelos y panorama internacional* (tesis doctoral)– a la hora de desarrollar estudios muy aprovechables.

Al entrar de lleno en el medio televisivo, la inquietud investigadora se detiene en el programa informativo entendido como un todo, sin prestar especial atención a una de las secciones más importantes en muchos sentidos: el espacio deportivo. No obstante, las obras de Jesús García –*Teoría de los contenidos en televisión*–, Xosé Soengas –*El enfoque informativo. Los puntos de vista de una noticia en televisión*–, Miguel Ángel Poveda –*Periodismo televisivo*–, Gabriel Pérez –*Curso básico de periodismo audiovisual*–, Lluçia Oliva y Xavier Sitjà –*Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*–, Javier Mayoral (coordinador) –*Redacción periodística en televisión*–, Javier Fernández –*El análisis de la información televisiva. Hacia una medida de la calidad periodística*–, Rafael Díaz –*Periodismo en televisión. Entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*– o Mario García –*Información audiovisual en el entorno digital. La televisión y la radio informativa*–, entre otros, brindan un trasfondo genérico pero igualmente provechoso como punto de partida.

Algo parecido sucede al llegar al último eslabón de este ejercicio deductivo para perfilar el marco teórico. La figura del editor y la trascendental función inherente a su cargo, la edición o selección de contenidos, queda difuminada en medio de vastos textos que analizan el proceso informativo de manera global, sin pararse en la misión de este periodista que ostenta un cargo intermedio. Algunos autores, como Manuel López, aluden a él, pero de pasada y todavía en el contexto de la prensa escrita.

Cada día llegan a los medios de comunicación miles de noticias a través de teletipos, teléfonos, mensajes radiofónicos y televisivos, correspondencia convencional, mensajes personales, boletines de prensa (institucionales, financieros, políticos, deportivos, religiosos...). Las

Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) permiten la transmisión de miles de datos en pocos segundos. En resumen: la redacción se las ve y se las desea para digerir y tratar ese gran volumen de información. Procede, entonces, actuar como un cirujano: aquí corto, esto me interesa, esto lo quito y esto otro lo pongo. Y ya tenemos el temario periodístico.

(López, 1995: 19)

Rafael Díaz por fin sí lo sitúa en la redacción de un medio televisivo.

Los responsables editoriales, en función de la definición editorial del medio, establecen las grandes unidades de sentido de la información (guiones y minutados de los programas informativos), seleccionan los acontecimientos que se incorporarán a las mismas, determinarán qué profesionales realizarán estas informaciones y darán su aprobación última. (Díaz, 2006: 140)

El siguiente peldaño, el que falta: saber quién es y qué hace este responsable editorial de los espacios deportivos de los informativos de la televisión, lo sube esta tesis. Convierte el *establecimiento de la agenda* en una labor periodística real: la edición, ejecutada de principio a fin por un profesional de carne y hueso: el *gatekeeper*, el *guardabarreras*, el *vigilante*, el *filtrador*... el editor. Porque el espacio deportivo, hoy por hoy, no es una sección cualquiera...

1.4 Objetivo

La teoría de la *agenda setting* introduce la cuestión. Afirma que la influencia de los medios de comunicación sobre la audiencia radica en su capacidad para seleccionar la información y contársela de un modo determinado. El principal objetivo de este trabajo es desentrañar y explicar minuciosamente este proceso de selección, de *edición* dentro del marco *de los espacios deportivos de los informativos*.

En el contexto que delimita esta tesis, la edición es seleccionar, hacer la criba definitiva de la información en los espacios deportivos de los informativos.

Pero implica muchas más acciones que esta investigación aborda en su conjunto y una por una. En consecuencia, aquel objetivo inicial se concreta en un completo tratado sobre el proceso de la edición de estos espacios, con el estudio pormenorizado de todas las operaciones que conlleva: recepción; valoración, selección y ordenación de la información; configuración y elaboración de la escaleta; coordinación; elaboración de contenidos; revisión y corrección; emisión; análisis de la emisión y planificación.

El resultado es un manual estructurado a partir de la experiencia o trabajo de campo del propio autor; construido en base al testimonio directo de los periodistas encargados de la edición; y ratificado y contrastado a través de la observación y el análisis de contenido de los espacios deportivos que ellos mismos editan.

1.5 Metodología

1.5.1 Aprovechamiento de la tesina

El objeto de estudio no cambia. Siguen siendo los espacios deportivos de los informativos de la televisión. En la tesis se acomete el estudio de los que se difunden en *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*. La tesina *–La lengua especial del deporte en los informativos de Telemadrid–* se circunscribe a los de *Telemadrid*. El trabajo de introducción que se realizó en el pasado vale ahora. El contexto teórico no ha sufrido variaciones.

Las referencias a la tesina son puntuales. En aquel entonces el autor era redactor de deportes. Desde esa posición afrontó la investigación. Su objetivo siempre fue desarrollar un trabajo de campo, investigar desde dentro para extraer un conocimiento exacto de la praxis periodística, como ahora. Para la tesina decidió apostar por el análisis de los textos para la voz en *off* de las *piezas*, el formato fundamental de los espacios deportivos de los informativos; para la tesis, ya convertido en editor, por la edición de estos mismos espacios. En aquella estudió un aspecto relacionado con la forma; en esta se concentra en el contenido y en el tratamiento audiovisual. En cualquier caso, el bagaje de su primera investigación le sirve de base y aflora en muchos momentos de la presente tesis.

1.5.2 Entrevista a los editores

Se entrevista personalmente a los editores de los espacios deportivos de los informativos que se emiten de lunes a viernes en la franja del mediodía en las cadenas de difusión nacional: *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*.

El autor utiliza su propia experiencia para plantear un cuestionario que, una vez respondido, ponga de manifiesto las líneas básicas de actuación en el proceso de la edición y los rasgos diferenciadores que se desprenden de cada canal.

Asimismo, se obtiene el testimonio del editor de los espacios deportivos de los informativos de la misma franja de *TV3*, en calidad de canal autonómico. También de un editor de *ESPN*, como muestra de uno de carácter internacional. El objetivo no es otro que compararlos con los anteriores y completar la investigación con dos perspectivas de índole radicalmente distinta. El de *Telemadrid*, como es obvio, lo aporta el autor.

Las dudas que surgen a lo largo del proceso de elaboración de la tesis y que no quedan resueltas en las entrevistas se dilucidan mediante consultas posteriores, trasladadas a los editores vía telefónica o a través del correo electrónico.

El formulario se remite, vía correo electrónico, al editor de *ESPN*, afincado en Connecticut (Estados Unidos), al de *TV3* (Barcelona) y al de *TVE1*, quien vive y trabaja en Madrid pero por motivos de agenda no puede contestar en persona. Las entrevistas a Juan Antonio Paredero (*Antena 3*), Raúl Gamonal (*Telecinco*), Rafael Zapatero (*La Sexta*) y Julio Pulido (*Cuatro*), se realizan en persona, por este orden, el día treinta y uno de enero de 2013. Julio Pulido es entrevistado en último lugar porque *Deportes Cuatro* es, según los demás, el espacio de referencia. Esto permite preguntarle en última instancia sobre las valoraciones que el resto de editores hacen de su programa.

El hecho de efectuar las entrevistas durante la mañana de gestación de los espacios que abordan la crónica de un enfrentamiento entre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona propicia una gran ventaja: se sonsaca la información en el momento oportuno, cuando se están forjando las escaletas de uno de los espacios deportivos de mayor interés de la temporada.

1.5.3 Muestreo de los espacios deportivos (año 2013)

De su etapa al frente de la edición de los espacios deportivos de los informativos de *Telemadrid*, el autor conoce perfectamente las características de los espacios de la competencia. En cualquier caso, desde el instante en que se inicia la investigación en enero de 2013, se procede al seguimiento, el archivado y el posterior análisis de contenido de los espacios deportivos que *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco* y *La Sexta*, emiten de lunes a viernes en la franja del mediodía, para poder comprobar sobre el terreno las hipótesis iniciales, fundamentadas en el trabajo de campo previo desarrollado por el autor durante su carrera profesional como editor, y las anotaciones extraídas de las entrevistas realizadas a sus colegas. De este extenso archivo se rescatan los ejemplos audiovisuales más reveladores que jalonan la tesis.

El seguimiento, la observación y el análisis se refuerzan, todavía más si cabe, durante la semana que transcurre entre el lunes veinticinco de noviembre y el viernes veintinueve. Para entonces, las novedades implantadas en los espacios deportivos de la franja del mediodía, correspondientes a la temporada televisiva que ha comenzado en septiembre de 2013, están consolidadas. Además, se trata de una semana representativa del calendario deportivo, con todas las competiciones importantes en marcha y en su momento álgido. Una muestra compuesta por los cinco espacios deportivos de los informativos de cada cadena emitidos consecutivamente de lunes a viernes en la franja del mediodía, de cuyo análisis de contenido se pueden obtener unos resultados extrapolables y válidos para el resto de la temporada. El objetivo es examinar algunos aspectos de la edición que exigen una observación diaria para su correcto análisis. Del estudio de estos espacios sucesivos se extraen las pautas de comportamiento de la audiencia y las consiguientes adaptaciones editoriales.

1.5.4 Escaletas

A principios de 2013 se elige un acontecimiento deportivo importante que se celebra a corto plazo: la ida de la semifinal de la Copa del Rey de fútbol de la temporada 2012-2013, que juegan el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona

en el Estadio Santiago Bernabéu el miércoles treinta de enero. El encuentro Real Madrid-Fútbol Club Barcelona, el Madrid-Barça, el Barça-Madrid, el denominado “clásico”, siempre se considera el evento y la noticia del año.

Los días previos al partido, los espacios deportivos van cobrando mayor relevancia dentro de los informativos de la cadena y, por consiguiente, generando más interés entre los telespectadores. El mismo día y sobre todo el día después, cuando hay que relatar todo lo acaecido en el que siempre es “el partido del siglo”, los espacios deportivos se convierten en la parte fundamental del informativo. Son los más representativos de la temporada. En términos de edición, son los más complejos pero, a la vez, los más interesantes.

Se cierran las entrevistas con los editores para el día siguiente a la disputa del encuentro. Se recaban sus impresiones sobre la edición en general. También sobre las particularidades de la edición del espacio donde van a relatar lo ocurrido en el primer “clásico” del año. Para ello, se solicitan las escaletas correspondientes y se aclaran sus características específicas para ese determinado espacio. Debido a su especial importancia y, por tanto, utilidad en una investigación sobre la edición, las referencias a los espacios de este día son recurrentes a lo largo de toda la tesis. Además, en el Capítulo 8, donde se aborda la línea editorial o ideológica, el análisis se concentra justamente en estos espacios. Con un Madrid-Barça de por medio, las inclinaciones por uno o por otro, sobre todo por parte de las cadenas autonómicas, quedan patentes.

1.5.5 Elaboración del tratado

Una vez escudriñado todo el material, el autor describe detalladamente todo el proceso de la edición de los espacios deportivos de los informativos. Su trayectoria profesional le ha llevado a ocupar el cargo de editor de estos espacios en una cadena de televisión durante varias etapas. Ha editado todas las emisiones deportivas posibles: transmisiones en directo, programas monotemáticos, de resúmenes, tertulias y, por supuesto, los espacios deportivos de los informativos.

Es el momento de sacar a relucir todo lo aprendido durante su particular trabajo de campo y compararlo con el conocimiento extra que le ha reportado el

análisis de contenido de los espacios deportivos de los informativos del resto de cadenas y las impresiones de sus respectivos editores. El resultado es un tratado eminentemente práctico, complementado de principio a fin con ejemplos reales extraídos de los mismos espacios y que el lector puede consultar directamente, a través de la versión en formato PDF de la tesis, en un canal de *Youtube* creado por el autor para tal efecto –el link aparece siempre como nota a pie de página; la versión PDF se adjunta en un DVD ubicado en la contraportada del documento impreso–. Pero también repleto de casos hipotéticos, aunque totalmente realistas, para ejemplificar otras situaciones propias de la edición que no se aprecian en pantalla. En definitiva, un tratado que recoge las líneas maestras a las que responde la edición de los espacios deportivos de los informativos de todas las cadenas y, también, los elementos específicos del mismo proceso presentes en los que se emiten de lunes a viernes en la franja del mediodía en cada una de ellas.

SEGUNDA PARTE: TRATADO

La información que aparece en los periódicos y programas de radio y televisión no se selecciona ni redacta por sí sola: profesionales de probada solvencia –o eso sería de desear– deciden qué noticias va a publicar su medio y cuáles quedan fuera. También señalan a los periodistas que están bajo sus órdenes, previa discusión, el enfoque a dar en cada noticia. Estamos ante los “guardabarreras”, los “gatekeeper” de la prensa anglosajona. Son odiados porque su tarea es muchas veces cruel: decidir.
(López, 1995: 49)

2. Conocimiento

2.1 Conocimiento del deporte

La principal función del editor de un espacio deportivo es seleccionar la información. Para hacerlo con eficacia, ha de cumplir un primer requisito. Debe conocer profundamente el trasfondo y el escenario de esa información. En resumidas cuentas, saber de deporte. Esto significa manejar con solvencia la actualidad deportiva y, además, poseer el suficiente bagaje, también en el ámbito de la actividad deportiva profesional.

El editor domina la historia reciente de los deportes que tienen cabida en su espacio –fútbol, baloncesto, tenis, Fórmula Uno, Mundial de Motociclismo, ciclismo, golf, etc.–, las reglas y normativas por las que se rigen y su funcionamiento institucional. Sabe quiénes son los deportistas más destacados y tiene presentes los aspectos relevantes de sus trayectorias profesionales y personales, así como los nombres de otros personajes vinculados al deporte: campeones y figuras históricas, entrenadores y técnicos, árbitros y jueces, directivos, periodistas, aficionados conocidos, etc. Sin olvidar a las estrellas mundiales de otros deportes que habitualmente no aparecen en su espacio, pero que son noticia cuando compiten o cuando simplemente se dejan ver, por ejemplo, en un acto social o publicitario. Es el caso del atleta Usain Bolt o del nadador Ryan Lochte. Su fama trasciende el mero entorno deportivo. Del resto de deportes, aquellos con menos repercusión mediática –balonmano, fútbol-sala, triatlón, deportes de invierno, etc.–, el editor también controla, al menos, la información básica.

2.2 Conocimiento de la actualidad deportiva

Representa la primera obligación de la apretada agenda diaria del editor. Enterarse de lo que ocurrió anoche, de lo que está pasando ahora mismo y de lo que sucederá en los próximos minutos en el mundo del deporte.

Tal y como está concebido hoy en día el espacio deportivo de un informativo, el editor sabe todo lo que está pasando en el mundo del fútbol. Sin

olvidarse del baloncesto, el tenis, el Mundial de Fórmula Uno, el Mundial de Motociclismo, el ciclismo, el golf, etc. Al hacer el cómputo total y medio de los datos recogidos entre el veinticinco y el veintinueve de noviembre –Anexo I. *Composición temática de los espacios deportivos de los informativos*–, se obtienen los porcentajes que lo demuestran.

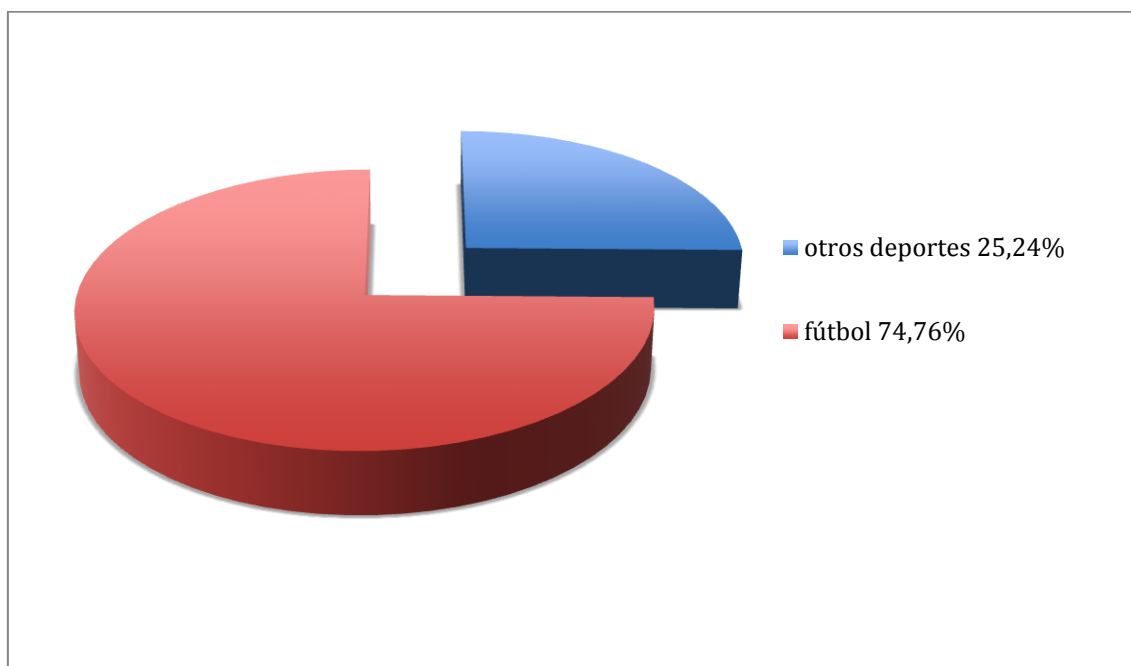


Tabla 2. Reparto porcentual de la información en los espacios deportivos (25-29 noviembre 2013) –elaboración propia–

Al editor le gusta el deporte. En su tiempo libre es un aficionado más. No le cuesta ningún esfuerzo estar informado. Al revés. Disfruta con ello. Su trabajo en esta primera fase de la edición consiste en ver en la televisión y seguir por la radio los encuentros y pruebas de los deportes que habitualmente entran en su programa; leer, o al menos ojear, los diarios de referencia de la prensa deportiva y las secciones de deporte de la prensa generalista; y hacer un repaso de la información deportiva que circula por internet y, en los últimos tiempos, por las redes sociales, fundamentalmente *Twitter* y *Facebook*. Se trata de estar pegado, conectado a la actualidad deportiva en todo momento.

La imagen de su despacho durante una jornada de trabajo viene a ser esta: una televisión encendida, en cuya pantalla aparece la señal de un canal monotemático de deportes –*Teledporte* o *Eurosport*–, siempre y cuando no se emita un acontecimiento deportivo importante en otra cadena o, por supuesto,

en la suya; el sonido de fondo de *Radio Marca*, por tratarse de la única radio monotemática de deporte en España; y el ordenador personal con las pestañas operativas de *Twitter*, *Facebook*, *Marca.com* y *As.com*, por ejemplo, además del programa o aplicación informática que le permite la recepción instantánea de los teletipos de las agencias.

Mientras supervisa y dirige la emisión desde el puesto de control de edición, mantiene e incluso refuerza la atención sobre la actualidad utilizando principalmente las fuentes de internet y los teletipos de las agencias.

2.3 Conocimiento de la competencia

Pendiente de la actualidad deportiva y al tanto de qué y cómo la cuenta su competencia directa. El editor tampoco descansa en este aspecto. Cuando termina su labor en el control de edición, visiona el producto de la competencia, en directo o grabado. Esta tarea requiere tiempo y no es imperativa, pero refuerza su profesionalidad y, lo que es más importante, le aporta una valiosa información. En un escenario audiovisual de máxima competencia, donde se lucha por cada décima de la cuota de pantalla, semejante postura parece la más inteligente. Porque, ¿cómo se puede competir si no se conocen las virtudes del rival? Lo que hace o deja de hacer la competencia sí es asunto del editor. Representa una fuente de información más y también puede llegar a ser una fuente de imágenes. Si un canal ajeno posee en exclusiva una imagen muy valiosa, hay que adquirirla cuanto antes para cumplir informativamente con la audiencia propia. Por ejemplo: las últimas declaraciones explosivas del futbolista portugués Cristiano Ronaldo, el jugador franquicia del Real Madrid, considerado el mejor del mundo junto al argentino Leo Messi, estrella del eterno rival, el Fútbol Club Barcelona; la imagen del enfrentamiento entre el futbolista galés Gareth Bale, flamante fichaje del Real Madrid en el verano de 2013, y el entrenador portugués André Villas-Boas, técnico del Tottenham, club inglés al que pertenecía Bale; o el enésimo rifirrafe entre el futbolista brasileño Dani Alves, del Fútbol Club Barcelona, y Képler Laverán “Pepe”, jugador portugués del Real Madrid. Si no lo tiene, hay que comprarlo, intercambiarlo o

pedirlo. No se trata de copiar ni de plagiar a nadie, pero sí de entender en qué entorno televisivo se mueve.

Los espacios deportivos de la competencia son, además de otra fuente, un acicate para mejorar el espacio propio. Los de mayor calidad, los que más audiencia atesoran, se convierten en una referencia para el resto. Por esta razón, conviene no perderles la pista, porque son los que marcan las tendencias en el presente y en el futuro. Ahora es el momento de *Deportes Cuatro*, el espacio deportivo que se emite de lunes a viernes en la franja del mediodía tras los informativos de *Cuatro*, comúnmente apodado *Los Manolos*, denominación heredada de sus presentadores: Manolo Lama y Manu Carreño.

Desde el primer momento tuvieron un química inimaginable. Combinado con la forma de trabajar del Canal Plus de toda la vida. El estilo "Plus", el estilo de "El día después", el estilo de los vídeos tratados de forma diferente, mezclado con la genialidad y la competitividad de dos presentadores únicos. Es un grupo de periodistas de alta calidad y de grandes montadores de vídeos diferente, con el estilo de presentación desenfadado de Carreño y Lama. El editor posee el mismo sentido de la competitividad. Ocho años después, el producto está consolidado. Ha sido imitado por algunos competidores y les va bien también. (Julio Pulido, Cuatro)

La influencia de este espacio sobre el resto es un hecho.

Hay un antes y un después de la aparición de Cuatro.
(Juan Antonio Paredero, Antena 3)

Nadie quiere quedarse atrás. Todos asumen el carácter ecléctico de sus espacios, aunque sin renunciar a una identidad propia y perfectamente reconocible. Ningún editor que se precie pierde de vista ni un instante a la competencia.

2.4 Conocimiento de la programación de la propia cadena

En principio, no debería ser necesario acometer esta cuestión. Se incluye porque se detectan errores incomprensibles. Una noticia que se cuenta en el espacio deportivo del informativo matinal y que, por despiste, no se refleja en el del mediodía; o que, también por desidia, se relata con detalles equívocos o con distinto enfoque editorial sin el consentimiento de los responsables del medio. Por ejemplo, la cadena emite un partido de fútbol a las nueve menos cuarto de la noche y el editor pone en un rótulo que empieza a las ocho y cuarto. Un error que podría haber evitado fácilmente con solo repasar el matinal y escuchar a sus compañeros apuntar la hora correcta. Este tipo de fallos elementales socavan la credibilidad. Para evitarlos, el editor debe estar al corriente de todo lo que pasa en su propia cadena –programación, línea editorial, nombre y cargo de los profesionales más destacados, etc.– y, con más atención si cabe, de todo lo que ocurre en el departamento de deportes, comenzando por el contenido del resto de emisiones deportivas que editan sus compañeros. Además, con esta actitud vigilante, el editor economiza recursos. Dependiendo del día y de las circunstancias, puede aprovechar el trabajo realizado en espacios anteriores. En multitud de ocasiones los mismos contenidos se repiten a lo largo del día. Por ejemplo, determinadas imágenes de un partido se ofrecen por la noche y se repiten por la mañana, a mediodía y veinticuatro horas después. Un editor atento repesca estos contenidos de las escaletas que previamente han configurado sus compañeros. Copiar y pegar. Trabajo listo. Pero no siempre es factible. Si se dispone de tiempo y recursos, los contenidos se modifican para actualizarlos, ampliarlos, completarlos, en definitiva, mejorarlos. En cualquier caso, siempre conviene estar atento al trabajo previo.

2.5 Conocimiento de la línea editorial de la propia cadena

Sin dejar de lado la línea editorial. No es que sea tan notoria como en la información política. Pero dependiendo del medio, hay que tenerla en cuenta también en el ámbito de la información deportiva.

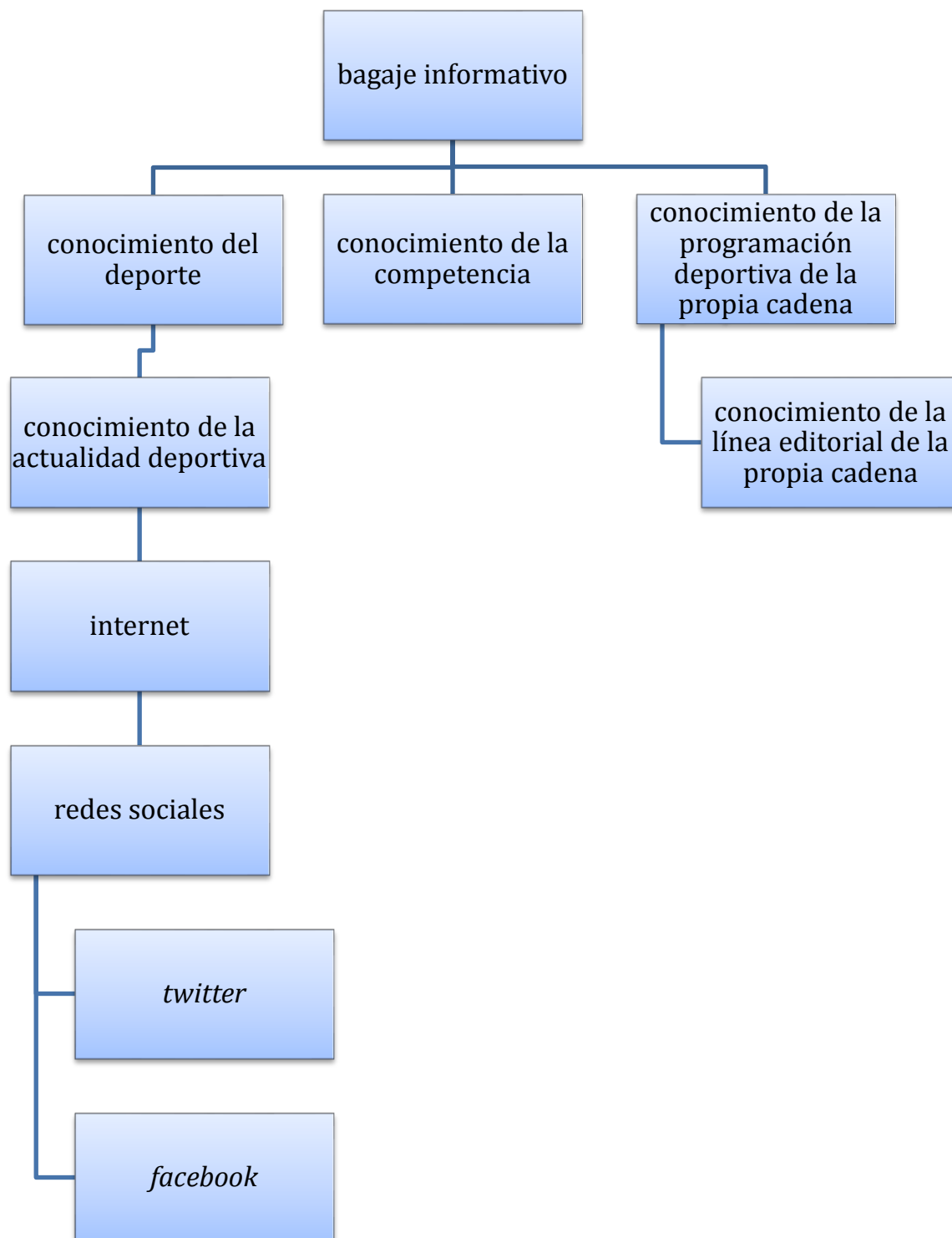
El editor no deja de ser un periodista con su particular e inherente visión subjetiva de la información. Por esta razón, cuanto más clara tenga la filosofía y la postura de su medio con respecto a los temas cuestionables para editar en consecuencia, mucho mejor.

En el deporte, sobre todo en el fútbol, existe la polémica. Muchos entendidos afirman que el fútbol vive de ella. No les falta razón. Un penalti dudoso puede ser pena máxima clarísima para los aficionados del Real Madrid y *piscinazo*² para los del Fútbol Club Barcelona. Sin término medio. También en esta faceta emerge la figura del editor para establecer la pauta, para conminar al redactor a ser neutral o a ser forofo de uno u otro bando, siempre en consonancia con lo que marquen sus superiores. Más adelante, al comparar los espacios deportivos de los informativos de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, con los de *Telemadrid* y *TV3*, se advierten de modo palmario las enormes diferencias en el tratamiento editorial de una misma noticia.

Es vital que el editor conozca, domine y aplique la idiosincrasia general de su medio y las directrices editoriales específicas para cada información. Si, como cabe esperar, se establecen para las primeras informaciones que se emiten en el espacio matinal, debe estar atento para captarla y continuar en la misma línea. En caso contrario, la disparidad de criterios dentro de la misma cadena puede llegar a confundir a la audiencia. Por añadidura, el daño infligido a su reputación es notable.

² Vocablo del argot futbolístico. El *piscinazo* es la acción del jugador al *tirarse a la piscina*, es decir, al dejarse caer dentro del área contraria para intentar engañar al árbitro y que pite penalti.

2.6 Resumen esquemático del capítulo 2



3. Obtención del material audiovisual: las fuentes del editor

Primero, aprender la actualidad. Después, aprehender la información que la conforma. El editor afronta la segunda fase de su misión: la captación de la información. Al tratarse de un espacio televisivo, información es sinónimo de imagen.

La elaboración de mensajes televisivos combina tres códigos de comunicación básicos: el icónico, el lingüístico y el sonoro, que se organizan en función del código visual o icónico por la capacidad comunicativa de la imagen. Sin imagen, no hay noticia. (Díaz, 2004: 42)

Consciente de esta máxima, el editor se concentra en las fuentes proveedoras de información audiovisual. No desestima, sin embargo, el resto de fuentes, las que utilizan habitualmente en la radio o en la prensa escrita, porque le sirven para empaparse de la actualidad y le hacen llegar una gran cantidad de noticias significativas, en ocasiones, trascendentales, incluidas las de última hora.

3.1 Fuentes propias: producción interna

Por regla general, el editor es un periodista experimentado. Domina el oficio. Entiende el funcionamiento de los medios de comunicación en general y de sus respectivos departamentos de deportes en particular. Ha pasado por las distintas categorías de una redacción y tiene una dilatada trayectoria en televisión: una carrera profesional intensa, gracias a la cual posee un acervo, no solo de conocimientos y de información, sino también de contactos directos de los actores principales del mundo del deporte.

En su etapa como redactor, ya fuera en prensa, radio y/o televisión, el editor se fogueó con el trabajo de calle, con las tareas desempeñadas fuera de la redacción: coberturas de competiciones, ruedas de prensa, zonas mixtas –lugar habilitado dentro de las instalaciones deportivas donde coinciden los deportistas y los representantes de los medios de comunicación para

intercambiar impresiones—, entrevistas personalizadas, entrenamientos, actos institucionales de todo tipo –sociales, publicitarios, etc.—, reporterismo, ejecución de directos y/o falsos directos, incluso viajes como enviado especial acompañando a los distintos equipos y deportistas.

Ha estado en primera fila, en el centro de la acción. Ha convivido con los protagonistas del mundo del deporte. Se ha topado cara a cara con ellos. Les conoce personalmente. Si ha sido hábil para granjearse su confianza, ahora el número de teléfono de muchos de ellos estará en su agenda y se habrán convertido en sus fuentes personales.

Hoy en día, cualquier redactor, por novato que sea, obtiene el teléfono de contacto o el correo electrónico de un jefe de prensa o responsable de comunicación. Suele aparecer en un lugar destacado de la página web de casi todos los clubes y entidades deportivas. Pero el número directo de los deportistas, sobre todo el de los más conocidos, no está al alcance de cualquiera. Aunque se consiga, el deportista seguramente no conteste si no tiene identificada a la persona que le llama. Si durante su etapa como redactor, el editor ha cultivado y cuidado las relaciones con ellos, poseerá una valiosa agenda de la que podrá echar mano para obtener y contrastar informaciones. Sus llamadas casi siempre recibirán respuesta. No solo de deportistas, también de personajes influyentes con mucha información dentro del mismo entorno: presidentes y directivos de clubes, agentes, familiares y amigos del deportista, entrenadores y técnicos, periodistas de renombre, etc.

3.1.1 Redactores

La carrera profesional de los deportistas no es eterna. Antes o después acaba. Para cuando el redactor se haya convertido en editor, algunos de los deportistas que figuran en su agenda estarán retirados y muchos de los que sigan en activo habrán cambiado su número de teléfono, algo bastante habitual. A esto se añade que el editor trabaja en la redacción. A medida que transcurre el tiempo, va perdiendo el contacto directo con los protagonistas y el nivel de sus relaciones decae. Para compensar estas lagunas, debe encomendarse al trabajo de calle que ahora desarrollan los redactores que tiene a su cargo. Lo que antes hacía él en primera persona, ahora lo llevan a

cabo sus redactores. Estos periodistas se encargan de mantenerle puntualmente informado de lo que ocurre ahí fuera.

3.1.2 Redactores especializados

En todas las redacciones de deportes de las cadenas de televisión, los periodistas están especializados en un deporte y/o en un equipo concreto. Cada redactor tiene la responsabilidad de informar a diario al editor de todas y cada una de las cuestiones que afectan a su parcela: el calendario de partidos y desplazamientos de su equipo, el plan diario del mismo, la hora y el lugar del entrenamiento y/o la rueda de prensa, cualquier tipo de acto con presencia de algún protagonista de su deporte y/o equipo, las informaciones que aportan otros medios sobre su deporte y/o equipo, etc. De igual forma, cuando ocurre algo extraordinario, como el fichaje por sorpresa de un futbolista o el cese inopinado de un entrenador, debe ser el primero en enterarse y comunicárselo cuanto antes al editor.

Dos claros ejemplos de redactores especializados, en este caso de *TVE1*, son Albert Font, redactor de la delegación de Barcelona que se encarga de la información del Fútbol Club Barcelona en los espacios deportivos de los informativos de esta cadena, y Silvia Barba, redactora bajo cuya responsabilidad directa está, entre otras, la información del Atlético de Madrid³.

3.1.3 Centros territoriales, delegaciones y corresponsalías

El editor trabaja en la redacción, generalmente ubicada en Madrid. Es el caso de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco*, *La Sexta* y *Telemadrid*. *TV3* tiene su sede principal en Barcelona. *ESPN*, en la ciudad estadounidense de Bristol, en el estado de Connecticut. Pero en los espacios deportivos entra información proveniente de todo el planeta, obtenida de primera mano siempre y cuando su medio cuente con recursos económicos suficientes como para mantener una

³ <http://youtu.be/XagUasugsno>

infraestructura informativa de centros territoriales, delegaciones y corresponsalías, a escala nacional y mundial.

La *Corporación de Radio y Televisión Española* o *RTVE*, al que pertenece *TVE1*, tiene corresponsales en Lisboa, París, Bruselas, Londres, Berlín, Roma, Jerusalén, Moscú, Pekín, Nueva York, Washington, México, La Habana, Buenos Aires, Bogotá y Rabat; y centros territoriales en Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja y Comunidad Valenciana.

El *Grupo ATRESMEDIA*, resultante de la fusión de *Antena 3* y *La Sexta*, mantiene delegaciones en Barcelona, Bilbao, Las Palmas de Gran Canaria, Santiago de Compostela, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla, Valladolid y Zaragoza; y corresponsalías en Bruselas, Nueva York, Jerusalén y Roma.

MEDIASET, con *Telecinco* y *Cuatro* como canales de referencia, tiene delegaciones en Gijón, Zaragoza, Pamplona, Bilbao, San Sebastián, A Coruña, Vigo, Barcelona, Valencia, Alicante, Málaga, Sevilla y Granada. Mantiene corresponsales en París, Londres, Bruselas y Nueva York.

Telemadrid tuvo en el pasado reciente delegaciones en poblaciones de la misma comunidad como Aranjuez, también en el País Vasco y en la ciudad de Barcelona. Actualmente aprovecha su condición de miembro activo de *FORTA*⁴ para ofrecer y recibir información a través de este organismo. Es un sistema de intercambio de imágenes. Funciona de manera muy simple. Se convocan una serie de radio-conferencias a lo largo del día a las que acuden los editores de todos y cada uno de los canales del grupo. Es un reunión a distancia. Cada editor se encuentra en su propia redacción. Pueden hablar entre ellos gracias a un aparato emisor-receptor de transmisión a cuatro hilos.

⁴ *FORTA* es la *Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas*. Una asociación sin ánimo de lucro que agrupa a organismos o entidades de derecho público creados por las leyes de los respectivos Parlamentos Autonómicos para la gestión directa de los servicios públicos de radiodifusión y televisión en las diferentes Comunidades Autónomas del Estado Español. En la actualidad está formada por doce entes: Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía, Corporació Catalana de Mitjan Audiovisuales, Ente Público Radio Televisión Madrid, Radio Televisión Valenciana S.A. –hasta su desaparición en noviembre de 2013–, Compañía de la Radio Televisión de Galicia, Euskal Irrati Telebista, Ente Público Radiotelevisión Canaria, Ente Público Radiotelevisión Castilla-La Mancha, Radiotelevisión de la Región de Murcia, Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Ente Público de Comunicación del Principado de Asturias y Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears.

Se citan a una hora determinada –por la mañana, a las once; por la tarde, a las cuatro–, con tiempo por delante suficiente para que las imágenes intercambiadas lleguen a todos los miembros y puedan procesarlas antes de emitirlas. Los editores de deportes cuentan con su particular radio-conferencia. Se hace a continuación, a las once y cuarto y a las cuatro y cuarto. Un coordinador da paso a los editores con un orden preestablecido. Ofrecen sus imágenes y piden las que les interesan del resto. Por ejemplo, el editor de *Telemadrid* ofrece las imágenes del entrenamiento del Real Madrid y del Atlético de Madrid, con las declaraciones en rueda de prensa de algún jugador de uno y otro club. A su vez, reclama las imágenes de actualidad del Fútbol Club Barcelona. Acabada la radio-conferencia, se compactan las imágenes solicitadas por el resto para proceder a su envío. Cuando llegan, se montan convenientemente para emitirlas en el espacio deportivo del informativo.

TV3 es el canal más poderoso de *FORTA* gracias, entre otros factores, al apoyo institucional y al respaldo popular. Se considera un vehículo óptimo de transmisión de los valores deportivos, culturales, sociales, políticos y lingüísticos de Cataluña. Emite en catalán. Conserva una infraestructura nada desdeñable de delegaciones y corresponsalías. Está presente en Tarragona, Lleida, Girona, Val d’Aran, Madrid, Bilbao, Valencia y Mallorca; y en Washington, Bruselas, Jerusalén, París y Londres.

3.1.4 Aportación informativa de centros territoriales, delegaciones y corresponsalías

Como barrunta una de las hipótesis, apuntan los editores y se analiza posteriormente, la información futbolística sobre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona es la base de los espacios deportivos de los informativos. Luego, por orden de importancia, aparece el Atlético de Madrid y más abajo, Valencia, Sevilla, Athletic de Bilbao, Deportivo de La Coruña, etc.

Para obtener la información diaria del Fútbol Club Barcelona, los editores de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, recurren a sus respectivas delegaciones de la ciudad condal. Para la del Real Madrid, lo tienen más fácil porque se entrena y juega la mitad de sus partidos en la capital de España. Cuando uno u otro se desplazan fuera de Madrid o Barcelona para disputar

encuentros de la Liga o la Copa del Rey dentro de España o de la Liga de Campeones por distintos países de Europa, estas cinco cadenas pueden permitirse la presencia de un enviado especial junto al equipo. El editor cuenta en el lugar de la noticia con un redactor especializado y acostumbrado a tratar la información de estos equipos. Al mismo tiempo, puede solicitar la colaboración puntual del periodista de su cadena que ocupa la delegación o corresponsalía de esa zona de destino.

Con las últimas fusiones –*Antena 3 con La Sexta y Telecinco con Cuatro*–, los grandes grupos resultantes economizan recursos utilizando al mismo enviado especial, delegado o corresponsal. Además, siempre han existido acuerdos de colaboración para que en determinados casos excepcionales un mismo periodista desplazado fuera de España dé cobertura a varios medios afines. El editor también se aprovecha de esta alternativa. De nuevo hay que tener muy en cuenta la misma premisa: sin imagen, no hay noticia. El redactor necesita por lo menos a un operador de cámara; el operador de cámara, a un técnico de sonido; y los tres, a un productor para que envíe hasta el control central de la sede de la cadena el material audiovisual obtenido. Esto suma un equipo de trabajo de cuatro personas. Sin embargo, en los últimos tiempos de crisis, el equipo se reduce al redactor y al operador de cámara. En algunos casos también se está prescindiendo del cámara de la propia cadena. Se subcontrata el servicio de grabación en el mismo sitio donde se produce la noticia. Así, se ahorra el coste del viaje del operador de cámara.

TV3 hace un estrecho y constante seguimiento del Fútbol Club Barcelona. Juegue donde juegue, un enviado especial acompaña al equipo por España y por Europa. Cuando los encuentros adquieren importancia a medida que avanza una competición, no solo viaja el periodista, el operador de cámara, el técnico de sonido y el productor, sino que envían a dos o más equipos completos. *Telemadrid* sufrió a principios de 2013 una reestructuración radical que también ha afectado profundamente a la red de sus fuentes de información.

La crisis ha situado a los medios de comunicación públicos de carácter autonómico en el punto de mira de los recortes para políticos y ciudadanos. Pese a ofrecer un servicio esencial en cualquier sociedad democrática que se precie (...). Se ha extendido la idea de que se trata de un servicio prescindible, un lujo que no nos podemos costear en época de vacas flacas como la actual. (Francés, 2014: 199)

Al igual que TV3 con el Fútbol Club Barcelona, un enviado especial acompañaba al Real Madrid en todos sus desplazamientos, a cualquier parte del mundo. Allí donde acudiera el equipo, había un redactor especializado en la información del club blanco. Se procedía de la misma forma con el Atlético de Madrid. Incluso, cuando el Getafe y el Rayo Vallecano ascendieron a Primera División, un equipo con redactor, operador de cámara, técnico de sonido y productor, viajaba con ellos. Ahora ya no existen los enviados especiales. FORTA es la única fuente que le suministra imágenes dentro de España. Si el Real Madrid juega en Barcelona, le pide las imágenes a TV3; si lo hace en Sevilla, a Canal Sur, etc. Además, se apoya constantemente en Real Madrid TV, el canal televisivo oficial del club y su única fuente de imágenes más allá de las agencias internacionales cuando el Real Madrid viaja y compite por Europa. Para obtener las imágenes de los resúmenes de los encuentros de la Liga de Campeones, que en 2013 y también en 2014 disputan el Real Madrid y el Atlético de Madrid, no le queda otra que comprarlas.

TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, precisamente por tratarse de cadenas de difusión nacional, se ven obligadas a incluir información de otros equipos con menos repercusión mediática pero que, lógicamente, sí despiertan el interés de los aficionados y espectadores de sus respectivas ciudades, sobre todo cuando son los rivales del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. En este caso, recurren a sus centros territoriales y delegaciones.

Haces una batida por las delegaciones para contarles la información. Lo ideal sería que fueran los periodistas de estas delegaciones los que propusieran los temas. Sin embargo, no solo se dedican a la información deportiva, sino que están pendientes de todos los asuntos de cualquier índole. Tiene que ser el editor el que les ponga al día de lo que acontece en el lugar donde se afincan la delegación y encomendarle la cobertura que el propio editor estime oportuna.

Por ejemplo, acabo de hablar con la delegación de Granada para que el redactor de turno acuda al entrenamiento del equipo de la ciudad para que le haga una entrevista a Nolito, un jugador que perteneció tiempo atrás al Barcelona y que, incluso, le marcó un gol al Real Madrid. Si este redactor no está al corriente de la actualidad deportiva, el editor se encarga de dictarle las preguntas que debe hacer. Así, a lo largo de la mañana vas controlando la evolución de todas las coberturas de tus delegaciones. (Raúl Gamonal, Telecinco)

Los editores de los espacios deportivos de los informativos de estas cadenas también demandan la colaboración de los corresponsales para la cobertura de las noticias y las competiciones más importantes de otros deportes y que acontecen en sus respectivas localizaciones. La participación en los espacios deportivos de los corresponsales, habitualmente dedicados a temas políticos, económicos, sociales o culturales, suele tener carácter extraordinario. Por ejemplo, la enésima victoria del tenista español Rafael Nadal en el torneo de *Roland Garros* que se disputa en París sí merece la intervención del corresponsal David Picazo en la sección deportiva del *Telediario* de TVE1. Se encarga de la primera *pieza* –una crónica con *salidilla*–, que relata el día después del histórico triunfo⁵.

En estos casos, en los que la importancia de la noticia trasciende el ámbito puramente deportivo, contar con la crónica al respecto del corresponsal de turno redundan en la credibilidad y en la calidad final del espacio deportivo. El corresponsal no solo le proporciona las imágenes de la noticia desde el lugar de los hechos. Se presupone que transmite una información privilegiada porque conoce el contexto en el que se produce y, por extensión, no se le escapa ninguna matiz ni implicación de la misma.

3.1.5 Archivo

Es una fuente imprescindible para cualquier editor de los espacios deportivos de los informativos. Como se analiza en el apartado e.1.6) *Gestión editorial del archivo*, la actualidad deportiva no genera suficientes noticias para cubrir la

⁵ <http://youtu.be/zvaF9rahwE8>

insaciable demanda de la audiencia. El editor se ve obligado a rellenar este vacío con contenidos atemporales que, eso sí, mantienen un nexo, aunque sea mínimo, con la actualidad. Estos contenidos se nutren de las imágenes del archivo, un depósito audiovisual gigantesco que cada jornada, cada hora, cada minuto, absorbe todo el material que es noticia un día y se convierte en imagen de archivo al siguiente.

3.1.6 Obtención del material audiovisual: coordinación edición-producción (coberturas)

Al analizar las fuentes de información del editor han surgido dos epígrafes: *3.1 Fuentes propias o de producción propia* y *3.2 Fuentes ajenas o de producción externa*. En ambos aparece el término *producción* por un motivo. Es el departamento de producción el que se encarga de obtener en última instancia el material audiovisual de las fuentes de información. Por esta razón, la capacidad para trabajar en equipo debe ser una de las principales virtudes de cualquier editor.

Capacidad organizativa, sentido de la responsabilidad, concentración, capacidad rápida de decisión, experiencia como redactor y psicología para gestionar grupos humanos. (Lolo Belltall, TVE1)

Saber manejar equipos de trabajo especialmente. Paciencia para soportar presiones y delirios de periodistas estrella. En resumen, mano izquierda.
(Manuel Martín, ESPN)

Mano izquierda para manejar a las personas a las que coordinas.
(Rafael Zapatero, La Sexta)

El editor tiene que poner en práctica esta capacidad desde el primer momento, cuando aún no tiene la información en sus manos, porque para conseguirla, aunque sea a través de las fuentes propias, precisa de la intervención del departamento de producción.

El editor reparte las órdenes. Asigna los distintos temas. Le dice a cada redactor dónde va y lo que tiene que hacer. Pero antes coordina con el departamento de producción la manera de llevar a cabo esas coberturas.

En la víspera se mantiene una breve reunión entre el editor y el productor de turno. Se planifican los despliegues según los medios humanos y técnicos disponibles, empezando por los internos, los equipos de grabación propios. Si no son suficientes, recurre a las fuentes ajenas o de producción externa. En cualquier caso, una vez que el editor comunica sus necesidades al productor, este y su departamento se encargan de la logística para satisfacerlas: ponen en contacto al redactor con el equipo de grabación; le buscan transporte; si el equipo se desplaza fuera de Madrid o de la sede de la redacción –enviados especiales–, un productor se suma a ellos para enviar las imágenes y resolver todas las vicisitudes del viaje, etc.

Con las fuentes ajenas o de producción externa, el departamento de producción ejerce de intermediario. Cuando el editor constata las imágenes que le faltan, las que no puede obtener mediante sus redactores o agencias, acude a producción. Ambos departamentos trabajan conjuntamente para localizar la fuente que puede suministrarlas y establecen la mejor estrategia para hacerse con ellas. A partir de ahí, actúa producción. Se pone en contacto con la fuente, ya sea otro medio, una productora o agencia no contratada, etc. Negocia con ella. Cierra el trato. Gestiona el pago de la cantidad estipulada y recibe las imágenes.

Para que la información de los centros territoriales, las delegaciones y las corresponsalías llegue a tiempo y de modo adecuado a la redacción, también interviene el departamento de producción. De hecho, junto al periodista desplazado a la ubicación de un centro territorial, delegación o corresponsalía, generalmente trabaja un productor. La fuente, en este caso el redactor, obtiene las imágenes. El productor le dota de los recursos necesarios para ello y acomete el envío.

Habitualmente el editor cuenta con tiempo suficiente para poder llevar a cabo el proceso de captación del material audiovisual a través de las distintas fuentes. Las imágenes de los hechos deportivos noticiosos llegan a la redacción entre la noche de la víspera y las primeras horas matinales. Le queda margen de maniobra para recibirlas, visionarlas, seleccionarlas, distribuirlas, transformarlas y revisarlas, antes de lanzarlas al aire en la emisión del mediodía.

Sin embargo, algunos de estos acontecimientos y/o sucesos deportivos se producen muy pocos minutos antes de la emisión del espacio. Incluso, durante. Cuando son tan significativos que no incluirlos supone un ejercicio de irresponsabilidad informativa, el editor debe montar una cobertura en directo del mismo. Así procede, por ejemplo, el editor del programa deportivo del informativo de *La Sexta, Jugones*, en la víspera de la disputa del “clásico” de la Liga de la temporada 2013-2014 en el Camp Nou, el estadio del Fútbol Club Barcelona. Se monta el despliegue oportuno porque se emite entre las tres y las tres y media de la tarde. La rueda de prensa del entrenador del Real Madrid está programada para esa misma hora, así como la llegada de los jugadores a la concentración del equipo⁶.

Se trata de ubicar a sus fuentes en el lugar de la noticia para que transmitan la información y las correspondientes imágenes en directo. Este tipo de despliegues son más complejos, sobre todo en la parcela técnica. La planificación, organización y coordinación de la parte periodística, corre a cargo del editor, que de nuevo trabaja codo con codo con el departamento de producción. También entran en juego los enviados especiales y/o los redactores de los centros territoriales, delegaciones y/o correspondencias. Depende de si la noticia ocurre o afecta a sus ubicaciones profesionales. En un Barça-Madrid las cadenas afincadas en la capital ponen en marcha toda su maquinaria. Si alguna tiene la suerte de poseer los derechos de emisión del partido, el despliegue es total, no solo en el departamento de deportes, sino también en el de informativos.

En estos grandes acontecimientos, el trabajo en equipo de edición y producción es fundamental. El editor planifica y el productor ejecuta. Con varios días, incluso semanas de antelación, los responsables de uno y otro departamento se reúnen para diseñar el despliegue. Edición expone la planificación. Producción procura los medios para desarrollarla y llevarla a efecto.

⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=XC2zh8FuSgg&feature=youtu.be>

Ejemplo virtual de la planificación del editor para un despliegue con motivo de la cobertura de un partido Fútbol Club Barcelona-Real Madrid:

viernes

- grabación de la llegada del Real Madrid al aeropuerto de Barcelona
- grabación de la llegada del Real Madrid al hotel de Barcelona

sábado

- grabación del viaje en autobús de los aficionados del Real Madrid hasta Barcelona
- grabación del ambiente previo al partido en los lugares emblemáticos de Barcelona
- directo desde el hotel de concentración del Real Madrid entre las 15:00 y las 15:10
- directo desde el hotel de concentración del Fútbol Club Barcelona entre las 15:10 y las 15:15
- directo desde el restaurante donde se celebra la comida de directivas entre las 15:15 y las 15:20
- grabación de seguimientos durante el partido
- grabación de la zona mixta
- grabación de las ruedas de prensa
- grabación de la opinión de los aficionados después del encuentro

Respuesta organizativa del departamento de producción:

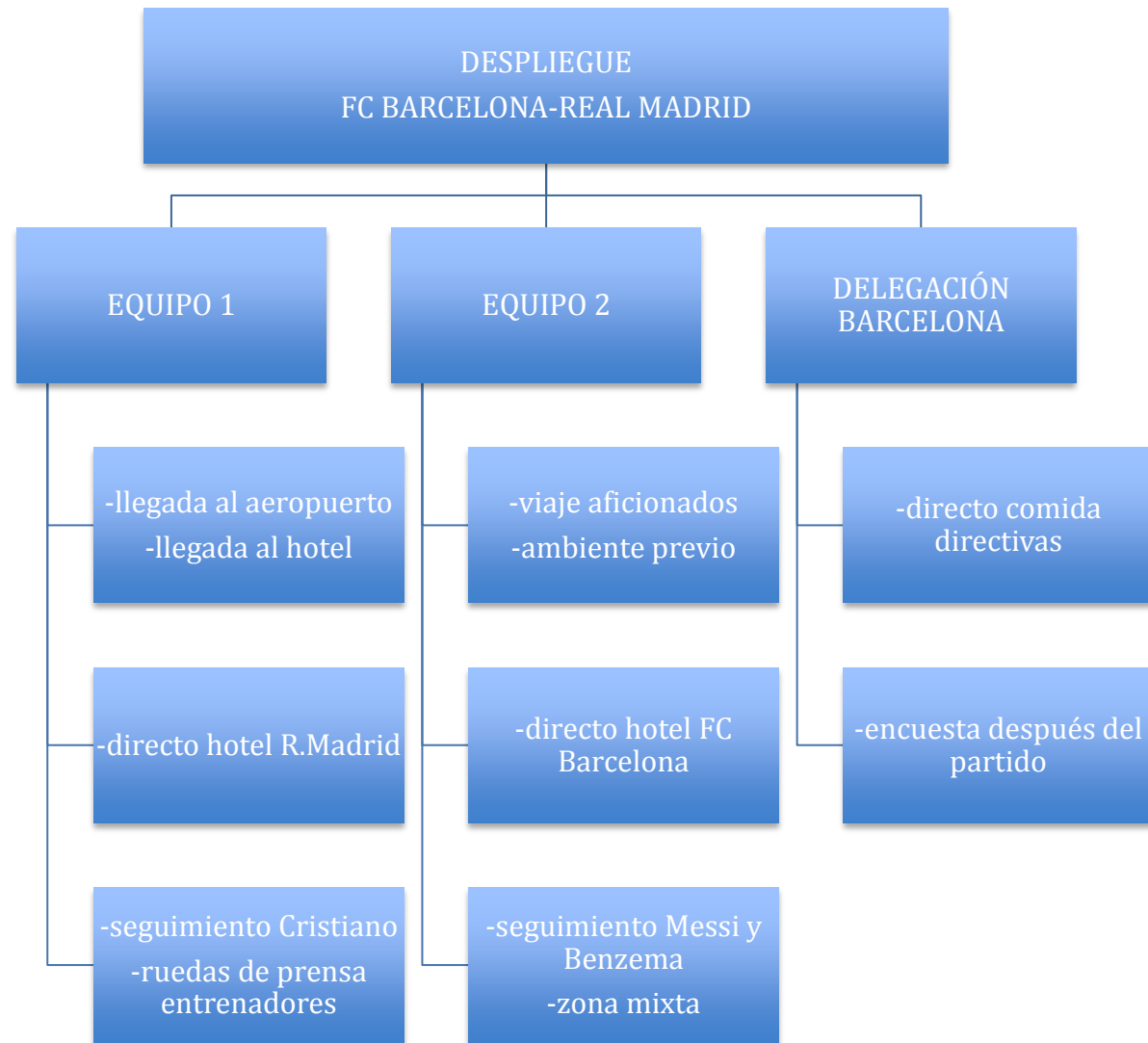
-un equipo de grabación –redactor, cámara, técnico de sonido y productor– viaja con el Real Madrid para grabar el viernes la llegada al aeropuerto de Barcelona y al hotel de concentración más tarde. Ese mismo equipo se encarga, ya el sábado, del directo desde el hotel de concentración. Durante el partido, además, sigue las evoluciones de Cristiano Ronaldo y al final graba las ruedas de prensa de los entrenadores: Carlo Ancelotti y Gerardo Daniel “El Tata” Martino, técnico del Fútbol Club Barcelona

-otro equipo –redactor, operador de cámara, técnico de sonido y productor– se desplaza hasta Barcelona el mismo sábado en uno de los autobuses de aficionados del Real Madrid que parte a primera hora de la mañana para grabar cómo viven las horas previas al gran encuentro. Este equipo también graba el ambiente previo y se encarga del directo desde el hotel de concentración del Fútbol Club Barcelona. Durante el partido, en la primera parte, el operador de cámara sigue las evoluciones de Leo Messi, jugador argentino del Fútbol Club Barcelona. En la segunda, las de Karim Benzema, delantero francés del Real Madrid. Después del encuentro se desplaza a la zona mixta para grabar todas las entrevistas que concedan los jugadores del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona

-otro equipo –redactor, operador de cámara, técnico de sonido y productor–, en este caso de la delegación de Barcelona, cubre el directo en el restaurante donde acontece la comida de directivas. Después del partido, fuera del estadio –según las condiciones impuestas por el propietario de los derechos de emisión, solo se permite la entrada a dos cámaras por medio para cubrir informativamente el partido–, se encarga de sondear la opinión de los aficionados del Real Madrid sobre el resultado del partido

-vuelo y alojamiento para el equipo que viaja el viernes; vuelo de regreso para ambos equipos; traslados dentro de Barcelona; medios técnicos necesarios para establecer las conexiones en directo desde las 15:00 hasta las 15:20 y poder enviar las imágenes grabadas

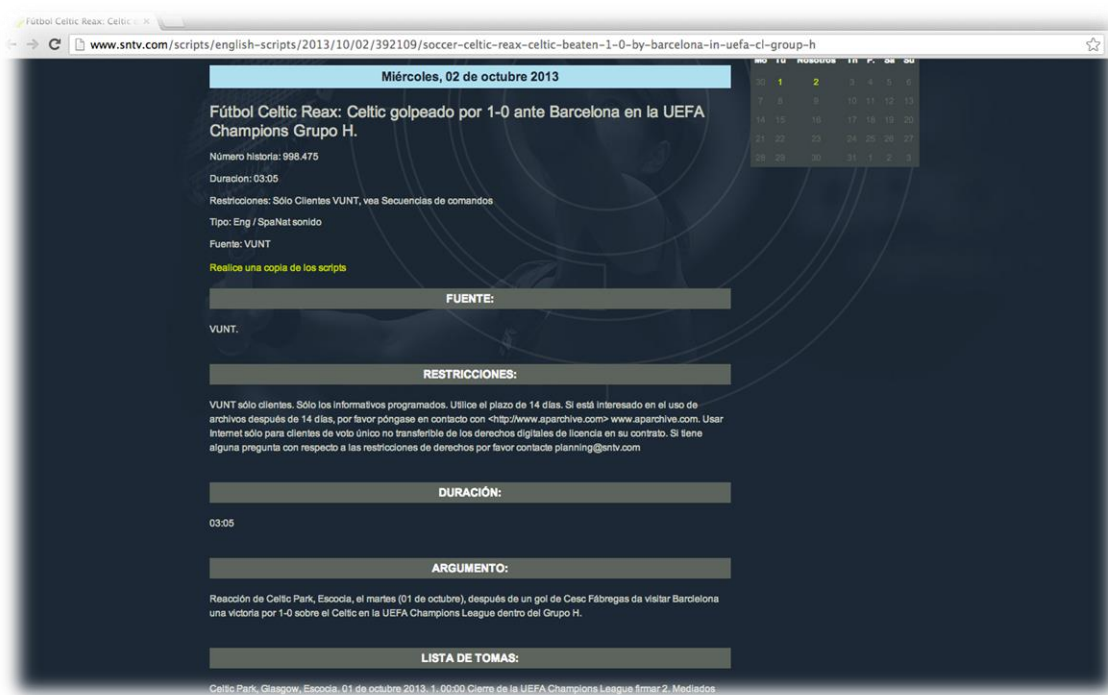
Cuando el editor tiene el visto bueno, reúne a los redactores implicados en la cobertura de este supuesto Barça-Madrid. Les pone al corriente de todo el plan y de la parte concreta que compete a cada uno para que la preparen con antelación. En las fechas previas, antes de partir hacia Barcelona, se convoca otra reunión con todo el personal involucrado, tanto de redacción como de producción, para repasar el plan y atar los cabos sueltos. El editor lleva la voz cantante.



3.2 Fuentes externas: producción ajena

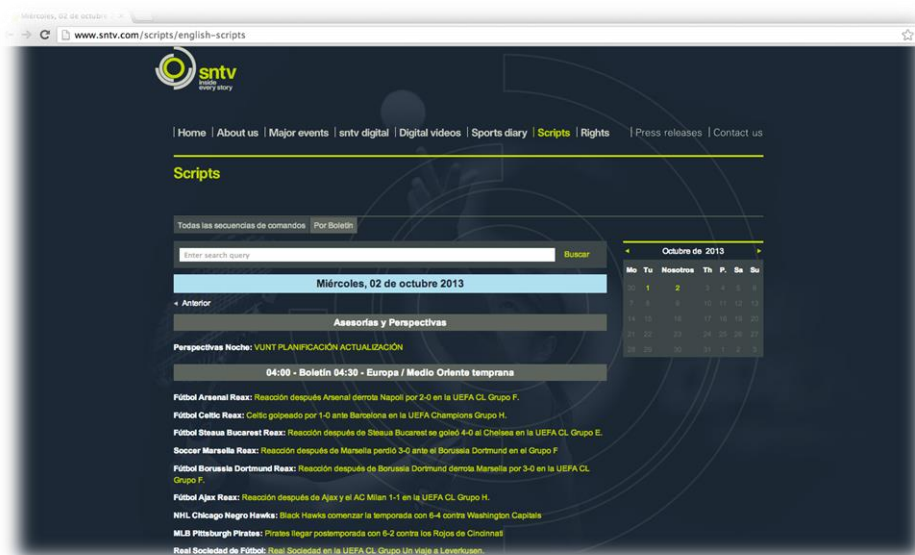
3.2.1 Agencias

Aparte de las propias, el editor también cuenta con otras fuentes que no pertenecen a su medio de comunicación. En este grupo se encuentran las agencias. Las que más utilizan los editores de los espacios deportivos son las españolas *EFE* y *Europa Press* y las internacionales *Reuters* y *SNTV –Sport News Television–*, especializada en noticias deportivas audiovisuales. Las tres primeras dispensan información de todo tipo al instante, segundo a segundo. Lo hacen en un primer momento a través de teletipos de información que llegan directamente a los ordenadores personales de todos los redactores. Más tarde, debido al tiempo que requiere el montaje del material audiovisual, envían las imágenes correspondientes a susodichas informaciones. La tecnología informática permite a los redactores recibir y manipular estas imágenes también en sus propios ordenadores.



Script de SNTV sobre las reacciones del Celtic-Fútbol Club Barcelona de la Liga de Campeones (2013)

A primera hora y en sucesivos momentos estratégicos a lo largo de la jornada, todas estas agencias anuncian con antelación el material audiovisual de que disponen. A última hora avanzan los asuntos que cubrirán al día siguiente. Este protocolo facilita la labor del editor en lo que se refiere a la planificación y la gestión de sus propios recursos.



Avance de SNTV con los asuntos que enviará en el boletín de las 4:00

Es fácil de entender. El editor cuenta con un número limitado de equipos de grabación, casi siempre inferior a la cantidad de hechos que por su relevancia informativa deben ser atendidos. Entonces, aparecen las agencias, con unos criterios periodísticos de valoración muy similares. Saben lo que interesa a los medios y en ello vuelcan sus coberturas. En cuanto la agencia notifica la relación de imágenes que componen su oferta diaria, el editor puede organizarse. Entre lo que graben sus equipos y el material suministrado por las agencias, hace acopio de todas las imágenes noticiosas del día. Por ejemplo, el editor de un espacio televisivo de información deportiva tiene que cubrir el entrenamiento del Real Madrid, el del Atlético de Madrid y, además, una entrevista en exclusiva que Rafael Nadal, considerado el mejor deportista español de todos los tiempos, concede a su medio. Sin embargo, solo tiene dos equipos de grabación. La noche anterior una de las agencias contratadas anuncia que al día siguiente dará sendas coberturas a los entrenamientos de los dos equipos madrileños. El editor se conforma con las imágenes de agencia

de los entrenamientos del Real Madrid y el Atlético de Madrid, ya que no hay previsto ningún acontecimiento extraordinario como podría ser el regreso de algún futbolista clave tras superar una lesión de larga duración. Además, confía en la profesionalidad y en el buen hacer de las agencias para cualquier suceso inopinado. Decide, pues, emplear sus dos equipos para grabar la entrevista de Rafael Nadal sin perderse ni un detalle y con dos perspectivas. Se trata de una decisión acertada y de un planteamiento correcto en la utilización de sus recursos. El sello de calidad que aporta ese día la entrevista de Rafael Nadal a su espacio bien merece la utilización de sus dos equipos de grabación. Las imágenes de los entrenamientos del Real Madrid y del Atlético no se le han escapado gracias a la cobertura de alguna de las agencias contratadas.

Otro ejemplo podría ser el siguiente: el editor consulta las previsiones del día de mañana. Solo tiene dos equipos de grabación y aparecen cinco temas insoslayables: 1) la rueda de prensa del entrenador del Real Madrid, el italiano Carlo Ancelotti; 2) el entrenamiento del Atlético de Madrid, con la rueda de prensa del jugador David Villa; 3) la llegada del ciclista madrileño Alberto Contador al aeropuerto de Barajas tras ganar el Tour de Romandía en Suiza; 4) la final del Masters 1000 de Madrid entre Rafael Nadal y el serbio Novak Djokovic; 5) la rueda de prensa en la que Felipe Reyes, jugador de la sección de baloncesto del Real Madrid, anuncia la renovación de su contrato con el club. El editor solo puede cubrir dos de los cinco. Para los otros tres, cuenta con dos comodines: subcontratar un equipo externo con el consiguiente coste añadido o encomendarse a las agencias. Si confirma que cubren alguno de los cinco asuntos, lo tiene mucho más fácil... y barato. Como en el supuesto anterior, tiene que saber a qué dos acontecimientos de los cinco que aparecen en la agenda merece la pena enviar a sus dos equipos disponibles, cuáles son los dos más significativos como para personalizarlos con imágenes propias e incluso con la presencia en cámara de un redactor que cuente la información. Para los tres restantes están las agencias.

Por esta razón son una fuente tan importante. Los medios soportan su coste económico porque sin ellas el gasto en las coberturas informativas sería muy superior.

3.2.2 Internet y redes sociales

La red de redes se convirtió hace ya tiempo en una fuente de información imprescindible para cualquier medio de comunicación. También, por supuesto, para los espacios deportivos de los informativos de cualquier televisión.

Websites have had an important influence on television sports presentation. Although sports news channels and sports report and results programmes use live presenters or anchors to deliver information, they have begun to borrow tools and design features from websites to increase the amount of information they are able to deliver at any one time.
(Andrews, 2005: 154)

(Las páginas de internet han tenido una importante influencia en la forma de contar la información deportiva en televisión. Aunque las cadenas y los programas de deportes utilizan presentadores en directo para transmitir la información, han comenzado a adoptar herramientas y formas más propias de internet con el fin de aumentar la cantidad de información que son capaces de ofrecer en un momento dado)

El editor trabaja, y casi vive, conectado a internet. Se trata de un profuso manantial de noticias transmitidas casi en tiempo real, sobre todo a raíz de la eclosión de las redes sociales. El cambio que está provocando en los medios de comunicación su avance imparable da para elaborar muchas tesis. Este apartado se circunscribe al efecto inmediato que han tenido sobre la manera de concebir la edición de los espacios deportivos de los informativos de la televisión.

Las redes sociales forman parte ya de nuestro ecosistema informativo y a ello ha contribuido el incremento constante del uso de internet en España. (...) Hemos entrado en la era de las redes sociales por el uso que hacemos de ellas. Forman parte ya de nuestro consumo diario. Eso sí, de qué hablarían si no existieran periódicos, radios o televisiones.
(Orrantia, 2014: 75)

Internet es sinónimo de redes sociales. Ya no se consulta internet como tal. Se miran los últimos *tweets* o las anotaciones de los últimos minutos en los perfiles de *Facebook*. Las fuentes tradicionalmente presentes en internet que no tienen cuenta en *Twitter* y *Facebook* han perdido fuerza.

El editor no se limita a leer *Marca.com* o *As.com*. Se hace seguidor de la cuenta de *Twitter* *@marca* o *@diaroas*. Solo las fuentes que han entendido este nuevo escenario siguen siendo referentes en internet. La noticia del fichaje del jugador galés Gareth Bale por el Real Madrid, el más caro de la historia, aparece primero en *Twitter*, en un sucinto mensaje de ciento cuarenta caracteres. Para conocer los detalles, el editor sí accede a *Marca.com*, *As.com* o la página web oficial del Real Madrid. Para enterarse lo antes posible, precisa de una cuenta de *Twitter*. *Marca*, *As* o el Real Madrid adelantan la noticia en esos ciento cuarenta caracteres. Siempre cabe la remota posibilidad de que el editor sea amigo íntimo del presidente del Real Madrid, del agente del jugador o del propio futbolista y que alguno, de modo deferente, le dé la primicia. Complicado, pero no imposible. Para el resto de los editores, la inmensa mayoría, lo mejor es seguir en *Twitter* a todas y cada una de las partes implicadas en el fichaje y a los periodistas mejor informados del asunto.



Twitter y *Facebook* han revolucionado el esquema básico y tradicional del proceso de transmisión del mensaje informativo. Hasta cierto punto, han puesto en peligro la intermediación del periodista. Ahora la fuente conecta directamente con el destinatario, con el público, con la audiencia. Le cuenta la información en primera persona con texto, fotografías e incluso vídeos. Prácticamente todos los deportistas están presentes en *Twitter* y *Facebook*. Como las estrellas mundiales del pop o el mismo presidente de Estados

Unidos, Barack Obama, acumulan cientos de miles, millones de seguidores: las fuentes de información tradicionales, convertidas en medios de comunicación.

El público accede directamente a las fuentes, selecciona y valora su propia información y no necesita esperar al texto acabado que le ofrece un medio para percibir por sí mismo la realidad. En lugar de permanecer pasivo al final del proceso informativo esperando que le llegue la información, ahora puede ir a buscarla. (...) El protagonismo del público ha venido acompañado de forma proporcional por una pérdida de protagonismo del periodista. O mejor habría que hablar de pérdida de identidad. El informador, al haber perdido la exclusividad del acceso a la información, y a su selección, valoración y difusión, ve desdibujado su papel. (Paniagua, 2003: 143 y 145)

En este contexto periodístico inédito, el editor debe convertirse en un usuario aventajado de estas redes sociales. Ha de ser consciente de su demoledor alcance y de su repercusión, conocer perfectamente su manejo, poseer una cuenta activa, conectarse permanentemente para estar al corriente de los últimos *tweets* y/o notificaciones del resto de redes, hacer un seguimiento selectivo de las personas que de una u otra forma pertenecen al mundo del deporte, valorar la información contenida en esos *tweets* y/o notificaciones para determinar cuáles son susceptibles de formar parte de su espacio y dotarla de un soporte audiovisual adecuado y con una calidad aceptable. Solo así puede reubicarse en el nuevo escenario sin perder protagonismo.

La práctica profesional exige nuevas destrezas y conocimientos, además de mantener –en algunos casos recuperar– principios esenciales del periodismo. Para ello, resulta necesaria la formación continua, la reorganización de las redacciones, la empatía de los periodistas con la tecnología. (Alcudia, 2012: 354)

El periodista tiene que saber navegar por la red y hacer el uso debido de los formidables recursos que aporta la interactividad, la hipertextualidad, la actualización de la información, la personalización de los contenidos, lo multimediático. Al mismo tiempo, necesita crearse reflejos rápidos para saber detenerse en el momento oportuno para no quedar desbordado por una avalancha interminable de datos que no tendría tiempo de procesar. Y –cuestión clave– necesita ensamblar con coherencia y fluidez sus pasos por la red con sus habituales comportamientos con las fuentes tradicionales. (Martín, 2003: 80)

Ahora, su intermediación entre la fuente y la audiencia es distinta. Los *tweets* y/o notificaciones de los grandes deportistas están al alcance de todo el mundo. Por tanto, el editor del espacio deportivo de un informativo debe aportar algo más. Hasta hace poco tiempo, cuando las redes sociales estaban dándose a conocer, con localizar, seleccionar y difundir en su espacio el *tweet* relevante de turno bastaba. Hoy, cuando muchos aficionados siguen a Cristiano Ronaldo, a Leo Messi, a Rafael Nadal, al laureado piloto español de Fórmula Uno Fernando Alonso y a la estrella española de la NBA⁷ Pau Gasol, el editor tiene que ir un paso por delante. Por descontado que no se le puede escapar ningún *tweet* noticioso de estos y de muchos más deportistas cuyos comentarios interesan a millones de seguidores porque, a pesar de la consolidación de *Twitter* y *Facebook*, una parte de su audiencia, los telespectadores de mayor edad, todavía permanece al margen de las redes sociales. Pero además, a la hora de incluirlos en su espacio, debe justificarlos, contextualizarlos y ofrecerlos con un matiz diferenciador, que su presencia no se reduzca a la mera exhibición en pantalla tal y como se muestran en un ordenador, tableta o dispositivo de telefonía móvil. Por ejemplo, puede aprovechar el escueto mensaje del *tweet* como elemento introductorio de un contenido audiovisual que amplía la información. Así, los de Álvaro Arbeloa y Andrés Iniesta, jugadores de la selección española de fútbol, abren el bloque deportivo de *Antena 3* el dieciséis de octubre en el *pantallón*⁸. Igualmente, los mensajes y

⁷ *National Basketball Association*. Es la liga profesional de baloncesto de Estados Unidos. Está considerada como la mejor del mundo.

⁸ <http://youtu.be/vk0lwn7NBOg>

las fotos de la cuenta de *Facebook* de Pepe, defensa central del Real Madrid –el presentador Manolo Lama se equivoca en la entradilla al afirmar que son de *Twitter*–, sirven en el programa deportivo de *Cuatro* del cuatro de octubre para introducir una *pieza* sobre la dureza de los encuentros entre el Real Madrid y el Levante⁹.

También es habitual la inclusión de los extractos de *Twitter*, *Facebook* y páginas web de clubes, federaciones, instituciones, marcas comerciales, etc., dentro de la propia *pieza*. Por ejemplo, la sección deportiva de *TVE1* inserta en su *pieza* informativa fragmentos de *Twitter*, *Deportes Cuatro*, una captura de la página web oficial del Real Madrid en su *pieza-espectáculo*¹⁰. Por ende, como reconoce García de Castro, el editor debe:

Buscar y encontrar el material alojado en internet que sea útil como recurso de apoyo a las noticias de vídeo. También debe encontrar todo el material vinculado a la investigación y confección de las piezas y proyectos de actualidad. (García de Castro, 2014: 69)

De él depende que las redes sociales se conviertan en un aliado y herramienta fundamental o en una competencia invencible.

3.2.3 Clubes, federaciones, instituciones y marcas comerciales

No solo los deportistas tienen cuenta en *Facebook* y/o *Twitter*. Los clubes, las federaciones, las instituciones y las marcas publicitarias vinculadas al deporte, también se han puesto al día. El editor no solo debe seguir a Cristiano Ronaldo o a Gareth Bale. En su lista de *siguiendo* tiene que figurar la cuenta oficial del Real Madrid, la del Tottenham, la del Fútbol Club Barcelona, la de la Federación Española de Fútbol, la de *Nike*, la de *Adidas*, etc. Una ingente relación de fuentes informativas inmediatas a su entera disposición, con hilo directo a sus respectivas páginas web para adentrarse en los detalles, pero con

⁹ <http://youtu.be/oc6JlrOrWXA>

¹⁰ <http://youtu.be/VbNpJq5kw9Y>

el inconveniente mencionado: la pérdida de protagonismo del periodista en el proceso comunicativo.

Debido a la implantación de las redes sociales y de las webs oficiales, este tipo de organismos y otros de índole parecida hacen cada vez menos distinciones entre el gran público y los medios de comunicación. Las fuentes de información se han convertido en medios de comunicación en sí mismas. La información publicada en estos canales oficiales, a la que tiene acceso todo el mundo, suele ser la única que dan a conocer, lógicamente, acorde siempre a su propia ideología.

En el Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona, el Atlético de Madrid, etc., se imponen los entrenamientos a puerta cerrada. Se permite el acceso a las televisiones oficiales de cada club para subir a su web solo los quince minutos del calentamiento. Nada más. Las ruedas de prensa de unos y otros se emiten en directo, online, a través también del sitio oficial. Además, en la cuenta de *Twitter*, se transcriben las declaraciones casi en tiempo real.

Los periodistas han quedado atrapados por la red de declaraciones, ruedas de prensa, comunicados... Parece una obviedad, un latiguillo despectivo que se endosa a los redactores de prensa, radio y televisión y que no siempre queda justificado. Pero cuando se confronta esta hipótesis con datos como los obtenidos en esta investigación, la realidad es si cabe aún más llamativa. Ya podíamos intuirlo cuando comentábamos en qué medida los medios audiovisuales emplean información oficial (65,88% para las televisiones; 72,40% para las radios), hecho que ahora podemos poner en correlación con el tipo de contacto que establecen los periodistas a la hora de elaborar sus noticias. (Romero, 2009: 71 y 72)

Ante semejante panorama, el editor debe actuar en consecuencia. La clave es adaptarse a los nuevos tiempos. El editor no menosprecia estas fuentes. Al revés. Está muy atento a todas ellas y al material informativo que procuran. En muchas ocasiones, tener las imágenes del entrenamiento y de la rueda de prensa con solo descargarlas de la web oficial le ahorra tiempo y dinero. Posiblemente, el espectador recibe la misma información al mismo tiempo a través de las mismas fuentes.

Cuando se sienta delante de la pantalla de la televisión quiere que le aporten algo más. El buen editor asume el novedoso estatus de su espacio deportivo. Entiende que el quid de la cuestión está en la transformación de todo ese material informativo en un producto audiovisual distinto y atractivo para el espectador.

Antes los espacios deportivos se limitaban a informar. Ahora, además, tienes que entretener. Por ejemplo, en el tratamiento de la mera imagen de un entrenamiento, una imagen, generalmente, aburrida. Antes se sacaban y se contaba la información. Punto. Ahora se busca un detalle, algo para que la imagen enganche al espectador. No vale solo meter una imagen por el simple hecho de que sea el entrenamiento del Real Madrid. Tienes que buscar un detalle llamativo para captar la atención del espectador. Con el tratamiento de épocas anteriores, se convertía en algo monótono. (Rafael Zapatero, La Sexta)

Por ejemplo, las imágenes del entrenamiento del Real Madrid, colgadas en la web oficial del club a las que tiene acceso cualquier aficionado, pueden resultar totalmente anodinas y, por tanto, pasar casi desapercibidas como material de relleno dentro de una *pieza* del bloque deportivo de *Telecinco*¹¹; o pueden suponer un contenido atractivo del espacio deportivo de un informativo, con el debido tratamiento que en este caso les procura *Deportes Cuatro*, basado en la habilidad comunicativa de los presentadores y los añadidos de posproducción¹².

3.2.4 Resto de medios: compra, cesión e intercambio de imágenes

En el epígrafe sobre el *Conocimiento de la competencia* se habla de la importancia de conocer el producto de los canales que son rivales directos. Si emiten alguna imagen exclusiva de gran trascendencia, los que no la tienen deben hacerse con ella a toda costa, en pos de cumplir con el compromiso informativo adquirido con su audiencia. Aunque resulte paradójico, la competencia se convierte en una fuente de información.

¹¹ <http://youtu.be/AKk0LcBMB00>

¹² <http://youtu.be/zvF3tQhxzjo>

Los partidos en directo de Primera División solo pueden verse en determinadas plataformas de pago. El encuentro en abierto pervive, ahora a través de *Cuatro*, pero los del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Atlético de Madrid solo se emiten en los canales de pago. Los espacios deportivos de los informativos del resto de cadenas no pueden salir al aire sin las imágenes de estos partidos. Están obligados, o bien a enviar a un equipo de grabación al encuentro, o bien a comprar al menos un resumen con los goles y los hechos más relevantes. En la Liga de Campeones sólo pueden recurrir a la compra porque la *UEFA –Union of European Football Associations* (Unión de Asociaciones de Fútbol Europeas)–, que es el organismo organizador de la competición, solo permite la entrada de las cámaras de la empresa poseedora de los derechos de emisión. Ocurre lo mismo con la Fórmula Uno, el Mundial de Motociclismo, la NBA, los Juegos Olímpicos, etc.

Existen distintas fórmulas. La más habitual es pagarlas. El vendedor, ya sea un organismo, una empresa poseedora de los derechos u otro canal televisivo, y el canal comprador tienen que llegar a un acuerdo sobre la cantidad. Los que poseen los derechos de emisión de los grandes acontecimientos deportivos establecen tarifas fijas a la hora de vender los correspondientes resúmenes. Para la Primera División y la Liga de Campeones se negocian contratos por una o más temporadas. La beneficiaria de los derechos amortiza su inversión comercializando paquetes variados a distintos precios, según la extensión de los resúmenes, que solo se pueden emitir a posteriori.

En el caso de imágenes exclusivas puntuales, se lleva a cabo una negociación aparte. Como siempre cuando se habla de televisión, depende de la relevancia de la imagen. Por ejemplo, mientras espera en el aeropuerto la llegada del último fichaje del Atlético de Madrid, el redactor de un determinado medio se encuentra por casualidad con Cristiano Ronaldo. El redactor es atrevido y le pregunta por su situación en el Real Madrid. Está de suerte porque Cristiano Ronaldo le contesta, algo que no suele hacer fuera de la zona mixta. Dice que quiere marcharse. El redactor se frota las manos. Ha conseguido una exclusiva de incalculable valor. La responsabilidad de explotar las imágenes con las succulentas palabras de la estrella portuguesa recae sobre el editor. Debe sacarle el máximo partido posible dentro de su espacio y después ha de

ser consciente del valor del testimonio. Ahora él es la valiosa fuente para el resto. Como haría la competencia, debe sacar la mayor tajada posible, siempre y cuando decida venderla. No es aconsejable encontrarse en una posición radical frente al resto de compañeros de otras cadenas, negándose a compartir la imagen después de haberla explotado en primer lugar y previo pago de la tarifa acordada. En muchas otras ocasiones será él la parte que no dispone del valioso material.

El trueque o intercambio gratuito de imágenes no es una práctica frecuente pero también existe. Lo que se tiene en un momento dado por lo que no se tiene. Una cesión gratuita que se compensa con otra más adelante pero en sentido contrario. Suele hacerse con imágenes de poca entidad y si las cadenas involucradas mantiene una relación amistosa o de no agresión. Con las últimas fusiones acaecidas, huelga decir que el tráfico de imágenes entre las cadenas pertenecientes a un mismo grupo es una constante. Ocurre en *Mediaset* con *Cuatro* y *Telecinco*; en *Atresmedia*, con *Antena 3* y *La Sexta*. *Telemadrid* y *TV3* adquieren y comparten la mayor parte de las imágenes a través de *FORTA*. Además, los respectivos responsables del departamento de deportes de *Telemadrid* y *Cuatro* establecieron en 2010 un acuerdo de colaboración para el intercambio de imágenes. Igualmente, *Telemadrid* con *Real Madrid TV*. Ninguno de los tres ve a la otra parte como competencia directa. La difusión de *Telemadrid* solo alcanza a la propia Comunidad Autónoma de Madrid, mientras que la de *Cuatro* abarca todo el territorio nacional. Además, *Cuatro* ya no contempla a *Telemadrid* como un rival a tener en cuenta debido a la progresiva pérdida de audiencia y de prestigio del canal regional. *Real Madrid TV* solo emite en plataformas digitales de pago por visión, por lo tanto no está en la misma guerra que las dos anteriores.

Aparte del acuerdo bilateral con *Telemadrid*, *Real Madrid TV* graba y difunde las imágenes oficiales del club para que lleguen al resto de cadenas: entrenamientos, ruedas de prensa, actos institucionales, etc. Una función que también asume *Barça TV* o el resto de televisiones oficiales de los clubes, federaciones, marcas comerciales, etc.

3.2.5 Opinión pública

Más bien habría que decir que se trata de una fuente de opinión, tan valiosa o más que cualquier fuente de información.

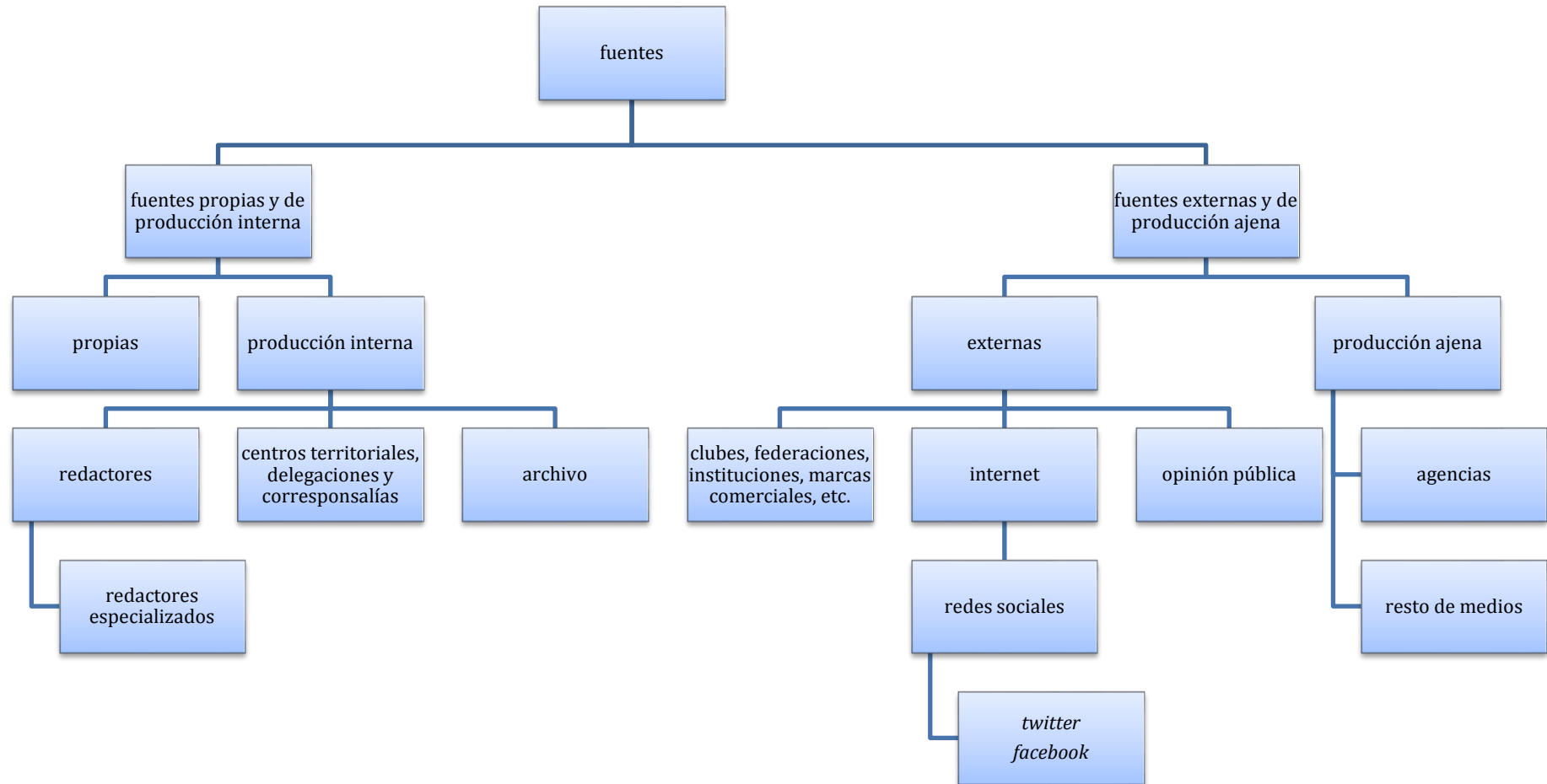
Creo que tenemos bastante criterio a la hora de saber qué es noticia. Nos preguntamos todos los días de qué se habla ahí fuera. Lo traducimos a un vídeo, o a una zona de colas, o colas y total. Adaptamos la información candente, la que está en la calle, a un vídeo. Una mezcla de actualidad: intentamos estar en todos los sitios y cada vez estamos en más sitios afortunadamente; con el criterio suficiente para saber de qué se habla en la calle y crear opinión.

(Julio Pulido, Cuatro)

Por su arraigo y porque la polémica es uno de sus elementos inherentes más atractivos, en la calle se habla... de fútbol. Es el asunto del que todo el mundo puede opinar, sea cual sea su edad, sexo, formación, condición social, etc. En definitiva, el debate futbolístico, la opinión de la calle es un contenido fijo en los espacios deportivos de los informativos. En pantalla se refleja con la constante presencia de los comentarios de aficionados anónimos sobre cualquier tema candente que se precie. Por supuesto, tales encuestas, que se adecúan en el espacio a múltiples formatos –*totales* independientes, *totales* dentro de una *pieza*, etc.–, carecen de valor científico, pero sirven para pulsar el sentimiento que se respira en la calle. Esto es fútbol. Así lo entiende la audiencia. El editor debe tenerlo muy presente y saber que la gente de la calle, la afición de los clubes grandes, es una fuente inagotable... de opinión. Hablando de fútbol, tiene tanta o más relevancia que la información. Una muestra: la encuesta que incluye *Deportes Cuatro* a los aficionados del Atlético de Madrid acerca de la posible presencia de Diego Costa, delantero rojiblanco de origen brasileño, en la selección española¹³.

¹³ <http://www.youtube.com/watch?v=LRnqcGXwtAs&feature=youtu.be>

3.3 Resumen esquemático del capítulo 3



4. Control, examen y clasificación de la información

4.1 Control de la información

La competición deportiva profesional no cesa. Cuando España duerme, en Estado Unidos se disputan tres o cuatro partidos de la NBA; en Australia, el gran premio de Fórmula Uno; y en Qatar, su prueba reina de ciclismo.

Aunque el editor aterriza a primera hora en la redacción, la información y las imágenes de toda la noche ya se agolpan en su ordenador personal. Tras el repaso de la actualidad deportiva a través de internet y las redes sociales, la prensa del día, los teletipos de agencia, los correos y llamadas de sus redactores –de Madrid, de los centros territoriales, delegaciones y/o corresponsalías–, el editor verifica las imágenes que están en su poder. Son el testimonio de los denominados *acontecimientos deportivos*: el resumen de los partidos de la NBA, suministrado por *SNTV* en uno de sus envíos nocturnos; los mejores momentos del Gran Premio de Australia de Fórmula Uno, dispensados por *Antena 3* en virtud del acuerdo que existe con el resto de cadenas no poseedoras de los derechos de emisión; y las imágenes de Alberto Contador en el Tour de Qatar, gracias a la compra de las imágenes a la cadena *Al-Jazeera*.

4.2 Examen y clasificación de la información

De nuevo, por enésima vez, conviene recordar la máxima por la que se rige el medio televisivo: sin imagen no hay noticia. El componente audiovisual ha hecho de la televisión el medio de referencia porque transmite el exacto reflejo de la realidad. El editor sabe que la imagen es su materia prima fundamental, la ventaja principal con respecto a la radio y la prensa escrita y el elemento diferenciador que le permite ser competitivo frente a las pujantes redes sociales y otros formatos online. Pero volviendo al terreno de la praxis periodística, precisamente esta cualidad audiovisual complica la labor del editor en comparación con la de aquellos profesionales que ejercen una función parecida en la radio o en la prensa. Para informar en la radio sobre la victoria del Real

Madrid frente al Fútbol Club Barcelona en el Camp Nou, basta con que un locutor se ponga delante del micrófono y simplemente lo cuente con la voz. Una frase. Punto. En la prensa escrita solo tiene que escribirlo. Sin embargo, si el editor de los espacios deportivos de los informativos de una cadena de televisión no tiene las imágenes de los goles, se enfrenta a un grave problema.

Dicho esto, se comprende el afán del editor por comprobar qué imágenes están en la redacción desde primera hora de la mañana. Gracias a la tecnología informática y telemática actual, el editor puede visionarlas en cuanto enciende su ordenador y abre el programa de edición de vídeo.

4.2.1 Acontecimientos deportivos

En el deporte moderno y a raíz de su simbiosis inevitable con la televisión, los calendarios de las distintas modalidades se elaboran concienzudamente. Las federaciones nacionales e internacionales intentan que sus competiciones de mayor prestigio no se solapen con las de otros deportes para que la atención mediática que puede recaer sobre ellas y la audiencia –si tienen la suerte de ser televisadas– no se reparta o disperse, o lo haga lo menos posible.

Desde muchos meses antes, e incluso años en el caso de los campeonatos mundiales o los Juegos Olímpicos, se fijan las fechas de las competiciones. Se trata de los *acontecimientos deportivos*. El editor de un espacio deportivo siempre tiene a mano el calendario donde figuran ordenados cronológicamente. No hace falta que se sepa de memoria el día de la inauguración de los próximos Juegos Olímpicos. Pero sí cuándo y dónde juegan el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona los próximos partidos de Primera División y de la Liga de Campeones. Estos *acontecimientos deportivos* son noticia antes, pero también durante y después de su celebración. Lo serán todavía más en función de lo que pase. No obstante, antes de celebrarse son noticias previsibles por el hecho de estar prefijados para una fecha y hora concretas.

La mayoría de los contenidos de los espacios deportivos relatan y muestran imágenes de *acontecimientos* de esta índole. Los partidos de fútbol, baloncesto o tenis, las carreras ciclistas, de Fórmula Uno o del Mundial de Motociclismo, etc., pertenecen a esta categoría. El resultado de la competición

y todo lo que ocurra es, lógicamente, impredecible. Pero en todo caso, gracias a su condición de noticia previsible, las cámaras están presentes en la fecha y el lugar señalados para capturar el más completo testimonio audiovisual.

Aunque en el argot deportivo los términos *acontecimiento* y *evento* se utilizan indistintamente como sinónimos, este estudio se decanta por la palabra *acontecimiento* para los encuentros y actos deportivos reseñados, aquellos de los que a priori se conoce el qué, el dónde, el cuándo, el cómo y el porqué. El vocablo *evento* se circunscribe a los *acontecimientos deportivos* de gran magnitud, como la Copa del Mundo de Fútbol o los Juegos Olímpicos.

En la rutina informativa diaria de una redacción de deportes también se trabaja con *acontecimientos deportivos* menos relevantes: los entrenamientos y sus respectivas ruedas de prensa, los actos publicitarios de marcas comerciales a los que acuden futbolistas u otros deportistas de renombre, las presentaciones institucionales o de otros organismos deportivos, etc. En todos ellos se conoce de antemano el qué, el quién, el cuándo, el dónde y el porqué. Es imposible que las imágenes de estos *acontecimientos* tan perfectamente programados se le escapen al editor. En una situación parecida se encuentran los partidos de fútbol, baloncesto o tenis, las carreras ciclistas, de Fórmula Uno o del Mundial de Motociclismo, etc. Las imágenes de estos *acontecimientos deportivos* más notables, celebrados durante la tarde-noche de la víspera de un espacio que se emite a las tres de la tarde, suelen estar a disposición del editor desde primera hora de la mañana. Si los derechos pertenecen a su cadena, disfruta de las imágenes íntegras, de principio a fin, con todos los detalles. Si no, la acreedora de esos derechos remite durante la noche el resumen con las imágenes. Los acuerdos de venta de derechos suelen estipular que las imágenes estén a disposición de los compradores aproximadamente una hora después de que termine la transmisión en directo y en exclusiva del *acontecimiento*. Agencias como *SNTV* también realizan envíos de madrugada con imágenes de muchos de ellos.

Las imágenes de los *acontecimientos deportivos* cotidianos de menor entidad de la tarde-noche anterior también deben estar en poder del editor a su llegada a la redacción. Él mismo, antes de marcharse, o el compañero que toma el relevo para el espacio deportivo de la noche dejan organizadas las coberturas. En cuanto a los programados para la mañana, los mismos clubes,

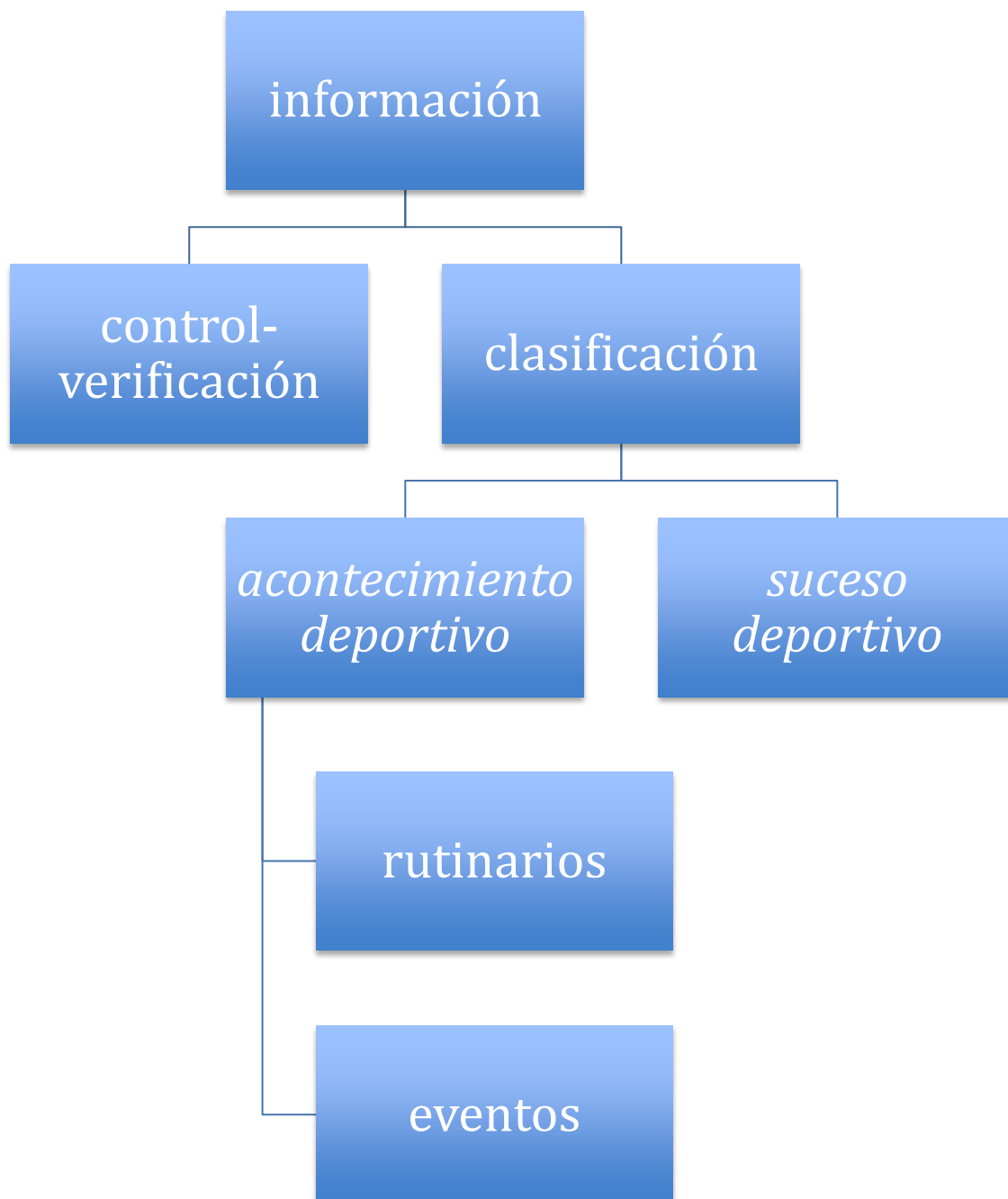
marcas, instituciones, u organismos que los convocan, por un interés de autopromoción evidente, marcan una hora que permita a las cadenas cubrirlos e incluir las imágenes en los espacios del mediodía.

Nada más llegar a la redacción, tras empaparse de la actualidad, el editor se cerciora de que las imágenes relativas a los *acontecimientos deportivos* que ya han acaecido están en su ordenador, a la espera de ser visionadas para su valoración, y que también tiene garantizadas las imágenes de los que van a ocurrir a lo largo de la mañana e incluso durante la emisión del espacio.

4.2.2 Sucesos deportivos

A diferencia del *acontecimiento deportivo*, el *suceso deportivo* es imprevisible. Puede ocurrir en cualquier momento sin previo aviso y, por supuesto, sin fecha ni hora prefijadas. Durante el escrutinio de la actualidad, el editor puede toparse con varios de estos *sucesos* de última hora. A lo largo de la jornada de trabajo, e incluso en plena emisión de su espacio, puede sobrevenir alguno más. Debido a su carácter contingente, en un principio no hay imágenes de lo ocurrido, un hándicap que acentúa su distanciamiento con respecto a los *acontecimientos deportivos*. Lo que pueda ocurrir durante el transcurso de un *acontecimiento deportivo* es igualmente inopinado pero, pase lo que pase, el editor tiene aseguradas las imágenes. Todo lo contrario que con los *sucesos*: la lesión accidental de un futbolista a causa de un incidente doméstico, el atropello de un ciclista profesional durante un entrenamiento, el fallecimiento inesperado de un deportista, un fichaje de última hora llevado a cabo en secreto, etc. Ante estos supuestos, como se verá más adelante, el editor debe sacar a relucir su capacidad de reacción en pos de salvar la situación. La prioridad absoluta es informar de lo sucedido. A partir de ahí, según el margen de maniobra de que disponga, podrá ofrecer un contenido más o menos elaborado acerca del *suceso deportivo*.

4.3 Resumen esquemático del capítulo 4



5. Selección de los contenidos: la agenda *building* en los espacios deportivos

5.1 La agenda *building*: los agentes de la edición

Es la fase fundamental de todo el proceso, la que le da nombre: la edición propiamente dicha. La teoría de la *agenda setting* la cataloga como la fuente de poder de los medios de comunicación. Pues bien, el encargado de ejecutarla en los espacios deportivos de los informativos de las cadenas de televisión no es otro que el *gatekeeper*, el *guardabarreras*, el *vigilante*, el *filtrador*... el editor.

5.1.1 El editor

Afronta la tarea más complicada de todas: elegir los contenidos que van a formar parte de su espacio deportivo. Para llevarla a cabo ha de atesorar una aptitud imprescindible: criterio periodístico. Se trata de un exacto conocimiento de la actualidad, combinado con la capacidad de juicio necesaria para valorarla en su justa medida. Debe saber qué informaciones tienen suficiente alcance y/o interés para convertirse en noticia y, por consiguiente, en contenido de su espacio. Sin embargo, la teoría de la *agenda setting* se olvida de uno de los agentes del proceso comunicativo, quizás del más importante: el destinatario del mensaje, el público, la audiencia.

5.1.2 La audiencia

El dato de audiencia me está diciendo qué es lo que interesa.

(Juan Antonio Paredero, *Antena 3*)

Tal y como está concebida la televisión, la audiencia manda y lo que más "vende" es el fútbol. (Rafael Zapatero, *La Sexta*)

A la hora de seleccionar la información, la balanza se decanta del lado de las preferencias de la audiencia. El editor tiene el poderoso privilegio de elegir la información, la forma de contarla y la carga ideológica que lleva. Hasta aquí, su función responde al postulado de la *agenda setting*. No obstante, esta teoría obvia el papel interactivo de la audiencia. El editor selecciona y conforma la información también con arreglo a las preferencias de los telespectadores. La edición no es una decisión unilateral, sino una acción bilateral. El editor decide, pero sabiendo que los gustos de la audiencia le marcan el camino. Por lo tanto, el axioma de la *agenda setting*, en lo que respecta a los espacios deportivos de los informativos, se cumple al cincuenta por ciento. El desarrollo ulterior de esta teoría, la denominada *agenda building*, sí que contempla al público como un agente activo y decisivo en este proceso comunicativo.

Se pasa así de un modelo lineal simple a un modelo interactivo complejo en el que se tiene en cuenta: la agenda setting como un proceso dinámico de construcción de la agenda pública en el que intervienen no solo los medios de comunicación, sino también las fuentes de información (...) y el propio público. Todas estas aproximaciones sobre cómo se construye la agenda de los medios recibirán el nombre de agenda building.

(Vara, 2001: 41)

Dentro del postulado de la teoría de la *agenda building*, la edición de los espacios deportivos se encuadra en el primer modelo de Perloff:

Es necesario estudiar quién es el actor principal que trata de introducir el asunto que sea en la agenda política –los medios, el público o los políticos– para conocer cuál es el papel que representan los medios. Llega así a cuatro posibles modelos de agenda building: a) originada por los medios de comunicación e impulsada por los ciudadanos; b) originada por los medios e impulsada por los políticos, c) originada por los políticos; y d) originada por los ciudadanos. (Perloff, 1998: 321)

Aplicada al ámbito de los espacios deportivos de los informativos, la selección de los contenidos está *originada por los medios de comunicación e impulsada por los ciudadanos*. El editor propone y la audiencia dispone.



Tabla 3. Comparativa del modelo comunicativo de la teoría de la *agenda setting*, de la *agenda building* y la aplicación de esta a la edición de los espacios deportivos –elaboración propia–

5.2 La audiencia elige fútbol: Real Madrid y Fútbol Club Barcelona

En los espacios deportivos, la adaptación del modelo de funcionamiento de la *agenda building* instaurado por Perloff –originada por el editor e impulsada por la audiencia– se traduce en una preponderancia casi absoluta de la información futbolística.

Eso debe entenderlo el espectador. (...) Ayer un partido amistoso de la selección en Qatar a las siete de la tarde tiene un veintitrés por ciento de audiencia. A la gente en este país le gusta el fútbol, sin duda, por muchas razones. Los medios también tienen algo de culpa porque hemos hablado desde siempre mucho de fútbol. (Julio Pulido, Cuatro)

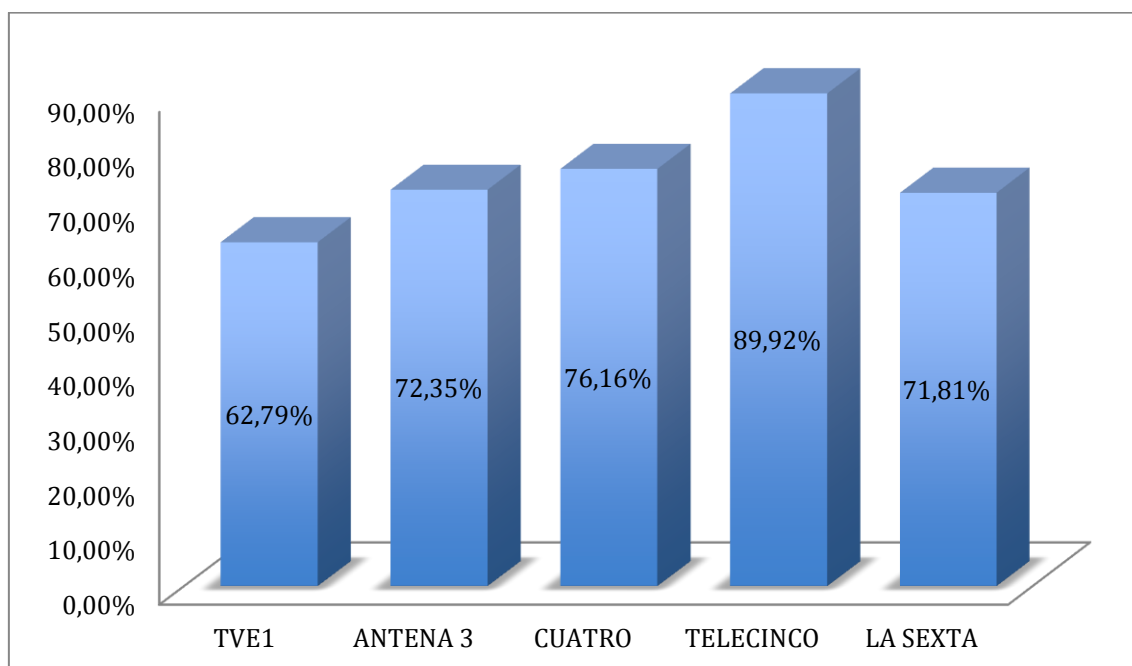


Tabla 4. La información futbolísticas en los espacios deportivos de los informativos (2013) –elaboración propia–

El editor lo tiene claro. Su agenda, es decir, su escaleta, tiene que ir cargada de fútbol, más concretamente de contenidos sobre los equipos con más aficionados, potenciales espectadores de su espacio deportivo: el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Para percatarse de ello, basta con echar un vistazo a las audiencias de las transmisiones por televisión.

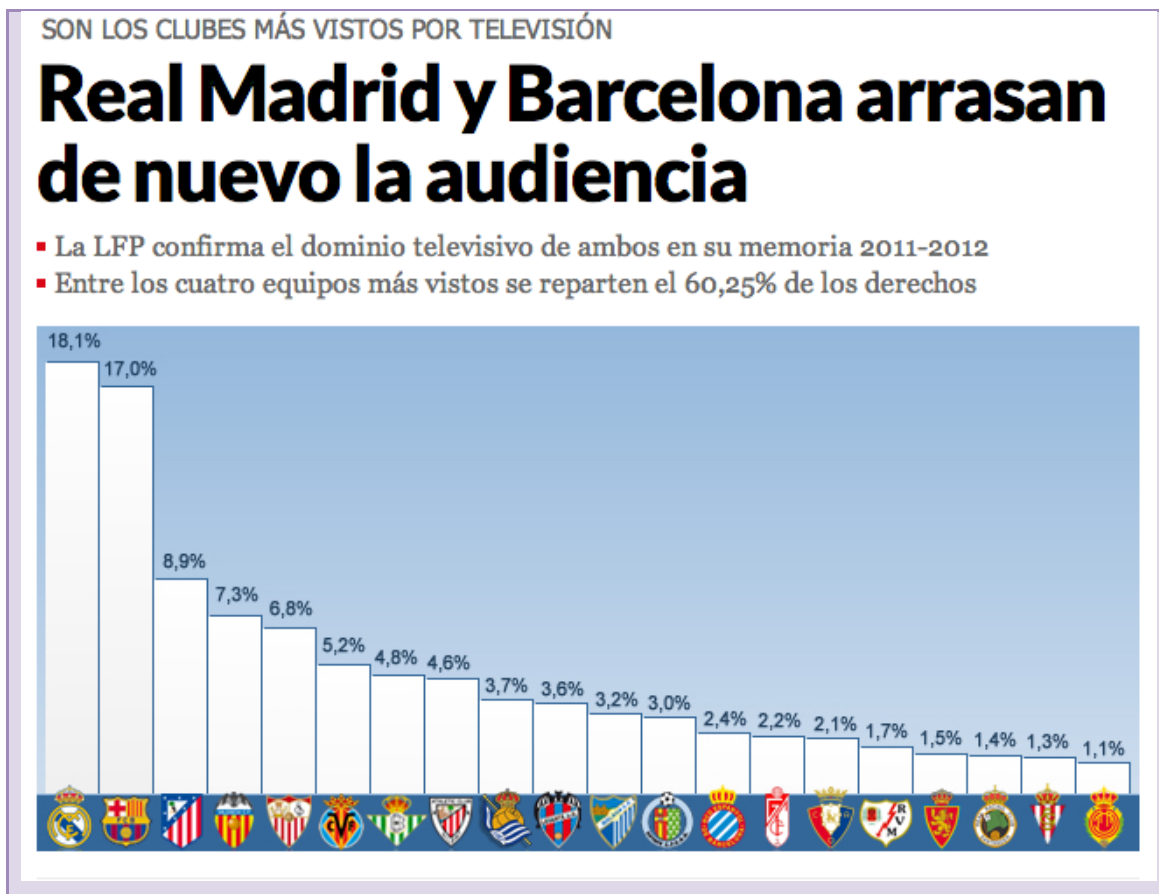


Tabla 5. *Marca.com* (18-junio-2013)

Estos datos demoledores a favor del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona son el indicativo más evidente de las preferencias de la audiencia. Utilizando un expresión del argot propio de las redacciones de deportes de todos los medios de comunicación: Real Madrid y Fútbol Club Barcelona son los que más “venden”. Por consiguiente, en los espacios deportivos de los informativos hay que “vender” sobre todo Real Madrid y Fútbol Club Barcelona. En el *Anexo I* de este estudio aparece cuantificada de manera exacta la presencia del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona en los espacios deportivos de los informativos del mediodía de *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*, emitidos entre el lunes veinticinco y el viernes veintinueve de noviembre, ambos inclusive; en el *Anexo II*, los elevados índices de audiencia que generan los contenidos sobre estos dos equipos. Del análisis del *Anexo I* se desprende la preponderancia del Real Madrid en primer lugar y del Fútbol Club Barcelona a continuación.

En *TVE1* el Real Madrid absorbe el 19,7 por ciento. El Fútbol Club Barcelona, prácticamente lo mismo: el 19,6. En *Antena 3*, el Real Madrid ocupa el primer lugar con el 28 frente al 21 del Fútbol Club Barcelona. Esta sí es la tónica dominante: en *Cuatro*, el 33 frente al 23; en *Telecinco*, el 40 frente al 19; en *La Sexta*, el 41 frente al 23.

Como es obvio, estos altos porcentajes de tiempo dedicado a ambos clubes repuntan cuando abordan la crónica del “clásico”. En los espacios deportivos de los informativos que se emiten a mediodía el jueves treinta y uno de enero, donde se relata la ida de la semifinal de la Copa del Rey de la temporada 2012-2013 que disputan el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona en el Estadio Santiago Bernabéu un día antes, el tiempo que absorben de la duración total es el siguiente:

CADENA	DURACIÓN TOTAL	TIEMPO MADRID-BARÇA
<i>TVE1</i>	12' (15:51-16:03)	7' (58'3%)
<i>Antena 3</i>	12' (15:36-15:48)	8' (66,6%)
<i>Cuatro</i>	48' (14:52-15:40)	36' (75%)
<i>Telecinco</i>	4' (15:32-15:36)	3' (75%)
<i>La Sexta</i>	20' (14:57-15:17)	16'30" (85%)

Tabla 6. La información del “clásico” en los espacios del mediodía del 31-01-2013 –elaboración propia–

En *TVE1* pasan del 40 por ciento al 58; en *Antena 3*, del 49 al 66; en *Cuatro*, del 56 al 75; en *Telecinco*, del 59 al 75; en *La Sexta*, del 64 al 85.

Telecinco es una cadena privada y busca resultados. Es decir, obtener la mayor audiencia posible. Tú puedes plantear una apertura del programa que no sea el Madrid o el Barça y luego, al día siguiente, te encuentras con la sorpresa de que ese informativo ha bajado. Como lo pagas en publicidad y en número de espectadores que se te van, al final siempre recurres al Madrid y el Barça. Por tanto, las aperturas, en el ochenta o noventa por ciento de los casos, se hacen con ellos. Está cuantificado. Cuántos seguidores tiene el Real Madrid en España, cuántos seguidores tiene el Barcelona en España. Ambos equipos interesan a un

gran número de personas. Sevilla, Atlético, Valencia, etc., tienen un público más local (...). (Raúl Gamonal, *Telecinco*)

En el tercer lugar, con porcentajes que no llegan al 10 por ciento, salvo en el caso de *Telecinco* –10,3–, se sitúa el Atlético de Madrid.

Del *Anexo II*, donde se recopilan las audiencias por temas, se extraen conclusiones parecidas. Los contenidos sobre el Real Madrid se vuelven a asentar en el primer lugar como los más demandados por los telespectadores de todas las cadenas. A continuación, el Fútbol Club Barcelona. Por debajo, el Atlético de Madrid.

En el bloque deportivo de *Antena 3*, el porcentaje de cuota de pantalla más alto, siempre por encima de la media obtenida por todo el espacio, corresponde generalmente a los contenidos del Real Madrid. El lunes llega al 12,7 por ciento, siendo la media del 11,3; el martes, el 11,5 frente al 10,7. El miércoles domina el Fútbol Club Barcelona. Alcanza el 13 por ciento frente a una media del 11,1. El jueves recupera el primer puesto el Real Madrid con un porcentaje máximo del 12,2 frente al medio del 11,5. El viernes toca el 13 por ciento. La media se estanca en el 12,2.

En *Deportes Cuatro* el comportamiento de la audiencia es muy parecido. Si el lunes la media marca 8,4, los contenidos del Real Madrid despuntan hasta el 9,1. El martes llega al 8,4 frente a la media del 7,6. El miércoles es el Fútbol Club Barcelona el que alcanza el 8,6 frente al 7,6 medio. El jueves el Real Madrid bate el récord semanal con el 11,2. El viernes comparten el primer lugar con un 8,4 frente a una media del 7,7.

En el bloque de *Telecinco* la dinámica es similar. El Real Madrid se afianza como lo más visto lunes, martes, jueves y viernes, con porcentajes cercanos al 14 por ciento el lunes y el jueves, y por encima del 12 el martes y el viernes. El miércoles le toca al Fútbol Club Barcelona, con un 12,3 frente a una media del 11,9.

En *Jugones*, de *La Sexta*, el Real Madrid se sitúa al frente lunes, miércoles y viernes, con porcentajes próximos al 5 por ciento. El Fútbol Club Barcelona le desbanca el martes y el miércoles, con un 5,8 y un 4,7, respectivamente.

La sección deportiva de *TVE1* se deja para el último lugar para llamar la atención sobre ciertos matices a tener en cuenta en los análisis de los resultados de audiencia y, por añadido, en las conclusiones cualitativas que arrojan. En esta sección el Real Madrid no es el contenido más solicitado por la audiencia según los números, que dicen que los telespectadores prefieren la información polideportiva que se ofrece al final del espacio. Todos los días, de lunes a viernes, se repite la misma curva, de menos a más, de manera que los contenidos del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Atlético, colocados al principio, concitan menos interés que la información polideportiva, posicionada al final de la sección. Fluctúa dos puntos, aproximadamente. Si empieza con un 13, finaliza con el 15. Pero estos datos cuantitativos, sin desmerecer el interés que despiertan los contenidos polideportivos, son producto, más bien, de las estrategias de programación de los distintos espacios deportivos de los informativos, pensadas para optimizar los réditos de audiencia.

Así, la sección deportiva de *TVE1* se ubica premeditadamente para no solaparse con los bloques de *Antena 3* y *Telecinco*. Su hora de entrada viene marcada por la de salida del de *Antena 3*: desde las 15:45 hasta las 15:55, cuando el bloque de *Telecinco* también ha concluido. Los espectadores que buscan información deportiva se van trasladando a *TVE1* a medida que terminan los dos anteriores, con los que también se dan por finiquitados los respectivos informativos a los que pertenecen. De ahí, la subida paulatina que va experimentando la sección de *TVE1*.

Los bloques deportivos de *Telecinco* y *Antena 3*, pertenecientes a los informativos que se disputan el primer puesto del *ranking* de audiencia en la franja del mediodía, sí aceptan el desafío de la lucha cuerpo a cuerpo, atrapados en la batalla global que libran sus respectivos informativos, estandartes, a su vez, de los dos grandes grupos mediáticos audiovisuales: *Mediaset* y *Atresmedia*. El bloque de *Telecinco* arranca a las 15:35 y termina a las 15:40. El de *Antena 3* va de 15:35 a 15:45. Son cinco minutos de pelea sin cuartel que, en 2013, se mantiene igualada.

Por último, *Deportes Cuatro* y *Jugones* tampoco rehúyen el choque frontal. Pero antes sí regatean la hora de entrada de todos los informativos para intentar robarles un buen pellizco de audiencia. El primero arranca a las

14:55. El segundo, a las 14:59. Los informativos lo hacen a las 15:00 en punto. De momento, *Jugones* sale claramente perdiendo.

Aparte de las estrategias de programación, los índices de audiencia de los distintos contenidos de los espacios deportivos están condicionados por los estados de ánimo que generan los equipos en la propia audiencia con sus victorias o sus derrotas y por la trascendencia y expectativa que suscitan las noticias deportivas. Si el Real Madrid consigue un gran triunfo, sus aficionados quieren volver a deleitarse con los goles, las mejores jugadas, las declaraciones, etc., aunque vieran el encuentro en la víspera. Y al contrario. Si le toca perder, muchos prefieren pasar página y no recrearse en unas imágenes que la noche previa les provocaron cierta desazón. También hay que saber computar el efecto inverso que produce en los seguidores del bando contrario. Los tropiezos del Fútbol Club Barcelona sí satisfacen a los incondicionales del Real Madrid, que manifiestan un elevado interés en contemplar, o volver a hacerlo, el fracaso del eterno rival. De igual forma actúa, pero en sentido contrario, la potencial audiencia azulgrana.

Con la adecuada interpretación de los datos de audiencia, puede apreciarse la influencia de este factor. En la semana que transcurre desde el lunes veinticinco de noviembre hasta el viernes veintinueve, las audiencias medias más altas corresponden al lunes, el miércoles y el jueves. Se trata de una tendencia concordante y generalizada en todos los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía. La sección de *TVE1* representa la excepción por el hándicap que supone su horario de programación.

El lunes saltan las alarmas por la posible lesión de Cristiano Ronaldo. Todos los espacios arrancan con esta noticia, ilustrada por las imágenes del futbolista en la clínica donde se le practican las pertinentes pruebas diagnósticas para comprobar el alcance de la lesión. Todos se benefician, en términos de audiencia, del evidente interés que despierta entre los aficionados el estado físico de la estrella del Real Madrid. Ese día, la media del bloque de *Antena 3* se sitúa en el 11,3 por ciento; la del bloque de *Telecinco*, en el 14,3. *Deportes Cuatro* llega al 8,4 y *Jugones*, al 3,7.

El miércoles la audiencia vuelve a repuntar por una sencilla razón. El martes por la noche el Fútbol Club Barcelona ha caído derrotado en

Ámsterdam frente al Ajax en la Liga de Campeones. El bloque de *Antena 3* se apunta el 11,1; el de *Telecinco*, el 11,9; y *Jugones*, el 4,7, su máximo semanal.

El jueves arrasa el Real Madrid. Viene de ganarle el miércoles por la noche al Galatasary turco en el Santiago Bernabéu, en un gran partido y sin la presencia de Cristiano Ronaldo. *Deportes Cuatro* se marcha hasta el 9,8, su tope semanal; el bloque de *Antena 3*, al 11,5; y el de *Telecinco*, al 11,2.

En *TV3* y *Telemadrid* los contenidos sobre el Fútbol Club Barcelona y el Real Madrid, respectivamente, se reparten la mayor parte del tiempo. En *TV3* el Fútbol Club Barcelona acapara casi el 43 por ciento. En *Telemadrid* el Real Madrid se queda en el 35, un porcentaje por debajo de lo que suele ser habitual. La causa tiene nombre propio: Atlético de Madrid. La gran temporada 2013-2014 a nivel deportivo del equipo rojiblanco en todas las competiciones le roba tiempo al Real Madrid. El Atlético suma el 28 por ciento.

El porcentaje dedicado al eterno rival en una y otra difiere en gran medida. *TV3* dedica al Real Madrid el 9,4 por ciento; *Telemadrid* al Fútbol Club Barcelona, tan solo el 3,9. Como se analiza en el Capítulo 8 –*Línea editorial y tono comunicativo*–, *TV3* adopta una filosofía más radical en este aspecto. La mayor parte de los contenidos que conforman ese 9,4 son informaciones desfavorables. Después de un “clásico”, los porcentajes despuntan como en el resto de cadenas.

CADENA	DURACIÓN TOTAL	TIEMPO MADRID-BARÇA
TV3	11' (15:19-15:28)	7' (63%)
Telemadrid	15' (15:00-15:00)	10' (66'6%)

Tabla 7. La información del “clásico” en los espacios del 31-01-2013 de *TV3* y *Telemadrid* –elaboración propia–

5.2.1 Más fútbol

Tras contar la información de actualidad del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona y emitir los contenidos atemporales que también tienen que ver con ellos, el tiempo que queda se reparte entre el resto de los equipos importantes, empezando por el Atlético de Madrid –tradicional e históricamente, el tercer club de España–, siempre y cuando ofrezcan alguna noticia y/o imagen de especial interés.

Durante la primera vuelta de la Liga de la temporada 2013-2014, el Atlético de Madrid comparte el liderato con el Fútbol Club Barcelona. Además, está disputando la Liga de Campeones y su delantero hispano-brasileño Diego Costa es objeto de polémica porque se debate entre la selección española y la brasileña. Circunstancias que catapultan al Atlético al tercer lugar de honor de la escaleta. En el siguiente ejemplo se constata cómo los espacios deportivos de los informativos lo sitúan claramente solo por detrás del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. En ocasiones puntuales, por delante¹⁴. No obstante, por regla general, el Atlético de Madrid debe conformarse con el tercer lugar, casi siempre detrás del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, porcentualmente muy por debajo. En la sección de *TVE1* llega al 7,8 por ciento; en el bloque de *Antena 3*, al 8,4. En *Deportes Cuatro* se queda en el 6,2. En el bloque de *Telecinco* alcanza el 10,3. En *Jugones*, de *La Sexta*, no toca el 6.

...Después del Atlético de Madrid, más fútbol...

También procuramos, aunque nuestra prioridad sea Madrid o Barça, cuando tenemos tiempo y hay información de Athletic, Betis, Sevilla, Málaga, hacer una pieza, un vídeo conjunto al que llamamos multifútbol, y así intentamos satisfacer a la mayor cantidad de público posible. (Raúl Gamonal, Telecinco)

Normalmente, en los espacios deportivos de los informativos de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, sin que concurra ninguna circunstancia excepcional, la selección en orden decreciente que el editor hace de los contenidos futbolísticos es la siguiente:

¹⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=1OAJQZg7M8Y>

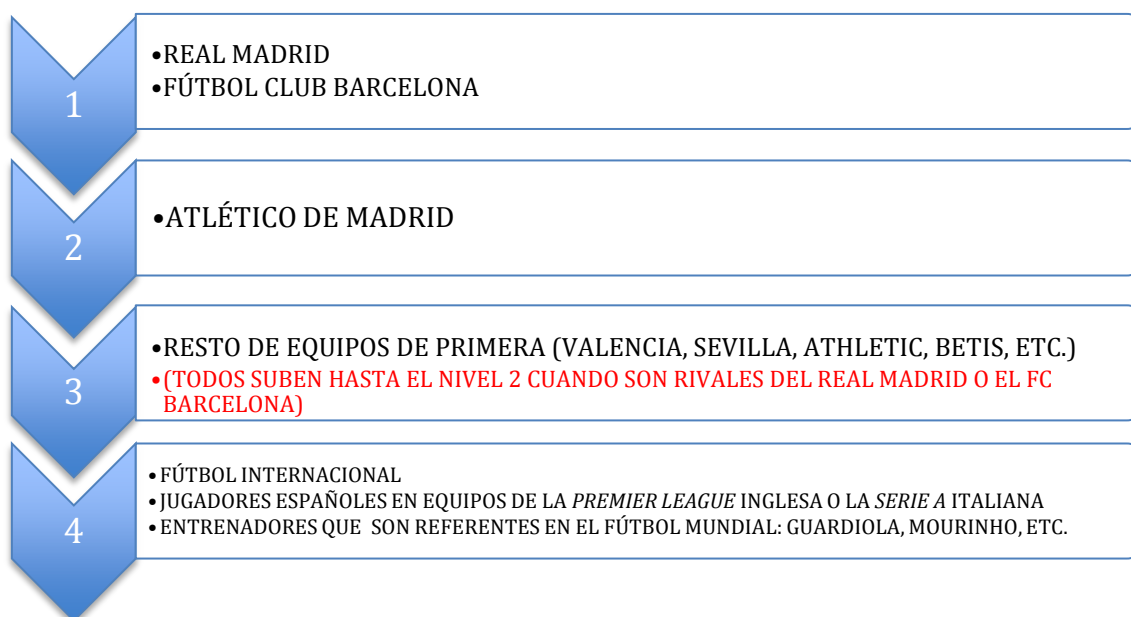


Tabla 8. Relación temática de los contenidos futbolísticos de los espacios deportivos –elaboración propia–

Los editores tienen muy presente al resto de equipos cuando les toca enfrentarse al Real Madrid o al Fútbol Club Barcelona en los encuentros de la Primera División y en los de la Copa del Rey. Entonces ocupan un lugar privilegiado justo después, donde habitualmente aparece el Atlético de Madrid. Puede apreciarse en estos dos ejemplos. En el primero, *Deportes Cuatro* inserta una *pieza-espectáculo* en medio del bloque del Real Madrid en la que el protagonista es Joaquín Caparrós, el entrenador del Levante, rival inminente del Real Madrid. Va precedida de unas *colas* sobre el bronco enfrentamiento de la temporada anterior¹⁵. En el segundo, la sección deportiva del informativo de *TVE1* arranca por la información del Fútbol Club Barcelona. En esa primera *pieza*, incluso por delante del Real Madrid, se incluye información sobre el próximo rival del conjunto culé, en este caso, el Celta de Vigo¹⁶.

En ocasiones puntuales, el bloque puede incluir una última parte dedicada al fútbol internacional: goles y/o imágenes espectaculares de cualquier parte del mundo; actuaciones destacadas de jugadores españoles que han jugado en España y que ahora lo hacen en ligas extranjeras –David Silva (Manchester City), Álvaro Negredo (Manchester City), el argentino Sergio

¹⁵ <http://youtu.be/luqZXsDKk6s>

¹⁶ https://www.youtube.com/watch?v=V3gw6A_mJIM

“Kun” Agüero (Manchester City), el holandés Arjen Robben (Bayern de Múnich), Roberto Soldado (Tottenham), etc.–; las imágenes de los partidos de los equipos que dirigen entrenadores como el portugués Jose Mourinho (Chelsea) y Josep Guardiola (Bayern de Múnich) –se han convertido en personajes de interés general debido a su vinculación directa en el pasado reciente con el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, respectivamente–, Rafael Benítez (Nápoles), el chileno Manuel Pellegrini (Manchester City), etc. Queda de manifiesto en el programa deportivo *Jugones*. En plena “semana de *Champions*” en la que se disputan partidos de la Liga de Campeones, emite, después de la información del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y la Real Sociedad, una *pieza* acerca del enfrentamiento entre el Manchester City y el Bayern de Múnich¹⁷.

En total, sumando la presencia del resto de equipos españoles y los temas de carácter internacional, los contenidos futbolísticos más allá de los propios del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Atlético de Madrid, alcanzan porcentajes significativos en todas las cadenas: en *TVE1*, el 26 por ciento; en *Antena 3*, casi el 13; en *Cuatro* roza el 30; en *Telecinco*, el 20; en *La Sexta*, el 14.

Los editores de *Telemadrid* y *TV3* siguen un criterio parecido, mas con algunos matices. El Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona son los platos fuertes, sin olvidar al eterno rival. En los espacios de *Telemadrid* entra una pequeña cantidad de información del Fútbol Club Barcelona y en los de *TV3*, del Real Madrid, sobre todo si los resultados y las circunstancias que afectan a uno u otro son negativas. Para el poco tiempo restante, el editor selecciona información sobre los otros equipos de su respectiva comunidad que militan en Primera División. En *Telemadrid* siempre hay hueco para el Atlético de Madrid. No es así para el Getafe y el Rayo Vallecano, que tienen presencia en contadas ocasiones. En *TV3* siempre lo hay para el Espanyol. Lógicamente, también para Mourinho, Guardiola y los ex jugadores importantes del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona que juegan en otras ligas. En definitiva, todo aquello que tenga relación con ambos equipos tiene cabida en los espacios

¹⁷ <http://youtu.be/k8HB5turkHw>

deportivos de los informativos de *Telemadrid* y *TV3*. Así queda reflejado en los dos paradigmas que figuran a continuación. En el programa deportivo del informativo de *Telemadrid* aparecen contenidos, por supuesto, relacionados con el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, pero también con el Atlético de Madrid, el Getafe y el Rayo Vallecano. El espacio arranca con un clip donde, además de destacar la buena marcha de los tres primeros, se insertan imágenes del Getafe y la opinión de su entrenador, Luis García, debido a que el Atlético y el Getafe se han enfrentado en el partido de Liga. El espacio también incluye información del Rayo Vallecano: unas *colas* y un *total* del entrenador, Paco Jémez; y unas *colas* con las imágenes del encuentro entre el Manchester City y el Tottenham, equipos con futbolistas que en el pasado reciente han jugado en el Real Madrid o el Atlético de Madrid, entre otros¹⁸. En la sección deportiva del informativo de *TV3* mandan los contenidos vinculados al Fútbol Club Barcelona: directos, *piezas*, etc. Pero también hay tiempo para el Espanyol: *colas* y *total* del día y *pieza* con la crónica del partido de la víspera frente al Rayo Vallecano. Sin olvidar la información sobre el eterno rival, en este caso el Real Madrid: unas *colas* sobre la lesión de Cristiano Ronaldo –noticia desfavorable para los intereses blancos¹⁹–.

Aunque en *ESPN* la parcela futbolística dentro de sus espacios es más reducida, el editor maneja un criterio muy parecido: Real Madrid y Fútbol Club Barcelona son los elegidos casi siempre.

Nuestro público es sobre todo latinoamericano y sigue a los grandes equipos europeos de fútbol. Temas importantes para los seguidores españoles pasan a un segundo plano en el programa. Real Madrid, Barcelona, Manchester United o Bayern de Múnich, despiertan más atención en momentos puntuales que los triunfos de otros equipos como el Atlético de Madrid, por ejemplo.

(Manuel Martín, *ESPN*)

A partir de ahí, hay que valorar las circunstancias excepcionales que llevan a un equipo a formar parte de la selección editorial, e incluso a encabezarla.

¹⁸ <http://youtu.be/LMp3lfuVRGw>

¹⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=RAPAIVLKU5Q>

5.2.2 La selección española

La selección española de fútbol recoge el testigo del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona cuando paran las competiciones de clubes: la Liga, la Liga de Campeones y la Copa del Rey. La supremacía de la selección, en términos de prioridad y tiempo dentro de los espacios deportivos, es igual de aplastante. De la duración total puede monopolizar porcentajes por encima del cincuenta por ciento. Por ejemplo, todos los espacios deportivos de los informativos abren con la victoria que certifica la clasificación de España para el Mundial de 2014 y le dedican la mayor parte de su tiempo²⁰.

En los últimos años, gracias a los éxitos cosechados de manera consecutiva –dos Eurocopas (2008 y 2012) y un Mundial (2010)–, cuando disputa un gran campeonato o incluso un partido de clasificación, la selección se sitúa a la altura del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, también por una coyuntura evidente: cuando juega la selección quedan aplazadas las competiciones de clubes. Los focos de atención disminuyen. Los editores se concentran en la selección española y en su próximo rival, también en las selecciones con jugadores del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, fundamentalmente. Por ejemplo, después de los contenidos sobre la selección española, el programa deportivo *Jugones*, de *La Sexta*, incluye una *pieza* sobre la actuación de Karim Benzema con Francia y un análisis del comentarista y otra *pieza* más en la que aparecen varios nombres asociados de alguna u otra forma con el Real Madrid en particular y con el fútbol español en general –el turco-alemán Mesut Özil era jugador del Real Madrid; el holandés Arjen Robben, ex jugador; el también holandés Wesley Sneijder, ex jugador; el polaco Robert Lewandosky, posible fichaje del Real Madrid; el italiano Fabio Capello, ex entrenador del Real Madrid; Cristiano Ronaldo, jugador del Real Madrid²¹–.

En la rutina diaria, con las competiciones de clubes en marcha, hay que hablar de muchos más asuntos: del Madrid y del Barça, pero también de sus rivales, y del Atlético de Madrid, el Valencia, el Sevilla, etc. En cambio, cuando

²⁰ <http://youtu.be/XpjQpgymSol>

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=xgNj7qyqmUY>

juega la selección el editor lo tiene claro. Ya sea un encuentro oficial o amistoso, o si simplemente está preparando una competición –Mundial, Eurocopa o Copa Confederaciones–, es el indiscutible plato fuerte de su espacio deportivo.

Aunque sería fácil hacer valer los dos triunfos históricos de la “Roja” para alcanzar el récord de audiencia televisiva, no es menos cierto que basta con mirar los datos registrados por el equipo español, incluso en los años en los que el tópico futbolístico decía que nunca pasaba de la fase de cuartos de final, para observar que el fútbol y la selección despiertan cada vez más interés entre los seguidores, ya sea en los estadios donde juega o ante la pantalla de un televisor. (Martín, 2011: 117)

Los telespectadores españoles se decantan por el fútbol. Pero a falta de Liga, Liga de Campeones y/o Copa del Rey, buena es la selección. Además, en los últimos tiempos se ha convertido en la mejor del planeta porque casi siempre gana. Eso es algo que gusta a todo el mundo.

5.3 Otros contenidos estrella: el reclamo puntual de las victorias

5.3.1 Deporte colectivo

Hay vida, en este caso información deportiva, más allá del fútbol, más allá del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y la selección española. Por suerte, el deporte español está en el mejor momento de su historia. España es una potencia de primer orden en este ámbito. A la audiencia, si algo le atrae aparte del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona o el combinado nacional, son las victorias españolas. Aunque hay que precisar que la presencia de estos éxitos en los espacios deportivos de los informativos tiene carácter totalmente puntual. No se ha computado dicha presencia de manera cuantitativa porque los porcentajes de estos contenidos en comparación con los futbolísticos anteriormente reseñados son ínfimos, debido precisamente a su condición de

elementos esporádicos. Se aporta, pues, un análisis de contenido, en este caso, cualitativo que, no por ello, deja de tener valor, ya que pone de manifiesto todas y cada una de las situaciones en las que las victorias del deporte español se hacen un hueco en los espacios deportivos de los informativos de la televisión.

Por el grado de interés que despierta, después de la selección de fútbol aparece la de baloncesto. No se trata de la omnipresencia de la primera, ni mucho menos. La de baloncesto solo tiene cabida en los espacios deportivos cuando disputa los Juegos Olímpicos, el Mundial o el Europeo, y durante la breve preparación previa para estos torneos siempre a finales de verano, cuando las competiciones futbolísticas importantes no han empezado o acaban de hacerlo. Es resumen, su presencia es puntual durante los meses de agosto y septiembre.

En el siglo XXI la selección de baloncesto se ha erigido en una de las mejores del mundo. La famosa generación de los *juniors de oro*, en la que figuran Pau Gasol, Juan Carlos Navarro, Felipe Reyes, etc., conquistó el Mundial Juvenil en 1998, de ahí su denominación. Luego vendría el oro en el Mundial del 2006 en Japón, las dos medallas de plata en los Juegos de Pekín en 2008 y Londres en 2012 y los dos oros consecutivos en los europeos de 2009 y 2011. En definitiva, estos *juniors de oro*, ahora apodados *ÑBA*, se hacen un hueco cuando entran en acción en todos los espacios deportivos. El telespectador sabe que es una apuesta infalible, que jugará la final casi con toda seguridad y que es favorita para ganarla, excepto cuando se enfrenta a Estados Unidos. A pesar de obtener tan solo la medalla de bronce en el último Campeonato de Europa celebrado en septiembre de 2013, la selección española de baloncesto está presente en los espacios deportivos de todos los informativos emitidos al día siguiente de la disputa del encuentro por el tercer y cuarto puesto. Por ejemplo, en la sección deportiva del informativo de TVE1, con una *pieza* precedida de unas *colas*; en el bloque deportivo del informativo de Telecinco, con unas *colas* y unos *totales*²².

²² <http://youtu.be/d2Y3UnDc-9Y>

En el siguiente peldaño se encuentra el equipo español de *Copa Davis* de tenis, la selección de balonmano, la de fútbol sala, etc. El editor las incluye en su espacio solo cuando obtienen buenos resultados en los campeonatos internacionales más importantes. Por ejemplo, los espacios deportivos de todos los informativos abren con la victoria de la selección española de balonmano en el Mundial celebrado en España en enero de 2013. La sección deportiva del informativo de *TVE1* lo antepone en la imagen del día y, después de la información de última hora sobre la *Operación Puerto* contra el dopaje, inserta una *pieza* con las imágenes de la final y de la consiguiente celebración. El programa *Deportes Cuatro* lo introduce en el sumario como uno de los temas más destacados. Posteriormente, en la parte final, dentro de la sección de *polideportivo*, también inserta una *pieza* con las imágenes de la celebración. Por último, el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* también lo usa como asunto de apertura, con la imagen del día y la primera *pieza*²³.

Lo mismo ocurre con las selecciones españolas de otros deportes que compiten en los Juegos Olímpicos, mundiales o europeos: natación –waterpolo, sincronizada, etc.–, hockey sobre hierba, voleibol, vóley-playa, etc. Reciben cobertura en los espacios deportivos en la medida en que se acercan a la consecución de una medalla. Si acaban obteniéndola, en muchos casos se convierten automáticamente en el tema de apertura del espacio. Por ejemplo, después de conseguir varias medallas en el Mundial celebrado en Barcelona en el verano de 2013, la selección de natación merece una *pieza* precedida por una ráfaga en la sección deportiva del informativo de *TVE1* y unas *colas* en el bloque deportivo de *Telecinco*. En ambos casos se destaca la consecución del oro por parte de la selección de waterpolo²⁴.

²³ <http://youtu.be/sBpMgT0udtw>

²⁴ <http://youtu.be/yxJGfBGjoXk>

5.3.2 Deporte individual

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 figuras nacionales en otras modalidades, como el tenista Rafael Nadal, el piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso, el jugador de baloncesto de la NBA Pau Gasol o el ciclista Alberto Contador. Estos deportistas se convierten en ídolos y son capaces de movilizar y animar al público a buscar información y demandar opinión o análisis de una materia no balompédica.

(Fernández, 2007: 335 y 336)

Los triunfos de Rafael Nadal en los torneos de *Grand Slam* y en los *Masters 1000*²⁵ abren todos los espacios deportivos, también las victorias y los podios de Fernando Alonso en el Mundial de Fórmula Uno y de los pilotos españoles en todas las categorías del Mundial de Motociclismo, las gestas de Alberto Contador, Alejandro Valverde y Joaquín “Purito” Rodríguez o la victoria de cualquier ciclista español en las grandes carreras, los anillos como campeón de la NBA de Pau Gasol, etc. Además, siempre están presentes las actuaciones estelares en la mejor liga del mundo de baloncesto de su hermano Marc, de Ricky Rubio, José Manuel Calderón o Víctor Claver. Sin olvidar los éxitos de los golfistas españoles: José María Olazábal, Miguel Ángel Jiménez, Sergio García, etc. Por ejemplo, en *Deportes Cuatro*, la octava victoria de Rafael Nadal en *Roland Garros* se convierte en el asunto cabecero. En la sección deportiva del informativo de TVE1, Marc Márquez, campeón del mundo de motociclismo, es el protagonista de las primeras colas. También Nadal y “Purito” Rodríguez, sendos números uno de la temporada en tenis y ciclismo, acaparan la imagen del día²⁶.

²⁵ Los torneos de *Grand Slam* son las más importantes a nivel mundial en el tenis: *Open de Australia*, *Roland Garros* en Francia, *Wimbledon* en Inglaterra y *Open de Estados Unidos*. Los *Masters 1000* les siguen en relevancia y repercusión: *Indian Wells*, Miami y Cincinnati en Estados Unidos, Montecarlo en Francia, Madrid en España, Roma en Italia, Montreal o Toronto en Canadá, Shanghai en China y París en Francia. La gran final del circuito que conforman estos nueve *Masters 1000* se disputa en Londres, con los ocho mejores tenistas del *ranking*.

²⁶ <http://youtu.be/v2FFJf6L5Dk>

Durante los Juegos Olímpicos, al igual que ocurre con los combinados nacionales, los deportistas individuales de las modalidades minoritarias también forman parte de la selección del editor en tanto en cuanto se van acercando al podio. Las medallas de la nadadora Mireia Belmonte, del piragüista David Cal o del triatleta Javier Gómez Noya, entre otros, también pueden ser el primer tema del espacio. Los Juegos Olímpicos se celebran en pleno verano, habitualmente en agosto, época de pretemporada en el fútbol. Esta circunstancia, además de la propia trascendencia que hoy en día han alcanzado los Juegos, facilita la presencia de los logros de estos deportes menos populares en los espacios deportivos. Para ejemplificarlo, se ha extraído un caso correspondiente a 2012, año de celebración de la última competición olímpica. Así, el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* abre con la medalla de oro de Marina Alabau en windsurf y la plata de Javier Gómez Noya en triatlón: lo introduce en la imagen del día y lo desarrolla en la primera *pieza*²⁷.

5.3.3 Estrellas dentro y fuera de la cancha

Rafael Nadal, Fernando Alonso, Pau Gasol, el piloto del Mundial de Motociclismo Jorge Lorenzo, Alberto Contador, Sergio García y el resto de los grandes nombres del deporte español, junto a todas las estrellas internacionales –el golfista estadounidense Tiger Woods, el ciclista británico Chris Fromm, el piloto italiano del Mundial de Motociclismo Valentino Rossi, el jugador estadounidense de la NBA Lebron James, el piloto alemán de Fórmula Uno Sebastian Vettel, el tenista serbio Novak Djokovic, etc.– y, por supuesto, todos y cada uno de los futbolistas de renombre, no solo tienen cabida en los espacios deportivos cuando consiguen una victoria, se lesionan o aparecen como imagen de una marca comercial. Cualquier información relacionada con su vida personal es noticia.

²⁷ <http://youtu.be/VoD9VRwFYIo>

Estas figuras deportivas son seguidas desde varios aspectos, un lado humano, un lado deportivo y sus implicaciones en otros temas, como pueden ser el publicitario, el empresarial o el intelectual. La figura deportiva se convierte, enseguida, en un foco de atracción que se explota desde los medios de comunicación social. (Alcoba, 1980: 115)

Los deportes más populares han adquirido tal dimensión que los mejores deportistas se han convertido en ídolos. El gran público quiere saberlo todo sobre ellos. Por ejemplo, en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* se muestra, en el *pantallón* de su plató, una fotografía del portero del Fútbol Club Barcelona, Víctor Valdés, con su hija recién nacida, y otra con la imagen de Cesc Fábregas, también jugador azulgrana, en pleno baño íntimo²⁸.

5.4 Derechos audiovisuales

El editor también ha de ser consciente de los derechos audiovisuales que posee su cadena. Debe procurar la convivencia adecuada entre la siempre presente y dominante información sobre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona y la relativa a las competiciones deportivas cuyos derechos están en sus manos. Los espacios deportivos de los informativos son el lugar idóneo para promocionar, para crear las más altas expectativas con infinidad de contenidos, en definitiva para “vender” por todo lo alto las transmisiones de estas competiciones que a la postre otorgan a las cadenas los réditos de audiencia que procuran su beneficio.

²⁸ <http://youtu.be/DF64vPXYfdI>

Cadena	TVE1	Antena 3	Cuatro	Telecinco	La Sexta
Derechos	-Liga de Campeones -ACB -Euroliga -Masters ATP -Tour de Francia, Vuelta a España y Mundial de Ciclismo -JJOO	-Fórmula Uno	-Primera División -Roland Garros -Eurobasket -Mundobasket	-Copa del Mundo -Eurocopa -Partidos de clasificación -Europa League -Mundial de Motociclismo -Roland Garros	-Segunda División

Tabla 9. Distribución de los derechos de emisión de las competiciones más importantes (2013) –elaboración propia–

Efectivamente, la enorme trascendencia de los contenidos deportivos tanto en las mediciones de audiencia como en la cuenta de ingresos publicitarios condiciona en muchas ocasiones la selección y la ordenación que se haga de las noticias en los programas. En los telediarios, el orden de las noticias difiere notablemente según de la cadena de la que estemos hablando. Al margen de lo que ocurre en la jornada de liga, que suele aparecer casi sin excepción en primer lugar, en cambio, los triunfos importantes de deportistas procedentes de modalidades y competiciones pueden quedar relegados aun plano lejano o casi imperceptible si no existe de por medio un vínculo comercial entre ese contenido y la cadena que lo ha emitido en exclusiva. De esta forma, la cadena televisiva que emite una competición, le otorgará un espacio preferente, mientras que aquella que no posee los derechos sobre la misma, por muy importante que sea y por muy relevante que pueda ser la noticia, le dará un rango menor, primero en lo que respecta al tiempo dedicado y luego en cuanto a la colocación de la noticia, al tratarse de un hecho informativo que ha sido contado previamente en directo por una cadena de la competencia.

(Fernández, 2012: 308 y 309)

La tenencia de los derechos de emisión no se materializa en una presencia diaria y preponderante de estos deportes como sí la tienen garantizada el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Influyen sobremanera la entidad de la competición y el resultado que obtengan los participantes españoles.

En TVE1 la Liga de Campeones tiene un papel primordial en sus secciones deportivas desde el domingo hasta el jueves. En primer lugar porque se trata de fútbol y de una de las competiciones más importantes a nivel continental y mundial. En segundo lugar porque casi siempre la juegan el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona –en la temporada 2013-2014, también el Atlético de Madrid–. El domingo los equipos ya preparan el encuentro que juegan el martes o el miércoles. Además, en el espacio deportivo de ese día se incluyen las imágenes de los partidos que sus rivales han disputado en sus respectivas ligas domésticas. El lunes, el martes, el miércoles y el jueves, sus espacios son prácticamente monográficos de la Liga de Campeones con las previas, los resúmenes y todos los detalles y las declaraciones de los partidos del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el resto de participantes españoles, incluidos, por supuesto, los goles y los mejores momentos de los demás encuentros sin representación española que se disputan o se han disputado. Para ilustrarlo, sirven como referencia las secciones deportivas del informativo de TVE1 del lunes día veintiuno de octubre de 2013 y del día siguiente. El espacio del lunes dedica a la Liga de Campeones 6'38" de los 11'15" que dura; el del martes, 8'40" de un total de 10'20"²⁹.

La Liga ACB³⁰ de baloncesto tiene presencia testimonial el domingo y el lunes en la parte baja de la escaleta para enseñar y contar sucintamente lo que ha pasado en los encuentros de la jornada. También puede añadirse un montaje con las tres, cinco o diez mejores jugadas, según el tiempo disponible³¹. Las eliminatorias de la Copa del Rey y de los Play Off por el título gozan de mayor atención. Con la *Euroliga* de baloncesto, el editor de los espacios de TVE1 procede de igual modo, pero en este caso con presencia solo el viernes para mostrar lo ocurrido en los partidos del jueves por la noche.

A las actuaciones de los tenistas españoles en los *Masters 1000* de tenis, el editor de las secciones deportivas de los informativos de TVE1 siempre les deja un hueco. A medida que avanzan rondas y se acercan a la final, el sitio

²⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=2DblylW6bjY>

³⁰ La ACB o Asociación de Clubes de Baloncesto es el organismo constituido por los clubes españoles profesionales de baloncesto. Se encarga de la organización de las dos competiciones nacionales de más alto nivel, la denominada Liga ACB y la Copa del Rey.

³¹ http://youtu.be/ALK_as5v0LA

reservado crece y sube peldaños en la escaleta. Si se trata de Nadal y además conquista el torneo, el editor puede llegar a darle una tercera parte de su espacio. Por ejemplo, en la sección deportiva del informativo de *TVE1* del nueve de octubre se incluye una *pieza* con las imágenes y la información de los partidos que Rafael Nadal y David Ferrer disputan en el *Masters 1000* de Shanghai³².

En los espacios deportivos de los informativos de *Antena 3*, la información de la Fórmula Uno es una constante. Por descontado que goza de ubicuidad a partir del jueves en las semanas que hay Gran Premio. Además, desde que empiezan los entrenamientos libres hasta la disputa de la carrera, va ganando presencia hasta convertirse, ya el sábado y sobre todo el domingo, en la cuestión principal de sus espacios. Al margen de las semanas de competición, el resto del año cualquier información relativa a la Fórmula Uno en general y a Fernando Alonso en particular entra a formar parte de sus espacios, aunque respetando la primacía del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Así ocurre en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del cuatro de octubre, que incluye un pequeño apartado dedicado a la Fórmula Uno, compuesto por una ráfaga, la entradilla de la presentadora, la crónica de la enviada especial y una *pieza* (se muestra en negro porque el propietario de los derechos impide su libre difusión)³³.

Cuatro transmite –temporada 2013-2014– el partido en abierto de la Primera División o *Liga BBVA*³⁴ –no están incluidos los del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Atlético de Madrid, porque no lo permite el contrato para la explotación de sus derechos audiovisuales–. Estos encuentros se programan para los lunes o los viernes. Los espacios deportivos de las tres de la tarde limitan la promoción a un directo o, en su defecto, a un falso directo con un enviado especial ubicado en el estadio donde se juega, más algún contenido extra –una *pieza* y/o un clip–. Por ejemplo, para “vender” el enfrentamiento entre el Málaga y el Osasuna, *Deportes Cuatro* incluye un falso directo con el enviado especial, en este caso el redactor Matías Prats,

³² <http://youtu.be/dV7ADYxfOV0>

³³ <https://www.youtube.com/watch?v=DI5sqyJGSRk>

³⁴ Recibe el nombre del patrocinador de la competición, el BBVA o Banco Bilbao Vizcaya Argentaria.

acompañado por unas *colas en ventana*³⁵, primero del Málaga, después del Osasuna, en sus respectivos hoteles de concentración. Este falso directo da paso a una *pieza-espectáculo*³⁶.

Cuatro se estrena en 2013 con la transmisión de *Roland Garros*, conquistado por Rafael Nadal. Huelga decir que todos los espacios deportivos de sus informativos, como sucede en *TVE1* con los *Masters*, hacen un seguimiento destacado de las evoluciones de los tenistas españoles, sobre todo del propio Nadal, cobertura que da paso a un monográfico, toda vez que Nadal supera las eliminatorias y gana la final. Idéntica política a la de *Telecinco*, canal que utilizó el *Grupo Mediaset* para transmitir la final en directo.

En *Telecinco*, además, durante la Copa del Mundo, la Eurocopa o cuando hay partidos de clasificación, la información sobre la selección española monopoliza el contenido de sus bloques deportivos. La previa y la crónica de los encuentros de la *Europa League* son de la partida de estos espacios, pero como un contenido más. Con el Mundial de Motociclismo, sus editores actúan de manera muy parecida a como lo hacen los de *Antena 3* con la Fórmula Uno: presencia permanente a lo largo de todo el año cuando hay alguna información al respecto y seguimiento exhaustivo las semanas de carrera –de jueves a domingo en orden creciente–.

En el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* del viernes veinticinco de noviembre, en la víspera del primer “clásico” liguero de la temporada 2013-2014, no se obvia ni la información de la *Europa League* ni la del Mundial de Motociclismo. De la primera se incluyen unas *colas* para mostrar las evoluciones de los equipos españolas. Del segundo, un falso directo de la enviada especial Melissa Jiménez, quien da paso a una *pieza*³⁷.

Los derechos de emisión de la Segunda División o *Liga Adelante*³⁸ –temporada 2013-2014– también repercuten en los programas deportivos de los informativos de *La Sexta*, aunque mínimamente. El editor de *Jugones*

³⁵ En un directo o falso directo *en ventana*, el redactor aparece en un cuadro reducido dentro de la pantalla, de modo que el telespectador puede ver al presentador/es y al redactor al mismo tiempo. A *total* significa que el redactor ocupa la totalidad de la pantalla.

³⁶ https://www.youtube.com/watch?v=G_BC3JZZ7dk

³⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=jdSJrF-geR8>

³⁸ Como en el caso de la Liga BBVA, la *Liga Adelante* también debe su nombre al patrocinio. *Adelante* es el eslogan comercial también del BBVA.

incluye una *pieza* o un análisis de las mejores jugadas, siempre al día siguiente de la disputa de los encuentros de esta competición. Por ejemplo, en el programa del cinco de diciembre inserta una *pieza* con los goles de la jornada de esta competición y otra con las mejores imágenes de los aficionados en la grada durante el derbi canario³⁹.

5.5 Compromiso informativo: el caso de las televisiones públicas

El editor tiene la responsabilidad de elegir la información de acuerdo a los gustos de la audiencia, pero esto no le exime de su compromiso informativo. Si solo les contara las noticias relacionadas con el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, los espectadores quedarían desinformados sobre el resto de la actualidad deportiva. El editor debe saber cuándo la información acerca de otros equipos u otros deportes tiene el suficiente alcance como para compartir espacio e incluso, en determinadas ocasiones, arrebatárselo.

Sí. En España manda el fútbol. Luego el motor –Fórmula Uno y Mundial de Motociclismo–, el baloncesto, el tenis, el ciclismo, el golf, etc. Sin embargo, a muchos aficionados les gustan otros deportes. El editor debe hacer un esfuerzo para no discriminarlos y atender también a estas minorías. No se trata de ponerlos a la altura del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, pero sí de hacerles un hueco cuando la ocasión lo merece, es decir, también ante grandes victorias o noticias importantes.

Eso es una guerra, no sé si perdida, pero en la que tiene todas las de ganar el fútbol. Somos una empresa privada y si no das audiencia te cierran el programa.

Eso no significa que todo dependa de la audiencia. Nosotros hemos abierto con la natación sincronizada, con el balonmano, con la Operación Puerto.

(Rafael Zapatero, *La Sexta*)

En este sentido, los editores de las cadenas públicas están más concienciados. Además, al no depender solamente de los ingresos publicitarios como las cadenas privadas, pueden darle más prioridad a su compromiso

³⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=WB9HZkyVthc>

informativo en detrimento de lo que dictan los índices de audiencia. En TVE1 tienen cabida las victorias y el resto de noticias importantes de casi todas las modalidades deportivas, individuales y colectivas, tanto de invierno como de verano, sin olvidarse de los deportistas paralímpicos, y no necesariamente durante la disputa de los Juegos. Todas estas informaciones tienen que cumplir dos condiciones: que el protagonista sea español y que el hecho en sí tenga cierto alcance e interés. Además, TVE1 también da cobertura y presencia en las secciones deportivas de sus informativos a los actos e iniciativas institucionales del CSD –Consejo Superior de Deportes–, las federaciones u otros organismos ligados al deporte. Cuantitativamente, el 14,6 por ciento de sus espacios deportivos está dedicado a la información sobre otros deportes distintos al fútbol, un porcentaje cercano al 19 que atesoran el Real Madrid o el Fútbol Club Barcelona. De esta forma, la sección deportiva del informativo de TVE1 del viernes veinticinco de noviembre, en la víspera del “clásico” liguero, no ningunea la información polideportiva. Incluye unas *colas* y un *total* de Rafael Nadal y a continuación una *pieza* con imágenes de Fórmula Uno, del Mundial de Motociclismo, de la *Euroliga* de baloncesto y de un partido de la selección española femenina de balonmano⁴⁰.

No se puede dar la espalda a la audiencia, porque si hacemos televisión es para que nos miren. Pero desde el punto de vista de una televisión pública, está claro que no todo vale para ganar público. Infinidad de reportajes de deportes minoritarios nunca se emitirían si solo tuviésemos en cuenta los índices de audiencia. (Enrique López, TV3)

TV3 y Telemadrid y el resto de cadenas autonómicas que, como TVE1, son de titularidad pública, también se deben en mayor medida al servicio que en teoría se les exige. Empezando por el fútbol, más allá del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, equipos de Primera División como el Espanyol –de Catalunya– o como el Rayo Vallecano y el Getafe –de Madrid– no tendrían ninguna cobertura televisiva de no ser por el compromiso informativo de TV3 y Telemadrid. Lo mismo ocurre con los conjuntos que juegan en la Segunda

⁴⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=1wjo9bd414c>

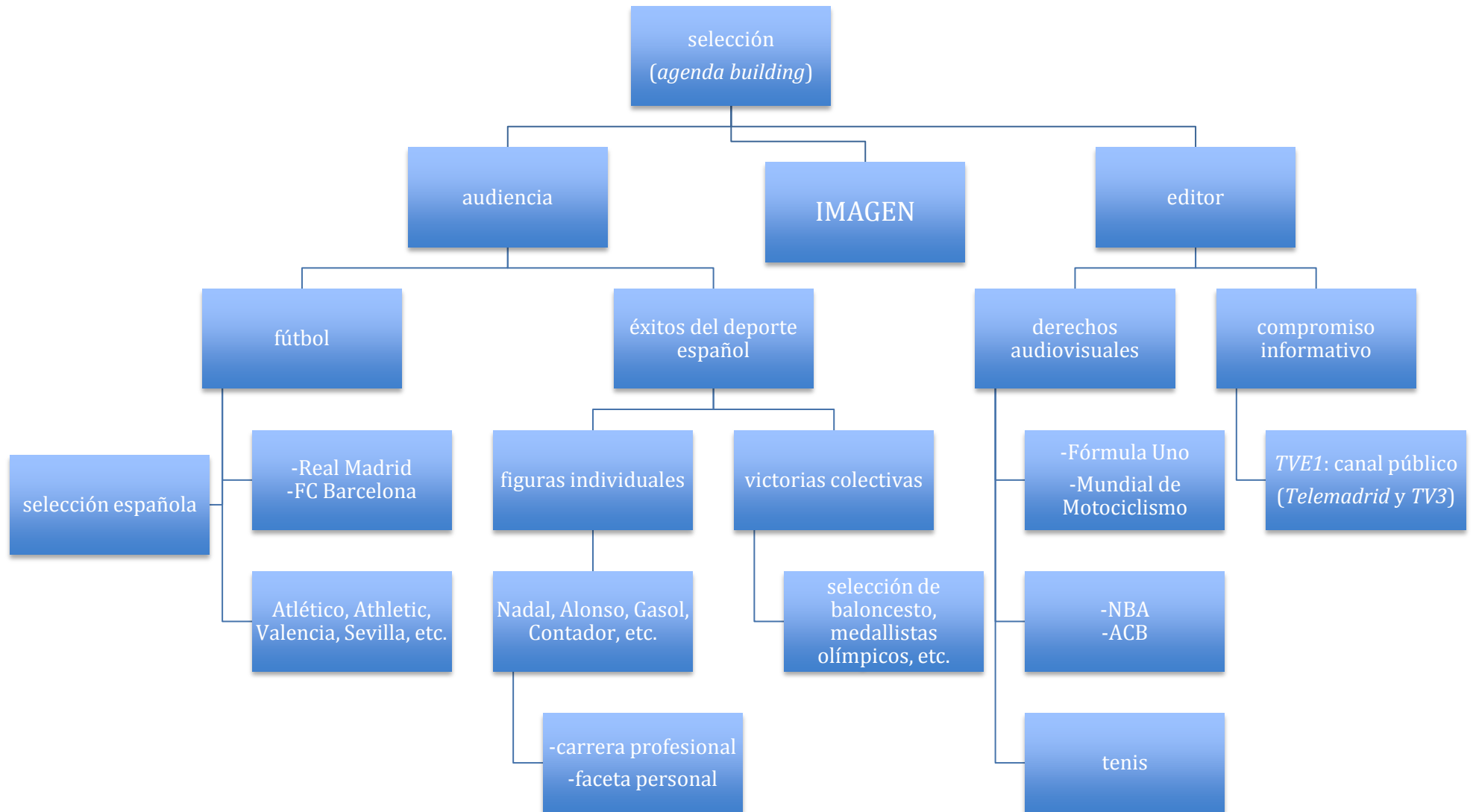
División, incluso Segunda B, o con los demás deportes y deportistas individuales pertenecientes a estas regiones y que, por supuesto, también pueden llegar a interesar a los telespectadores de Catalunya o Madrid. Sin la especial atención que sobre ellos ponen estos medios autonómicos quedarían huérfanos de un escaparate donde ensalzar sus logros y promocionar sus valores.

5.6 La imagen

Es el nuevo orden social. Las palabras o los textos no valen tanto como las imágenes. (Orrantia, 2014: 108)

El elemento que condiciona todos y cada uno de los factores implicados en la elección del editor de los espacios deportivos de los informativos es, como no podía ser de otra manera tratándose del medio televisivo, la imagen. A la hora de elegir aquello que entra a formar parte del espacio deportivo del informativo, el editor valora por encima de todo el potencial de la imagen. Para cualquier editor la imagen de un accidente espectacular del Mundial de Rally ocupa un lugar destacado, antes que una declaración anodina de Leo Messi o el último gol de Cristiano Ronaldo. Ahora bien, si el gol de Cristiano es de chilena y Messi afirma que se quiere ir del Fútbol Club Barcelona, todo cambia. El accidente posiblemente también tenga sitio, pero más abajo. La estructuración se complica si el canal de televisión, además, posee los derechos de emisión del Mundial de Rally. En definitiva, las disyuntivas son ilimitadas. Las tres imágenes: el gol de Cristiano, las palabras de Messi y el accidente del Mundial de Rally, están en el punto de mira del editor. Las tres tienen cabida en su espacio deportivo... de muchas maneras. Hay que establecer un orden lógico, con el adecuado criterio periodístico. Ordenación, en el proceso de la edición, significa hacer la escaleta: la función más importante del editor.

5.7 Resumen esquemático del capítulo 5



6. La escaleta

6.1 Definición

Así la describe el Diccionario de la Real Academia.

El texto en que se expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un film o de un programa de radio o televisión.

Juan Ignacio Sastrón adapta este enunciado al ámbito profesional televisivo, mas de modo genérico. Ya introduce la figura del editor.

Se trata de un documento que elabora el editor, donde se refleja toda la información necesaria para la realización y producción del informativo. En este se pueden ver los tiempos dedicados a cada noticia, el momento donde entra cada tema y el formato de estos. Directo, colas, pieza, etc.
(Sastrón, 2011: 16)

La definición específica del término escaleta en el contexto de los espacios deportivos de los informativos queda de la siguiente forma: **La relación ordenada de la información audiovisual que el editor selecciona y convierte en contenido del espacio deportivo de un informativo, en la que también figuran las indicaciones técnicas oportunas –denominación, formato, tiempo, redactor, etc.– para la correcta elaboración y posterior emisión de esos contenidos.**

En cuatro palabras: la escaleta es la **ordenación de la selección**. Se construye en función de la duración asignada, con una hora de entrada y de salida; de la publicidad incluida dentro del espacio; del orden de los contenidos; y del formato asignado a los contenidos.

6.2 El contenido de la escaleta: parámetros

6.2.1 Tiempo

a) Duración total, hora de entrada y hora de salida

A estas alturas del proceso de la edición, el editor se ha hecho una composición de lugar: se ha empapado de la actualidad deportiva y de lo que lleva ese día la competencia; ha organizado y coordinado las coberturas informativas; ha repasado todas las fuentes; ha encomendado al departamento de producción la obtención del material audiovisual que le falta; y lo ha examinado, valorado y seleccionado. Todo, sabiendo cuánto tiene que durar su espacio. Porque desde que se pone manos a la obra, el hecho de disponer de más o menos tiempo marca de modo definitivo su toma de decisiones: a la hora de conferirle un formato y/o estilo genérico al espacio; de contar con uno o dos presentadores y de otorgarles más o menos protagonismo; de elegir e incluir más o menos contenidos, darles más o menos presencia o asignarles uno u otro formato; de recurrir o no a las intervenciones en pantalla de los redactores, etc.

Ninguno de los editores consultados lo reseña en su lista de actividades diarias pues la duración total, así como la hora exacta de entrada y de salida, suele ser la misma todos los días. Se la saben de memoria. No obstante, todos sin excepción, en cuanto llegan a la redacción, antes de concentrarse en la elaboración de la escaleta, confirman las tres: duración, hora de entrada y hora de salida, ya que también con mucha frecuencia hay pequeñas oscilaciones.

b) ¿Tiempos? Llamada a continuidad

Para cerciorarse de si su espacio dura lo mismo que ayer o existe alguna variación en las horas de entrada y de salida, el editor se pone en contacto con el departamento de continuidad⁴¹. El responsable del mismo le comunica los tres datos fundamentales, tres registros sexagesimales que no dejan de ser una previsión sujeta a multitud de posibles variaciones a lo largo de la jornada, ligeras o drásticas, para bien o para mal, es decir, para ganar tiempo o para perderlo, para entrar antes o después de la hora prevista.

c) Veinte segundos de cortesía

Lo más habitual es que las previsiones se mantengan y que el espacio deportivo entre a su hora, dure el tiempo preestablecido y termine también a su hora, pero ninguna de las tres se cumple de manera exacta. Siempre se producen pequeñas desviaciones de unos cuantos segundos, veinte como máximo. El editor debe saber que este es el margen que tácitamente le concede el responsable de continuidad. Generalmente son veinte segundos de más porque cualquier espacio televisivo que se emite en directo, también los de información deportiva, tiende a acumular tiempo de demora. Solo con los *coleos*⁴² de los contenidos ya se suman segundos extra. A partir de los veinte estaría causando un retraso y, por consiguiente, un perjuicio en el correcto y puntual desarrollo de la programación de la cadena.

⁴¹ La función del departamento de continuidad es emitir una señal ininterrumpida durante las veinticuatro horas del día. Para ello, planifica con exactitud las duraciones y las horas de entrada y de salida de todos los espacios programados, incluida la publicidad, conformando un cuadrante que los editores de todos estos espacios deben respetar. Además de organizar el cuadrante por duraciones y horas, ubica los bloques de publicidad y establece la duración de los mismos; también ejecuta la pauta única –el guión que determina la inserción publicitaria en todos los canales del mismo grupo a la misma hora–; monitoriza y vigila la emisión; ante cualquier eventualidad, actúa para evitar que la señal se vaya a negro, lanzando un bloque de publicidad o un programa alternativo preparado para tal efecto.

⁴² El *coleo* es el margen, de al menos dos segundos desde que se da por finalizado cualquier contenido, durante el cual se alarga la imagen y que el realizador utiliza para *llevarse* o cortarlo, es decir, sacarlo de la emisión.

d) Casos eventuales extradeportivos

De manera excepcional, las previsiones de duración, de hora de entrada y hora de salida, pueden verse alteradas radicalmente. Hay que recordar que los espacios deportivos se emiten a continuación del informativo. En cuanto se produce, justo antes o durante, una noticia extraordinaria, como un atentado o una catástrofe natural, el informativo se alarga de modo inevitable por un tiempo determinado o indefinidamente, dependiendo del alcance de la noticia. En el primer supuesto, la duración del espacio deportivo queda reducida, a no ser que el responsable de continuidad decida restarle tiempo a otro contenido ulterior. En el segundo, el espacio deportivo puede llegar a ser suprimido. Se trata de una medida extrema que solo se toma en casos verdaderamente excepcionales.

Para negociar tanto las pequeñas variaciones rutinarias como estas últimas, el editor debe intentar que su relación con el responsable de continuidad sea lo más cordial posible. El editor casi siempre va a tener que ganar tiempo. Como se ha dicho, su espacio se emite en directo, circunstancia que provoca una demora temporal inevitable.

e) Casos eventuales deportivos

Además, en plena temporada la actualidad deportiva suele ir bastante cargada de información. A lo que hay que unir que durante la mañana pueden surgir noticias e imágenes nuevas que no se contemplaron en la escaleta inicial y que incrementan la duración. También de vez en cuando acaecen *sucesos deportivos* inopinados y trascendentes que obligan al editor a dilatar su espacio. En todas estas situaciones el editor debe negociar y llegar a un acuerdo con el responsable de continuidad. La comunicación entre ambos debe ser constante a lo largo de toda la mañana y también durante la emisión del espacio. El editor debe notificarle casi al instante cualquier anomalía que afecte a la duración, a la hora de entrada y/o a la de salida. El responsable de continuidad debe hacer lo propio. Ambos deben avisar al otro cuanto antes para que pueda reaccionar a tiempo. Por ejemplo, si el Real Madrid hace oficial el fichaje de Gareth Bale a las doce y media del mediodía, tres horas antes del

inicio del espacio deportivo, el editor debe llamar inmediatamente al responsable de continuidad para solicitar más tiempo. Y al contrario. Si por desgracia se produce un grave terremoto del que el informativo tiene que dar cuenta con detalle, es el responsable de continuidad quien avisa al editor de deportes para comunicarle que le quita tiempo y que aplaza su hora de entrada. Durante la emisión mantienen esta comunicación. Si falla una de las conexiones en directo desde el Estadio Santiago Bernabéu que pretendía informar del fichaje de Gareth Bale y para la que se había estipulado una duración de dos minutos, al editor le quedan dos opciones: alargar el resto de contenidos para compensar esa pérdida o contactar con el responsable de continuidad para buscar entre ambos la solución adecuada. Si llega la imagen de Bale en el reconocimiento médico con la que no se contaba en un principio, el editor vuelve a tener dos alternativas: arreglarlo por su cuenta limando tiempo a otros contenidos de su espacio o solicitar unos segundos extra al responsable de continuidad. Esta segunda opción siempre debe ser el último recurso. El editor debe ser capaz por sí solo de gestionar y solucionar casi todas las eventualidades, sin alterar las asignaciones de continuidad: duración, hora de entrada y/o hora de salida.

f) Margen de seguridad

Más allá de las noticias extraordinarias de última hora que modifican abruptamente la duración de los espacios deportivos, en la rutina diaria el editor se enfrenta asiduamente a la suma de pequeñas cantidades de tiempo: segundos y segundos que pueden acabar convirtiéndose en uno o más minutos.

Para empezar, la emisión en directo acarrea pequeñas pero constantes pérdidas de tiempo, por mucho que el editor trate de evitarlo: los *coleos* de imagen de los contenidos; las entradillas de los presentadores que, en pantalla, difieren en unos segundos de más con respecto al texto inicial; las *piezas* de los redactores, que tienden a quedarse largos antes que cortos; los directos, cuya duración es difícil estimar con exactitud y que casi siempre se dilata, etc. Además, lo normal es que a lo largo de la mañana surjan noticias e imágenes de interés a las que hay que hacerles un hueco.

En el primer diseño de su escaleta el editor debe contemplar un margen de tiempo suficiente para compensar estos añadidos inexorables. Si el responsable de continuidad le concede “x” minutos, él prepara una escaleta de “x” minutos menos veinte segundos, por ejemplo. El tiempo asignado a este margen de seguridad depende de la duración total del espacio: a mayor duración, mayor margen de seguridad. Se puede hablar de un margen aconsejable de entre veinte y treinta segundos para los espacios deportivos que duran entre cinco y diez minutos; de entre treinta y cuarenta segundos para los que están entre los diez y los quince minutos; y de márgenes cercanos al minuto para los que rondan o superan los veinte minutos.

Cadena	Telecinco	TVE1 Antena 3	Cuatro La Sexta
Duración del espacio	5'	10'	>20'
Margen de seguridad en la escaleta	20"	30"	60"

Tabla 10. Correspondencia entre la duración de los espacios y el margen de seguridad –elaboración propia–

6.2.2 Publicidad: contenido fijo

Después de establecer y tener controlados todos los parámetros temporales que afectan directa e indirectamente a su espacio deportivo, el editor contempla la mejor alternativa posible, si es que le dan opción a ello, para insertar la publicidad que hay prescrita para ese mismo espacio.

Aparte de hacer la escaleta, tiene que controlar el tiempo. Esto es esencial.

Además, insertar la publicidad para conseguir un conjunto atractivo.

(Juan Antonio Paredero, Antena 3)

Las marcas comerciales han visto el filón que los espacios deportivos de los informativos suponen para la difusión de sus mensajes publicitarios. Solo les ofrecen ventajas: elevada audiencia, público de perfil definido, entorno de credibilidad óptimo por su proximidad al informativo previo y asociación o

vinculación directa con los excelsos valores de la actividad deportiva –esfuerzo, superación, éxito, etc.–. Según su idiosincrasia, el espacio se presta en mayor o menor medida a la inserción de los distintos formatos publicitarios. Así, en la sección deportiva del informativo de *TVE1* no hay posibilidad alguna de introducirlos –en septiembre de 2009 entró en vigor la ley que elimina definitivamente la publicidad de todos los canales de la *Corporación de Radio y Televisión Española*–. *Deportes Cuatro*, en el extremo opuesto, los admite todos.

a) Continuidad de nuevo al habla

El editor y el responsable de continuidad no hablan solamente de duraciones, horas de entrada y/o de salida. También lo hacen sobre el contenido publicitario. Hay que recordar que el departamento de continuidad también ubica la publicidad en toda la programación, tanto los bloques de varios minutos que separan los distintos espacios o los cortes dentro de estos, como los pequeños formatos publicitarios que se insertan en ellos como un contenido más. El responsable de continuidad le pasa al editor la pauta publicitaria, donde figura el contenido publicitario de su espacio, con todos los datos de la inserción, fundamentalmente la marca, el formato, la franja horaria y la duración.

b) Primero la publicidad; después el resto

Según los términos del contrato entre el anunciante y la cadena, el editor tiene más o menos libertad para posicionar el contenido publicitario en su escaleta. Si la pauta, aparte de la marca y el formato, también fija la franja horaria o el contenido al que debe ir asociada la publicidad, al editor le queda poco margen de maniobra. En cambio, si solo hace hincapié en el formato y deja libertad para poder situarla en cualquier lugar de la escaleta, el rol de editor vuelve a entrar en juego. En ambos casos, antes de ponerse a rellenar su escaleta con el resto de contenidos, debe prestar atención a las órdenes de la pauta publicitaria y consignar sus indicaciones. Un olvido en este sentido representa el incumplimiento de un contrato publicitario con una marca y la inmensa

mayoría de las cadenas de televisión, todas menos las públicas, subsisten gracias a los ingresos que les reporta la publicidad.

A nivel de contenido, el papel que representa la publicidad dentro del espacio deportivo también es determinante por el tiempo que absorbe y porque sus distintos formatos condicionan en mayor o menor grado al resto de contenidos. El editor lo sabe. Al conformar la escaleta debe tratarla como un contenido más e incorporarla de tal manera que el conjunto resulte armonioso.

El editor termina convertido en un experto gestor publicitario. Repasando los distintos formatos, se observa su intervención directa en la coordinación de todo el proceso que transforma una pauta escrita en una aparición publicitaria en pantalla.

c) Formatos publicitarios

El editor debe conocerlos y manejarlos con soltura para posicionar la publicidad en el lugar más conveniente de la escaleta. A él le llegan terminados, listos para la emisión.

c.1) *Spots*

Es un anuncio completo e idéntico al que se emite en los bloques publicitarios que jalonan la programación. Suele durar los veinte segundos de rigor estipulados. El editor solo tiene que situarlo donde señala la pauta o buscarle el lugar propicio en la escaleta, en pos de integrarlo coherentemente con los demás contenidos. El objetivo es que no rompa el ritmo narrativo del espacio. Aparece en *Deportes Cuatro*, generalmente en los primeros compases, después de la cabecera y antes de la primera intervención de los presentadores, y/o en la parte final; también, aunque puntualmente, en los bloques deportivos de *Antena 3*, como en el del tres de octubre. La presentadora, Ainhona Arbizu, introduce la información acerca del tenis a modo de cebo. A continuación da paso sutilmente al *spot*. A la finalización de este, como si nada hubiera pasado, acomete las *colas* anunciadas previamente con

las que el espacio se da por concluido⁴³.

c.2) Menciones o *Telepromociones*

Actualmente los anunciantes se decantan por este formato, en el que cobra protagonismo la figura del presentador/es. Estos se encargan de contar el mensaje publicitario directamente a cámara como una entradilla más, pero con un tono enfático adaptado para la ocasión y reforzado con apoyo gráfico: *faldones* e imágenes en el *videowall*⁴⁴ o el *pantallón*. *Deportes Cuatro* vuelve a llevar la voz cantante.

Además de integrar la publicidad, la presenta de una forma original y dinámica, debido en parte a que las dotes comunicativas de los presentadores atraen a los espectadores (...). Esto, junto a la experiencia radiofónica de Manolo Lama y Manuel Carreño, los convierte en unos profesionales muy atractivos e interesantes para protagonizar ciertas piezas publicitarias menos invasivas durante el programa, haciendo que la audiencia no sienta la necesidad de huir a otros canales.

(Fernández, 2012: 148)

El resto de espacios deportivos han copiado el método. Mejor dicho, los anunciantes les han obligado a adoptarlo. En cualquier caso, el editor es el intermediario entre el anunciante y el portavoz de su mensaje publicitario: el presentador/es. Debe transmitirle las indicaciones de la pauta publicitaria y, de común acuerdo, establecer la mejor manera de hilar la mención publicitaria con el contenido que la precede y con el subsiguiente. Editor, presentador/es y realizador desarrollan y cierran la plasmación en imagen de la mención.

⁴³ <http://youtu.be/FyYsZjRzKBA>

⁴⁴ El *videowall* es la pantalla o monitor de grandes dimensiones que forma parte del atrezzo del plató de los informativos y que está colocada detrás del presentador/es para mostrar imágenes o elementos de grafismo siempre relacionados con el discurso que en cada momento lance el presentador/es.

Por ejemplo, en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del dieciséis de octubre, la presentadora, Ainhoa Arbizu, se encarga de hacer la mención. Se trata del penúltimo contenido. Al mismo tiempo, se proyecta en el *pantallón* una animación con los rótulos más significativos del mensaje publicitario y con la simbología de la marca anunciante. En cuanto finaliza la mención, sin solución de continuidad, la presentadora retoma el relato de la actualidad informativa. En la edición del cuatro de octubre de *Deportes Cuatro*, la llevan a cabo después del primer sumario, en la primera aparición de los presentadores: Juanma Castaño, sustituto de Manu Carreño, y Manolo Lama. Acometen el saludo, avanzan uno de los temas candentes –la titularidad de Íker Casillas en la portería del Real Madrid– y abordan la mención de manera dialogada y en el mismo tono característico que emplean en la conducción del espacio. En este caso, viene acompañada con un *faldón* y con la imagen del *videowall*. En el programa *Jugones* del tres de octubre, el presentador, Josep Pedrerol, protagoniza la mención del mismo producto que en *Deportes Cuatro*, también con el refuerzo de la sobreimpresión inferior y de la imagen del *videowall*⁴⁵.

c.3) Sorteos publicitarios

Son iniciativas de la propia cadena con un fin igualmente recaudatorio. Se sortean, entre otros, artículos y prendas deportivas y entradas para los partidos, muchas veces con el viaje y el hotel incluidos. La dinámica del sorteo es muy sencilla. Se habilita un número telefónico para que los telespectadores que en ese momento están viendo el espacio deportivo llamen o manden un mensaje a través de su dispositivo de telefonía móvil con una palabra determinada: *camiseta*, *balón*, *entrada*, etc. Una vez enviado, entran automáticamente en el sorteo de estos premios. El editor suele tener mayor libertad en estos casos, por lo menos a la hora de ubicarlos en la escaleta. También es el presentador/es quien les pone voz e imagen y el realizador el que los traslada a la pantalla con el pertinente apoyo gráfico y/o uso del *videowall* o el *pantallón*. Nuevamente el editor coordina todas estas acciones.

⁴⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=tQPjdPB07Ik>

Solo lo utilizan los espacios deportivos de los informativos de *Cuatro* y *La Sexta*. En *Deportes Cuatro*, por ejemplo, la dinámica coincide con la de las menciones. Va en el mismo lugar, tras el primer sumario. Dura lo mismo, cerca de un minuto. Lleva el acompañamiento del *faldón* y del *videowall* y los presentadores proceden de idéntica forma. Al final del espacio desvelan el nombre del ganador⁴⁶.

c.4) Autopromociones

Como su propio nombre indica, la finalidad es promocionar los programas, las transmisiones u otros espacios de la cadena. Las que van incluidas dentro de los espacios deportivos anuncian generalmente transmisiones o programas deportivos. Aunque no es raro que el presentador/es se despida recordando la hora de emisión de programas ajenos al deporte de toda índole o las películas que vienen a continuación. Incluso puede conectar en directo con el plató donde se desarrolla alguno de estos programas.

Las autopromociones que “venden” transmisiones o programas deportivos pueden adoptar distintos formatos. Por supuesto, el presentador/es no se cansa de repetir una y otra vez a qué hora empiezan y lo bien que se lo van a pasar los telespectadores si deciden verlos. Además, todos los contenidos relacionados con la previa de un determinado encuentro que transmite la cadena están enfocados a potenciar su promoción. Pero también se pueden insertar, aunque no es frecuente, las propias autopromociones o *spots* que acompañan a los anuncios comerciales en los bloques publicitarios de la cadena, o realizar un videoclip o *spot* específico para “vender” esa determinada transmisión o programa dentro del espacio deportivo. Por ejemplo, la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veintiuno de octubre incluye una autopromoción del partido de la Liga de Campeones que transmite en directo esa misma tarde. Se trata de un videoclip con una voz en *off*⁴⁷.

⁴⁶ http://youtu.be/5Aa8H9xY_Fs

⁴⁷ http://youtu.be/4_o6krFFxcl

c.5) Sobreimpresiones o *faldones*

Hay dos tipos de sobreimpresiones: las que acompañan a los sorteos publicitarios, las autopromociones y el resto de menciones, reforzando la información comercial que cuenta el presentador/es; y las que son un soporte publicitario independiente y aparecen en cualquier momento. Pueden verse ambas en los espacios deportivos de los informativos de todas las cadenas, menos en los de TVE1.

Las primeras, lógicamente, tienen su lugar reservado en la escaleta junto a la mención, autopromoción o sorteo. Las segundas dependen de la rigidez de las prescripciones del anunciante. Se trate de unas u otras, el editor debe intentar que ensucien la imagen lo menos posible. Es decir, que oculten la menor superficie posible del contenido de la pantalla y que en ningún momento se solapen con detalles importantes de la imagen o con otra información gráfica: rótulos, elementos de posproducción, etc. Para evitar estas situaciones, el editor debe visionar antes de la emisión el contenido sobre el que se incrusta la sobreimpresión. A continuación, le asigna el punto de entrada adecuado, aquel en el que mancha lo menos posible y en el que no tapa ninguna información gráfica o visual relevante. Los habituales *faldones*, al incrustarse en la banda inferior de la pantalla, también ayudan a evitar esta posible superposición. Volviendo al ejemplo de *Deportes Cuatro* utilizado para el caso de las menciones, se aprecia la inserción del *faldón* en la parte inferior de la imagen con la información complementaria que más interesa al anunciante y sincronizada en todo momento con el mensaje lanzado por los presentadores⁴⁸. También en *Deportes Cuatro* aparece la segunda modalidad descrita de sobreimpresión, la que se inserta y funciona de manera independiente al contenido del espacio. En plena entradilla de los presentadores, sin ningún tipo de relación con el discurso de ese preciso instante, surge el *faldón* del anunciante durante unos pocos segundos⁴⁹.

⁴⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=hub1P2XBmk4>

⁴⁹ http://www.youtube.com/watch?v=7Lt_v3mmXT4

c.6) Emplazamientos

No es un formato como tal. Además, de los emplazamientos publicitarios se encarga el realizador. El editor solo le comunica las órdenes de la pauta publicitaria. La publicidad de emplazamiento en un espacio puede ser desde el ordenador de una determinada marca que usa el presentador/es hasta el material deportivo que de manera estratégica se coloca encima de la mesa del plató para que se aprecie en determinados planos. Es un recurso válido para los espacios deportivos de todas las cadenas. Por ejemplo, en *Deportes Cuatro*, en la mayoría de los encuadres estipulados por el realizador para las entradillas de los presentadores en el plató, pueden apreciarse los ordenadores de una determinada marca, perfectamente dispuestos encima de la mesa⁵⁰.

c.7) Noticias publicitarias

Es un formato híbrido. Combina información con publicidad

El caso más impactante son las inclusiones en la mayoría de los programas de la semana de lo que llamaremos una noticia publicitaria, esto es, una pieza con formato de noticia, incluida en medio de la sucesión de reportajes del informativo, en la que se ofrece contenido deportivo relacionado con algún tema de actualidad, pero al mismo tiempo se está haciendo promoción de algún producto, frecuentemente relacionado también con la práctica deportiva. (Fernández, 2012: 147)

Las marcas comerciales organizan actos publicitarios para los que reclutan a los deportistas más famosos y, así, obtener atención mediática. Siempre se aseguran de que la convocatoria de prensa llegue a los editores de los espacios con mayor repercusión. Es una especie de acuerdo tácito entre las marcas y los editores. Estos consiguen imágenes y hasta declaraciones de un

⁵⁰ <http://youtu.be/kdQ5onc8SDc>

protagonista interesante a cambio de enseñar la marca, cuyo promotor se encarga de que sea y esté omnipresente en todos los planos captados por las cámaras. En este último modelo, el criterio periodístico del editor adquiere mayor importancia ya que debe valorar el alcance del protagonista, las imágenes del acto y sus declaraciones, para poder tomar las decisiones correctas en cuanto a la cobertura y finalmente al modo de incluirlo en la escaleta: tiempo, orden, formato, tratamiento, etc. El espectador se topa con noticias publicitarias en *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*. Todos los espacios deportivos de los informativos del tres de octubre, sin excepción, incluyen el acto de presentación de la nueva campaña publicitaria de una conocida marca de ropa –*Emidio Tucci*– por una sencilla razón: su protagonista es Xabi Alonso, uno de los jugadores más importantes del Real Madrid. Solo por ser quien es, tiene un hueco fijo en cualquier espacio. Además, concurren dos circunstancias extraordinarias que le conceden mayor atractivo: el futbolista está a punto de volver después de estar varios meses lesionado y hasta es posible que lo haga justamente para jugar el “clásico”; y la renovación de su contrato con el club está en el aire. Por ejemplo, tanto el bloque de *Antena 3* como el programa *Jugones* aprovechan la coyuntura para introducir unas *colas* y un *tota*⁵¹.

c.8) Patrocinios

Aparece por delante de la cabecera y por detrás del *copy* del espacio. Consiste en una breve animación gráfica de la marca comercial contratante del patrocinio, acompañada de una voz en *off*: “Espacio patrocinado por...”; o la marca “x” “patrocina los deportes”. Todos los espacios deportivos de los informativos tienen patrocinios en algún momento del año. Depende de los períodos que eligen las marcas para anunciarse mediante esta fórmula publicitaria.

La ley que restringe la publicidad en la cadena pública sí que hace una salvedad para determinados patrocinios culturales y deportivos. Sin embargo, el espacio deportivo de *TVE1* es una sección más dentro del informativo, con lo

⁵¹ <http://youtu.be/uFICsu9Kx-o>

que la opción del patrocinio también queda totalmente descartada. La edición de *Deportes Cuatro* del veinticinco de noviembre incluye el patrocinio de los *Planes de Pensiones de ING-Direct*. En este mismo ejemplo pueden observarse, además, dos *spots* publicitarios antes del sumario y otra mención antes del *copy*⁵². El bloque deportivo del informativo de *Telecinco* de ese mismo día contiene el patrocinio de *MGS Seguros*⁵³.

6.2.3 Orden

Después de seleccionar la información y una vez conocida la duración asignada y la pauta publicitaria, es el momento de la ordenación de todo el contenido en una escaleta coherente.

El orden asignado a cada noticia no es una cuestión menor, pues refleja la importancia que se le atribuye a ese tema y, automáticamente, pone de manifiesto la línea informativa que identifica a la cadena y sus preferencias. (Soengas, 2008: 47)

a) Estructura piramidal: Madrid, Barça y lo demás

Por regla general, en la escaleta de los espacios deportivos de los informativos, los contenidos seleccionados se ordenan de mayor a menor importancia. El más importante, el que encabeza la emisión, el que el espectador contempla en primer lugar, se sitúa al principio, en la primera fila. Es decir, las escaletas se construyen en orden piramidal.

En la práctica esto se traduce en una escaleta cuyos primeros puestos son habitualmente para el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. No hay más que ver cualquier espacio deportivo para darse cuenta de ello: para empezar, Madrid; luego, Barça. O al revés, dependiendo de variables como quién de los dos es el líder de la Liga en ese preciso momento, quién ha sufrido una derrota

⁵² <http://youtu.be/IJ3ynw6Zg4E>

⁵³ <http://youtu.be/AQ29uitnm-k>

inesperada, quién ha realizado el fichaje más caro, quién ha protagonizado el último desencuentro con la prensa, etc.

Primero, fútbol. Y no tiene por qué arrancar con el Madrid. También puede ser el Barça. (Juan Antonio Paredero, Antena 3)

Madrid y Barça para empezar. (Raúl Gamonal, Telecinco)

En *Deportes Cuatro* proceden de la misma forma. En sus inicios probaron con el orden inverso, de pirámide invertida, hasta que apareció *La Sexta*.

Ha evolucionado. Teníamos quince minutos. Luego treinta. Ahora está en cuarenta y cinco. El esqueleto del programa ha evolucionado. Empezamos de menor a mayor. Primero, polideportivo. A continuación, Sevilla, Atlético, Valencia, etc., y terminábamos con Real Madrid y Barcelona, cebando lógicamente la información de los dos grandes para que la audiencia estuviera pendiente hasta el final. Pero la competencia empezó a hacer sus programas. La Sexta, nuestra competencia directa a las tres de la tarde, estaba contando la información del Madrid y del Barça al mismo tiempo que nosotros estábamos contando la del Sevilla o el Valencia. Eso nos podía hacer daño. Por lo tanto, decidimos cambiar. Teníamos que ir a las tres con lo más fuerte: Madrid y Barça. E intentamos alargar el efecto para arrastrar a la audiencia. (Julio Pulido, Cuatro)

De partida, *La Sexta* también se atiene al modelo piramidal, aunque se permite alguna licencia.

No hay un boceto clásico. Varía mucho de un día a otro. Empezamos con un sumario con dos o tres imágenes potentes. Luego entramos en harina. Si no hay nada extraordinario, vamos con el fútbol: Liga de Campeones, la Liga y Madrid o Barça. (Rafael Zapatero, La Sexta)

En *ESPN* también funciona el mismo esquema, mas con algún matiz.

En nuestro caso se empieza siempre por lo más importante. Pero el resto no lleva un orden piramidal. Se trata de mantener la atención del espectador hasta el final del show. (Manuel Martín, ESPN)

6. La escaleta

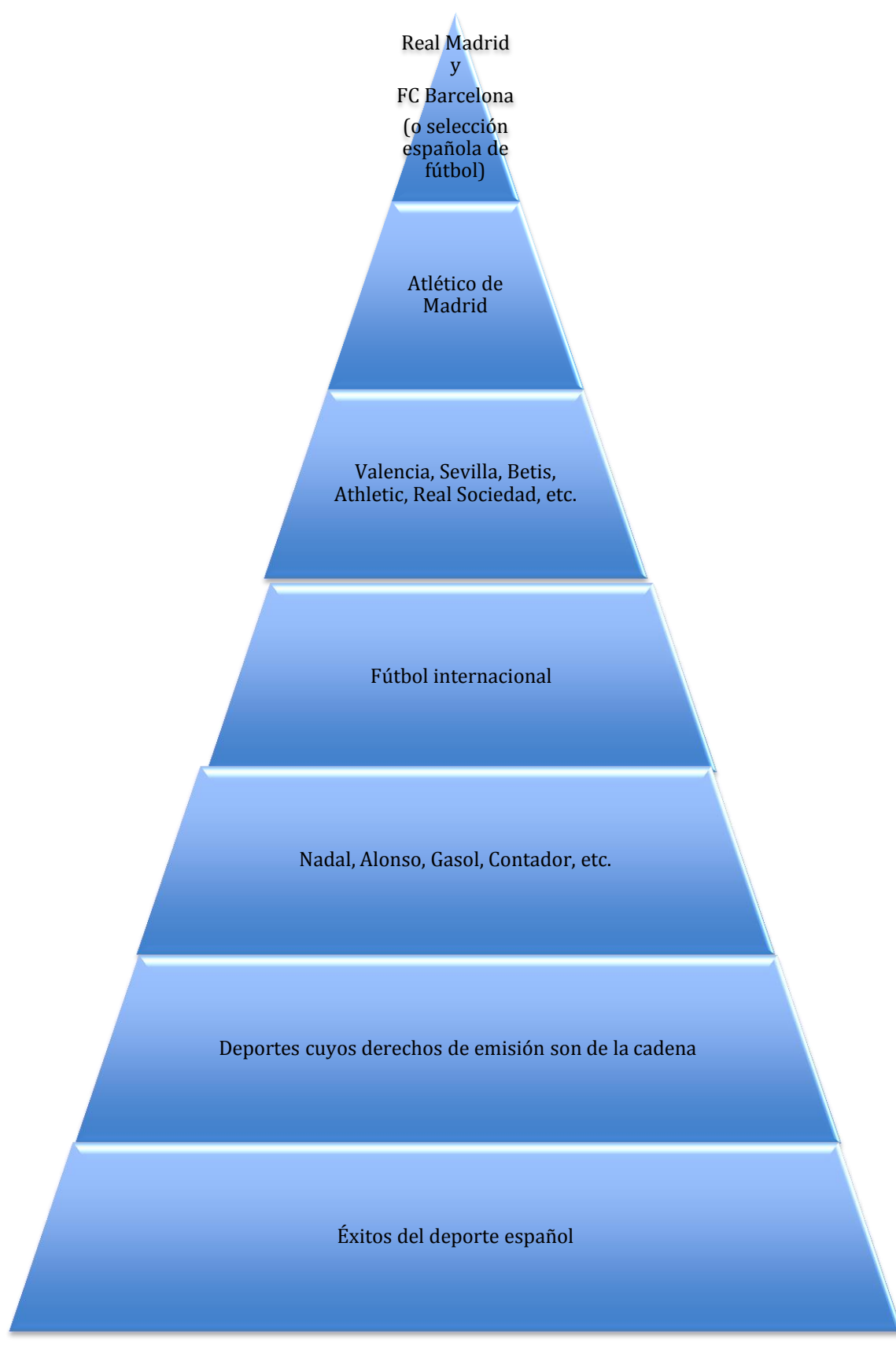


Tabla 11. Pirámide temática de los contenidos de los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

Estructura piramidal de la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veinticinco de noviembre⁵⁴.

REAL MADRID
FÚTBOL CLUB BARCELONA
ATLÉTICO DE MADRID
SEVILLA Y BETIS
VALENCIA
FÚTBOL INTERNACIONAL
ALONSO
ACB

Estructura piramidal del bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del veinticinco de noviembre⁵⁵.

REAL MADRID
FÚTBOL CLUB BARCELONA
ATLÉTICO DE MADRID
SEVILLA Y BETIS
VALENCIA
ALONSO

⁵⁴ <http://youtu.be/Oz2bE1FGG78>

⁵⁵ <http://youtu.be/G9Wm4US5u3g>

6. La escaleta

Estructura piramidal del programa deportivo del informativo de *Cuatro* del veinticinco de noviembre⁵⁶.

REAL MADRID
FÚTBOL CLUB BARCELONA
ATLÉTICO DE MADRID
SEVILLA Y BETIS
VALENCIA
FÚTBOL INTERNACIONAL
NADAL

Estructura piramidal del bloque deportivo del informativo de *Telecinco* del veinticinco de noviembre⁵⁷.

REAL MADRID
FÚTBOL CLUB BARCELONA
ATLÉTICO DE MADRID
SEVILLA Y BETIS
NADAL

⁵⁶ <http://youtu.be/RH1zZUP1cc>

⁵⁷ <http://youtu.be/epy9QG0wC4A>

Estructura piramidal del programa deportivo del informativo de *La Sexta* del veinticinco de noviembre⁵⁸.

REAL MADRID
FÚTBOL CLUB BARCELONA
ATLÉTICO DE MADRID
SEVILLA Y BETIS
VALENCIA
ALONSO

Queda demostrado que selección y ordenación responden a los mismos criterios. De hecho, son dos operaciones que en su rutina diaria el editor efectúa simultáneamente al componer la escaleta. La escaleta es la **ordenación de la selección**. Ambos procesos vienen condicionados por los mismos factores. Cuando el editor escribe en el primer lugar de su escaleta, por ejemplo, Real Madrid o Fútbol Club Barcelona, está ejecutando tres acciones en una sola: la selección, la valoración y la ordenación.

La información ya incluida recibe una valoración, una importancia con la que va a aparecer publicada o emitida. Los criterios por los que se lleva a cabo esta operación son los mismos básicamente que los que se manejan en la selección, pues toda selección es valoración y en toda valoración hay interpretación. Ahora bien, las operaciones son claramente distintas, pues la selección opera con toda la información, con toda la realidad, o por lo menos con la realidad recibida o encontrada, y la valoración solo con la parte de la realidad seleccionada. (Paniagua, 2003: 22)

⁵⁸ http://youtu.be/XGFxsZv_YEc

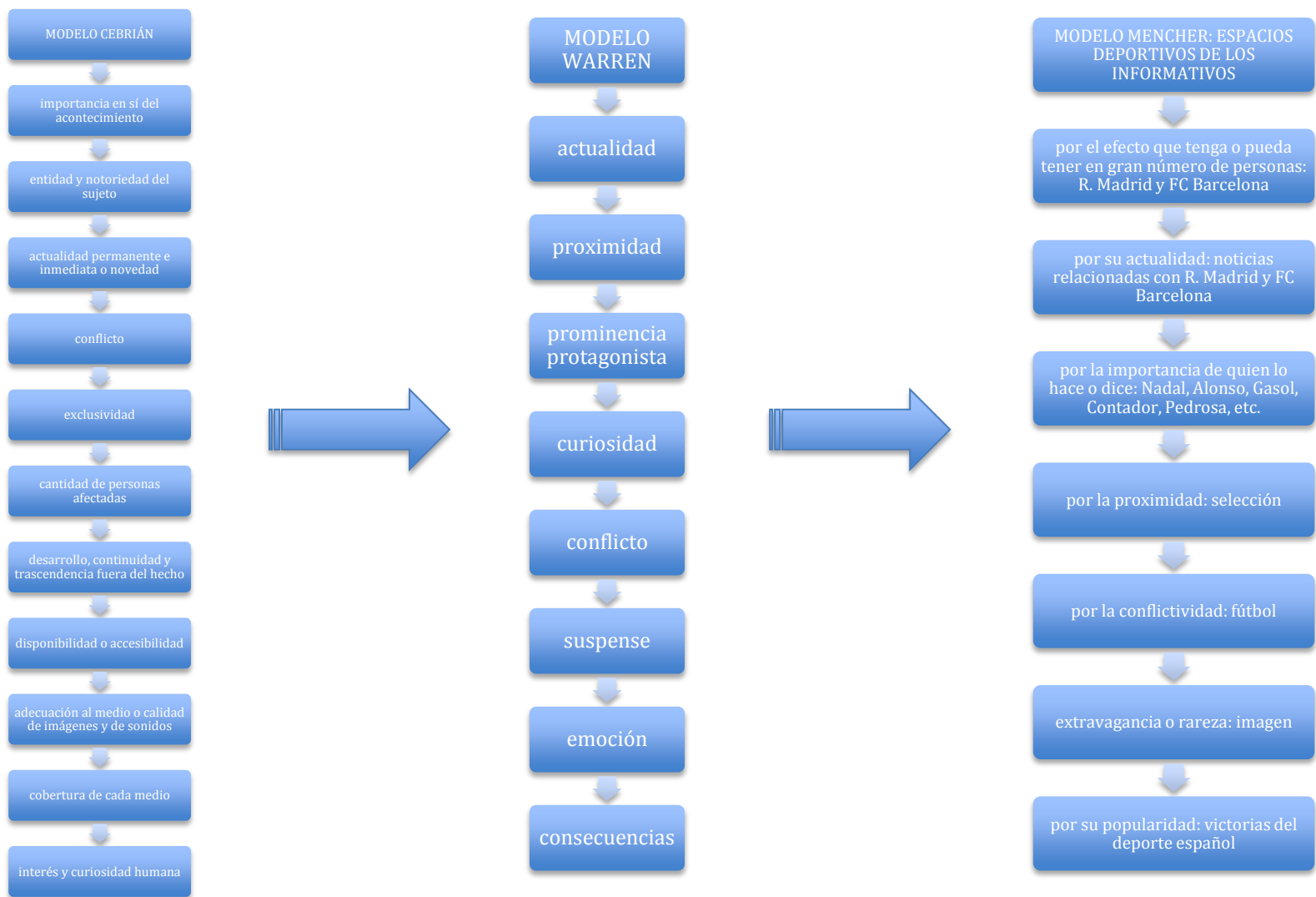
Los criterios que intervinieron para seleccionar la realidad que forma parte del espacio deportivo, intervienen ahora para valorarla y, a continuación, ordenarla en la escaleta. Hay que recordar que estos criterios, por un lado, emanan de la capacidad valorativa del editor y, por otro, responden a las demandas de la audiencia.

En la selección decidimos qué hechos deben incluirse en nuestro medio. En la valoración con qué importancia deben incluirse. Lo que pasa es que para seleccionar también hay que valorar, porque seleccionaremos un hecho en función de la valoración que le demos. Por eso decimos que ambas forman parte de una misma acción. O bien, que la valoración es una prolongación de la selección, hecha ya dentro del medio, con los hechos que ya están incluidos. (Paniagua, 2003: 34)

Para establecer un esquema básico que recoja los criterios de selección-ordenación por los que se rige el editor para componer la escaleta de los espacios deportivos de los informativos, esta tesis adopta el modelo de Mencher (Berrocal, 1998: 24) que, a su vez, parte de la adaptación que del modelo de Warren (Warren, 1974: 25) hace Cebrián (Cebrián, 1998: 35-37) para los medios audiovisuales.

Huelga decir que este es un modelo genérico que contempla las mismas excepciones tratadas ya en la fase de la selección: los triunfos de Nadal, Alonso o Contador, le arrebatan el primer puesto a Real Madrid y Fútbol Club Barcelona. Pero también una medalla olímpica abre todos los espacios deportivos de los informativos o el fallecimiento prematuro de cualquier deportista importante. El editor sabe cuál es el modelo del que parte, también cuándo y cómo debe modificarlo de la mejor manera posible.

Tabla 12. Criterios de selección: modelos esquemáticos –elaboración propia–



b) Estructura coherente y atractiva: vínculos

Los editores de los programas informativos seleccionan los contenidos en función de: el valor intrínseco del acontecimiento, el equilibrio entre las distintas áreas informativas, las relaciones que se establecen entre las distintas informaciones, el acabado final del informativo como un producto unitario, el ritmo y la tensión de ese producto unitario para mantener la atención de la audiencia. (Díaz, 2006: 152)

Habitualmente el editor de los espacios deportivos parte del modelo Mencher para ordenar la escaleta: Real Madrid –o la selección española de fútbol–; luego, Fútbol Club Barcelona; Atlético de Madrid; el resto de equipos de primera; temas polideportivos; etc. Pero no se trata solo de componer una lista de temas ordenados de mayor a menor importancia. Hay que conseguir que este conjunto de contenidos se convierta en un espacio cohesionado, coherente y atractivo. Para ello, es necesario que el editor active su capacidad de relacionar los temas.

La proximidad temática también es un criterio al que se recurre con frecuencia para agrupar los asuntos con contenidos similares en un mismo bloque, pues facilita la construcción del raccord y evita transiciones bruscas entre dos temas diferentes. (Soengas, 2008: 47)

La sección dedicada al Real Madrid no es un apartado estanco que se piensa, elabora y emite de manera independiente, sino que está vinculada al eterno rival, el Fútbol Club Barcelona. Pero también puede estarlo a Rafael Nadal, un madridista confeso, a la selección española por los jugadores que el Real Madrid aporta al combinado nacional –Casillas, Arbeloa, Ramos, etc.– o a la sección de baloncesto si su equipo juega un partido importante de la ACB, la Copa del Rey o la *Euroliga*. Por enésima vez, el editor debe adaptarse a las circunstancias informativas y sacarles partido.

La huella del editor queda marcada. Queda patente. Si haces una escaleta deslavazada, por muy buenos que sean los vídeos, el programa no será bueno.

(Juan Antonio Paredero, Antena 3)

Solemos agrupar las noticias por deportes, aunque se altere el orden lógico de relevancia, para dar un carácter más homogéneo al espacio.

(Enrique López, TV3)

No solo se vinculan unos temas con otros. También se alternan los contenidos que conforman esos temas.

La escaleta no se fundamenta en la simple superposición o yuxtaposición de noticias, sino en la configuración de un mensaje integrado en el que sus elementos guardan generalmente algún tipo de relación entre sí, y sus bloques están vinculados mediante nexos. Es una estructura funcional en la que las noticias aparecen dentro de un contexto que se expone con orden y sentido de realidad. (Sapag, 2008: 98)

En el espacio deportivo que aborda un “clásico”, los contenidos sobre el Real Madrid y el Barcelona están vinculados y, a la vez, intercalados en la escaleta. Del entrenamiento del Real Madrid, el editor pasa, sin solución de continuidad, al entrenamiento del Fútbol Club Barcelona. Vuelve al Real Madrid con una declaración del entrenador, a la que le anexiona la contestación al respecto del entrenador del Fútbol Club Barcelona. Luego, la opinión del presidente de uno y otro club, etc. Pero esto no acaba aquí. Rafael Nadal ha podido comentar el estado de forma del Real Madrid y lo mismo ha podido hacer Pau Gasol del Fútbol Club Barcelona, también aficionado declarado del equipo blaugrana. El editor también puede insertar estas declaraciones intercaladas con las anteriores.

Por ejemplo, en el programa *Jugones*, de *La Sexta*, que se emite en las horas previas a la disputa del primer “clásico” liguero de la temporada 2013-2014, la estructura resultante de la vinculación de los contenidos de uno y otro equipo es la siguiente: arranca por una *pieza-espectáculo* sobre Gareth Bale e inmediatamente después otra de Leo Messi. Son dos de los protagonistas del “clásico” que acaparan mayor interés. Bale porque hasta última hora no se

sabría si juega de titular o no. Messi porque su rendimiento es una incógnita. A continuación, después de mostrar al presidente del Fútbol Club Barcelona, Sandro Rosell, se incluye una *pieza* en la que se repasan las apretadas agendas de ambos equipos hasta el momento del pitido inicial, incluida la de Florentino Pérez, el presidente del Real Madrid. Luego toca pulsar el púlpito de ambas aficiones con otra *pieza*. En la recta final se repasan las alineaciones y se insertan los contenidos relacionados con los protagonistas que aún no han aparecido: el futbolista brasileño del Fútbol Club Barcelona Neymar da Silva, Cristiano Ronaldo y, por último, los porteros. Como colofón, una *pieza* sobre un ex jugador de ambos equipos: el portugués Luis Figo⁵⁹. Las posibilidades son infinitas y el resultado final depende de la capacidad asociativa del editor.

c) Escaleta reconocible

c.1) Estructura formal

Ya sea en un día normal, cuando impera el modelo Mencher con las pequeñas variaciones fruto de los vínculos entre los contenidos, o en un jornada extraordinaria, cuando no hay más remedio que alterar profundamente el orden habitual, el espacio deportivo nunca debe perder su seña de identidad a nivel estructural.

Pese a la tendencia mimética de los últimos tiempos, la estructura de la escaleta le confiere a cada espacio una forma específica, un perfil único y reconocible para la audiencia que apuesta día a día por cada uno de ellos. Esta estructura puede y solo debe cambiarse al inicio de la nueva temporada, cuando la cadena presenta e implanta las novedades que afectan a toda su programación. El editor debe aprovechar este momento para introducir las modificaciones que considere oportunas. El telespectador reconoce este instante, a principios de septiembre, como el comienzo de un nuevo curso también en el campo televisivo. Por lo tanto, no extraña las innovaciones que se le ofrecen, incluso las agradece. Una vez implantada la estructura de la

⁵⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=dxV4pcj5wBY>

escaleta en este momento, el editor debe mantenerla en pos de consolidar una identidad perfectamente reconocible y no confundir al seguidor de su espacio.

La estructura de la escaleta queda definida por los elementos fijos que el editor introduce para organizarla y amenizarla. Los espacios con mayor tiempo disponible gozan también de mayor margen para la utilización de este tipo de recursos.

c.1.1) Cabecera

Dura entre diez y quince segundos y es el primer contenido de las escaletas de *TVE1*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*. Es un montaje audiovisual a base de iconografía deportiva, acompañado por una música acorde. Todo, con la misma línea gráfica estipulada para los informativos de la cadena. Los espacios deportivos de los informativos de *Antena 3* principian sin cabecera.

Cuando las cadenas de televisión estrenan sus nuevas programaciones en el mes de septiembre suelen modificar esta línea gráfica, de modo que las variaciones también afectan a la cabecera del espacio deportivo. En las respectivas cabeceras de *Deportes Cuatro* y *Jugones* pueden apreciarse estas remodelaciones introducidas a partir de septiembre de 2013. En todas se observa la paridad con el grafismo genérico de su cadena⁶⁰.

c.1.2) Sumario y cebo

Los espacios que disponen de más tiempo –*Deportes Cuatro* y *Jugones*– pueden permitirse mayores licencias en este sentido. Para dinamizar sus respectivas escaletas, introducen un sumario e incluso el uso de los denominados cebos, donde “venden” o anuncian contenidos que se emiten más adelante para mantener vivo el interés de la audiencia. De hecho, el sumario no deja de ser un cebo.

El sumario dura entre treinta segundos y un minuto. Se trata de unas *colas* con una música de fondo que muestran un extracto de los contenidos

⁶⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=YbXbq5LFUCw>

más importantes mientras el presentador/es avanza un titular –reforzado con un rótulo en pantalla– y una breve pincelada informativa de cada uno de ellos.

Lo utilizan en *La Sexta* –durante la temporada 2012-2013– y en *Cuatro*. En esta última, por partida doble. Su espacio deportivo arranca con un sumario principal repleto de posproducción, en el que los presentadores adelantan y “venden” mediante clips convertidos en *colas* los contenidos más importantes. Son los denominados cebos de *Deportes Cuatro*. Inmediatamente después, también en *colas*, aparece otro sumario, esta vez sin posproducción, solo con un rótulo informativo, con la última hora y un primer desarrollo de esos contenidos. En su edición del uno de julio, *Deportes Cuatro* incluye en primer lugar, antes incluso de la intervención inicial a cámara de los presentadores, tres o cuatro cebos de los contenidos más destacados. No son siempre temas de candente actualidad. Estos figuran en el sumario posterior. Son los avances de los contenidos a los que el editor concede mayor importancia y que, por consiguiente, se emiten como las *piezas-espectáculo* más destacadas del espacio: los jugadores de la selección *TAMBIÉN SABEN PERDER*; Brasil se llevó la final de la Copa Confederaciones en un *MARACANAZO* a su favor; España volverá en 2014 a Brasil para intentar cobrarse la revancha en el Mundial –*VOLVEREMOS*–. Después de una mención, se incluye el sumario donde sí aparecen todos los asuntos y/o imágenes de actualidad: llegada de la selección –*Esperando a los “campeones”*–; crónica del partido –*No se puede ganar siempre y Fueron mejores*–; el ambiente de la grada –*El infierno de Maracaná*–; la actuación estelar de Neymar –*Neymar de oro*–; la actuación desafortunada de España –*¡Vaya día!*–; el seguimiento del partido por parte de la afición española –*Fue una pesadilla*–; la crónica del partido por el tercer y cuarto puesto –*El bronce para Italia*–⁶¹.

Los programas deportivos de los informativos de *La Sexta* de la temporada 2012-2013 arrancaban con un sumario de los principales contenidos. A partir de septiembre de 2013, con el estreno de *Jugones*, se produce una ligera modificación. El sumario como tal desaparece. Algunos días

⁶¹ <http://youtu.be/7b4-UNyebY>

se convierte en un cebo de la imagen y/o el asunto más relevante. Otros días el presentador, Josep Pedrerol, se encarga de editorializar algún tema polémico⁶².

En cambio, en *Telecinco* sumario y/o cebo son inviados. Sus espacios duran muy poco, cinco minutos escasos, como para permitirse estos “lujos”.

Las escaletas de las secciones deportivas de los informativos de *TVE1* no incluyen sumario. Eso sí, antes de la primera intervención del presentador de deportes introducen la cabecera del espacio y a esta le *pegan*⁶³, a modo de avance y como *total ambiente*⁶⁴, una imagen espectacular o la más representativa de uno de los contenidos relevantes, siempre con un rótulo informativo. Es la imagen del día. Por ejemplo, el dieciséis de septiembre, tras la cabecera del espacio se emite un videoclip con música que incluye imágenes de elevado valor estético de los estadios de los equipos más importantes que participan en la Liga de Campeones. Aparecen los recintos vacíos y con la iluminación encendida. El rótulo aprovecha el detalle metafóricamente para dar por inaugurada la competición: *La Champions enciende la luz*. Lo confirma la conductora del informativo en las palabras con las que da paso al presentador de la sección, Sergio Sauca: “Pues aquí está, Sergio, de nuevo la *Champions* con toda su grandeza”⁶⁵.

En los bloques deportivos de los informativos de *Telecinco* emplean la misma táctica. Sin embargo, en lugar de insertar solo un *total ambiente*, meten, o unas *colas* acompañadas por el relato del presentador, o un breve *total ambiente* y unas *colas*, siempre con un rótulo. Por ejemplo, en el espacio del veintitrés de septiembre, a la cabecera le sigue un breve *total ambiente* en el que se puede oír a una periodista preguntándole a Gareth Bale justo en el momento en el que abandona en coche la clínica: “Are you ok, Gareth? Gareth?” (¿Estás bien Gareth?). Este subtítulo hace las veces de rótulo. A

⁶² <http://youtu.be/77S2zg7i6FY>

⁶³ *Pegar* es unir dos contenidos sin la intermediación de la intervención del presentador en el plató.

⁶⁴ Solo se escucha el sonido ambiente, ya sea ruido o palabras. Es un *total* cuyo sonido se ha grabado gracias al micrófono de la cámara. El audio registrado no es tan limpio como el obtenido a través del micrófono de mano o el de corbata. Pero el valor del testimonio recogido suele ser mayor, debido a que los protagonistas suelen actuar con mayor naturalidad al creer que solo se está grabando la imagen y no el sonido.

⁶⁵ http://www.youtube.com/watch?v=NYtFVOM_1S4

continuación, sobre las *colas* de las imágenes del calentamiento del partido donde se produce la lesión, la presentadora, Sara Carbonero, ofrece las explicaciones oportunas⁶⁶.

c.1.3) Ráfaga de sección

Es un clip⁶⁷ breve, de entre tres y diez segundos, que sirve para introducir y/o cerrar una determinada sección o contenido del espacio deportivo.

La sección deportiva del informativo de *TVE1* la incluye para la información de la Liga de Campeones, tanto de entrada como de salida. En la edición correspondiente al veinticinco de noviembre recurre a una ráfaga de sección de cuatro segundos para introducir la información sobre el Fútbol Club Barcelona en esta competición europea. Gracias a la posproducción se consigue el efecto deseado: una especie de forja del escudo del equipo. Primero, aparece incandescente; después, perfectamente bruñido. Para cerrar el bloque de la Liga de Campeones hacen uso de otra ráfaga, en este caso con la simbología y la música propias de la competición⁶⁸.

Antena 3 usa ráfaga de sección para la Fórmula Uno y para la NBA. La ráfaga antecesora de la información sobre la Fórmula Uno apenas llega a los tres segundos, pero visualmente atesora espectacularidad. Además, incluye un rótulo informativo perfectamente integrado en la estética de la ráfaga, con el nombre del Gran Premio y con los días que faltan para la disputa de la carrera. La que precede a las imágenes de la NBA es más corta: un balón de baloncesto que gira y se acerca a primer término para enseñar, sobrepresionados, el logotipo de la competición y la marca patrocinadora⁶⁹.

Deportes Cuatro recurre a ellas para la Segunda División, el fútbol internacional, la NBA y las secciones de sus colaboradores. Según el día, se puede encontrar la ráfaga para la sección *El Minuto de Segunda*, que aborda la Segunda División; para la sección *Maldini en Cuatro*, donde Julio Maldonado,

⁶⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=C1KadWNQd7U>

⁶⁷ Montaje de imágenes al ritmo de una música, con o sin añadidos de posproducción y grafismo.

⁶⁸ http://youtu.be/_sVVA8RIP_c

⁶⁹ http://youtu.be/Ff_I_iaVjE

apodado “Maldini”, analiza el fútbol internacional; para la sección de la Premier League; del Calcio; de *Raúl Ruiz*, colaborador de *Cuatro* que elabora reportajes curiosos sobre aspectos desconocidos del fútbol; del *Polideportivo*; y de la NBA⁷⁰.

El programa deportivo del informativo de *La Sexta* utiliza para la NBA la misma ráfaga que la referida antes para el caso del bloque deportivo de *Antena 3*⁷¹.

c.1.4) Cortinillas

Las cortinillas consisten en un elemento gráfico que aparece en las transiciones para arrastrar o barrer el plano cuya emisión llega a su fin y sustituirlo por uno nuevo que entra en emisión. Son frecuentes en los espacios deportivos de los informativos de *Antena 3*, *Cuatro* y *La Sexta*.

En los bloques deportivos de los informativos de *Antena 3*, las cortinillas sirven para remarcar la transición entre las *colas* relatadas por la presentadora y la *pieza* subsiguiente o a la inversa, entre la *pieza* y las *colas* que vuelve a recoger la presentadora. Barren la pantalla de izquierda a derecha y su diseño responde, como en el resto de cadenas, a la iconografía de los informativos, pero con motivos de índole deportiva –una cuenta atrás, dibujos esquemáticos de varios terrenos de juego, etc.–.

En el programa *Deportes Cuatro* solo las utilizan para separar los distintos cebos del arranque. En pantalla consisten en la imagen difusa del balón de fútbol que también aparece en la cabecera y que barre la imagen de derecha a izquierda.

En el programa *Jugones* son más habituales. Están presentes a lo largo de todo el espacio. Forman parte de las transiciones entre las *colas* y las *piezas* o entre las distintas imágenes que componen unas *colas*. En pantalla surgen por el margen izquierdo y se desvanecen por el derecho. La más utilizada es el propio símbolo o emblema del espacio *Jugones*: un balón de fútbol en llamas. También se usa ese mismo balón encima de una especie de

⁷⁰ <http://youtu.be/amXLTRSXE0g>

⁷¹ <http://youtu.be/j9KDOsMSV8s>

antorcha y otro balón de fútbol del que se van desprendiendo varios círculos concéntricos de distintos colores⁷².

c.1.5) Títulos de crédito y *copy*

Todos los espacios deportivos de los informativos terminan en los últimos segundos con sus títulos de crédito, donde figuran los nombres y/o cuentas de *Twitter* y *Facebook* de los profesionales encargados de la edición, la realización, la producción, la documentación, las marcas del vestuario del presentador/es y los agradecimientos. El *copy* cierra definitivamente el espacio, Las secciones deportivas de *TVE1* no llevan ni títulos de crédito ni *copy* porque el informativo prosigue cuando concluyen aquellas.

En los bloques deportivos de *Antena 3* se insertan sobre la despedida de la presentadora mientras abandona el plató para dejar a la vista la imagen que proyecta el *pantallón*. En *Deportes Cuatro* aparecen justo después de la despedida de los presentadores, en los pocos segundos que dura un pequeño movimiento de cámara, habitualmente de alejamiento, acompañado por la sintonía del programa u otra música. En ciertas ocasiones, también se insertan sobre las imágenes del último contenido, si los presentadores hacen la despedida en *off* sin salir en pantalla, o sobre el plano fijo de uno de los *videowall* del plató. En los bloques deportivos de *Telecinco* cuentan con una cabecera de salida, sobre la cual se impresionan tanto los títulos de crédito como el *copy*. En *Jugones* repiten la fórmula de *Deportes Cuatro*. Los insertan cuando el presentador se ha despedido y el realizador ejecuta un leve movimiento de cámara a la vez que sube la música⁷³.

c.2) Estructuración del contenido

Si el espectador sabe de antemano lo que se va a encontrar día a día, la escaleta pierde el atractivo y termina perdiendo el interés.

⁷² http://youtu.be/_QvjnVb0edQ

⁷³ http://youtu.be/Mt_U_L_OtQ8

Como afirma Rafael Zapatero, editor del espacio deportivo del informativo de *La Sexta*, es aconsejable de vez en cuando variar el arranque del espacio, no solo en circunstancias informativas excepcionales. Por ejemplo, cuando el telespectador espera la información del Real Madrid, el editor le sorprende con un reportaje de alto interés humano que cuenta la historia de superación de un niño al que le falta una pierna y que juega al fútbol como uno más. Es un recurso loable y que la audiencia recibe con agrado. Pero solo puntualmente, cuando la información del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona viene muy pobre y la alternativa es muy atractiva.

En la rutina diaria, el telespectador que se pone delante de la pantalla quiere encontrar lo que busca, lo que sabe que le van a ofrecer. La estructura de la escaleta, en cuanto a contenidos, también tiene que conservar unas bases fijas y reconocibles.

Sí. Tenemos un par de criterios fijos. Terminamos siempre con la NBA para que la audiencia sepa que después de eso no hay nada y también provocar que espere hasta el final para poder verla. (Juan Antonio Paredero, Antena 3)

Los telespectadores que eligen los bloques deportivos de *Antena 3* saben de antemano que después de ver los contenidos sobre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona y de ponerse al día con el resto de la información futbolística pueden deleitarse con las mejores canastas de la NBA y conocer los resultados de los equipos con representación española. Además, durante los meses que dura la temporada de la Fórmula Uno encuentran las imágenes y toda la información trascendente de esta modalidad, con más presencia a medida que se acercan las carreras. Al final, en la despedida la presentadora da un último apunte informativo utilizando una imagen congelada en el *pantallón*.

Los telespectadores de las secciones deportivas de *TVE1* saben que siempre ofrecen en la última parte, después del fútbol, la información polideportiva más detallada.

En *Deportes Cuatro* el binomio Madrid-Barça gobierna la estructura de la escaleta casi de principio a fin. Siempre la información de uno ligada a la del otro. En las postrimerías del espacio se reservan unos pocos minutos para el

resto de los equipos, el fútbol internacional y unos segundos para la NBA. El cierre suele tener un toque de humor con una imagen graciosa comentada en el mismo tono por los presentadores.

La estructura de la escaleta del programa de *La Sexta* se asemeja a la de *Deportes Cuatro*, sobre todo desde el inicio de la temporada 2013-2014 con el estreno de *Jugones*. Hasta ese momento, el telespectador percibía que la información del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona no monopolizaba el espacio, como sí ocurre en *Deportes Cuatro* y ahora también en *Jugones*. La presencia del Atlético de Madrid y del resto de los equipos de la Primera División, así como del fútbol internacional, no tenía carácter testimonial. Además, los contenidos polideportivos siempre encontraban su lugar en la última parte del espacio.

En *Telecinco* solo hay tiempo para el Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y un apunte del Atlético de Madrid. Poco más.

CADENA	ESTRUCTURA FORMAL	ESTRUCTURACIÓN DEL CONTENIDO
<i>TVE1</i>	-cabecera -imagen del día -ráfagas de sección	-Madrid-Barça -Primera División -polideportivo
<i>Antena 3</i>	-ráfaga de sección: Fórmula Uno, NBA -copy y créditos	-Madrid-Barça -Atlético -Fórmula Uno -NBA -apunte final (<i>pantallón</i>)
<i>Cuatro</i>	-cabecera -sumario I (cebos) -sumario II -ráfagas de sección: Segunda División, fútbol internacional, comentaristas y/o colaboradores, polideportivo, NBA -cortinillas -copy y créditos	-Madrid-Barça -Atlético, Primera División y fútbol internacional -NBA -imagen curiosa
<i>Telecinco</i>	-cabecera -cabecera de salida -copy y créditos	-Madrid-Barça -Atlético
<i>La Sexta</i>	-cabecera -sumario -cortinillas -copy y créditos	-Madrid-Barça -Atlético -Primera División y fútbol internacional -polideportivo -reportaje multidisciplinar
<i>La Sexta: Jugones</i>	-cabecera -sumario -cortinillas -copy y créditos	-Madrid-Barça -Atlético -Primera División y fútbol internacional

Tabla 13. Estructura básica de la escaleta de los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

6.2.4 Formatos: asignación-designación

Desde primera hora, el editor conoce la duración de su espacio, con los puntos exactos de entrada y salida. Después de procesar la información, confecciona la escaleta, su cometido primordial, un complejo proceso concomitante en el que confluyen la valoración, la selección, la ordenación y, por último, la asignación de un formato adecuado a cada contenido y la consiguiente designación de un redactor para su elaboración.

La asignación es la última fase del proceso de valoración y se ejecuta al mismo tiempo que la ordenación. A la vez que el editor ubica un determinado contenido en la escaleta, anota el formato que decide asignarle. Es una decisión sujeta a los mismos criterios que marcan la selección-ordenación y que obedece a la misma lógica: a priori, a la información más relevante se le asigna el formato más destacado. Sin embargo, al igual que todos los editores tienen muy claro cuáles son los temas de referencia, los formatos asignables a estos temas no están tan claros porque dependen de más variables que, además, interactúan entre sí.

En total, aparte de la relevancia de la información, son cinco variables que el editor debe tener en cuenta siempre de manera global al hacer la asignación de los formatos:

- 1) tipo de espacio: programa, bloque o sección
- 2) duración del espacio: cinco minutos, diez o por encima de veinte
- 3) recursos humanos –cantidad y calidad–: redactores, presentador/es, ayudantes de realización (designación)
- 4) recursos técnicos –cantidad y calidad–
- 5) (para las informaciones de última hora) instante en que se produce el *suceso* o *acontecimiento deportivo*: con cuánta antelación se produce con respecto a la hora de emisión del espacio o si acaece durante la emisión

Antes de empezar a analizar este proceso de asignación-designación, es preciso conocer los formatos que se emplean para los contenidos de los espacios deportivos de los informativos.



Tabla 14. Formatos utilizados en los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

a) Directo

Asistir a lo que está ocurriendo en directo es una de las principales demandas del público. De este modo, cadenas de radio y televisión utilizan hoy la actualidad y el directo para competir entre ellas por una mayor audiencia. (García de Castro, 2014: 20)

Se sitúa en lo más alto de la clasificación. Informativamente, el editor lo considera el más completo en términos de inmediatez y credibilidad. No solo para cubrir *acontecimientos* o *sucesos deportivos* de última hora que incluso se producen durante la misma franja horaria de la emisión del espacio deportivo y que no pueden cubrirse de ninguna otra manera, sino para darle enjundia a las noticias más importantes, sea cual sea la hora a la que *acontecen* o *sucedan*.

Informar en directo en un espacio de noticias televisivo forma parte de la naturaleza intrínseca del medio, partiendo de la base de que ese noticiario se emite en tiempo real. Siempre la posibilidad de ofrecer la imagen real y lo que está sucediendo cuaja un papel relevante y es una de las principales aspiraciones de un espacio informativo en televisión porque esa inmediatez del mensaje informativo supone un incremento de la credibilidad del medio con respecto a los espectadores que buscan estar informados y poder contemplar y escuchar lo que realmente es noticia en ese instante. (Cervera, 2014: 14)

El directo permite informar en tiempo real desde el mismo lugar donde ha ocurrido, está ocurriendo o ocurrirá la noticia. Lo más habitual es la presencia in situ de un periodista o redactor avezado, que es el encargado de relatar a cámara todos los detalles de la noticia. El editor se garantiza la obtención de la información de primera mano y la personalización a la hora de transmitírsela a su audiencia, con un periodista perfectamente identificado con su cadena y con imágenes exclusivas captadas por el equipo. También puede prescindirse de este periodista y contar únicamente con la señal o imagen en directo del *acontecimiento* o *suceso* deportivo, producida interna o externamente, que se emite tal cual, narrada por el presentador/es desde el

mismo plató en la sede de la cadena. En cualquier caso, estas dos alternativas, periodista o señal, no son excluyentes, más bien al contrario. La mejor opción es contar con ambas. Puede ser este redactor el que relate en directo la señal, o que lo hagan él y el presentador/es de manera conjunta.

El momento exacto en que se produce la noticia –antes, durante o después de la emisión del espacio deportivo– también determina el planteamiento del directo. Vuelve a asomar la faceta de gestor del editor.

Para poder hacer un directo, aparte del equipo humano y técnico básico de grabación: redactor, operador de cámara y auxiliar de sonido –en este caso su asistencia es insoslayable para evitar cualquier posible fallo en el audio–, es imprescindible la participación de un productor y un despliegue técnico básico para transmitir la imagen en tiempo real desde la ubicación donde tiene lugar la intervención en directo: fibra óptica si existe algún punto cercano de conexión; o vía satélite, con el consiguiente desplazamiento de una unidad móvil que rebote la señal. Quien se encarga de coordinar todas las acciones organizativas y técnicas de este completo equipo es el editor, en estrecha colaboración con el productor de turno. Por ejemplo, en la sección deportiva del informativo de TVE1 del veintidós de octubre, el periodista Juan Carlos Rivero realiza un directo desde el Estadio de San Siro, en Milán. En el vértice superior izquierdo se aprecia en un rótulo el indicativo de *Directo* y el reloj que marca la hora exacta. Después de que el presentador, Sergio Sauca, le dé paso, Rivero dosifica la información en tres intervenciones. En las dos primeras introduce sendas *piezas*. En la tercera apunta un último dato y devuelve la conexión al plató antes de despedirse⁷⁴.

b) Falso directo

En apariencia es idéntico al directo. Un periodista cuenta la información a cámara. Sin embargo, no es una intervención en tiempo real, sino que se ha grabado previamente con la suficiente antelación como para poder trasladar el

⁷⁴ <http://youtu.be/qn4itndtDXU>

material obtenido hasta la redacción o la unidad móvil y, una vez allí, montarlo para la emisión.

Al no contar con los medios técnicos necesarios para articular un directo, con el sobrecoste económico que conlleva, el editor se conforma con el falso directo. Únicamente con un redactor y un cámara, el editor explota las ventajas que el falso directo comparte con el directo: notoriedad, personalización, exclusividad y credibilidad. Pierde la inmediatez. Pero es cierto que ahorra recursos y salva los riesgos que implica el directo: fallos en la señal de imagen y/o de audio, retardos que hacen que el presentador/es y el redactor no puedan sincronizar el diálogo, confusiones del redactor, otros imprevistos de todo tipo, etc.

No tiene la frescura del directo pero es mucho más versátil. Se adapta a cualquier situación modificando su propia esencia. Puede transformarse en una intervención atemporal del periodista, en la que se destaque el contenido de la información, el qué en detrimento del cuándo –en muchos casos acaba convertido en una entradilla, *medianilla* o *salidilla*⁷⁵–; y puede grabarse lo más cerca posible de la hora de emisión para intentar parecer un directo a todos los efectos. Incluso, el periodista puede fingir en la grabación que ya es la hora a la que más tarde se emite. Solo le faltará el rótulo de *Directo*. Las *colas* insertadas *en ventana* son un recurso empleado indistintamente en los directos y en los falsos directos.

En la edición del once de noviembre de *Deportes Cuatro*, el enviado especial a Portugal, Álvaro Montero, ejecuta un falso directo típico de este espacio deportivo. Responde correctamente a la interpelación de uno de los presentadores, Manu Carreño, en un diálogo pactado antes de la grabación. Al final del mismo, el propio Carreño también se despide. Además, traslada toda la información como si se tratara de un directo. Hasta se dirige a los presentadores en primera persona, como si les estuviera enseñando el paisaje en ese preciso instante⁷⁶.

⁷⁵ La entradilla, la *medianilla* y la *salidilla* son intervenciones a cámara del redactor. Forman parte de una *pieza* y suelen durar unos pocos segundos. Como su propia denominación indica, la entradilla va al principio de la *pieza*; la *medianilla*, en un punto intermedio; y la *salidilla*, al final.

⁷⁶ <http://youtu.be/6obUOSjPwzo>

c) Pieza, total y colas

La cola –o colas: denominación en plural muy habitual en el gremio profesional de la televisión aunque haga referencia a un solo elemento– es el formato más simple. Dura entre veinte y cuarenta segundos. Consiste en una sucesión de imágenes comentadas por el presentador del bloque. Durante los cinco o diez primeros segundos el presentador aparece en pantalla para leer la entradilla o introducción de las imágenes que, pasado este tiempo, cubrirán por completo la pantalla. El presentador prosigue la lectura hasta que termina el texto. En ese instante, se cortan las imágenes y el busto parlante vuelve a la pantalla.

(Díaz, 2004: 41)

En la sección deportiva del informativo de TVE1 del dieciséis de septiembre, el presentador, Sergio Sauca, relata las colas en las que aparecen las imágenes de la plantilla del Real Madrid a su llegada a Turquía. En el bloque deportivo del informativo de Antena 3 del once noviembre, la presentadora, Ainhoa Arbizu, hace lo propio con las colas de la lesión de Messi. En el programa *Deportes Cuatro* del informativo del diez de junio, los presentadores, Manu Carreño y Juanma Castaño, comentan las colas con el nuevo look de Cristiano Ronaldo. En el bloque deportivo del informativo de Telecinco del cinco de agosto, la presentadora, Sara Carbonero, describe las imágenes de las colas que muestran la llegada del Fútbol Club Barcelona a Tailandia. En el programa *Jugones* del tres de octubre, los presentadores, Josep Pedrerol y Lara Álvarez, apoyados por los comentaristas, Siro López y Álvaro Benito, explican el gesto técnico efectuado por Ángel Di María, jugador argentino del Real Madrid⁷⁷.

⁷⁷ http://youtu.be/VRCz48g8f_s

*El **total** es la declaración de un personaje. Dura desde cinco segundos hasta un minuto. Como en la cola, el presentador lo introduce con un texto breve. Acabado este, el presentador calla y el personaje con su voz ocupa la pantalla. El total puede ir solo o dentro de una pieza.* (Díaz, 2004: 41)

En la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veintiocho de enero, Sergio Sauca introduce un *total* de Vicente del Bosque, el seleccionador del combinado absoluto de fútbol. En el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del cuatro de octubre, Ainhoa Arbizu da paso a un *total* también de Vicente del Bosque, pero en este caso lo hace en *off*, sobre unas *colas* con las imágenes de Diego Costa, jugador del Atlético de Madrid, quien está a punto de ser seleccionado para jugar con España. En el programa *Deportes Cuatro* del siete de octubre, en la *pieza* sobre la complejión de Cristiano Ronaldo, los *totales* del fisioterapeuta Borja García van dentro, insertados en ella. En el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* del veintiocho de enero se aprecia un montaje o batería de varios *totales* breves con las declaraciones de varios aficionados sobre una misma cuestión: el posible resultado que obtendrá el Real Madrid en su próximo encuentro y el número de goles que marcará Cristiano Ronaldo. En el programa *Jugones* del cinco de diciembre pueden verse y oírse a través de un *total ambiente* las conversaciones entre Cristiano Ronaldo, Florentino Pérez y varias personas más⁷⁸.

*La **pieza**, también llamada en el argot televisivo **VTR** o **vídeo** dura generalmente no menos de un minuto y no más de dos. La pieza está compuesta por el texto informativo que escribe el redactor –voz en *off*–, por una sucesión de imágenes y por uno o más *totales* de uno o varios protagonistas. Como en los formatos anteriores, el presentador es el encargado de introducir la pieza. El proceso de elaboración de una pieza principia con el visionado de las imágenes y de los *totales*. Conocido el material audiovisual disponible, se redacta el texto de forma que su contenido aclare y explique el contenido de las imágenes y los *totales*. A*

⁷⁸ http://youtu.be/0quJ_lxgAo

continuación, se graba el texto con la entonación adecuada. Por último, se procede al montaje. (Díaz, 2004: 41)

De la sección deportiva del informativo de TVE1 del veinticinco de octubre se extrae una *pieza sin totales*; del bloque del informativo de Telecinco del cinco de octubre, una con *totales*; nuevamente, de la sección correspondiente a la sección de TVE1 del nueve de octubre, una *pieza* que arranca con la entradilla de la redactora, Silvia Barba; y de los programas deportivos de los informativos de Cuatro –siete de octubre– y La Sexta –veinticinco de noviembre–, sendas *piezas-espectáculo*⁷⁹.

Esta clasificación de los formatos es extrapolable a todos los espacios deportivos de los informativos aunque, según la idiosincrasia del medio, se observan variaciones en los modelos establecidos. Aún así, más allá del directo y del falso directo que conllevan un despliegue técnico y humano adicional, la *pieza*, el *total* y las *colas*, no dejan de ser los formatos básicos, los más utilizados y los más representativos.

d) Asignación-designación: conjugación de variables

Por un lado, las cinco variables:

- tipo o estilo del espacio
- tiempo disponible
- recursos humanos
- recursos técnicos
- el cuándo: localización temporal para las informaciones de última hora, el momento en que se produce la noticia en relación a la hora de emisión del espacio: antes o durante

⁷⁹ <http://youtu.be/CHId6VIQx0Q>

Por otro, los tres formatos fundamentales:

-*pieza*

-*total*

-*colas*

Sin olvidar:

-directo

-falso directo

Además de los formatos secundarios de apoyo de cuya elaboración se encarga el departamento de realización:

-clip

-ráfaga

-panel

-*cartón*

Y el refuerzo visual que aporta el *videowall* o el *pantallón*.

Combinándolo todo, el editor debe construir el mejor espacio deportivo posible. A simple vista, puede parecer una labor compleja, pero no lo es tanto en la rutina diaria de un editor experimentado que conoce a la perfección las variables inherentes a su espacio –estilo, duración, recursos humanos y recursos técnicos–. Asimismo, en su haber de virtudes figura una eficiente capacidad de reacción para asignarle el formato adecuado a las noticias de última hora.

La ecuación es realmente sencilla. Cuanto más tiempo y más recursos tiene el editor, más formatos maneja, prácticamente todos los de la pirámide. Además, puede permitirse el lujo de asignar los que están situados más arriba.

d.1) Espacios reducidos: *colas*, *totales* y dos o tres *piezas* cortas

El ejemplo más claro es el bloque deportivo del informativo de *Telecinco*. No llega a los cinco minutos de duración. Los recursos humanos y técnicos que la cadena pone a disposición de su editor son proporcionales a su corta duración y a su perfil rigurosamente informativo.

Hay que tener en cuenta que nuestros espacios duran muy poco. De media, unos cuatro minutos. (...) La duración media de nuestras piezas es de cuarenta o cuarenta y cinco segundos. (Raúl Gamonal, Telecinco)

De salida, estas limitaciones coartan el margen de maniobra del editor, que tiene a sus órdenes a tres redactores. Al menos, después de la fusión con *Cuatro*, ambos canales comparten a los enviados especiales. Además, puede apoyarse en las delegaciones.

En este tipo de espacios, la labor editorial de asignación de los formatos a los contenidos queda simplificada. Por norma, el editor utiliza las *colas* como formato básico. Es el que permite contar más cosas en menos tiempo. Aunque parezca lo contrario, en el medio televisivo unos pocos segundos suponen mucho tiempo por la fuerza comunicativa de la imagen. En apenas quince, se puede referir perfectamente una noticia con su correspondiente imagen o secuencia de imágenes y los datos fundamentales en boca del presentador/es y/o apostillados por un rótulo. A nivel logístico, también es el más rápido y fácil de elaborar. En montar unas *colas* se tardan minutos. Pocos minutos. Si el tiempo apremia, incluso pueden llegar a finiquitarse en unos segundos. Cualquier redactor con la mínima capacidad exigible puede hacerlo. No hace falta que tenga ninguna habilidad especial. Solo tiene que conocer las herramientas básicas del programa informático de edición –en este punto, edición significa montaje de imágenes– y las reglas audiovisuales básicas del montaje de imágenes en *colas*:

-empezar por lo más importante ya que, a priori, solo se van a emitir los primeros segundos

-sincronizar el contenido audiovisual de las colas con la correspondiente entradilla del presentador/es

-dejar suficiente *co/eo*: alargar el montaje hasta una duración con suficiente margen, por encima del tiempo equivalente a la lectura del texto de la entradilla del presentador/es, para hacer sin problemas la transición con el subsiguiente contenido

-concatenar los planos sin que salten: evitar el montaje consecutivo de dos planos similares en encuadre y/o situación

-eliminar los movimientos bruscos de la imagen así como el zum exagerado, a no ser que se utilicen a propósito como recursos visuales

-volcarlas al vídeo-servidor⁸⁰ para su emisión

-rotularlas si así lo considera oportuno el editor

-rellenar el parte de realización⁸¹

Para romper la monotonía de una escaleta compuesta solo a base de *colas*, el editor de este tipo de espacios tan reducidos se puede permitir la introducción de unos pocos *totales* y/o *piezas* para los asuntos principales del día.

⁸⁰ El vídeo-servidor es el sistema informático destinado a la gestión –captura, visionado, transformación, archivo y emisión– de todo el material audiovisual digitalizado en un canal de televisión. Está dividido en dos: el vídeo-servidor de trabajo –destinado a la captura, visionado, transformación y archivo de las imágenes– y el vídeo-servidor de emisión –utilizado exclusivamente durante la emisión y, previamente, para volcar los materiales que están listos para ser emitidos–.

⁸¹ El parte de realización es el apartado dentro de cada contenido consignado en la escaleta donde figuran los datos básicos para que el realizador pueda emitirlos correctamente: duración, *co/eo*, *pie*, audios, música, observaciones, especificaciones de la rotulación, etc.

Los *totales* que se incluyen en estos espacios tampoco suelen superar los quince segundos de duración. Su montaje supone algo más de tiempo porque que hay que escuchar atentamente la declaración entera del protagonista para seleccionar el fragmento más destacado. Por esta razón, el redactor designado para montarlo sí debe acreditar una dosis mínima de criterio periodístico para reconocer las frases más significativas del discurso del protagonista.

La designación del redactor adecuado apela a otra faceta indefectible del editor: gestor de un equipo de trabajo. El editor conoce a la perfección las cualidades profesionales de todos y cada uno de sus redactores, así como sus aptitudes periodísticas y también los principales rasgos de su personalidad. En definitiva, conoce sus armas, sabe hasta dónde llega el potencial de su redacción y dónde se encuentran sus limitaciones.

Para montar unas *colas* vale cualquier profesional con la formación, la actitud y el compromiso mínimo que se presupone en todos los redactores que contrata un medio de comunicación. Para montar un *total* sube levemente el nivel de exigencia, pero de momento tampoco hace falta que el editor lo piense demasiado. De las *piezas* hacia arriba, establecer las designaciones correctas es una labor ardua y a la vez decisiva para la calidad final del espacio deportivo.

Un director de orquesta no da entrada a todos los instrumentos en todo momento. Con su batuta advierte al flautista-dulce para que se prepare, mientras que con su mano izquierda indica el ritmo para los que están interviniendo. En una fábrica de coches el director planifica con su equipo la disposición de sus recursos en función de los mercados, los precios, de la infraestructura técnica de que dispone y de la habilidad de sus obreros. Pues bien, la producción del temario periodístico o el proceso de toma de decisiones en un periódico y también en un informativo radiofónico y/o televisivo se asemeja al sistema empleado por el director de orquesta y el director de la fábrica de automoción. (López, 1995: 16 y 17)

Al igual que los *totales*, las *piezas* contenidas en los espacios de duración reducida son lo más sucintas posible. En circunstancias normales, no superan en ningún caso el minuto. Sin embargo, como se apunta anteriormente, pueden llevar *totales*; requieren de un texto informativo correcto y mínimamente original que acompañe y esté sincronizado con las imágenes; de una entonación adecuada en la grabación de este texto o voz en *off*; y de un montaje audiovisual que consume susodicha sincronía entre discurso e imagen. Con respecto al hacedor de las *colas* y los *totales*, la *pieza* representa un salto cualitativo evidente. Para elaborarlas, hace falta por lo menos una hora de trabajo, entre pensar la idea, visionar las imágenes, escuchar los *totales*, escribir el texto, grabar la locución del mismo, hacer el montaje final, volcarla y rellenar el parte de realización.

No todos los periodistas de la redacción de deportes de una cadena de televisión sirven para elaborar una buena *pieza*. El editor debe ver esta realidad desde un prisma positivo y llegar a la conclusión de que todos sus redactores pueden en un momento dado hacer una *pieza*, pero que no todos valen para firmar una buena *pieza* o determinados tipos de *piezas*.

En los espacios que no llegan a los cinco minutos y en los que el editor solo puede incluir un número muy limitado de *piezas*, tres como mucho, la designación es muy sencilla. Tres redactores. Tres *piezas*. Una *pieza* por cabeza. El resto de *colas* y *totales* se reparten también entre ellos. Si algún día, por cualquier circunstancia, dispone de algún redactor más, la designación para la ejecución de las *piezas* tampoco entraña dificultad alguna. Los redactores con más habilidad para este menester son designados por el editor y entre el resto reparte el montaje de las *colas* y *totales* que componen el espacio.

Hay que recordar que las redacciones de deportes de todas las cadenas cuentan con redactores especializados en los temas más importantes: Real Madrid, Fútbol Club Barcelona, selección española de fútbol, etc. Se supone que al tratarse de los asuntos de mayor relevancia, los que copan a diario gran parte del espacio, los redactores elegidos para cubrir la información y confeccionar los contenidos sobre estas cuestiones son los más expertos en todos los sentidos, también en la elaboración de las *piezas*.

El bloque deportivo del informativo de *Telecinco* del veinticinco de noviembre arranca con la imagen del día: un *total ambiente* que se convierte en *colas* con la imagen de Cristiano Ronaldo a la salida del centro médico donde se le han practicado unas pruebas médicas; enseguida, una *pieza* para relatar el momento fatídico, cuando el futbolista cae lesionado; a continuación, el Fútbol Club Barcelona. La presentadora introduce la crónica del enviado especial a Ámsterdam, la ciudad donde el equipo azulgrana disputa al día siguiente su encuentro de la Liga de Campeones frente al Ajax; después, el Atlético, con otra crónica, esta vez desde San Petersburgo y enviada por el mismo redactor que también interviene en *Deportes Cuatro*. Para cerrar el bloque futbolístico el espacio incluye una *pieza* del derbi sevillano. El último contenido son unas *colas* con las imágenes curiosas de Rafael Nadal jugando al fútbol. En resumen, son dos *piezas* y dos crónicas, las *colas* de la imagen del día y las *colas* del final. Además, el enviado especial que manda la crónica del Atlético de Madrid es el mismo que trabaja e interviene para *Deportes Cuatro*. Con tres redactores, más la colaboración del enviado especial a San Petersburgo, el espacio queda resuelto⁸².

⁸² http://youtu.be/_2MR8PFvSoY

TELECINCO 25-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 5'10"Sin cabecera ni *copy*: 4'57"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Cristiano en la clínica	TOTAL + COLAS	10"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	13"
Lesión de Cristiano	VTR	53"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	9"
Barcelona en Ámsterdam	FALSO	32"
Zubizarreta	TOTAL	7"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	13"
Atlético	FALSO	23"
Atlético en Moscú	VTR	43"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	10"
El Sevilla en UEFA	VTR	47"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	4"
Nadal juega al fútbol	COLAS	26"
Sara Carbonero	DESPEDIDA	5"
	COPY	9"

A la vista de esta escaleta, con los formatos del bloque de *Telecinco* correspondiente al lunes veinticinco de noviembre, y de las cuatro restantes de esa semana (ver *Anexo III y IV*), queda de manifiesto que el número de *piezas* no supera en ningún caso el tres. El formato predominante son las *colas*. El 26 por ciento del total de los contenidos emitidos durante susodicha semana se hace en formato de *colas*; el 16, en *pieza*; y el 13, como *total*.

Aunque se trate de espacios que no alcanzan los cinco minutos, con medios humanos y técnicos reducidos a la mínima expresión, ante noticias de máximo interés o en otro tipo de circunstancias excepcionales, también se ponen a disposición de su editor los recursos que precise para afrontarlas con garantías. Por ejemplo, *Telecinco* transmite en directo la ida de la semifinal de la Copa del Rey en el Estadio Vicente Calderón entre el Atlético de Madrid y el Sevilla. El editor del bloque deportivo de mediodía solicita un directo para que un redactor cuente in situ la última hora del partido y así “vendérselo” a la audiencia con mejor envoltorio. Con el redactor adecuado, en este caso Ramón Fuentes, a la postre narrador de la transmisión del partido, y con un discurso enfático oportuno desde el mismo lugar donde horas más tarde se pone el balón en movimiento, un partido más bien anodino puede cobrar la apariencia de encuentro histórico y espectacular. El departamento de producción de deportes, encargado de hacer llegar la petición a las instancias superiores que conceden o deniegan tales despliegues técnicos, no encontró pegas a una solicitud de semejante calibre⁸³.

En este sentido, la colaboración entre las cadenas de un mismo grupo de comunicación resulta de gran utilidad para los editores de sus respectivos espacios deportivos, sobre todo para el que dispone de menos herramientas y recursos. Es el caso del editor del bloque deportivo del informativo de *Telecinco*, quien, cuando las circunstancias lo permiten, se apoya en el mayor potencial del departamento de deportes de *Cuatro*, canal también perteneciente al *Grupo Mediaset*.

Cuatro transmite en directo el partido de la fase de grupos de la *Europa League* que disputan el Sevilla y el Estoril. Por este motivo, el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* incluye un directo con la redactora de la

⁸³ <http://youtu.be/5Zypo5JC-3Q>

delegación de Sevilla, aprovechando el despliegue montado para la transmisión del encuentro. Como es lógico, *Deportes Cuatro* también se beneficia de los mismos medios técnicos para realizar otro directo con Manu Carreño, que por la tarde será el narrador del partido⁸⁴.

d.2) Espacios estándar: *piezas*, falsos directos y algún directo

Los informativos de *TVE1* y *Antena 3* ofrecen espacios deportivos estándar, también de índole predominantemente informativa. Duran entre diez y quince minutos. En estos casos, el editor sí dispone de más recursos humanos y técnicos. El de *TVE1* cuenta con cinco redactores; el de *Antena 3*, con otros cinco. Además, es tiempo suficiente para poder desarrollar una estrategia más original y compleja en la fase de asignación-designación.

Los directos y sobre todo los falsos directos no quedan reservados para las ocasiones extraordinarias, sino que son formatos de los que el editor puede echar mano en cualquier momento. No obstante, el formato fundamental, el más recurrente de estos espacios es la *pieza*. Todos los asuntos prioritarios: el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, el Atlético de Madrid, la selección española de fútbol, los triunfos de Nadal, la Fórmula Uno, etc., son trasladados habitualmente a un *pieza*.

Las *colas*, en este caso, se usan para introducir la *pieza* o para dar soporte a temas y/o imágenes, en principio, secundarias. Cuando se trata de una información de relativa importancia, el editor añade un *total* a las *colas*. Es una combinación habitual cuando no hay suficientes redactores en cantidad y/o calidad como para poder asignar una *pieza* a todas las informaciones relevantes.

La gama de formatos se amplía porque hay tiempo y recursos suficientes para emplearlos. La clave para efectuar una asignación-designación correcta es conocer el alcance exacto de la cantidad y la calidad de los medios humanos y técnicos en pos de sacarles el máximo rendimiento posible.

⁸⁴ http://youtu.be/YATZ4fdj_9U

Como se apunta anteriormente, el sistema de trabajo en las redacciones de deportes de las cadenas de televisión está perfectamente estructurado y organizado para facilitar la labor de coordinación del editor. Los contenidos estrella, presentes todos los días en los espacios, cuentan con redactores especializados que se encargan de su seguimiento diario.

La sección deportiva del informativo de TVE1 del veinticinco de noviembre incluye por este orden: la imagen del día con la salida de Cristiano Ronaldo del centro médico –*total ambiente* que deriva en unas *colas*–; *pieza* acerca de la lesión del astro portugués del Real Madrid; crónica del enviado especial a Ámsterdam sobre el partido de la Liga de Campeones del Fútbol Club Barcelona; crónica de la enviada especial a San Petersburgo sobre el partido de la Liga de Campeones del Atlético de Madrid; *pieza* del derbi Sevilla-Betis y *pieza* de la resaca que deja la derrota entre los béticos, elaboradas por sendos redactores de la delegación de Sevilla; *pieza* sobre la actuación de los españoles que militan en otras ligas –el presentador se refiere a ella como *Espanoles en Europa*–; *colas* de Fórmula Uno; *colas* con las tres mejores canastas de la ACB; y para terminar, *totales* con el mensaje de apoyo de algunos jugadores de la ACB a una campaña contra la violencia de género. A esto hay que sumar unas *colas* con las imágenes de la presentación de la nueva camiseta que lucirá la selección de Brasil en el Mundial –van pegadas a la información del Fútbol Club Barcelona–; otras con las imágenes de la plantilla de la Real Sociedad en el aeropuerto antes de viajar a Donetsk para jugar su partido de la Liga de Campeones; y las de la presentación de Francisco Rufete como nuevo mánager general del Valencia. En total: dos *piezas* elaboradas en Madrid –una sobre la lesión de Cristiano y *Espanoles en Europa*–; dos crónicas a cargo de los enviados especiales –el que cubre el desplazamiento del Fútbol Club Barcelona pertenece a la delegación de la ciudad condal–; dos *piezas* más sobre el derbi sevillano, suministradas por dos redactores de esta delegación; las *colas* con las imágenes de la Real Sociedad enviadas por la delegación de San Sebastián y las *colas* con las imágenes de la presentación de Rufete remitidas por la de Valencia. El editor ha empleado a tres redactores de Madrid, incluida la enviada especial a San Petersburgo, y dos más para montar los envíos –a veces los mandan ya editados los enviados especiales–, las *colas* de la camiseta de Brasil, la Fórmula Uno y la ACB –en

este caso, también el *total*-. Para el contenido del resto del espacio ha recurrido a su potente red de delegaciones: Barcelona, Sevilla, Valencia y San Sebastián⁸⁵.

⁸⁵ <http://youtu.be/OhgnYuzB6zg>

TVE1 25-11-2013

Duración total de la sección de deportes:

Con cabecera: 10'43"

Sin cabecera: 10'37"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	6"
Cristiano clínica tras lesión	TOTAL AMBIENTE	7"
Pilar García paso a Sauca	ENTRADILLA	29"
La lesión de CR7	VTR	1'02"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	22"
Ráfaga <i>Champions</i> Barça	RÁFAGA	4"
Barcelona previa <i>Champions</i>	VTR	58"
Neymar camiseta Brasil	COLAS	18"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	15"
Previa Atlético <i>Champions</i>	VTR	57"
Shakhtar-Real Sociedad	COLAS	20"
Ráfaga <i>Champions</i>	RÁFAGA	6"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	8"
Sevilla - Betis	VTR	1'07"
Día después en Sevilla	VTR	45"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	9"

6. La escaleta

Presentación Rufete	COLAS	14"
Amadeo Salvo	TOTAL	10"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	14"
Españoles en el mundo	VTR	52"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	6"
Fórmula Uno	COLAS	26"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	6"
Canastas ACB	COLAS	32"
ACB contra violencia género	VTR - SPOT	18"
Sauca – Pilar García	ENTRADILLA	6"

Al examinar esta escaleta, con los formatos de la sección del informativo de TVE1 correspondiente al lunes veinticinco, así como las cuatro restantes de esa semana de noviembre (ver *Anexo III y IV*), se comprueba que el número de *piezas* oscila entre las cinco y las ocho. El porcentaje de los contenidos a los que se les asigna una *pieza* está por encima de los emitidos en *colas*: 29 por ciento frente a 22. La explicación es sencilla. Aunque en la redacción de deportes de Madrid solo haya cinco periodistas, el editor se apoya en las delegaciones cuyos redactores mandan las *piezas* designadas. En cuanto a los contenidos a los que se les asigna un *total*, el porcentaje semanal se queda en el 7.

En el bloque deportivo del informativo de Antena 3 del veinticinco de noviembre entran cinco *piezas*: la lesión de Cristiano; la previa del encuentro Ajax-Fútbol Club Barcelona de la Liga de Campeones; la resaca liguera con el triunfo del Atlético y sus posibilidades de disputarle el título al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona; el derbi sevillano; y la Fórmula Uno. Además, unas *colas* introductorias sobre estas mismas cuestiones acompañan por delante a todas las *piezas*, excepto a la de Fórmula Uno. La del Real Madrid viene reforzada por partida doble: unas *colas* introducen la *pieza* y otras añaden los detalles del entrenamiento a continuación. Hay que sumar las *colas* y el *total* con la presentación de Rufete. Cinco redactores, para cinco *piezas*. Las *colas* se las reparten también entre ellos porque apenas requieren tiempo de elaboración y en departamentos de deportes tan reducidos los redactores deben asumir mayor carga de trabajo. El redactor que hace la *pieza* del Real Madrid monta también las *colas* que la complementan por delante y por detrás. El encargado de la del Fútbol Club Barcelona procede de la misma forma, etc.⁸⁶

⁸⁶ http://youtu.be/oYdS8u_6mPs

ANTENA 3 25-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 11'10"

Sin cabecera ni *copy*: 11'00"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	9"
Cristiano en la clínica	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	33"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Lesión Cristiano	VTR	1'03"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	18"
<i>pantallón</i> : Neymar	FRAME	2"
Foto Adama	FRAME	2"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	10"
Adama en el aeropuerto	COLAS	43"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Barcelona a Ámsterdam	VTR	1'05"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Martino, Simeone y Ancelotti	ENTRADILLA	15"
Goles jornada	COLAS	16"
Cortinilla	CORTINILLA	1"

Atlético y Simeone	VTR	1'16"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Real Sociedad - Shakhtar	COLAS	14"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón: Sevilla y Betis</i>	ENTRADILLA	12"
Gritos al Betis	TOTAL + COLAS	22"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Derbi sevillano	VTR	1'23"
<i>pantallón: Djukic</i>	FRAME	3"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	3"
Entrenamiento Valencia	COLAS	23"
Amadeo Salvo y Rufete	TOTAL	24"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón: Vettel</i>	ENTRADILLA	19"
Balance Fórmula Uno	VTR	1'10"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón: escudos y entrenadores Málaga y Athletic</i>	DESPEDIDA	16"
	COPY	4"

En *Antena 3* el número de contenidos a los que el editor asigna una *pieza* se mueve entre el cinco –lunes y jueves– y el tres –martes, miércoles y viernes– (ver *Anexo III y IV*). El cómputo semanal indica que el 15 por ciento son *piezas*; el 24, *colas*; y el 13, *totales*.

d.3) La figura del presentador/es

El perfil y la calidad del presentador o pareja de presentadores del espacio también condiciona el proceso de asignación, sobre todo en los programas complejos que se estudian a continuación.

Se distinguen grosso modo dos tipos de presentadores identificados generalmente con los modelos británico y americano. En el modelo británico el presentador es un simple mediador entre la noticia y el espectador. Es adusto, serio, poco expresivo y distante con la información. Persigue en todo momento la asepsia, la independencia y la neutralidad. (...) El modelo americano es, sin embargo, mucho más seductor. En este caso, el presentador se prodiga en gestos y movimientos al hilo del discurso. Mucho más impulsivo, expresivo y natural que en el modelo británico, el comunicador deja traslucir su personalidad, su estilo, su impronta. (Sapag, 2008: 247)

Si los presentadores se asemejan a este estereotipo americano, es decir, poseen una alta destreza comunicativa y además suponen un reclamo para los telespectadores, el editor debe aprovechar y potenciar su protagonismo. ¿Cómo hacerlo? Cambiando las *piezas* por *colas*. En las *piezas*, quien relata las imágenes es un redactor. En las *colas* lo hacen los presentadores. Si el editor salpica todo el programa con *colas* contadas por los presentadores, sin importar en exceso la duración de las mismas, consigue que el espacio adquiera el tono y la personalidad de sus presentadores.

El presentador/es no solo supone una alternativa de emergencia para suplir con unas *colas* la carencia de redactores que pueden elaborar una *pieza*, sino que se convierte en un recurso prioritario, en el principal llegado el caso.

Las *colas* se encaraman a lo más alto de la pirámide de los formatos disponibles.

Todos los presentadores de los espacios deportivos de los informativos que son objeto de análisis son periodistas reconocidos, en mayor o menor medida, con una personalidad y un carisma definidos que condicionan el tono y el proceso de asignación-designación. Más cerca del estereotipo *británico* se encuentran Sergio Sauca, Ainhona Arbizu y Sara Carbonero. Manolo Lama y Manu Carreño, así como Josep Pedrerol y Lara Álvarez, están más próximos al *americano*.

<p>TVE1</p> <p>Sergio Sauca</p>	
<p>Antena 3</p> <p>Ainhoa Arbizu</p>	
<p>Cuatro</p> <p>Manu Carreño y Manolo Lama</p>	
<p>Telecinco</p> <p>Sara Carbonero</p>	
<p>La Sexta</p> <p>Josep Pedrerol y Lara Álvarez</p> <p>(a partir de septiembre)</p>	

Tabla 15. Presentadores de los espacios emitidos al mediodía de lunes a viernes (2013) –elaboración propia–

d.4) Programas complejos: presentadores ilustres y *piezas-espectáculo*

El factor fundamental que hace de *Deportes Cuatro* el espacio de referencia es su pareja de presentadores: Manu Carreño y Manolo Lama. El programa ya se conoce por el sobrenombre de *Los Manolos*.

Se trata de la fusión de dos presentadores extraordinarios. (Julio Pulido, Cuatro)

Los presentadores de este tipo de espacios son conductores y a la vez actores principales. La audiencia se decanta por estos espacios gracias en gran medida a sus presentadores y al tono comunicativo que estos emplean. El editor debe explotar esta faceta con las *colas*, el formato que mayor protagonismo les otorga, pues son ellos mismos los que desgranar la información contenida en las imágenes. El tiempo no es un problema. La duración de estos espacios se aproxima a la hora. Los presentadores pueden *explayarse*.

Los espacios deportivos de *La Sexta* están en esta misma línea, sobre todo a partir de septiembre de 2013, con el estreno de *Jugones*. Para diferenciarse de los de *Cuatro*, optan por una pareja formada por un presentador y una presentadora. En cualquier caso, los editores de ambos programas saben que cuentan con sendas parejas de presentadores capaces de contar con solvencia cualquier información en *colas*, una garantía para resolver cualquier situación, desde una información de última hora hasta un arranque al que el editor quiere darle especial énfasis o un toque de opinión.

Aparte de poder contar con una pareja de presentadores, esta clase de espacios, debido precisamente a su mayor duración y a su condición de programa, cuentan con mayores dotaciones a nivel humano y técnico. En la elaboración del espacio de *La Sexta* participan diez redactores y cuatro ayudantes de realización; en *Deportes Cuatro*, ochenta profesionales en total. De estos ochenta, catorce son redactores y otros catorce ayudantes de realización que se encargan del montaje de las piezas. Los primeros piensan y redactan. Los segundos montan haciendo uso del grafismo y la posproducción.

En los espacios de *Cuatro* y *La Sexta*, el editor maneja todos los formatos y además en sus versiones más complejas. El uso de las *colas*

desarrolladas por los presentadores es casi siempre un recurso premeditado y no una solución puntual de emergencia. El directo y el falso directo están a su entera disposición, como en el caso de los editores de los espacios estándar. El directo es menos frecuente pero el falso directo está a la orden del día para recalcar la actualidad y destacar ciertas informaciones.

Junto a las *colas*, la *pieza* es el alma máter de estos espacios. La duración del programa y la cantidad y calidad de los medios humanos y técnicos permiten al editor convertir en *pieza* muchos contenidos. Es el formato que más ventajas le ofrece y que menos esfuerzos logísticos le exige, lo que le hace imponerse como formato de referencia en circunstancias normales al directo e incluso al falso directo que, cuando menos, conlleva el desplazamiento del redactor y el cámara hasta el lugar de los hechos. Además, se complementa perfectamente con las *colas*, el apoyo incondicional de la *pieza* en cualquier tipo de situación. Las *colas* le sirven de introducción, de contextualización, de apostilla final, de refrendo, de aclaración, etc.

La *pieza* es un formato camaleónico. Adopta todo tipo de tonos y formas. En el medio televisivo vale para contar cualquier información. Además, en los últimos tiempos se elabora con tres potentes herramientas audiovisuales hasta hace poco inéditas en los espacios deportivos de los informativos: la posproducción, el grafismo y la música.

La tendencia hacia la espectacularización de la información deportiva en televisión está estrechamente ligada a la adopción de técnicas sensacionalistas y determina los rasgos estilísticos y el lenguaje empleado a la hora de transmitir los hechos al público. Se caracteriza por la magnificación visual (...). (Fernández, 2012: 310)

Se necesita una media de dos horas para pensar, buscar las imágenes, escribir y montar una *pieza* simple, meramente informativa. Estas están al alcance de cualquier redactor. Son las que suelen entrar en los espacios simples y estándar. Las *piezas* de los programas de *Cuatro* y *La Sexta* no son tan sencillas. Para empezar, la duración es mayor. Superan el minuto con creces. No se limitan a informar. El objetivo es crear un producto audiovisual lo más atractivo posible.

En la edición del veinticinco de noviembre de *Deportes Cuatro* entran, además del sumario de los cebos y el sumario informativo, doce *piezas-espectáculo*, casi todas con unas *colas* de introducción, algunas con dos: la primera es una *pieza* emitida la semana anterior con la entrevista de Cristiano Ronaldo en la *Cadena Cope*, precedida de dos *colas* –unas enseñan la imagen del futbolista llegando y saliendo de la clínica y otras un *cartón* con el parte médico de la web oficial del club–. Luego, pegada, otra *pieza* sobre el momento fatídico de la lesión del jugador. A continuación, el resto del bloque del Real Madrid: *colas* –por momentos se convierte en *total ambiente*– de la salida del jugador de la ciudad deportiva del Real Madrid en Valdebebas; *pieza* de las consecuencias de esta lesión para el equipo y *colas* de la iniciativa que anima a los seguidores a ponerse una careta con el semblante del mismo Cristiano; entradilla de los presentadores y, otra vez, *colas* –por momentos se convierten en *total ambiente*– y *pieza* que recoge las conversaciones, órdenes e indicaciones dentro del terreno de juego; *colas* y *pieza* de la actuación de Benzema; entradilla, *colas-total ambiente* de la salida de Xabi Alonso de Valdebebas, *colas* con las imágenes de su diálogo con el entrenador y *pieza* sobre este futbolista; *colas* y *total* sobre el enfado del portero rival por no poder fotografiar a sus hijos con las estrellas del Real Madrid; *colas* de los jugadores blancos regalando su ropa a los rivales y *colas* del entrenamiento del día; y *colas* con el *cartón* de la fotografía de Florentino Pérez junto al jeque del Manchester City. El bloque del Fútbol Club Barcelona arranca con entradilla y unas *colas* de la llegada de Messi a la ciudad deportiva del club, seguidas del *cartón* comentado también en *colas* con la imagen de una información extraída de internet con unas declaraciones del propio Messi. Ambas *colas* son la antesala de la *pieza* sobre el futuro del futbolista, ligado casi definitivamente al Fútbol Club Barcelona. A continuación: *cartón* comentado en *colas* con otra información sobre el delantero argentino, *colas* del mismo recogiendo la *Bota de Oro* –galardón que se otorga al máximo goleador de toda Europa–, *pieza* de sus vivencias en la grada mientras sus compañeros disputan el partido y *colas* de estos con las imágenes de su llegada al estadio; entradilla, *colas* del equipo en plena terminal camino de Ámsterdam, *colas* con las imágenes de los rifirrafes de Neymar con los rivales, *pieza* al respecto, *colas* con las imágenes de los jugadores a su llegada al aeropuerto holandés y *total* del director

deportivo del Fútbol Club Barcelona, Andoni Zubizarreta. El bloque del Atlético de Madrid vuelve a empezar con *entradilla*, *colas* del golazo de Diego Costa, *pieza* de análisis de la chilena que propicia el tanto, *colas* con las imágenes de los aficionados rojiblancos emulando al delantero y *colas* que muestran la ropa de abrigo que empleará el equipo en San Petersburgo; *entradilla*, crónica del enviado especial, *colas* con las imágenes de los jugadores de la Real Sociedad emprendiendo el viaje a Donetsk y *colas* con las primeras imágenes del derbi sevillano; *entradilla*, *colas-total ambiente* de los insultos de la afición bética hacia sus jugadores, *pieza* sobre el tenso ambiente del encuentro, *colas* con las imágenes de los goles, *pieza* desde la perspectiva de los vencedores, *pieza* desde la perspectiva de los perdedores, *colas* para mostrar la alegría que se respira en el entrenamiento del Sevilla y batería de *totales* para pulsar el estado de ánimo de ambas aficiones el día después; *colas* con la presentación de Rufete, *colas* del partido Elche-Valencia, *pieza* de la enésima decepción valencianista, *colas* del choque Rayo-Espanyol, *colas* de la previa del Málaga-Athletic; *colas* de la sección *Minuto de Segunda*; *colas* introductorias de la sección *Maldini en Cuatro*, *entradilla* y el resto de *colas* de la sección, incluidas las de Nadal y Djokovic jugando al fútbol; *entradilla* y *colas* con las imágenes del error garrafal de un futbolista.

En total se contabilizan doce *piezas-espectáculo*, más de treinta *colas* y tres *totales*, más la crónica, el sumario de los cebos y el sumario informativo. Hacen falta doce pequeñas unidades de trabajo formadas por un redactor y un ayudante de realización para crear y montar las *piezas-espectáculo*. Cuando el redactor termina su parte –redacción y locución– y después de transmitir las consignas pertinentes sobre el montaje, toma el relevo el ayudante de realización. El redactor dispone de ese tiempo para encargarse de las *colas* que corresponden a la temática de su *pieza*. El sumario de los cebos lo monta algún ayudante de realización liberado y el sumario informativo un redactor con menos carga de trabajo. En *Deportes Cuatro*, todos y cada uno de sus redactores, así como los ayudantes de realización, están capacitados para afrontar la elaboración de las *piezas-espectáculo*. Lógicamente, hay un orden de designación preestablecido en función de la mayor o menor capacidad de los profesionales y de su especialización. Para la realización de las *piezas-*

espectáculo que se emiten en primer lugar, en los bloques del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona, el editor siempre designa a los mismos redactores⁸⁷.

⁸⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=-BDUQvryXqs>

CUATRO 25-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y con copy: 54'22"

Sin cabecera ni copy: 54'02"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	12"
Publicidad	SPOT	1'00"
Sumario	COLAS	1'15"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
Carreño y Lama	MENCIÓN	50"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	3"
Cristiano clínica	TOTAL AMBIENTE + COLAS	18"
Cumpleaños Xabi Alonso	COLAS	15"
Barcelona en Ámsterdam	COLAS	18"
Neymar aeropuerto	COLAS	15"
Messi Camp Nou	COLAS	15"
Atlético San Petersburgo	COLAS	15"
Indignación Sevilla	TOTAL AMBIENTE + COLAS	20"
Sevilla tras derbi	TOTAL + COLAS	20"
Rufete Valencia	COLAS	10"
Lo mejor de Europa	COLAS	18"

Nadal y Djokovic futbolistas	COLAS	20"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
Cristiano revisión médica	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	20"
Parte médico Cristiano	CARTÓN	20"
Cristiano	TOTAL	46"
Lesión Cristiano	VTR	1'45"
Cristiano autógrafos	COLAS + TOTAL AMBIENTE	1'05"
Real Madrid sin Cristiano	VTR	1'15"
Caras de Cristiano	COLAS + FOTO POSPRODUCIDA	15"
Lama y Carreño	ENTRADILLA	10"
Voces Real Madrid	COLAS + TOTAL AMBIENTE	30"
Discurso Real Madrid	VTR	1'23"
Ancelotti antes y después	COLAS	20"
Ancelotti y Benzema	VTR	1'20"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	5"
Xabi Alonso	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	30"
Xabi-Ancelotti	COLAS	35"
Equilibrio Ancelotti	VTR	1'25"

6. La escaleta

Esteban hijos	COLAS	1'00"
Esteban	TOTAL	10"
Ramos calzoncillos	COLAS	1'00"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	50"
Florentino-jeque	FOTOGRAFÍA	15"
Lama y Carreño	ENTRADILLA	6"
Messi Camp Nou	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	25"
Messi <i>Telesport</i>	CARTÓN	10"
Ofertas Messi	VTR	1'30"
Rummenige	CARTÓN	9"
Bota de Oro Messi	COLAS	42"
Messi partido	VTR	1'23"
Barcelona vestuario	COLAS + TOTAL AMBIENTE	50"
Lama y Carreño	ENTRADILLA	15"
Neymar aeropuerto	COLAS	25"
Barcelona aeropuerto	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	45"
Colleja Neymar	COLAS	20"
Neymar y Diop	VTR	1'20"
Barcelona a Ámsterdam	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	50"

Zubizarreta	TOTAL	21"
<i>videowall</i> : Diego Costa	FOTO VIDEOWALL	3"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	6"
Gol de chilena	COLAS	38"
Otras chilenas	VTR	1'30"
Aficionados chilena	COLAS	28"
Ropa abrigo Atlético	COLAS	13"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
San Petersburgo	FALSO DIRECTO	36"
Atlético San Petersburgo	VTR	59"
Real Sociedad	COLAS	15"
Sevilla - Betis	COLAS	12"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	8"
Indignación Sevilla	TOTAL AMBIENTE + COLAS	45"
Cánticos Sevilla	TOTAL AMBIENTE + COLAS	40"
El derbi	VTR	1'27"
Goles y ocasiones derbi	COLAS	1'10"
Tensión derbi	VTR	1'19"
Pepe Mel partido	VTR	1'15"
Entrenamiento Sevilla	COLAS	15"

6. La escaleta

Sevilla tras derbi	TOTAL	35"
Presentación Rufete	COLAS	18"
Elche - Valencia	COLAS	35"
Sombras Valencia	VTR	1'15"
Rayo - Espanyol	COLAS	40"
Málaga - Athletic previa	COLAS	30"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Segunda División	COLAS	35"
Ráfaga	RÁFAGA	8"
Guardiola	COLAS	25"
Flamengo - Corinthians diente	COLAS	20"
Flamengo - Corinthians	COLAS	20"
Niza - St. Etienne	COLAS	25"
Maldini	ENTRADILLA	3"
Ráfaga	RÁFAGA	1"
Manchester City	COLAS	1'35"
Manchester United	COLAS	20"
Ráfaga	RÁFAGA	1"
Juventus	COLAS	40"
Djokovic y Nadal	COLAS	25"

Carreño y Lama	ENTRADILLA	6"
Error garrafal	<i>COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS</i>	20"
Carreño y Lama	MENCIÓN	50"
	<i>COPY</i>	8"

En *Deportes Cuatro* el número de *piezas* fluctúa entre las catorce del lunes y las once del miércoles o el jueves. Esto supone que el 11 por ciento de los contenidos se emiten a través de una *pieza* (ver *Anexo III y IV*). Llama la atención el mayoritario porcentaje de los contenidos a los que se les asignan unas *colas*: el 52 por ciento. Este dato no viene sino a confirmar el protagonismo indiscutible de los presentadores. Si al 52 se le suma el 10 por ciento de la aparición en pantalla de los presentadores en las entradillas de las mismas *colas*, resulta un total del 62 por ciento con presencia directa o *en off* de los presentadores. El 14 por ciento restante corresponde a los *totales*.

Tras la primera entradilla del presentador, *Jugones* empieza con un *cartón*, desglosado como *colas*, que muestra el parte médico de la lesión de Cristiano Ronaldo publicado en la página web oficial del club. A continuación, pegadas, otras *colas* utilizadas por Josep Pedrerol para lanzar una reflexión crítica con la política de comunicación del Real Madrid; entradilla del presentador y *colas* donde se aprecia la entrada y la salida del futbolista; entradilla y *pieza* para relatar las evoluciones de Cristiano hasta el momento de la lesión; entradilla y *pieza* donde se recogen las imágenes de lo sucedido justo después del momento fatídico; entradilla de la presentadora, Lara Álvarez, para introducir en una pantalla del plató, a través de un *cartón*, la imagen de Florentino Pérez con el jeque del Manchester City; entradilla del presentador y *pieza* acerca del enfado del portero rival; entradilla y *pieza* sobre la anécdota de la portería; entradilla y paso al comentarista que, con unas *colas*, repasa los aspectos técnicos más destacados del encuentro; entradilla y *pieza* con el curioso episodio de la ropa de los jugadores del Real Madrid; pegadas, las *colas* con el *cartón* de las declaraciones del entrenador blanco en un medio de comunicación impreso; entradilla y *colas* de Messi llegando a las instalaciones deportivas del Fútbol Club Barcelona; entradilla y *total* del director deportivo del equipo azulgrana; entradilla, *total* del entrenador y *colas* con las imágenes de las jugadas de su partido para el análisis del comentarista; entradilla y *pieza* sobre el turno de lanzamiento de los penaltis; entradilla de la presentadora utilizando de nuevo una pantalla del plató y *pieza* que incluye las opiniones de Neymar sobre Leo Messi; entradilla y *colas* de las imágenes de la plantilla en el aeropuerto; entradilla y *colas* para ilustrar la intervención del comentarista, en este caso sobre el partido del Atlético de Madrid; entradilla y *pieza* sobre su

encuentro; *entradilla*, *total ambiente* de los indignados aficionados béticos, *colas* con los goles del derbi sevillano y *pieza* sobre el ambiente que se vivió; sección con *colas* del colaborador, Rafael Guerrero, más una *pieza*; pegado, el cebo de una próxima entrevista con Aitor Karanka, segundo entrenador de Mourinho cuando este dirigía al Real Madrid; *entradilla*, *pieza* de la derrota del Valencia en Elche, *totales* de los dirigentes valencianistas, comentario ilustrado con las *colas* del choque Elche-Valencia; y *colas* de la Fórmula Uno.

Son diez piezas-espectáculo, trece colas y cuatro totales. Diez *piezas* para diez redactores, apoyados por cuatro ayudantes de realización. Las *colas* y los *totales* también se las reparten entre los diez primeros⁸⁸.

⁸⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=q936JwHUsME>

LA SEXTA 25-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y *copy*: 32'22"

Sin cabecera ni *copy*: 32'12"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Parte médico CR7	CARTÓN	10"
Pedrerol	ENTRADILLA	4"
Astros lesionados	COLAS	50"
Pedrerol	ENTRADILLA	6"
Cristiano clínica	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	29"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Cristiano se lesiona	VTR	1'16"
Pedrerol	ENTRADILLA	18"
Cristiano y la lesión	VTR	1'13"
Lara Álvarez <i>videowall</i> : Florentino-jeque	ENTRADILLA	16"
Pedrerol	ENTRADILLA	20"
Esteban hijo	VTR	1'06"
Pedrerol	ENTRADILLA	25"
Porterías más altas	VTR	1'07"

Pedreros - Álvaro Benito	ENTRADILLA	32"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	7"
Detalles	COLAS	1'50"
Pedreros	ENTRADILLA	8"
Vestuarios	VTR	56"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
<i>The Times</i> Carlo	CARTÓN	23"
Pedreros	ENTRADILLA	5"
Messi	COLAS	19"
Pedreros	ENTRADILLA	8"
Zubizarreta	TOTAL	31"
Pedreros	ENTRADILLA	8"
Martino	TOTAL	10"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	3"
Parada gol Alexis	COLAS	30"
Pedreros	ENTRADILLA	10"
Penaltis Barcelona	VTR	1'20"
Lara Álvarez <i>videowall</i> : Neymar	ENTRADILLA	25"
Neymar	VTR	1'10"

6. La escaleta

Pedrerosol	ENTRADILLA	40"
Viaje Barcelona	COLAS	35"
Pedrerosol	ENTRADILLA	13"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	4"
Chilena Diego Costa	COLAS	36"
Otras chilenas	COLAS	24"
Pedrerosol	ENTRADILLA	21"
Atlético	VTR	1'21"
Pedrerosol	ENTRADILLA	4"
Derbi Sevilla	TOTAL AMBIENTE	15"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Indignación Betis	TOTAL	24"
Goles derbi	COLAS	53"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Sevilla - Betis	VTR	1'35"
Gritos racistas	TOTAL AMBIENTE + COLAS	25"
Pedrerosol - Rafa Guerrero	ENTRADILLA	25"
Jugadas polémicas	COLAS	1'50"
Rafa Guerrero	ENTRADILLA	18"
Pedrerosol	ENTRADILLA	5"

La Liga de Rafa	VTR	1'03"
Aitor Karanka	CLIP	10"
Pedrerol	ENTRADILLA	12"
Problemas Valencia	VTR	1'35"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	3"
Detalles 2	COLAS	1'31"
Fórmula Uno	COLAS	17"
Pedrerol, Lara Álvarez y Álvaro Benito	DESPEDIDA	6"
	COPY	6"

En *Jugones* casi siempre se montan doce piezas. Esto es el 16 por ciento (ver *Anexo III y IV*). Como en el caso de *Deportes Cuatro*, también abunda el tiempo dedicado a las entradillas y las *colas*: el 37 y el 22 por ciento, respectivamente. Este dato pone de manifiesto el peso específico que soporta, sobre todo, la figura del presentador principal, Josep Pedrerol, ya que las intervenciones de Lara Álvarez, su pareja en el plató, son mucho más reducidas en número y duración.

e) La *pieza-espectáculo*

El nuevo contexto mediático, trastocado por la eclosión de internet y las redes sociales, obliga al editor de los espacios deportivos de los informativos a recurrir a la *pieza-espectáculo*.

The secret of good television journalism is to use pictures, words, sound, and sometimes music, together ad in harmony, to squeeze as much information as posible into every moment of screen time.

(Andrews, 2005: 123)

(El secreto del buen periodismo televisivo es utilizar las imágenes, las palabras, los sonidos y la música de manera conjunta y en armonía para expresar informativamente al máximo cada segundo de pantalla)

La información de última hora ya no es un patrimonio exclusivo de la radio o la televisión. La batalla por transmitir la información cuanto antes se ha decantado del lado de internet y las redes sociales. Asimismo, desde hace tiempo estas últimas también son capaces de suministrar la información audiovisual básica. El editor debe reconocer el nuevo escenario y reubicarse en él. Debe aportar algo más. Como espacio perteneciente o vinculado directamente a un informativo, está en la obligación de ceñirse a la actualidad y de trasladar la última hora a su audiencia lo antes posible. Pero para diferenciarse y destacarse de la dura competencia de internet y las redes sociales, debe concentrarse y sacar el máximo partido de la propia naturaleza del medio televisivo, es decir, del elemento audiovisual, de la imagen. El

resultado de este esfuerzo por explotar las ventajas que ofrece la imagen y su posterior tratamiento es la *pieza-espectáculo*.

Hay un antes y un después de la aparición de Cuatro, de sus programas con mucho más colorido, con contenidos más ligeros y con disminución de la credibilidad. Nosotros nos hemos salpicado un poquito. Pero nos quedamos lejos. La introducción de posproducción, de gráficos. La Sexta se ha unido a ellos en ideología. Nosotros nos acercamos. Luego viene Telecinco y TVE.

(Juan Antonio Paredero, *Antena 3*)

(...) Sobre todo cuidamos la imagen. (...) El estilo "Plus", el estilo de "El día después", el estilo de los vídeos tratados de forma diferente (...).

(Julio Pulido, *Cuatro*).

De nuevo *Deportes Cuatro* se sitúa a la vanguardia. El nacimiento y la consolidación de las *piezas-espectáculo* también es obra suya. *Jugones* ha copiado el formato, aunque con menos carga ornamental. En *Antena 3* cada vez aparecen con mayor frecuencia, preservando la concepción informativa del bloque. El aderezo audiovisual es, por el momento, más comedido que el empleado en *Jugones*. En las secciones de *TVE1* también las están probando tímidamente. En *Telecinco* están prácticamente inéditas.

Es el formato que cubre a la perfección la doble exigencia que se le plantea a los espacios deportivos de los informativos. Por un lado, poder competir con internet y las redes sociales, ofreciendo la información de actualidad, incluso la de última hora, con un continente mucho más atractivo visualmente. Y por otro, satisfacer la enorme demanda de contenidos futbolísticos que reclama la audiencia, un objetivo imposible de cumplir únicamente con la información de actualidad.

La gran demanda de información futbolística hace que muy a menudo prime la cantidad y que muchos de los espacios no sean cubiertos con contenidos verdaderamente noticiosos. En su lugar, se dan cabida y relevancia a aspectos que son más bien anecdóticos o secundarios.

(Fernández, 2012: 309)

e.1) Contenido de las *piezas-espectáculo*

La *pieza-espectáculo* se afianza como el formato más recurrente tanto para relatar las noticias de actualidad derivadas de los *acontecimientos deportivos*, como para convertir los aspectos subsidiarios de estos mismos *acontecimientos* –rumores, datos estadísticos, precedentes, efemérides, opinión y polémica– en argumentos atemporales de interés o, al menos, en un montaje audiovisual atractivo. En el caso de los *sucesos deportivos*, el editor puede asignarles una *pieza-espectáculo* cuando se produzca y conozca con la suficiente antelación.

Los *acontecimientos deportivos* generan antes, durante y después de producirse, muchas noticias e imágenes de actualidad susceptibles de materializarse en una *pieza-espectáculo*:

-antes: la designación del árbitro, el estado del césped, las posibles alineaciones, las iniciativas de las aficiones, el estado físico de los jugadores, las declaraciones previas de los protagonistas, etc. Por ejemplo, la edición de *Jugones* correspondiente al veinticinco de octubre incluye una *pieza-espectáculo* para especular sobre la posible alineación del Fútbol Club Barcelona en el “clásico”⁸⁹.

-durante (hechos y/o imágenes destacables por algún motivo): los golazos u otras acciones espectaculares, los gestos conmovedores, las jugadas polémicas, etc. En su edición del veinticinco de noviembre, *Deportes Cuatro* inserta una *pieza-espectáculo* con las mejores imágenes del rifirrafe entre Allam Romeo Nyom, jugador del Granada, y Neymar, del Fútbol Club Barcelona⁹⁰.

-después: el resultado, las declaraciones posteriores de los protagonistas, las consecuencias de una lesión, etc. El veintiséis de noviembre, en *Jugones* aparece una *pieza-espectáculo* con la información retrospectiva de las

⁸⁹ <http://youtu.be/euA6RhmJ420>

⁹⁰ <http://youtu.be/ICcgb1uaTrQ>

ausencias de Cristiano Ronaldo. Ahora, a consecuencia de la lesión que se produjo en el último partido, volverá a perderse varios encuentros⁹¹.

Más allá de las noticias y las imágenes de actualidad, de los *acontecimientos deportivos* se desprende una cantidad ingente de detalles circunstanciales o pseudo-informativos que también son fuente temática inagotable para las *piezas-espectáculo*. Los más manidos son, por este orden: los rumores, los datos estadísticos, los precedentes, las efemérides, la opinión de los aficionados y las entrevistas a los protagonistas de primera fila.

e.1.1) Rumores

Las amplias posibilidades informativas del periodismo deportivo quedan reducidas al mínimo cuando los medios de información solo se interesan por un determinado deporte, el fútbol, como parte básica de toda la información deportiva. Al dejar a un lado a los demás deportes o al menos aquellos no rentables a la administración de la empresa periodística y también por el desconocimiento de algunos periodistas deportivos, resulta evidente que se produzca una demanda informativa imposible de suplir salvo con rumores, pues, pese a su popularidad, el fútbol no puede dar al informador noticias suficientes como para mantener al aficionado pendiente e interesado. (...) Se puede hablar de la posible dimisión de un entrenador, del posible fichaje de un jugador, de la posibilidad de un enfrentamiento entre aficionados y directivos, etc. etc. (Alcoba, 1980: 113)

Los rumores y las consiguientes especulaciones suplen gran parte de las carencias informativas con las que el editor se topa a la hora de llenar el espacio deportivo. Están tan arraigados en el mundo de la prensa deportiva que a nadie le importa, ni al periodista ni a la audiencia, que solo sean eso: rumores. En el entorno de los espacios deportivos, las *piezas-espectáculo* son el formato que mejor se les adapta. Si el redactor designado por el editor para

⁹¹ <http://youtu.be/DckvEC2M9Hk>

su elaboración es lo suficientemente hábil, la *pieza-espectáculo* resultante puede darle al rumor una apariencia cercana a la certeza. Los meses de verano, cuando acaban las competiciones futbolísticas de clubes y las redacciones quedan desabastecidas de información, son una época propicia para este tipo de *piezas-espectáculo*. En su edición del día diez de junio, *Deportes Cuatro* incluye una *pieza-espectáculo* para abordar los rumores que circulan en torno a la consumación de la renovación del contrato de Cristiano Ronaldo con el Real Madrid⁹².

e.1.2) Datos estadísticos

El desarrollo informático y de las tecnologías de seguimiento por satélite ha permitido cuantificar hasta límites insospechados lo que ocurre en un terreno de juego. Todo está medido y queda registrado. Desde los goles hasta la distancia que recorre cada jugador. Las cifras resultantes, que llaman la atención por ser más o menos extraordinarias o insospechadas, se convierten en una fuente infinita de información para las *piezas-espectáculo*. Solo requieren una premisa: que el redactor disponga de imágenes para ilustrar esos datos. También *Deportes Cuatro*, en su edición del veinticinco de noviembre, incluye una *pieza-espectáculo* en la que contabiliza los goles de Cristiano Ronaldo hasta el momento de su lesión, para comparar esa cifra con la que suman conjuntamente varios de sus compañeros⁹³.

e.1.3) Precedentes

No hay mejor manera de crear grandes expectativas sobre lo que puede ocurrir en un *acontecimiento deportivo* que recordar las gestas de anteriores encuentros. Así, el veinticinco de octubre *Jugones* incluye una *pieza-espectáculo* para repasar las actuaciones anteriores de Cristiano Ronaldo en el Camp Nou⁹⁴.

⁹² <http://youtu.be/Hej6TBXCTd4>

⁹³ http://youtu.be/xy_XFizNgKw

⁹⁴ <http://youtu.be/7uletv9saKM>

e.1.4) Efemérides

Las imágenes de los triunfos históricos o de otros momentos grandiosos que se grabaron en la retina de todos los aficionados al deporte merecen ser recordadas de vez en cuando. La presencia de estas efemérides, convertidas en *piezas-espectáculo*, parece quedar justificada cuando alcanzan un aniversario de cifra redonda: un año, dos, cinco, diez, etc., o cuando está próxima la reedición del mismo *acontecimiento deportivo* en el que tuvieron lugar. En la víspera de la disputa del “clásico”, *Jugones* introduce una *pieza-espectáculo* para recordar el primer Barça-Madrid que jugó Luis Figo en el Camp Nou, después de ser fichado por el Real Madrid y haber sido el capitán del Fútbol Club Barcelona durante varios años⁹⁵.

e.1.5) Opinión

Es otro ingrediente que por sí mismo puede motivar una *pieza-espectáculo*, ya sea con la opinión de la cadena sobre cualquier cuestión debatible a la que pone voz el redactor de turno o con la opinión de los aficionados. El fútbol se presta especialmente a este tipo de contenidos pues la polémica y el consiguiente debate son dos de sus condimentos más seductores.

La comprensión de todo lo deportivo es evidente. Sus reglas son fáciles de asimilar, al menos en los deportes que han alcanzado las máximas cotas de popularidad. En consecuencia, se produce un diálogo abierto que rompe todas las fronteras y que por su extensión significa otra fuente más de información para el periodista deportivo. Todos entienden de fútbol, eso dicen. Todos tienen sus particulares opiniones de lo que ocurre en un club, le sucede a un jugador o al entrenador. (Alcoba, 1980 116)

⁹⁵ <http://youtu.be/kfzXWLzB5IE>

De este modo, en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del veinticinco de noviembre se encuentra una *pieza-espectáculo* con la opinión de los aficionados del Fútbol Club Barcelona y del Real Madrid sobre las posibilidades reales del Atlético de Madrid de luchar por el título de Liga⁹⁶.

Los rumores, los datos estadísticos, los precedentes, las efemérides y la opinión de los aficionados o de la propia cadena sobre las acciones o situaciones polémicas, son los principales asuntos que motivan las *piezas-espectáculo*. Pero no son los únicos. Cualquier arista, cualquier vertiente, cualquier matiz, cualquier nimiedad... de la información deportiva de actualidad puede dar lugar a una *pieza-espectáculo*. En realidad, solo hacen falta tres requisitos: una conexión, aunque sea remota, con la actualidad; que el editor o cualquier redactor posea la perspicacia y la imaginación suficientes para darse cuenta de esa arista, vertiente, matiz o nimiedad... y transformarla en el sugerente argumento de una *pieza-espectáculo*; y que ese mismo redactor, antes de proponer la *pieza*, sepa que es factible plasmar la idea en un producto audiovisual plausible porque, para empezar, existen las imágenes necesarias y su cadena cuenta con ellas. Se trata de las imágenes de archivo, una de las fuentes audiovisuales imprescindibles para cualquier editor.

Todas las cadenas de televisión poseen un archivo de imágenes. Además, las redacciones de deportes tienen un pequeño departamento de documentación que administra su parte. Es un valor importantísimo de cada canal. Según la antigüedad, la capacidad archivística y los recursos económicos, la cadena cuenta con un archivo más o menos extenso y mejor o peor organizado. Actualmente *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, tienen el archivo digitalizado, con lo que aumentan exponencialmente la capacidad de almacenaje de sus sistemas y la velocidad de búsqueda y recuperación de las imágenes.

⁹⁶ <http://youtu.be/iqzdfp7q-pQ>

e.1.6) Gestión editorial del archivo

En la conformación del archivo, el editor vuelve a tener una importancia cardinal. Establece y comunica las consignas editoriales por las cuales se rigen los redactores y/o los documentalistas a la hora de seleccionar y resumir todo el material que pasa a formar parte de él. Dice lo que debe guardarse y cómo debe guardarse, pues la capacidad de almacenamiento del archivo no es ilimitada. También debe imponer una disciplina férrea para que los compactados⁹⁷ se hagan puntual y concienzudamente. La finalidad no es otra que conservar y tener a mano las imágenes y las declaraciones que se convierten en la materia prima de las *piezas-espectáculo* y de otros formatos.

El editor añade una tarea más a su extensa agenda. Debe estar encima de los redactores para que, una vez hayan consumado su participación diaria en el espacio deportivo, recopilen lo mejor del material bruto⁹⁸ con el que han trabajado para proceder a su archivado. El redactor encargado de la crónica de un partido compacta el resumen del mismo. Si el material bruto arroja los noventa minutos de la duración efectiva del encuentro, el compactado debe reducirse al tiempo que estipule el editor, de mutuo acuerdo con el responsable del departamento de documentación. De igual forma, el redactor que cubre un *suceso o acontecimiento deportivo* in situ, de vuelta a la redacción y después de cumplimentar su aportación al espacio del día, debe extractar en un sucinto compactado lo más significativo del material bruto obtenido.

A continuación, los documentalistas examinan los compactados, señalan o minutan las imágenes clave y las archivan definitivamente. No obstante, la fase inicial del proceso, la primera criba, vuelve a depender del editor. Debe estar especialmente atento a las imágenes que son parte de la actualidad un día, pero que pueden emerger por su valor intrínseco en cualquier momento. Su posible pérdida, si no se archiva convenientemente, le priva del material necesario para montar muchas *piezas-espectáculo* y muchos otros contenidos.

⁹⁷ Un compactado es el compendio audiovisual de un *acontecimiento* o *suceso deportivo* con las imágenes más representativas, incluidas las declaraciones de los protagonistas.

⁹⁸ El material bruto comprende la grabación íntegra de un *acontecimiento deportivo* y también todos los recursos que se han grabado en la cobertura de un *suceso deportivo*. En ambos casos, con las declaraciones incluidas.

e.1.7) Entrevistas a personajes de primer orden

Por sí solas son un reclamo que llena la pantalla. Convertidas en *piezas-espectáculo* adquieren un elevado valor añadido. El personaje y sus declaraciones siguen siendo las mismas. Enriquecidas con los elementos propios de este formato se transforman en un producto más atractivo, con más fuerza, con mayor impacto audiovisual. Por ejemplo, el cinco de diciembre *Jugones* inserta una *pieza-espectáculo*, en este caso sin voz en *off*, a partir de la entrevista grabada del entrenador del Real Madrid, Carlo Ancelotti, en una emisora de radio⁹⁹.

Al editor le corresponde por enésima vez designar al redactor oportuno para cada tipo de *pieza-espectáculo*. El editor debe saber quién es el más riguroso, el más preciso, el más original, el más gracioso, el más hábil y rápido en circunstancias extremas, urgentes o apremiantes, etc.

e.2) Forma de las *piezas-espectáculo*

Los elementos formales que identifican a las *piezas-espectáculo* son la posproducción, el grafismo, la música y los efectos de sonido. La posproducción es el tratamiento visual a posteriori de las imágenes para modificar su apariencia mediante efectos: cambios de coloración, de tamaño, de forma, introducción de nuevos elementos, etc. El grafismo es un recurso de la posproducción. Se trata del conjunto de herramientas gráficas que se utilizan para insertar sobrepresiones en las imágenes, fundamentalmente los rótulos.

En *Cuatro* todas las *piezas* de los espacios deportivos de sus informativos son *piezas-espectáculo*. Todas llevan música y tratamiento de posproducción y grafismo. Su equipo humano –redactores y ayudantes de realización– y técnico –programa informático de montaje de imágenes con herramientas de posproducción y grafismo incluidas– se lo permite, así como la larga duración del propio espacio. El veinticinco de noviembre *Deportes Cuatro*

⁹⁹ <http://youtu.be/6EtlbY7nJ88>

emite una *pieza-espectáculo* para comparar la manera de lanzar las faltas de Cristiano Ronaldo y Gareth Bale. Para empezar, lleva música; a muchos de los planos se les ha practicado una corrección de color y/o se les ha añadido un filtro para potenciar el efecto dramático de la imagen, algo que puede apreciarse de forma más evidente en 1'13"; también utiliza una composición muy elaborada y sofisticada a base de grafismo en 22", 32", 35", 1'02" y 1'14", con los efectos de sonido incluidos; a esto hay que añadir las transiciones, alejadas del mero cambio de plano a corte ¹⁰⁰, para dar paso a las composiciones anteriores; por último, la introducción de la figura de un cohete sobre la trayectoria del balón que lanzan Cristiano y Bale ¹⁰¹.

En *La Sexta*, con unos programas deportivos de perfil parecido, la carga de posproducción y grafismo de las *piezas-espectáculo* también está presente, aunque de una manera algo más dosificada, menos exuberante. En la edición de *Jugones* del tres de octubre, la *pieza-espectáculo* versa sobre la asistencia de rabona de Ángel Di María a Cristiano Ronaldo. Lleva música, filtros y efectos de color, transiciones tocadas con algo de ornamento y rotulación elaborada con grafismo ¹⁰².

Así como *Jugones* está próximo al nivel de *Deportes Cuatro* hablando en términos de la espectacularidad audiovisual de las *piezas*, los bloques deportivos de *Antena 3* están todavía un par de peldaños por debajo, aunque los esfuerzos por renovarse empiezan a dar sus primeros frutos. Queda comprobado, por ejemplo, en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* del tres de octubre. La *pieza-espectáculo* de la crónica del encuentro de la Liga de Campeones de la Real Sociedad cuenta con música, ocasionalmente recurre al fundido encadenado ¹⁰³ en la transición entre planos (1'14"), utiliza la posproducción para introducir un mazo en movimiento en el momento en el que

¹⁰⁰ La transición *por corte* o *a corte* es la mera sucesión de planos: termina o desaparece uno; empieza o parece otro.

¹⁰¹ <http://youtu.be/aS-1lIDUI1o>

¹⁰² <http://youtu.be/C5G8NKYm5q4>

¹⁰³ En las transiciones mediante fundido encadenado el último plano del contenido se va desvaneciendo a la vez que el primer plano del siguiente contenido va cobrando forma.

el entrenador habla de “mazazo” y el consiguiente temblor de la imagen a consecuencia del golpe¹⁰⁴.

El bloque de *Telecinco* es el más tradicional, el menos atrevido en este sentido, el que más se aleja de las *piezas-espectáculo* para refugiarse en las típicas y tradicionales *piezas* informativas de toda la vida. *TVE1* sí está introduciéndolas paulatinamente, con mucha menos ostentación audiovisual. En la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veintiuno de octubre, la *pieza-espectáculo* sobre las alternativas tácticas que se le presentan al entrenador del Real Madrid llama la atención, en primer lugar, por la música. También se observa algún fundido encadenado (27”) y el grafismo de los paneles en 18”, 30”, 48”, 59” y 1’07”¹⁰⁵.

En los espacios de *Cuatro* y *La Sexta* también utilizan las que podrían denominarse *colas-espectáculo*. Son aquellas que, siendo simplemente *colas*, llevan el tratamiento de las *piezas-espectáculo*: posproducción –grafismo– y música. El más claro ejemplo es el sumario de los cebos en *Deportes Cuatro*. Pero hay más casos en los que proceden de la misma manera. Convierten los clips en *colas-espectáculo*. Los dejan sonar al principio, solo con la música, y después los presentadores empiezan a hablar. En *Jugones* recurren a las *colas-espectáculo* para el análisis de los comentaristas¹⁰⁶.

f) Formatos para los *acontecimientos deportivos* en juego y los *sucesos deportivos*

f.1) El dilema de los *acontecimientos* en juego

Un espacio deportivo que se emite a diario en directo no puede ningunear la actualidad, ni la denominada última hora, por muy feroz que sea la competencia de internet y las redes sociales. En teoría, el resultado de un partido de fútbol que está en juego o de cualquier competición deportiva de interés general que se disputa durante la emisión del espacio no puede faltar. En la práctica, sobre esta cuestión hay distintas opiniones y diferentes maneras

¹⁰⁴ <http://youtu.be/AYhMJ5T4dnE>

¹⁰⁵ <http://youtu.be/c5oudbQeLbQ>

¹⁰⁶ <http://youtu.be/F8ZkpvozP0V8>

de resolverlo. Si el *acontecimiento deportivo* está siendo emitido por una cadena de la competencia, algunos editores prefieren de modo unánime obviar esta última hora. En términos comerciales o de competencia directa por la audiencia, parece la única decisión coherente. Es una desinformación justificada para no empujar al espectador a pulsar el botón del canal rival. Sin embargo, cuando el encuentro deportivo es de máximo interés, otros se decantan por cumplir con su deber de informar, asumiendo que al contar la última hora sacrifican a un buen número de sus telespectadores para regalárselos a la competencia.

En España la mayoría de los *acontecimientos deportivos* se celebran en horario de tarde-noche. Los espacios deportivos que se ven afectados pertenecen a los informativos de esa franja. Por ejemplo, la primera parte de los partidos de la Liga de Campeones termina a las nueve y media de la noche, aproximadamente a la hora a la que arrancan los espacios deportivos de los informativos de los canales que no tienen los derechos de emisión. Aprovechan precisamente esta franja, durante el descanso, para informar sobre el resto de la actualidad deportiva. Los de mediodía suelen librarse, excepto cuando se trata de *acontecimientos* internacionales que se disputan en lugares cuyos husos horarios de tarde-noche se corresponden con el mediodía en España.

Antes de continuar hay que recordar que los *sucesos deportivos* son aquellos que ocurren de manera inopinada. Dependiendo de con cuánto tiempo de antelación se produzcan con respecto a la hora de entrada del espacio deportivo, el editor les asigna el formato más sencillo –si es poco antes o incluso durante– o los más complejos –si dispone de más tiempo–.

f.2) *Leída*

La *leída* es una entradilla improvisada del presentador en la que cuenta directamente a cámara, sin ninguna imagen que le tape, una noticia de última hora que acaba de suceder.

En determinadas ocasiones, cuando el *suceso deportivo* llega a conocimiento del editor en la parte final de la emisión en directo del espacio deportivo y solo restan unos pocos segundos para alcanzar el *copy*, solo tiene

tiempo material para trasladárselo al presentador/es y que este informe de los detalles más significativos. Puede complementarse y/o reforzarse con un rótulo.

La televisión no abandona nunca su condición de medio de comunicación. Ha de cumplir en todo momento con su deber de informar a los espectadores. Cuanto antes lo haga, mejor. En el espacio deportivo del informativo posterior ya habrá tiempo para darle un soporte o cuerpo audiovisual. Por ejemplo, el dieciséis de octubre, la presentadora del bloque deportivo del informativo de *Antena 3* introduce en medio de la entradilla una *leída* con información reciente relativa a una parte del contenido de la *pieza* a la que justo está dando paso. En la *pieza* se habla del dilema al que se enfrenta Diego Costa, el delantero hispano-brasileño del Atlético de Madrid, que aún no ha decidido con qué selección disputar el Mundial de 2014. La presentadora apunta en la *leída* que “hay novedades”, porque parece ser que el seleccionador brasileño le ha incluido en la lista de cuarenta y cinco preseleccionados, una información de última hora que no ha sido posible reflejar en la *pieza*¹⁰⁷.

¹⁰⁷ <http://youtu.be/ffFpq9aZfGw>

f.3) Videowall y pantallón

<p>Plató de TVE: <i>videowall</i> a la derecha y detrás (más pequeños)</p>	
<p>Plató de Cuatro: <i>videowall</i> detrás, a la derecha y a la izquierda</p>	
<p>Plató de Telecinco: sin <i>videowall</i></p>	
<p>Plató de La Sexta: <i>videowall</i> detrás, a la derecha y a la izquierda</p>	
<p>Plató de Antena 3: <i>pantallón</i></p>	

Tabla 16. Platós de los espacios deportivos de los informativos del mediodía (2013) –elaboración propia–

Para introducir una *leída* con su correspondiente rótulo, solo se requieren unos segundos. Si el editor tiene los reflejos que se le presuponen y unos cuantos segundos más, debe rentabilizarlos al máximo. Al mismo tiempo que traslada los detalles fundamentales de la información al presentador/es, escribe el rótulo. En cuanto cierra la comunicación con el pinganillo¹⁰⁸ del presentador/es, ordena a un redactor o a un ayudante de realización que monte una imagen congelada relativa al *suceso* para alimentar el *videowall* o el *pantallón*. En el cuadro anterior, en el *pantallón* de *Antena 3* se ve a Neymar; en el *videowall* de *La Sexta*, a Cristiano Ronaldo; y en los de *Cuatro*, a Casillas.

Pero tanto el *videowall* de *TVE1*, *Cuatro* y *La Sexta*, como el *pantallón* de *Antena 3*, no solo se utiliza para insertar una imagen que ilustra un *suceso deportivo* recién aterrizado en la redacción.

Aquí en Antena 3 tenemos la suerte de contar con el pantallón. Jugamos mucho con él. Nos basamos en él. Es un nuevo formato del que no disponen en otros medios. (Juan Antonio Paredero, *Antena 3*)

El *videowall* y el *pantallón* cumplen la misma doble función. En primer lugar, ornamentar el plató con imágenes de alto valor informativo y estético durante las intervenciones del presentador/es. En segundo lugar, aprovechando el contenido informativo de estas imágenes, ayudar a centrar la atención del telespectador después de la transición entre dos contenidos y complementar visualmente la entradilla introductoria del presentador/es.

Por ejemplo, en el *videowall* del plató de *TVE1* –once de noviembre– se observa la imagen de Messi a la vez que el presentador lee la entradilla sobre las consecuencias de la lesión del jugador del Fútbol Club Barcelona. En *Cuatro* –once de noviembre–, el realizador concentra la cámara en la imagen de Messi, que puede verse en uno de los *videowall* del plató, para luego abrir el plano e incluir a los presentadores mientras estos introducen la información sobre la lesión del futbolista. En *La Sexta* –cinco de diciembre–, los tres

¹⁰⁸ El pinganillo es un receptor de sonido de reducido tamaño que el presentador lleva camuflado en la oreja para poder escuchar las instrucciones del realizador y el editor.

videowall del fondo del plató proyectan imágenes de Aitor Karanka, el protagonista al que se refiere el presentador¹⁰⁹.

Como apunta Paredero, solo *Antena 3* tiene *pantallón*. La ventaja de tamaño y de espectacularidad es evidente. En todas y cada una de las entradillas, incluidas las menciones publicitarias, el realizador compone un plano para que el contenido visual del *pantallón* tenga igual o mayor presencia que la propia presentadora. Es ella quien siempre hace referencia directa a las imágenes concretas que muestra, con el texto de la entradilla e incluso señalizando con la mano y/o la mirada toda la imagen del *pantallón* o algún elemento determinado de la misma. En el *pantallón* del plató de *Antena 3* –dieciséis de octubre– se exhiben extractos de las cuentas de *Twitter* de los jugadores; *collages* fotográficos con un sentido metafórico determinado, como la imagen de Diego Costa entre las de Vicente del Bosque y Luiz Felipe Scolari, seleccionador brasileño, para ilustrar el dilema y el conflicto de intereses que les atañe a los tres; imágenes congeladas para reflejar un gesto, en este caso de preocupación de Pepe, Cristiano Ronaldo, Varane y Benzema, jugadores del Real Madrid cuyas selecciones aún no han conseguido la clasificación para el Mundial; fotografías dispuestas a modo de álbum para repasar momentos históricos de la carrera de un futbolista como Messi; el acompañamiento audiovisual de las menciones; etc.¹¹⁰

f.4) En *colas*

En el caso de los *sucesos deportivos* que llegan a conocimiento del editor cuando aún restan algunos minutos para que concluya la emisión en directo de su espacio, se puede salvar la situación con alguna imagen.

En radio o prensa digital es fácil. Se dicen o escriben los datos fundamentales en cuestión de segundos. En televisión, un editor con reflejos lo salva con unas *colas*: se entera de la información; se la comunica al presentador/es sin dilación mas en el momento oportuno, sin interferir en su

¹⁰⁹ <http://youtu.be/zYMYhYFQpHo>

¹¹⁰ <http://youtu.be/Slo0hD7SEUk>

labor; se pone en contacto con la redacción; ordena al redactor adecuado que busque, monte y transfiera las imágenes relativas al *suceso* a la escaleta del programa en el vídeo-servidor; coordina con el presentador/es y el realizador el momento para dar la noticia acompañada de su correspondiente imagen; acompaña la información con un rótulo para insertarlo encima de la imagen.

En el caso de los *sucesos deportivos* es fundamental, en un primer momento, el uso de las imágenes de archivo para dotar de cuerpo audiovisual a estas informaciones inopinadas. Si Cristiano Ronaldo se lesiona en un lance de un entrenamiento, es más que posible que en ese preciso instante no haya ninguna cámara grabando imágenes. La primera opción para el editor de un espacio deportivo es recurrir al archivo. La información se cuenta tal cual es: “Cristiano Ronaldo se ha lesionado durante el entrenamiento”. Pero para ilustrarlo audiovisualmente hacen falta imágenes de archivo de Cristiano Ronaldo. No cualquier imagen. A ser posible se utilizan las más recientes o las que concurren circunstancialmente con los detalles del *suceso deportivo*. El editor busca imágenes de Cristiano Ronaldo en una situación parecida: en el entrenamiento más reciente, la imagen de una lesión anterior, etc.

f.5) En *pieza*

Cuando el editor no tiene imágenes del *suceso deportivo* pero se entera del mismo por lo menos dos horas antes de la emisión del espacio, cuenta con un margen suficiente para otorgarle un soporte o cuerpo audiovisual que seguramente se traduzca en una *pieza*, siempre que el alcance informativo del *suceso* lo merezca. Cuanto antes se conozca, más tiempo hay para transformarlo en un contenido audiovisual más completo y de mayor calidad. Si se ha producido durante la noche o a primera hora, es posible que a lo largo de la mañana el editor reciba por agencia imágenes que muestren el lugar del *suceso*, reacciones al mismo del propio protagonista, de los testigos, familiares, amigos, allegados, etc. Además, si dispone de recursos, puede desplazar a un redactor con el equipo de grabación hasta el lugar de los hechos para obtener material audiovisual de refuerzo propio e información de primera mano. Si la relevancia informativa del *suceso* lo merece, se puede plantear la alternativa del directo o del falso directo. Si se confirma que Cristiano Ronaldo sufre un

esguince de tobillo, el editor puede localizar a un traumatólogo de prestigio para entrevistarle y que dé su opinión sobre el tiempo de recuperación del futbolista, o a algún ex jugador del Real Madrid que sufriera en el pasado ese tipo de lesión. Con un poco de imaginación pero siempre priorizando las vertientes que más pueden interesar a la audiencia, las posibilidades para este material de refuerzo se multiplican. De esta forma, el editor lo contará sin mostrar la lesión en sí, pero informando de todos los aspectos de la misma a través de un producto audiovisual más que digno. La presencia de un redactor, mediante una conexión en directo o a través de un falso directo grabado, en el lugar donde se ha producido el *suceso*, aumenta la carga de credibilidad de la noticia.

Además del material de refuerzo y/o las imágenes de archivo, el editor puede disponer de fotografías del *suceso deportivo*. Es difícil que a la prensa gráfica se le escape la instantánea de cualquier noticia. Estas fotografías, cuando no hay imagen grabada, se convierten en un recurso más. El editor puede recurrir a ellas siempre y cuando su utilización esté justificada porque no tenga la imagen grabada o aporte una información inalcanzable para el material audiovisual. Si procede, debe citar la fuente de procedencia de la fotografía. El caso de la lesión de Cristiano Ronaldo es palmario en este sentido. Si el editor no tiene la imagen grabada del momento fatídico pero sí hay una fotografía o una secuencia de fotografías, debe incluirlas en su espacio deportivo sin ninguna duda. Mejor ver la imagen congelada de la lesión de Cristiano Ronaldo que no ver nada.

Para integrarlas dentro del espacio deportivo de un modo sutil y armonioso con el resto de contenidos, el editor puede apoyarse en dos herramientas antes mencionadas que no solo están indicadas para las fotografías, sino para cualquier contenido que las precise: la posproducción y el grafismo. El formato resultante es el denominado *cartón*. En el bloque deportivo de *Antena 3* del dieciséis de octubre, volviendo al ejemplo de los extractos de las cuentas de *Twitter* en el *pantallón*, se observa la oportuna construcción del *cartón* con los mensajes de los jugadores y la fotografía de los mismos de fondo. En la edición de *Deportes Cuatro* del dieciséis de octubre, el *cartón* va incrustado dentro de la *pieza*. Se corresponde con un extracto de la página web oficial de la Federación Española de Fútbol. La parte textual está animada, es

decir, presenta un movimiento de acercamiento. La foto de Diego Costa aparece de fondo. En el bloque de *Telecinco* del veinticinco de noviembre, el ejemplo es un calco del anterior. Se extrae un parte médico de la página web oficial del Real Madrid. Los textos están animados y la fotografía se observa en el fondo. En el programa de *La Sexta* del veintiséis de noviembre, la presentadora hace alusión al *cartón* que se conforma en el *videowall* que tiene al lado. Sobre la imagen de fondo de la cuenta de *Twitter* de Cristiano Ronaldo se constituye una animación simple –un movimiento de derecha a izquierda– del extracto de la cuenta de Íker Casillas, con el texto de bienvenida de Cristiano y la fotografía de ambos jugadores¹¹¹.

g) Formatos de realización

Aparte del departamento de producción que le facilita los medios necesarios para hacer un directo o un falso directo, el editor también recurre al de realización para potenciar el tratamiento audiovisual de las *piezas*, los *totales* y/o las *colas* y también para ejecutar formatos que pueden soportar o apoyar otros contenidos importantes de la escaleta. Son los videoclips o clips, las ráfagas, los paneles, los *cartones* y el material para la alimentación del *videowall* y el *pantallón*.

g.1) Clip

El clip es un montaje audiovisual cuya duración oscila entre los quince segundos y el minuto, realizado generalmente al ritmo de la música –los planos cambian con cada golpe percutor de la canción, es decir, el ritmo de la música marca la cadencia de las imágenes– y que suele llevar un tratamiento específico de posproducción y grafismo. Tiene el doble objetivo de potenciar la espectacularidad visual del espacio y de incidir en una imagen concreta, en un detalle de esa imagen o en un dato informativo.

¹¹¹ http://youtu.be/2eOXoZ_T9EU

Deportes Cuatro lo usa frecuentemente; *Jugones*, con menos asiduidad; el resto de espacios, de forma esporádica. En su edición del once de noviembre, *Deportes Cuatro* incluye un clip que recopila los mejores momentos de la victoria de Marc Márquez en el Mundial de Moto GP. Lleva música y posproducción, fundamentalmente grafismo y efectos visuales para el tratamiento de la imagen. Va reforzado con *totales* de los protagonistas y fragmentos de la narración de la carrera¹¹².

g.2) Ráfaga

La ráfaga es un clip reducido en todos sus aspectos. Dura menos de quince segundos y la información que contiene disminuye de manera considerable. Su principal función, más allá del componente estético, es la de separar los contenidos.

Como el clip, es habitual en *Deportes Cuatro* y más difícil de encontrar en los demás espacios. Por ejemplo, el veintiséis de noviembre, después de las *colas* con las imágenes y la información de última hora acerca del enfrentamiento de la Real Sociedad en la Liga de Campeones, se emite una ráfaga de escasa duración para separar los contenidos relativos a la Liga de Campeones y los que se refieren al derbi sevillano de la Liga¹¹³.

Las ráfagas de sección, analizadas en líneas anteriores, introducen contenidos fijos o habituales y suelen anticipar el nombre de susodicha sección.

g.3) Panel

Es un elemento visual que se realiza con grafismo. Contiene información textual, por lo general animada, con algún ligero movimiento de composición de la información. Puede emitirse de manera independiente, en *colas*, para que el presentador/es lea su contenido. También puede aparecer en el *videowall* o el

¹¹² <http://youtu.be/P0lYeo7bnS4>

¹¹³ http://youtu.be/O9W8B_KA_SM

pantallón o formar parte de una *pieza*. Los espacios de todas las cadenas recurren en algún momento al panel.

Dentro de la sección deportiva de *TVE1* del siete de octubre, en la *pieza* sobre la asistencia de espectadores a los estadios españoles, aparece un panel con estos datos. En el bloque de *Antena 3* del veinticinco de noviembre, el panel también queda incrustado dentro de una *pieza* y recoge los registros numéricos de la clasificación de los tres primeros con respecto al cuarto. En la edición de *Deportes Cuatro* del dieciséis de octubre, la sucesión de paneles, emitidos en *colas* para que los presentadores desglosen su contenido, muestra las selecciones clasificadas para el Mundial de Brasil de 2014. En la edición de *Jugones* del veinticinco de noviembre, los distintos paneles vuelven a formar parte de una *pieza* acerca de la hipotética clasificación que habría sin errores arbitrales¹¹⁴.

g.4) *Cartón*

Es el formato, elaborado también con grafismo, que se utiliza para enmarcar y emitir la información que solo cuenta con soporte textual y gráfico, como los materiales extractados de las páginas de internet o de las redes sociales. Como el panel, suele implementarse con una animación sutil. También puede emitirse en *colas*, en una *pieza* o a través del *videowall* o el *pantallón*.

Todos los espacios hacen uso del *cartón*, mucho más ahora cuando la introducción de los contenidos de internet y de las redes sociales avanza a pasos agigantados. En la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veintiuno de octubre, el *cartón* va dentro de una *pieza* y corresponde a un fragmento de la Ley del Deporte; en el bloque del informativo de *Antena 3* del veintinueve de noviembre, a la cuenta de *Twitter* de Sergio Ramos, jugador del Real Madrid –en esta ocasión se proyecta en el *pantallón*–. En la edición de *Deportes Cuatro* del veintisiete de noviembre pertenece al recorte de una publicación impresa. Se emite en *colas*. En el del bloque del informativo de *Telecinco* del veintiocho de noviembre, de nuevo se trata del extracto de una

¹¹⁴ <http://youtu.be/zFNrPv23STw>

cuenta de *Twitter* y es parte de una *pieza*. En el programa *Jugones* del veintiséis de noviembre, como en *Deportes Cuatro*, el *cartón* también alberga un recorte de prensa, pero va dentro de una *pieza*¹¹⁵.

g.5) Material para el *videowall* y el *pantallón*

El *videowall* y el *pantallón* son instrumentos de importancia capital tanto para la forma como para el contenido del espacio. Junto con la mesa del presentador/es, es el elemento fundamental del plató. Durante la emisión, el realizador compone todos los planos de las entradillas en función del contenido del *videowall*. El *pantallón* de *Antena 3* acapara mayor atención si cabe, la misma que la presentadora.

La primera impresión visual que recibe el telespectador del espacio depende en gran medida de la ubicación del *videowall* o el *pantallón* dentro de la composición del plató y, por añadidura, de su contenido puntual. De alimentarlo como es debido, con las imágenes más oportunas para cada momento en que el realizador pincha la señal del plató, básicamente las entradillas del presentador/es, se encarga el departamento de realización, más concretamente los ayudantes de realización. El contenido visual del *videowall* o el *pantallón* debe sincronizarse con estas entradillas. No vale cualquier imagen. Debe ser una imagen con valor informativo y estético. El ayudante de realización encargado de la misma, a instancias de su realizador, debe configurarla de una determinada manera para que durante la emisión la composición del encuadre, del conjunto que forman el presentador/es con el *videowall* o el *pantallón*, sea visualmente correcta y atractiva. En primer lugar debe visionar el contenido y leer la entradilla correspondiente. Una vez seleccionado el plano y montada la imagen, debe comunicárselo al realizador para que este vea el resultado y compruebe que cuadra con la realización que tiene pensada para esa entradilla. En principio, el presentador/es no debe tapar la imagen o una parte sustancial de la misma. A partir de aquí, puede valorar si

¹¹⁵ http://youtu.be/l9nGLWRPa_E

le conviene que en la imagen el deportista de turno esté de perfil o de frente, que el plano elegido sea más o menos abierto, etc.

Lo más habitual es exhibir imágenes congeladas, por una sencilla razón. Si se alimenta con imágenes vivas, al estar por detrás del presentador/es, estos pueden llegar a ocultar alguna parte importante de su contenido en continuo movimiento. Además, suponen un elemento de distracción para el telespectador. Alguna vez se hace de forma excepcional. En estos casos el presentador/es se suele poner de pie, a un lado del *videowall* o el *pantallón*, para no dificultar la visión de los telespectadores y hacer hincapié en algún contenido específico de esas imágenes.

El clip, la ráfaga, el panel, el *cartón* y el *videowall* o el *pantallón*, son formatos valiosos por sí mismos en circunstancias normales y alternativas muy eficaces en situaciones extraordinarias, sobre todo cuando escasean los recursos.

Anteriormente se describe el servicio que presta el *videowall* o el *pantallón* a diario y también cuando hay que dar cuenta de noticias de última hora. También el clip puede ser un oportuno comodín. En un momento dado, si en la redacción no hay periodistas suficientes pero algún ayudante de realización está disponible, el editor puede convertir una *pieza* en un clip. Insertándole algún *total* y con los rótulos adecuados, el clip puede transmitir la misma información que una *pieza*. Lo mismo ocurre con el panel y el *cartón*. Ante la escasez de redactores, el editor puede encomendarse a un ayudante de realización para que confeccione un panel o un *cartón* y dar cuenta, por mediación del presentador/es, de la información que en principio debía contarse en la *pieza*.

h) Colaboradores y comentaristas en *Cuatro* y *La Sexta*

Se trata de una figura de apoyo impensable para los espacios deportivos de los informativos de *TVE1*, *Antena 3* y *Telecinco*, porque no disponen de la duración necesaria para darles cabida. *Deportes Cuatro* cuenta con tres colaboradores fijos durante 2013: Julio Maldonado, apodado “Maldini”, experto contrastado de fútbol, para la sección *Maldini en Cuatro*; Raúl Ruiz, ex futbolista especializado en reportajes alternativos del fútbol amateur, para la sección del mismo nombre

–Raúl Ruiz–; y Benjamín Zarandona, también ex futbolista, para elaborar reportajes puntuales sobre historias curiosas del mundo del fútbol¹¹⁶.

A partir de septiembre de 2013, *Jugones* utiliza al ex árbitro Rafael Guerrero para la sección *La Liga de Rafa* y a Siro López, Frederic Hermel, José Luis Sánchez, Quim Domènech y Paco García Caridad, entre otros, para comentar y opinar sobre cualquier hecho o imagen noticiosa relacionada con el fútbol¹¹⁷.

i) Formatos excepcionales: entrevista en directo

Cuando existe la posibilidad de entrevistar en directo a protagonistas de primer orden, bien en el mismo plató a través del presentador/es, bien en alguna localización exterior por mediación de algún redactor o del mismo presentador/es, los editores no dudan en sacrificar parte del contenido para incluirla. La primera condición es que el personaje despierte interés y expectación en grado sumo; la segunda, que esté en el candelero, que sea noticia en ese momento. Es por ello que tiene carácter extraordinario. Por ejemplo, la sección deportiva del informativo de *TVE1* del dieciséis de octubre incluye una entrevista en directo en el plató con el seleccionador Vicente del Bosque. Llega a los 6'35" de duración, la mitad del total del espacio¹¹⁸. Igualmente, la edición de *Deportes Cuatro* del treinta de junio contiene una entrevista en directo desde la localización donde están ubicados los presentadores también con Vicente del Bosque. Arroja 17', la tercera parte de la duración total del espacio¹¹⁹. La presencia en directo de Vicente del Bosque, seleccionador nacional de fútbol, campeón del Mundial de 2010 y la Eurocopa de 2012, supone en 2013 un reclamo indiscutible para cualquier espacio deportivo. Además, para la fecha en que la sección deportiva de *TVE1* decide contar con su presencia, en el mes de octubre, su figura está por primera vez sometida a fuertes críticas debido a la derrota del combinado español en la final de la Copa Confederaciones, celebrada pocos meses antes. Precisamente,

¹¹⁶ <http://youtu.be/ZYcyNHsBsx8>

¹¹⁷ <http://youtu.be/7YsLYAnysB0>

¹¹⁸ <http://youtu.be/3V71JorTzrY>

¹¹⁹ <http://youtu.be/64LLEgnhAHU>

Deportes Cuatro la lleva a cabo en plena disputa de esta competición, en Brasil, en el mejor momento posible.

6.3 Escaleta “viva” durante la elaboración

Desde que se hace el primer boceto de la escaleta hasta que está prácticamente cerrada antes de empezar la emisión, pasan entre tres y cuatro horas, mucho tiempo en el que *acontecen* y pueden *suced*er muchas cosas. Además, como se analiza posteriormente, la escaleta también puede sufrir cambios profundos durante la emisión. Ahora son aproximadamente las once de la mañana. Esto no ha hecho más que empezar.

La escaleta es un elemento vivo. (Rafael Zapatero, *La Sexta*)

Se puede cambiar. (Juan Antonio Paredero, *Antena 3*)

Se mueve más que los precios. (Julio Pulido, *Cuatro*)

La escaleta siempre cambia, mucho o poco, pero siempre termina siendo distinta a la que se plantea a primera hora. Las principales causas que provocan estos cambios son: las imágenes y/o noticias de última hora –*sucesos deportivos* o novedades inesperadas en los *acontecimientos deportivos*–; las noticias de gran alcance ajenas al deporte; fallos en los canales de comunicación a través de los cuales llega la información audiovisual proveniente de la fuente; y sugerencias de los redactores y/o los presentadores.

6.3.1 *Sucesos deportivos* y novedades de última hora en los *acontecimientos deportivos*

Aunque con los matices reseñados, los espacios deportivos de los informativos viven de la actualidad, que tampoco se detiene durante el tiempo que transcurre desde que se hace la primera escaleta hasta que termina la emisión en directo del espacio. El editor se mantiene en un estado de alerta constante para enterarse lo antes posible de los *sucesos deportivos* y detectar las

novedades que deparan los *acontecimientos deportivos*. En resumidas cuentas, imágenes y/o noticias de última hora que no están contempladas en la versión inicial de la escaleta y que la alteran en mayor o menor medida.

Cuanta más envergadura tiene el *suceso deportivo*, más grande es la metamorfosis de la escaleta. Los más nimios apenas se notan. Se solventan con la introducción de unas *colas* más. Sin embargo, las imágenes y/o noticias de alcance trastocan toda la escaleta. Ante estas situaciones, el editor debe conservar la calma, mas reaccionar de inmediato. Lo primero, antes de nada, es pararse a pensar. Después, situarse delante de la escaleta, retocarla de principio a fin y arrancar otra vez con las nuevas órdenes. Son casos muy extremos que solo se producen muy de vez en cuando. Por ejemplo, el Real Madrid anuncia por sorpresa el fichaje de una gran estrella mundial a las doce del mediodía. En este supuesto, la escaleta se convierte prácticamente en un monográfico del tema del fichaje. El editor desplaza a los redactores encargados de la información del Real Madrid al Santiago Bernabéu para hacer directos. La mayor parte del resto de periodistas de la redacción abandonan sus quehaceres para ponerse con los contenidos que apoyen el asunto.

En el día a día el editor convive con imágenes y/o noticias de última hora de menor entidad, pero que también hay que ubicar en la escaleta, vincular con algún contenido, otorgarles una duración, asignarles un formato, designar a un redactor para su preparación, etc. Estas son las modificaciones más habituales. El editor está tan acostumbrado a ellas que las ejecuta automáticamente, sin alterar ni la estructura ni el ritmo, como en el siguiente caso paradigmático. Sobre la una del mediodía *Real Madrid Televisión* remite la imagen de Xabi Alonso, centrocampista del equipo blanco, quien ha vuelto a entrenar con el resto de sus compañeros después de varios meses de lesión. El editor le busca un hueco en el bloque del Real Madrid, vinculada a una *pieza* que relata los problemas físicos que hasta el momento ha tenido su compañero Gareth Bale. Acorta las duraciones del resto de contenidos. Le quita cinco segundos a cada uno. Gana un minuto. Lo emplea en un clip que monta un ayudante de realización que está liberado. Este último emplea las imágenes recién llegadas y las de archivo que muestran el momento de la lesión de Alonso. El editor le comunica los dos rótulos que debe llevar: sobre la imagen de archivo de la

lesión: “Tras cinco meses en el infierno...”; y sobre la imagen de actualidad del entrenamiento: “... Xabi está de vuelta”.

Los *acontecimientos deportivos* pueden deparar lo que estaba previsto en la primera escaleta. También pueden, o no responder a las expectativas, o superarlas con creces. En ambos casos el editor está obligado a variar el plan inicial. En el primero recorta el tiempo previsto y/o asigna un formato de menor magnitud. Incluso, relega el contenido a una ubicación inferior. En el segundo, por el contrario, promociona su situación en la escaleta, le otorga una duración mayor y le asigna un formato más notorio. Por ejemplo, al acto convocado por una determinada marca acude finalmente Adriano Correia, defensa brasileño del Fútbol Club Barcelona, en lugar del que estaba inicialmente previsto, que no era otro que Leo Messi. El editor, que había previsto en la primera versión de la escaleta abrir su espacio con una *pieza* de este *acontecimiento deportivo* con los *totales* y las *imágenes* de Messi, se ve obligado a cambiarla por unas *colas* y un *total*. Duran la mitad que la fallida *pieza*. Además, ya no arranca con ello, sino que lo desplaza hasta el final del bloque del Fútbol Club Barcelona. El mismo acto, a la misma hora. Asiste Leo Messi. Pero además declara a los medios presentes que Cristiano Ronaldo es tan buen jugador como él mismo –en los últimos tiempos, desde la llegada de Cristiano Ronaldo a España y la consagración definitiva de Leo Messi, ambos jugadores mantienen una batalla sin tregua por ser el mejor jugador del mundo–. El editor decide sobre la marcha hacer la *pieza* prevista pero, además, emitir el *total* sobre Cristiano Ronaldo por fuera y por delante de la misma.

6.3.2 Noticias de gran alcance ajenas al deporte

Afectan drásticamente a la duración de la escaleta y, como consecuencia inevitable, a la totalidad de sus contenidos. Son noticias extraordinarias de máximo interés –catástrofes naturales, atentados, etc.– que alargan sin remisión la duración del informativo previo, en detrimento de la totalidad o de parte del tiempo concedido al espacio deportivo posterior. La escaleta queda reducida considerablemente, de modo que el editor debe suprimir los contenidos menos importantes, empezando por la parte baja. Los que son

atemporales y se pueden emitir otro día se guardan. Los de actualidad pueden valer para el espacio deportivo del informativo de la noche.

El editor debe mantener la cabeza fría para percatarse de que no todo el trabajo está perdido. El objetivo es minimizar los daños. Si existe margen de maniobra desde que le comunican el recorte de tiempo, el editor puede abreviar todos o algunos contenidos, o prescindir de algunas entradillas accesorias pegando unos contenidos a otros sin el paso previo por el presentador/es, etc.

6.3.3 Fallos en los canales de comunicación de las fuentes

El tráfico de información y/o imágenes entre la fuente y el editor puede verse interrumpido o dilatado por infinidad de contratiempos: un fallo técnico en la línea de comunicación, ya sea a través de fibra óptica o por satélite; una demora en la finalización de un *acontecimiento deportivo* que provoca el retraso en la llegada a la redacción del equipo de grabación con el material; hasta un atasco de circulación que también difiere el regreso del equipo; etc. El editor sabe que esta es la tónica diaria. En la mayoría de las ocasiones, aunque más tarde, el material termina llegando. Sin embargo, algunas veces no se puede contar con él. El editor debe actuar con temple. Al fin y al cabo son circunstancias incontrolables con las que lidia a diario. La solución que se le presenta es simple: modificar la escaleta.

Si el material entra en la redacción mucho más tarde de lo previsto, pero entra, cambia el formato previsto por otro cuya elaboración requiera menos tiempo. Si el material no termina de llegar, tiene tres opciones: intentar conseguirlo mediante otra fuente; ningunearlo directamente si es prescindible; o sustituirlo como buenamente pueda, con imágenes de archivo, una *leída*, etc.

6.3.4 Sugerencias de los redactores y/o presentadores

Cualquier comentario, venga de quien venga, sobre la primera versión de la escaleta debe ser bien acogido. Todas las sugerencias y proposiciones coherentes de presentador/es, redactores y/o compañeros de realización, documentación e incluso producción, para introducir cambios beneficiosos son

bienvenidas. La única condición es que se hagan a tiempo y con el debido respeto.

Un redactor, tras visionar las imágenes destinadas a su *pieza*, puede advertir que son insuficientes y/o de mala calidad. El editor debe aceptar su sugerencia de convertir la *pieza* en unas *colas*. También en el caso contrario, cuando el material es tan bueno que reclama a todas luces una *pieza* y no las *colas* asignadas, la indicación del redactor es atendida.

Del mismo modo, el editor agradece las apreciaciones del presentador/es, antes y también durante la emisión, sobre la configuración de sus propias entradillas y sobre las modificaciones que afectan al resto de contenidos. Al fin y al cabo, el presentador/es es el conductor del espacio, quien sale a escena a interpretar el guión... la escaleta.

6.4 Transcripción

Cuando el editor se sienta frente al ordenador para hacer la escaleta, se encuentra ante un cuadro de texto con una serie de columnas, donde aparecen los campos fijos, y con un número variable de filas según la duración del espacio. Más duración equivale a más contenidos y, por consiguiente, a más filas.

Existen distintos modelos de cuadros de texto en los que transcribir la escaleta. Vienen determinados por el programa informático que manejan en cada cadena. A continuación, figuran las respectivas transcripciones de las escaletas de los espacios deportivos de los informativos del mediodía del treinta y uno de enero de 2013 de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco*, *La Sexta*, *Telemadrid* y *TV3*.

b) Escaleta del bloque deportivo del informativo de *Antena 3*

01/02/2013 12:51:21

Print All TP Stories

Page 14 of 18

NOTI 15

31/01/2013 15:35:56:22	320		I_DESPEDIDA	INTRO		7		Nuevo
31/01/2013 15:36:16:04			RÁFAGA SALIDA	SET		1		Nuevo
31/01/2013 15:36:16:04			AGRADECIMIENTOS	SET				En Proces
31/01/2013 15:36:16:04			MEDIAS	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:36:16:04			CREDITOS	SET				En Proces
31/01/2013 15:36:16:04			Creditos finales	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:36:27:15			COPY	SET				Nuevo
31/01/2013 15:36:27:15			NEGRO	SET				Nuevo
31/01/2013 15:36:27:15	300		M31GOLES-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:36:27:15			M31GOLES-C COLAS	Vídeo			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:36:40:21	310		I_ENTRENOS	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:37:14:23	311		M31ENTRENOS-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:37:14:23			M31ENTRENOS-C COLAS	Vídeo			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:37:14:23	312		M31PARTIDO	VTR				Aprobado
31/01/2013 15:37:14:23			M31PARTIDO VTR	Vídeo			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:37:14:23			niyo	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:37:14:23			xavi	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:37:14:23			varne	ROTULO				Nuevo

01/02/2013 12:51:21

Print All TP Stories

Page 15 of 18

NOTI 15

31/01/2013 15:39:04:05	320		L_FIGURAS	INTRO		2		Aprobado
31/01/2013 15:39:15:16	321		M31FIGURAS	VTR				Aprobado
31/01/2013 15:39:15:16			M31FIGURAS VTR	Video			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:39:15:16			mou fugaz	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:39:15:16			info	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:39:15:16			diego	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:39:15:16			aitor	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:39:15:16			pinto	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:40:39:21	330		L_VARANE	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:40:54:20	331		M31VARANE	VTR				Aprobado
31/01/2013 15:40:54:20			M31VARANE VTR	Video			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:40:54:20			inf	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:42:04:02			M31POSPO PARA VARANE	VTR				Nuev
31/01/2013 15:42:04:02			M31POSPO PARA VARANE VTR	Video			Online- ALTA169@Omneon	Nuev
31/01/2013 15:42:04:02	340		L_MECHERO	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:42:32:17	341		M31MECHERO-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:42:32:17			M31MECHERO-C COLAS	Video			Online- ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:42:32:17	342		M31POLEMICAS	VTR				Aprobado
31/01/2013			M31POLEMICAS VTR				Online-	Nuevo

01/02/2013 12:51:21

Print All TP Stories

Page 16 of 18

NOTI 15

15:42:32:17				Vídeo			ALTA169@Omneon	
31/01/2013 15:42:32:17			joaquin albareda	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:43:45:12	350		I_RACISMOS	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:44:23:24	351		M31RACISMOS-C	COLAS				Nuevo
31/01/2013 15:44:23:24			M31RACISMOS-C COLAS	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:44:23:24			M31POSPO PARA RACISMOS	COLAS				Nuev
31/01/2013 15:44:23:24			M31POSPO PARA RACISMOS COLAS	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuev
31/01/2013 15:44:23:24			M31POSPO PARA RACISMOS OK	COLAS				Nuev
31/01/2013 15:44:23:24			M31POSPO PARA RACISMOS OK COLAS	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuev
31/01/2013 15:44:23:24	352		M31ALVES	VTR				Aprobado
31/01/2013 15:44:23:24			M31ALVES VTR	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:44:23:24			alves	ROTULO				Nuevo
31/01/2013 15:44:48:14	360		I_SEMIFINAL	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:45:21:22	361		M31SEMIFINAL-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:45:21:22			M31SEMIFINAL-C COLAS	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:45:21:22	362		M31CALDERON	VTR				Aprobado
31/01/2013 15:45:21:22			M31CALDERON VTR	Vídeo			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:45:21:22			cholo	ROTULO				Nuevo
31/01/2013			emery					Nuevo

01/02/2013 12:51:21
NOTI 15

Print All TP Stories

Page 17 of 18

15:45:21:22				ROTULO				
31/01/2013 15:45:39:07	370		I_ITALIANOS	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:46:13:24	371		M31ITALIANOS-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:46:13:24			M31ITALIANOS-C COLAS	Video			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:46:13:24	372		M31AVALANCHA-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:46:13:24			M31AVALANCHA-C COLAS	Video			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:46:13:24			M31POSPO PARA AVALANCHA-C	COLAS				Nuevo
31/01/2013 15:46:13:24			M31POSPO PARA AVALANCHA-C COLAS	Video			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:46:13:24	380		I_NBA	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:47:13:22	381		M31NBA-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:47:13:22			M31NBA-C COLAS	Video			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:47:13:22	390		I_FORMULA	INTRO	AIN	2		Aprobado
31/01/2013 15:47:39:08	391		M31FORMULA-C	COLAS				Aprobado
31/01/2013 15:47:39:08			M31FORMULA-C COLAS	Video			Online-ALTA169@Omneon	Nuevo
31/01/2013 15:47:40:17	400		I_DESPEDIDA DEPORTES	INTRO	AIN	2-6		Aprobado
31/01/2013 15:48:02:05			COPY	SET				Nuevo
31/01/2013 15:48:02:05			NEGRO	SET				Nuevo

c) Escaleta del programa deportivo del informativo de *Cuatro*

Pulido, Julio 07/02/2013 11:23:59
0:40 de más

[INNEWS]DEPORTES-CUATRO.ARCHIVO.*MEDIODIA.2013.ENERO.31. 1

N.Nt	Est	Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
0	?	SUMARIO	COLAS			CM31DE00		0:25
00	?		COLAS			CM31DS00		0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
*****	OK	CABECERA DEPORTES CUATR	CAB			OK CABDEP		0:00
1	?	SEPARADOR DE PUBLI	COMP			BUMPER1		0:04
\$\$\$?	REPSOL DB2	PUBLI			REPSODB2		0:20
2	?	SEPARADOR DE PUBLI	COMP			BUMPER2		0:04
3	?	C CEBO QUE SUERTE TENEMO	COLAS			CM31DE01		0:20
	?	EFECTO						0:00
4	?	C CEBO VARANE - PIQUE	COLAS			CM31DE02		0:20
	?	EFECTO						0:00
5	?	C CEBO CR7 - MESSI SE ESPE	COLAS			CM31DE03		0:20
	?	EFECTO						0:00
6	?	C CEBO POLEMICA PARTIDO	COLAS			CM31DE04		0:20
	?							0:00
rot	?	Manu y Manolo	ROT					0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
\$\$\$?	intro asics	\$\$\$\$\$\$					0:00
7	?	momento interno ASICS	PANTA			ASICS23E		0:00
\$\$\$?	PANTALLA ASICS banner	\$\$\$\$\$\$					0:45
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?	MUSICA						0:00
FOT	?	F010-F011 intro titulares de la jor						0:10
8	?	C CARAS REAL MADRID HOY	COLAS		rosa	CM31DE10		0:20
	?	EFECTO						0:00
9	?	C CARAS DEL BARCA	COLAS		rosa	CM31DE11		0:20
	?	EFECTO						0:00
10	?	C ALVES HABLA HOY	COLAS		rosa	CM31DE12		0:20
	?	EFECTO						0:00
11	?	C ATLETICO - FALCAO	COLAS		rosa	CM31DE13		0:20
	?	EFECTO						0:00
12	?	C IMAGEN SEVILLA	COLAS		rosa	CM31DE14		0:20
	?	EFECTO						0:00
13	?	C BECKHAM AL PSG	COLAS		rosa	CM31DE05		0:20
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
FOT	?	F020 21 intro real madrid - fc barc						0:10
14	?	C IMAGENES BERNABEU	COLAS		die	CM31DE16		0:40
	?	EFECTO						0:00
15	?	C RESUMEN MAD - BARCA	COLAS		die	CM31DE17		2:30
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00

Pulido, Julio 07/02/2013 11:23:59
0:40 de más

[INews]DEPORTES-CUATRO.ARCHIVO.*MEDIODIA.2013.ENERO.31. 2

N.Nt	Est	Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
FOT	?	F030 31 intro lo mejores varane- p						0:10
16	?	C MOMENTOS Y OVACION VAR COLAS			rafa	CM31DE20		0:25
	?	EFECTO						0:00
17	?	V EL MEJOR VARANE MAD	COMP		rafa	VM31DS21		1:30
	?	EFECTO						0:00
18	?	C CORTE PIQUE - CRISTIANO	COLAS		cla	CM31DE22		0:30
	?	EFECTO						0:00
19	?	V EL MEJOR BARCA PIQUE	COMP		cla	VM31DS23		1:31
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
FOT	?	F035 036 intro un partidazo de fut						0:10
20	?	C CEBO QUE SUERTE TENEMO COLAS				CM31DE01		0:10
	?	EN PANTALLA						0:00
	?							0:00
21	?	V UN PARTIDAZO DE FUTBOL	COMP		mon	VM31DE18		1:50
	?	EFECTO						0:00
22	?	T KARANKA Y ROURA	TOTAL		die	TM31DE19		0:20
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
FOT	?	F040 41 intro cristiano - messi na						0:10
23	?	T GRITOS A MESSI - CARITA	TOTAL		die	TM31DE25		0:30
	?	EFECTO						0:00
24	?	C CRISTIANO FONDO - AFICIONCOLAS			ser	CM31DE24		0:30
	?	EFECTO						0:00
25	?	V SE ESPERABA LOS CRACKS	COMP		mor	VM31DS26		1:33
	?							0:00
	?							0:00
FOT	?	F060 61 intro la polemica del parti						0:10
26	?	C MECHERO PUYOL - PIQUE	COLAS		die	CM31DE30		0:30
	?	EFECTO						0:00
27	?	C PUNTERO LASER AYER	COLAS		die	CM31DE09		0:25
	?	EFECTO						0:00
28	?	V ESTA FUE LA POLEMICA	COMP		ser	VM31DS31		1:40
	?	EFECTO						0:00
29	?	C MOURINHO ENFADADO	COLAS		die	CM31DE32		0:30
	?							0:00
	?							0:00
	?							0:00
FOT	?	F070 71 intro gritos a alaves racist						0:10
30	?	T GRITOS RACISTAS ALVES	TOTAL		die	TM31DE33		0:25
	?	EFECTO						0:00
	?	TRIO ALVES DIJO ANOCHE						0:15
	?	EFECTO						0:00
31	?	T ALVES SOBRE INSULTOS	TOTAL		andr	TM31DE36		0:30
	?	EFECTO						0:00
32	?	V ALVES EN TODAS NOCHE	COMP		ini	VM31DE34		1:23
	?	EFECTO						0:00
33	?	C RUEDA PRENSA ALVES HOY	COLAS		noe	CM31DE35		0:10
	?	EFECTO						0:00

6. La escaleta

Pulido, Julio 07/02/2013 11:23:59
0:40 de más

[INEWS]DEPORTES-CUATRO.ARCHIVO.*MEDIODIA.2013.ENERO.31. 3

N.Nt	Est	Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
34	?	T ALVES CONTRA MADRID	TOTAL			andrTM31DE50		0:43
		NUE						0:00
		?						0:00
		?						0:00
FOT	?	F080 81 intro los magos del berna						0:10
35	?	C DETALLE ESPUELA OZIL	COLAS			garr CM31DE27		0:25
		EFECTO						0:00
36	?	C CUCHARA INIESTA	COLAS			garr CM31DE28		0:25
		EFECTO						0:00
34	?	V LOS MAGOS OZIL - INIESTA	COMP			garr VM31DS29		1:33
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
FOT	?	F090 91 intro jugo diego lopez						0:10
355	?	C VIDEO MARCADOR DIEGO	COLAS			poz CM31DE37		0:25
		EFECTO						0:00
39	?	V EL PARTIDO DE DIEGO LOPE	COMP			poz VM31DS38		1:35
		EFECTO						0:00
40	?	V ENCUESTA DIEGO LOPEZ	COMP			noe VM31DE44		0:34
		EFECTO						0:00
41	?	C EN LA PENA DE DIEGO LOPE	COLAS			mon CM31DE39		0:40
		EFECTO						0:00
42	?	C PINTO CANTICOS Y GRITOS	COLAS			die CM31DE40		0:45
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
FOT	?	F100 101 intro cuatro estuvo dent						0:10
43	?	C IMAGENES CAMARA DENTR	COLAS			cris CM31DE41		0:25
		EFECTO						0:00
44	?	V COMO SE VIVIO DENTRO	COMP			cris VM31DE42		1:33
		EFECTO						0:00
45	?	V PARTIDO EN BARES - PENAS	COMP			yo VM31DE45		1:00
		EFECTO						0:00
46	?	C EL PARTIDO EN LAS RADIOS	COLAS			ver CM31DE46		0:20
		EFECTO						0:00
47	?	V EL PARTIDO EN LAS RADIOS	COMP			ver VM31DE47		1:23
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
		?						0:00
FOT	?	F110 111 intro entreno madrid						0:10
48	?	C CARAS REAL MADRID HOY	COLA			garr CM31DE48		0:30
		EFECTO						0:00
49	?	C CARAS BARCA HOY	COLAS			noe CM31DE49		0:30
		EFECTO						0:00
50	?	C ACTO BOTAS JORDI ALBA ftp	COLAS			dia CM31DS51		0:25
		EFECTO						0:00
51	?	T JORDI ALBA fastidiados por no	TOTAL			andrTM31DE52		0:24
		?						0:00

Pulido, Julio 07/02/2013 11:23:59
0:40 de más

[INEWS]DEPORTES-CUATRO.ARCHIVO.*MEDIODIA.2013.ENERO.31. 4

N.Nt	Est	Noticia/Título	Frnto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
?								0:00
?								0:00
?								0:00
///////	?	***OJO FALSO***						0:00
?								0:00
FOT	?	F130 intro ambiente en calderon						0:10
52	?	V FALSO DE LA POZA	COMP			rosa VM31DE59		0:52
53	?	C IMAGEN ATLETICO HOY	COLAS			dia CM31DS55		0:00
?		EFECTO						0:00
54	?	C AUTOBUS CHOLO SIMEONE	COLAS			noe CM31DS60		0:20
?		EFECTO						0:00
55	?	V ENTREV A GABI CAPITAN	COMP			andr VM31DE56		1:21
?		EFECTO						0:00
56	?	C HOTEL DEL SEVILLA	COLAS			dia CM31DS57		0:25
?		EFECTO						0:00
57	?	V ENTREV A REYES	COMP			lalo VM31DE58		1:11
?		EFECTO						0:00
575	?	C COMIDA DIRECTIVAS	COLAS			rub CM31DZ73		0:15
?		EFECTO						0:00
576	?	T CEREZO-DEL NIDO gran partid TOTAL				lalo TM31DE74		0:18
?								0:00
?								0:00
?								0:00
\$\$\$?	SOBREIMPRESION WC NET\$\$\$ \$\$\$\$\$\$						0:05
?								0:00
?								0:00
FOT	?	F140 F141 intro mercado de fichaj						0:10
58	?	C BECKAHM PARIS SAINT	COLAS			rub CM31DP05		0:25
?		EFECTO						0:00
?		C MERCADO FICHAJES				CM31DS15		0:00
?		EFECTO						0:00
61	?	C BALOTELLI GALLIANI	COLAS			noe CM31DE61		0:40
?		EFECTO						0:00
62	?	C UNITED - SOUTHAMPTON	COLAS			dia CM31DE62		0:35
?		EFECTO						0:00
63	?	C CHELSEA - REEDING	COLAS			dia CM31DE63		0:35
?		EFECTO						0:00
TRIO	?	TRIO FOTO MANCINI METRO	TRIO					0:15
?		EFECTO						0:00
64	?	C ARSENAL - LIVERPOOL	COLAS			noe CM31DE64		0:43
?		EFECTO						0:00
65	?	RAFAGA POLIDEPORTIVO	MIC AB			RAFPOLI		0:05
?		EFECTO						0:00
66	?	C TRIO ARMSTRONG mus	MUSIC			DA CN30DE71		0:20
?		EFECTO						0:00
67	?	C SECCION NBA	COLAS			rub CM31DE65		0:45
?		EFECTO						0:00
68	?	C MEJORES CANASTAS	COLAS			rub CM31DE66		0:35
?								0:00
?								0:00
?								0:00
?								0:00
?								0:00
?		intro imagen de cierre						0:10

6. La escaleta

Pulido, Julio 07/02/2013 11:23:59
0:40 de más

[[NEWS]DEPORTES-CUATRO.ARCHIVO.*MEDIODIA.2013.ENERO.31. 5

N.Nt	Est	Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
69	?	C OLA GIGANTE SURF	COLAS		rosa	CM31DE68		0:30
	?							0:00
	?	Agradecimientos FRED PERRY						0:00
	?							0:00
70	?	COPY	COPY		OK	CPD13169		0:00

d) Escaleta del bloque deportivo del informativo de Telecinco

Paso	Presentador	Noticia/Título	Tipo	Obs.Realiz	Colea/pie	BackTime	Duracion
45		V5-1TURISMOESPACIAL	VTR		5/ cuenta atrás	15:28:41	1:07
		----cam 1-----				15:29:48	0:00
	dcantero	C5-1IMPRESIONISMO				15:29:48	0:25
		V5-1HIRST			1"/británico	15:30:13	0:54
		----cam 1-----				15:31:07	0:00
						15:31:07	0:00
48	ijimenez	C5-1NUEVAMODAFLENCA	COLAS			15:31:07	0:20
		----cam 1 david + isa ----		sintonia		15:31:27	0:00
		I-ADIOS				15:31:27	0:15
						15:31:42	0:00
****		COPY+AGUS+TERESA+FE**	*****	*****		15:31:42	0:05
						15:31:47	0:00
****		RAFDEPORTES2011 *****	*****	*****		15:31:47	0:06
49		C5-1VARANE				15:31:53	0:13
		---cam 3 -----				15:32:06	0:00
		I-CLASICAZO				15:32:06	0:14
50		V5-1CLASICAZO			2" / a marcar	15:32:20	0:50
		---cam 3 -----				15:33:10	0:00
51		C5-1MECHERO				15:33:10	0:16
52		V5-1SEGUIMIENTOS			3" tan amigos	15:33:26	0:55
		---cam 3 -----				15:34:21	0:00
53		C5-1ENTRENOSDELOSDOS				15:34:21	0:15
54		T5-1ALVES			2"/contra Messi	15:34:36	0:20
		---cam 3 + DUPLEX -----		EXT 8		15:34:56	0:00
		I-DIRECTOCALDERON				15:34:56	0:15
		DIRECTORAMONCALDERON //				15:35:11	0:30
55		C5-1PARACUBRIRARAMON				15:35:41	0:01
56		T5-1GABICAPITAN			4"/no tiene revan	15:35:42	0:26
		C5-1BALOTELLI				15:36:08	0:15
		---cam 3 -----				15:36:08	0:00
57		C5-1BECKHAM				15:36:08	0:14
****		SEP DEPORTES MOMENTO **	*****	*****		15:36:08	0:03
		---cam 4 retro ----				15:36:11	0:00
		I.MOMENTO INTERNO				15:36:11	0:50
\$\$\$		M.I. FONDO EVO PRODUCTO	\$\$\$\$\$\$\$	\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$		15:37:01	0:00

6. La escaleta

Paso	Presentador	Noticia/Título	Tipo	Obs.Realiz	Colea/pie	BackTime	Duracion
				agr:george rech		15:37:01	0:10
*****		COPY+ JJ+TERESA+FE *****	*****	*****		15:37:11	0:05
						15:37:16	0:00
		****salida informativo				15:40:00	0:00
						15:40:00	0:00

e) Escaleta del bloque deportivo del informativo de La Sexta

Jesus Ruiz 11/02/2013 18:37:09
18:45 de menos

[SM-NEWS]ARCHIVO-ESCALETAS.2013.INFORMATIVOS.01ENERO. 1

Nº	Noticia/Título	VIDEO-ID	Reportero-O	T. Pieza	Modif	H.Prevista	Fec. Mod
	++RÁFAGA DEPORTES++++	RAFSDXTS		0:00	mfigueroa	14:57:35	31/01/2013 14:55:02
D70	SUPERNEXT GIGANTES	D70P31V	javi	0:00	mfigueroa		31/01/2013 14:45:33
D71	CP-GIGANTES	D71P31C	javi	0:00	egarcia	14:57:39	31/01/2013 14:47:59
D72	CP-VANARANUER	D72P31C	HUGO	0:00	orincon	14:57:49	31/01/2013 14:56:17
D73	CP-CRISTIANO,MESSI, INIESTA,	D73P31C	hugo	0:00	hgarcia	14:57:59	31/01/2013 14:53:16
D74	CP-TRÁFICO DE JUGADORES	D74P31C	kike	0:00	ahuercio	14:58:09	31/01/2013 14:53:16
	Oscar a			0:00	jtrinidad	14:58:19	31/01/2013 10:34:11
				0:00	ndefrutos	14:58:19	31/01/2013 13:41:35
D75	C-LA IMAGEN DEL FINAL // wipe	bD75P31C	CARLOTA	0:00	orincon	14:58:19	31/01/2013 14:56:59
D76	CP-LA IMAGEN DEL PRINCIPIO //	D76P31C	FUENTE	0:00	mfigueroa	14:58:49	31/01/2013 14:36:44
D77	VP-CADA UNO A SU ESTILO // wi	D77P31V	FUENTE	1:23	mfigueroa	14:59:04	31/01/2013 14:37:14
D11	VP-DESDE LA GRADA // wipe gen	D117P31V	CRIS	0:28	jtrinidad	15:00:27	31/01/2013 14:57:16
D11	CP-LA QUEJA DE XAVI // corte	D111P31C	CRIS	0:00	orincon	15:00:55	31/01/2013 14:40:44
D11	TP-FUERA DE LUGAR---dur 14" //	D112P31T	CRIS	0:14	mfigueroa	15:01:10	31/01/2013 14:37:28
D11	NEXTnowVARANAUER	D113P31V	javi	0:09	egarcia	15:01:24	31/01/2013 14:54:52
	Oscar a			0:00	jtrinidad	15:01:33	31/01/2013 10:10:16
				0:00	orincon	15:01:33	31/01/2013 14:41:34
D78	V-VARANAUER // wipe real	D78P31V	CARLOTA	1:11	mfigueroa	15:01:48	31/01/2013 14:37:34
D79	CP-CAPITÁN CR7 // wipe gen sd2	D79P31C	JOSE	0:00	mfigueroa	15:02:59	31/01/2013 14:37:45
D80	VP-CRISTIANO, NO // wipe Barça	D80P31V	JOSE	1:01	egarcia	15:03:14	31/01/2013 15:02:55
D81	CP-DETALLE MESSI // wipe gen s	D81P31C	FUENTE	0:00	jgmuñoz	15:04:15	31/01/2013 16:39:21
D82	VP-MESSI, TAMPOCO // wipe Barça	D82P31V2	HELENA	1:04	hmora	15:04:30	31/01/2013 15:03:37
D13	CP-MESSI SUBNORMAL---respiro	D131P31C	ELI	0:00	jtrinidad		31/01/2013 15:05:06
D12	CP-INCIDENTE CON ARBELOA //	D129P31C	JOSE	0:00	jgmuñoz	15:05:34	31/01/2013 16:39:14
D26	CP-ALBA DESMIENTE // wipe gen	D269P31T	JULIO	0:16	jjsuarez	15:05:49	31/01/2013 15:04:02
D83	CP-PAPELÓN DE ADÁN // wipe re	D83P31C	ELI	0:00	orincon	15:06:05	31/01/2013 14:42:50
D84	VP-DIEGO LÓPEZ // corte	D84P31V	ELI	0:54	mfigueroa	15:06:20	31/01/2013 14:38:31
D11	NEXTnowVIOLINISTAS--dur 6"	D114P31V	hugo	0:07	ndefrutos	15:07:14	31/01/2013 14:12:47
	Oscar a			0:00	jtrinidad	15:07:21	31/01/2013 10:09:06
				0:00	orincon	15:07:21	31/01/2013 14:43:22
D85	V-INIESTA Y OZIL (VIOLINISTAS)	D85P31V	CUESTA	1:10	mcuesta	15:07:31	31/01/2013 15:02:49
D86	CP-PRESIÓN vs TOQUE // wipe cl	D86P31C	JULIO	0:00	mfigueroa	15:08:41	31/01/2013 16:38:51
D87	VP-ANÁLISIS PARTIDO // wipe ge	D87P31V	JULIO	1:14	mfigueroa	15:08:56	31/01/2013 14:39:04
D88	CP-DETALLITO // wipe futbol	D88P31C	PATI	0:00	orincon	15:10:10	31/01/2013 15:10:40
D89	VP-MOURINHO + TANGANAS // wi	D89P31V4	PATI	1:04	ahuercio	15:10:25	31/01/2013 15:06:46
D90	CP-QUE TE PEGO CON EL MECH	D90P31C	RICARDO	0:00	mfigueroa	15:11:29	31/01/2013 14:39:30
D91	VP-DETALLITOS DE PUREZA // wi	D91P31V	RICARDO	0:55	rlsimon	15:11:44	31/01/2013 14:58:57
D92	CP-RACISMO ALVES //resp 6" SIN	D92P31C	PATI	0:00	mfigueroa	15:12:39	31/01/2013 14:39:40
D93	CP-ALVES HOY	D93P31C	PATI	0:00	jtrinidad		31/01/2013 14:35:54
D94	TP-DANI ALVES	D94P31T	PATI	0:31	eestrella	15:12:59	31/01/2013 14:42:56
	Oscar a			0:00	jtrinidad	15:13:30	31/01/2013 9:13:27
				0:00	ndefrutos	15:13:30	31/01/2013 13:48:11
D95	C-ATLETI HOY // wipe balon	D95P31C	CASTELLAN	0:00	orincon	15:13:30	31/01/2013 15:13:44
D13	CP-SEVILLA HOY--respiro ini 7" //	D130P31C	ELI	0:00	egarcia	15:13:45	31/01/2013 15:13:56
D12	CP-GAGO, CEDIDO A VELEZ // wi	D127P31C	JULIO	0:00	mfigueroa	15:14:00	31/01/2013 14:40:25
D12	CP-TAMUDO VUELVE // wipe futb	D123P31C	JONY	0:00	mfigueroa	15:14:15	31/01/2013 14:40:36
D10	CP-PRESENTACIÓN FEDE---resp	D102P31C	JONY	0:00	mfigueroa	15:14:30	31/01/2013 14:40:46
D12	CP-BECKS AL PSG // wipe balon	D125P31C	JULIO	0:00	mfigueroa	15:14:45	31/01/2013 14:40:54
D10	CP-PREMIER LEAGUE	D104P31C	CRIS	0:00	orincon	15:15:00	31/01/2013 14:32:21
	Fast RINCÓN			0:00	jtrinidad	15:15:30	31/01/2013 11:23:45
				0:00	orincon	15:15:30	31/01/2013 14:32:37
D11	T-CALDERON LLORANDO--dur 18	D119P31T	CRIS	0:18	mfigueroa	15:15:35	31/01/2013 14:40:59
D10	CP-CALDERÓN A DETROIT--raf in	D106P31C2	CRIS	0:00	creig	15:15:53	31/01/2013 15:06:48

6. La escaleta

Jesus Ruiz 11/02/2013 18:37:09
18:45 de menos

[SM-NEWS]ARCHIVO-ESCALETAS.2013.INFORMATIVOS.01ENERO. 3

Nº	Noticia/Título	VIDEO-ID	Reportero-O	T. Pieza	Modif	H.Prevista	Fec. Mod.
D10	CP-DERROTA LAKERS--raf in+mo	D107P31C	ELI	0:00	jtrinidad		31/01/2013 12:32:08
D11	CP-NUEVO McLAREN	D116P31C	ELI	0:00	jtrinidad		31/01/2013 14:24:25
D12	NEXTnowTRAFICO	D122P31V3	HUGO	0:10	hgarcia	15:16:13	31/01/2013 15:16:46
	Oscar a BIG STORY			0:00	gdominguez	15:16:23	30/01/2013 16:49:23
				0:00	ndefrutos	15:16:23	31/01/2013 14:29:27
D12	V-TRÁFICO DE FUTBOLISTAS	D121P31V	AROA	1:05	jsanchez	15:16:33	31/01/2013 14:21:27
				0:00	jtrinidad	15:17:38	31/01/2013 11:59:44
	---COPY DXTS_ --- dar cuenta bcn			0:00	jpons	15:17:38	26/07/2012 10:11:12
				0:00	creig	15:17:38	24/01/2013 11:02:38
	HORA DE SALIDA:				jtrinidad	15:17:38	31/01/2013 9:10:39

f) Escaleta del programa deportivo del informativo de *Telemadrid*

Joaquin Martin Rodriguez 31/01/2013 20:38:47
2:04 de menos

[INNEWS]DEPORTES.DEPORTES-DIARIO.ENERO.31. 1

C	R	Acumulado	Present	Nº	Noticia	Material ID:	cc	Formato	Redactor	W	Audio
		15:00:30			CABECERA####HD	CABECEHD		VTR	HECHO		0:00
		15:00:30			portadas in						0:00
		15:00:30	CUE		SUM-1SUPERVARANE###	C1829604		COLAS	HECHO		0:20
		15:00:50	JAVI		SUM-2DIEGO LO SALVÓ###	C1829592		COLAS	HECHO		0:20
		15:01:10	CUE		SUM-3CRIS-MESSI####	C1829613		COLAS	HECHO		0:20
		15:01:30	JAVI		SUM-4ATLETI HOY####	31DXTSM4		COLAS	HECHO		0:20
		15:01:50	-----		CLIP ATLETI	C1829620		CLIP	HECHO		0:00
		15:02:20			frame varane	31DXTQQW		FRAME	HECHO		0:00
		15:02:20	JAVI-CUE		RESUMEN CLÁSICO-COL###	31DXTRSC		COLAS	HECHO		3:30
		15:06:05	-----		TOTALES VARIOS	31DXTTVV		TOTS	HECHO	W	0:00
		15:06:57			frame varane 2	C1829646		frame	HECHO		0:00
		15:06:57	CUE-JAVI		VARANE Y DIEGO-VTR	31DXTVAR		VTR	JULIO		0:20
		15:09:05			frame alves	C1829658		frame	HECHO		0:00
		15:09:05	JAVI-CUE		ALVES HABLA-TOTAL####	31DXTALS		TOTAL	HECHO		0:20
		15:10:21	-----		RÁFAGA ATLETI	C1829636		RAFG	HECHO		0:00
		15:10:36			frame atleti	31DXTATL		FRAME	HECHO		0:00
		15:10:36	CUE-JAVI		ATLETI HOY-COLAS####	31DXTATH		COLAS	HECHO		0:40
		15:12:15	-----		TOTALES CHOLO	31DXTTCC		TOTS	HECHO	W	0:00
		15:13:15			frame manteo	C1829680		FRAME	HECHO		0:00
		15:13:15	CUE-JAVI		MANTEÍTO-COLAS####	C1829704		COLAS	HECHO		0:45
		15:14:00	-----		BROMA CHOLITO-TOTAL	C1829688		TOTAL	HECHO		0:00
		15:14:25			frame reyes	31DXTRY		FRAME	HECHO		0:00
		15:14:25	JAVI-CUE		REYES AL CALDERÓN-COLA	31DXTC4Y		COLAS	HECHO		0:30
		15:14:55			frame rayito	31DXTR6		FRAME	HECHO		0:00
		15:15:05	CUE-JAVI		ARBILLA RAYITO####	31DXTARB		COLAS	HECHO		0:20
			CUE		FEDE AL GETA	31DXTGTF		COLAS			0:20
		15:15:25			frame la imagen	31DXTRFRI		FRAME	HECHO		0:00
		15:16:05	CUE-JAVI		BALOTELLI EN MILAN####	31DXTBAL		COLAS	HECHO		0:40
		15:16:45	JAVI-CUE		BECKHAM-COLAS	31DXTB56		COLAS	HECHO		0:20
		15:17:05			frame wanderlei	31DXTWAN		FRAME	HECHO		0:00
		15:17:05	JAVI-CUE		GOLAZO Y AVALANCHA	C1829519		COLAS	HECHO		0:45
		15:17:50			frame calderón	31DXTR9		FRAME	HECHO		0:00
		15:17:50	CUE-JAVI		CALDERÓN A DETROIT-CO#	31DXTCA5		COLAS	HECHO		0:30
		15:18:20	CUE		COLAS MADRID-CSKA####	31DXTMCK		COLAS	HECHO		0:20
		15:18:40	JAVI		COLAS YAO MING	31DXTYAO		COLAS	HECHO		0:20
		15:19:00	-----		COPY TN 2013	2013DEPO		-----			0:00
		15:19:00									0:00
		15:19:00									0:00

6. La escaleta

g) Escaleta de la sección deportiva del informativo de TV3

?	?	PUBLICITAT								15:15:55	2:58	gamatx	TNM		31/01/2013 10:23:2
.	?	MOLINET PUBLI tornada	CLIP					CLIP		linav	15:18:53	0:10	risquez	TNM	
.	?	ESPOT 132561+CARETA ESPORTS	CLIP					CLIP		linav	15:19:03	0:30	erodrig	TNM	02/08/2012 13:06:3
50B	?	DONA PAS ESPORTS	plató	2-4	N					linav	15:19:33	0:15	mana	TNM	31/01/2013 14:54:0
51i	?	intro: 51	plató		M				51H Cesc - camí a - 51H Varane	linma	15:19:48	0:22	llobera	TNM	31/01/2013 15:13:0
51	R p	CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA CO	BV		--		Fandiño			linma	15:20:10	2:04	fandiño	TNM	31/01/2013 15:20:2
52i	?	intro: 52	plató		M				52H Messi-Cristiano	linra	15:22:14	0:10	llobera	TNM	31/01/2013 14:19:1
52	R p	MESSI I CRISTIANO RES DE RES	BV		--		VPatsi			linma	15:22:24	1:18	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
53	R p	EL CLASSIC AMB BOJAN	OFT	EF2	M		JGrau	cp 29		linjr	15:23:42	0:24	mescla	TNM	31/01/2013 15:22:3
54	R p	INSERT BOJAN	BVI	MIX	--		JGrau			linra	15:24:06	0:23	gamatx	TNM	31/01/2013 14:49:4
55f	?	off 55	plató		M				55H Jordi Roura	linjr	15:24:29	0:00	llobera	TNM	31/01/2013 14:19:4
55	R p	ENTRENAMENT BARÇA DIJOURS	OFF		--		MBesch	DEIXAR RESPIRAR ABANS DE L'IN		linrv	15:24:29	0:25	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
56	R p	INSERTS ALVES	BVI	MIX	--					linra	15:24:54	0:26	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
57	?	INSERT JORDI ALBA	BVI	EF2	--		QRobert			linra	15:24:54	0:15	bramon	TNM	31/01/2013 15:01:1
58f	?	off: 58	plató		M				58H Fútbol	linjr	15:25:20	0:00	llobera	TNM	31/01/2013 14:20:0
58	R p	ENTRENAMENT ESPANYOL DIJOURS	OFF		--		Bertran			linra	15:25:20	0:33	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:2
59	R p	BECKHAM AL PSG	OFT	EFES	M			AUDIO		linra	15:25:53	0:26	mana	TNM	31/01/2013 15:03:0
60f	?	off: 60	plató	3	M				60H Handbol campions	linjr	15:26:19	0:20	crespi	TNM	31/01/2013 15:26:4
60	?	CAMPIONS DEL MÓN HANDBOL TORNEN	OFF		--		JFerran			linrf	15:26:39	0:36	linjf	TNM	31/01/2013 15:05:4
61	R p	INSERTS CAMPIONS D'HANDBOL	BVI	MIX	--		JFerran	Cua: "...aquesta temporada"		linrv	15:27:15	0:20	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:2
62plasma	R p	Plasma Eurolliga	OFP		--			Plasma Eurolliga		linra	15:27:35	0:00	linra	TNM	31/01/2013 14:15:0
62f	?	off: 62	plató		M					linjr	15:27:35	0:00	artigas	TNM	31/01/2013 14:01:1
62	R p	BARÇA REGAL REP MONTEPASCHI	OFF		--			cp 20_23		linma	15:27:35	0:27	mescla	TNM	31/01/2013 15:27:2
63	R p	PRESENTACIÓ NOU MCLAREN SENSE HA	OFT	EFES	M		Adrià	AUDIO cp 16		linma	15:28:02	0:17	mescla	TNM	31/01/2013 15:27:5
.	?	RAFEGA A VIDEOWALL	PLAT					INICIA VV AUDIO PLAYOUT		linav	15:28:19	0:15	artigas	TNM	31/01/2013 14:14:4

6.4.2 Campos de la escaleta

a) Noticia/Título

Se trata de la columna más destacada, del campo principal, donde el editor consigna los contenidos por orden y con una denominación simplificada y perfectamente reconocible.

La escaleta, aunque la rellena el editor, la leen muchas personas: el presentador/es, los redactores, el realizador y los ayudantes de realización, el productor y los ayudantes de producción, los documentalistas, etc. Tiene que ser accesible y legible para todos los que en algún momento pueden necesitar consultarla y/o utilizarla, tanto del departamento de deportes como de informativos.

No obstante, quien tiene que identificar al momento el contenido a través de su denominación es el profesional que ha sido designado para la elaboración, ya sea un redactor o un ayudante de realización. Es la parte más importante de la escaleta, donde se aprecia el orden de los contenidos de mayor a menor relevancia, casi siempre en orden piramidal. Lo más importante, lo que se emite antes, se coloca siempre arriba, por encima de lo que se emite después. Dependiendo de su manera de proceder, en la *Noticia/Título* el editor puede incluir, aparte de la denominación del contenido, indicaciones abreviadas sobre el tipo de formato, sobre el tipo de transición y/o sobre los instantes precisos en que interviene el presentador/es.

Menos el editor de la sección deportiva del informativo de *TVE1*, el resto completan la denominación del contenido con la indicación del formato: en *Antena 3*, *Telemadrid* y *TV3*, por detrás de la denominación; en *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, por delante.

a.1) Indicación del formato

Antena 3 (VTR indica que es una pieza)

M31PARTIDO VTR

Telemadrid

VARANE Y DIEGO-VTR

TV3 (INSERT es el equivalente a total)

INSERT JORDI ALBA

Cuatro (la primera C indica que son colas)

C CARAS REAL MADRID HOY

Telecinco (V5 indica que es una pieza)

V5-1CLASICAZO

La Sexta (VP indica que es una *pieza*)

VP-CADA UNO A SU ESTILO

a.2) Indicación de la transición

Solo aparece en *Telemadrid* y *La Sexta*, junto a la denominación.

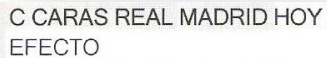
Telemadrid (las tres almohadillas –###– indican al realizador que el siguiente contenido va pegado, sin paso previo por el presentador/es. El realizador decide el tipo de transición: corte, fundido encadenado o cortinilla).

ALVES HABLA-TOTAL####

La Sexta (*wipe real* –*wipe* es una término inglés que significa “limpiar” e indica al realizador que entre ese contenido y el siguiente debe utilizar la cortinilla *real*. *wipe real* es la cortinilla del Real Madrid; *wipe Barça*, la del Fútbol Club Barcelona; *wipe gen sd2*, la genérica de *La Sexta Deportes*; *wipe clásico*, la del Clásico; *wipe fútbol*, la genérica de Fútbol; *wipe balón*, la genérica del Balón. Al intermediar cortinilla, se sobreentiende que los contenidos van pegados).

V-VARANAUER // wipe real

En la escaleta de *Deportes Cuatro*, la indicación del tipo de transición no aparece junto a la denominación de *Noticia/Título*, sino que figura en la fila siguiente. También se sobreentiende que, si el editor pone *EFEECTO* entre dos contenidos, estos van pegados.




C CARAS REAL MADRID HOY
EFEECTO

a.3) Indicación de los instantes precisos en que interviene el presentador/es

Los editores de *Telecinco* y *Telemadrid* incluyen en sus escaletas una columna específica que recoge las intervenciones de los *Presentadores*. En *Telemadrid*, además, aparecen las almohadillas mencionadas junto a las denominaciones de los contenidos para indicar cuáles van pegados y cuáles no. El resto de cadenas consigna en la columna *Noticia/Título* las intervenciones del presentador/es para indicar al realizador cuándo debe pasar por el plató porque actúa y cuándo no porque los contenidos van pegados.



Presentador	Noticia/Título
	V5-1TURISMOESPACIAL
	---cam 1-----
dcantero	C5-1IMPRESIONISMO
	V5-1HIRST
	---cam 1-----
ijimenez	C5-1NUEVAMODAFLAMENCA
	---cam 1 david + isa ----
	I-ADIOS
	COPY+AGUS+TERESA+FE***
	RAFDEPORTES2011 *****
	C5-1VARANE
	---cam 3-----
	I-CLASICAZO
	V5-1CLASICAZO
	---cam 3-----
	C5-1MECHERO
	V5-1SEGUIMIENTOS
	---cam 3-----
	C5-1ENTRENOSDELOSDOS
	T5-1ALVES



Present	Nº	Noticia
		CABECERA####HD
		portadas in
CUE		SUM-1SUPERVARANE###
JAVI		SUM-2DIEGO LO SALVÓ###
CUE		SUM-3CRIS-MESSI####
JAVI		SUM-4ATLETI HOY####
		CLIP ATLETI
		frame varane
JAVI-CUE		RESUMEN CLÁSICO-COL###
		TOTALES VARIOS
		frame varane 2
CUE-JAVI		VARANE Y DIEGO-VTR
		frame alves
JAVI-CUE		ALVES HABLA-TOTAL####
		RÁFAGA ATLETI
		frame atleti
CUE-JAVI		ATLETI HOY-COLAS####
		TOTALES CHOLO
		frame manteo
CUE-JAVI		MANTEÍTO-COLAS#####
		BROMA CHOLITO-TOTAL

TVE1 (en la primera fila, *CRONICA* hace referencia a la entradilla del presentador para la *pieza*, también denominada *CRONICA* en la segunda fila. En la última celda, la del formato, con *ENT* se constata que se trata de la entradilla).




	CRONICA			madrid Barça	ENT
	**CRONICA	1TD31EN056TOR	ENG		VTR



Antena 3 (I_ENTRENOS es la entradilla de la presentadora para las colas y el subsiguiente Vídeo o pieza. La I alude a INTRO. En la celda del formato también se especifica que es una entradilla –INTRO, en el argot del medio audiovisual, significa entradilla–).

I_ENTRENOS	INTRO
M31ENTRENOS-C	COLAS
M31ENTRENOS-C COLAS	Vídeo
M31PARTIDO	VTR



Cuatro (intro jugo diego lopez es la entradilla de los presentadores que separa la pieza V LOS MAGOS OZIL – INIESTA de las colas C VIDEO MARCADOR DIEGO).

V LOS MAGOS OZIL - INIESTA

F090 91 intro jugo diego lopez
C VIDEO MARCADOR DIEGO



Telecinco (-----cam 3 ----- señala los instantes donde se localizan las entradillas de la presentadora. Significa que para esas entradillas se usa la cámara número tres. Es una indicación de realización que al editor le sirve para ubicar las entradillas).

---cam 3 -----	←
C5-1MECHERO	
V5-1SEGUIMIENTOS	
---cam 3 -----	←
C5-1ENTRENOSDELOSDOS	
T5-1ALVES	
---cam 3 + DUPLEX -----	←
I-DIRECTOCALDERON	
DIRECTORAMONCALDERON	
C5-1PARACUBRIRARAMON	
T5-1GABICAPITAN	
C5-1BALOTELLI	
---cam 3 -----	←
C5-1BECKHAM	

La Sexta (Oscar a)

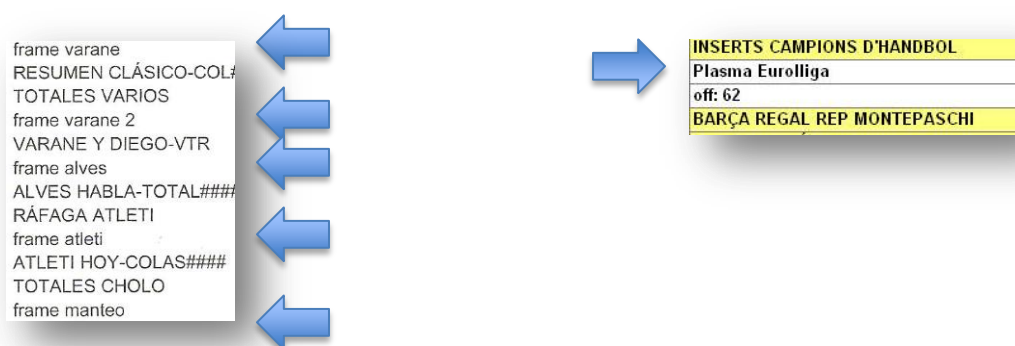
D11 NEXTnowVIOLINISTAS--dur 6"	
Oscar a	
D85 V-INIESTA Y OZIL (VIOLINISTAS)	←

TV3 (intro: 52)

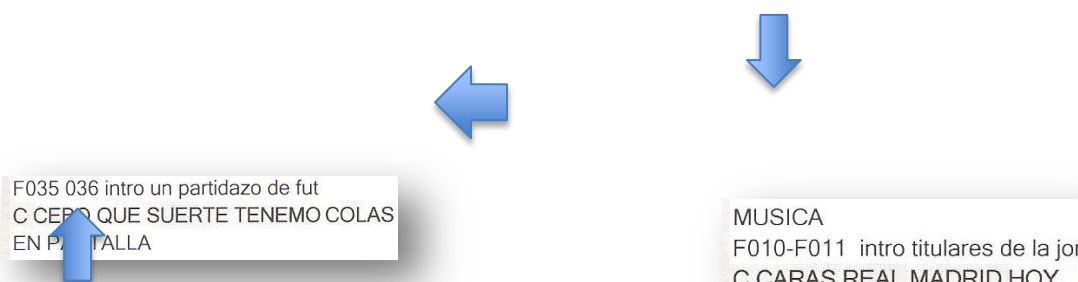
CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA	
intro: 52	
MESSI I CRISTIANO RES DE RES	←

a.4) Indicaciones varias de realización

La columna *Noticia/Título* también incluye indicaciones para la correcta realización del espacio. En la escaleta de *La Sexta* registran los tipos de cortinilla; en *Telecinco*, la cámara a la cual se dirige la presentadora en la entradilla; en *Telemadrid* y en *TV3*, el contenido del *videowall* y el plasma –frames¹²⁰ congelados–, respectivamente.



En *Cuatro*, el contenido del *videowall* –frames congelados (*F035 036*) e imágenes vivas (*EN PANTALLA*)– y la música.



¹²⁰ *Frame* es un vocablo inglés por el cual se identifican los fotogramas que, reproducidos sucesivamente a una velocidad determinada, componen una imagen en movimiento. Un segundo de imagen en televisión tiene veinticinco *frames*.

En *Antena 3*, los rótulos. Además, se duplican los nichos para las *piezas* que llevan posproducción. El redactor monta la pieza y, un vez lista, la vuelca en la primera línea (*M31PARTIDO*). Entonces, el ayudante de realización utiliza esa primera versión para introducirle la posproducción que crea conveniente, pero siempre consensuada con el redactor. La versión definitiva de la *pieza*, con la posproducción incluida, se vuelca en la segunda línea (*M31 PARTIDO VTR*). Es la que el realizador emite.


• V	M31PARTIDO	VTR
📺	M31PARTIDO VTR	Vídeo
R	niyo	ROTULO
R	xavi	ROTULO
R	varne	ROTULO



b) Video-ID o Material-ID

Significa *Video-Identification* o identificación de vídeo. Todos y cada uno de los contenidos de la escaleta tienen, aparte de la denominación *Noticia/Título*, un *Video-ID* propio y exclusivo, es decir, diferente al resto. El *Video-ID* es la etiqueta identificativa de cada contenido dentro del vídeo-servidor de la cadena: una secuencia, habitualmente, de ocho caracteres, formada por letras y dígitos. Todos los materiales audiovisuales del vídeo-servidor, desde el mismo momento en que entran a formar parte de él, tienen un *Video-ID*. Al hacer la

escaleta, el editor inventa un *Video-ID* inédito para cada contenido. La columna *Video-ID* suele encontrarse a la derecha de la columna *Noticia/Título*.



Noticia/Título	VIDEO-ID
++RÁFAGA DEPORTES+++++	RAFSDXTS
SUPERNEXT GIGANTES	D70P31V
CP-GIGANTES	D71P31C
CP-VANARANUER	D72P31C
CP-CRISTIANO,MESSI, INIESTA,	D73P31C
CP-TRÁFICO DE JUGADORES	D74P31C
Oscar a	
C-LA IMAGEN DEL FINAL // wipe b	D75P31C
CP-LA IMAGEN DEL PRINCIPIO //	D76P31C
VP-CADA UNO A SU ESTILO // wi	D77P31V
VP-DESDE LA GRADA // wipe gen	D117P31V
CP-LA QUEJA DE XAVI // corte	D111P31C
TP-FUERA DE LUGAR---dur 14" //	D112P31T
NEXTnowVARANAUER	D113P31V

Noticia	Material ID:
CABECERA####HD	CABECEHD
portadas in	
SUM-1SUPERVARANE###	C1829604
SUM-2DIEGO LO SALVÓ###	C1829592
SUM-3CRIS-MESSI####	C1829613
SUM-4ATLETI HOY####	31DXTSM4
CLIP ATLETI	C1829620
frame varane	31DXTQQW
RESUMEN CLÁSICO-COL###	31DXTRSC

El *Video-ID* facilita la localización y posterior manipulación de los contenidos de la escaleta y/o de cualquier material del vídeo-servidor a todo el personal implicado en la elaboración de susodichos contenidos –redactores, ayudantes de realización, realizador, ayudantes de producción, documentalistas, redactores de otras áreas, etc.–. También es fundamental a la hora de buscar, recuperar y aprovechar contenidos que se emiten en espacios anteriores. El editor debe tener la precaución de no repetir por despiste ningún *Video-ID*. Semejante error supone la duplicación inmediata de un mismo contenido, aunque en la escaleta figuren con distinta denominación.

c) Formato

Aunque suele venir indicado de alguna forma en la denominación de los contenidos –*Noticia/Título*–, las escaletas de los espacios deportivos cuentan con una columna para marcar el formato. Las *piezas* siempre se registran como *VTR*, para ahorrar espacio y tiempo. Junto con las *colas* y los *totales*, son los tres formatos predominantes.

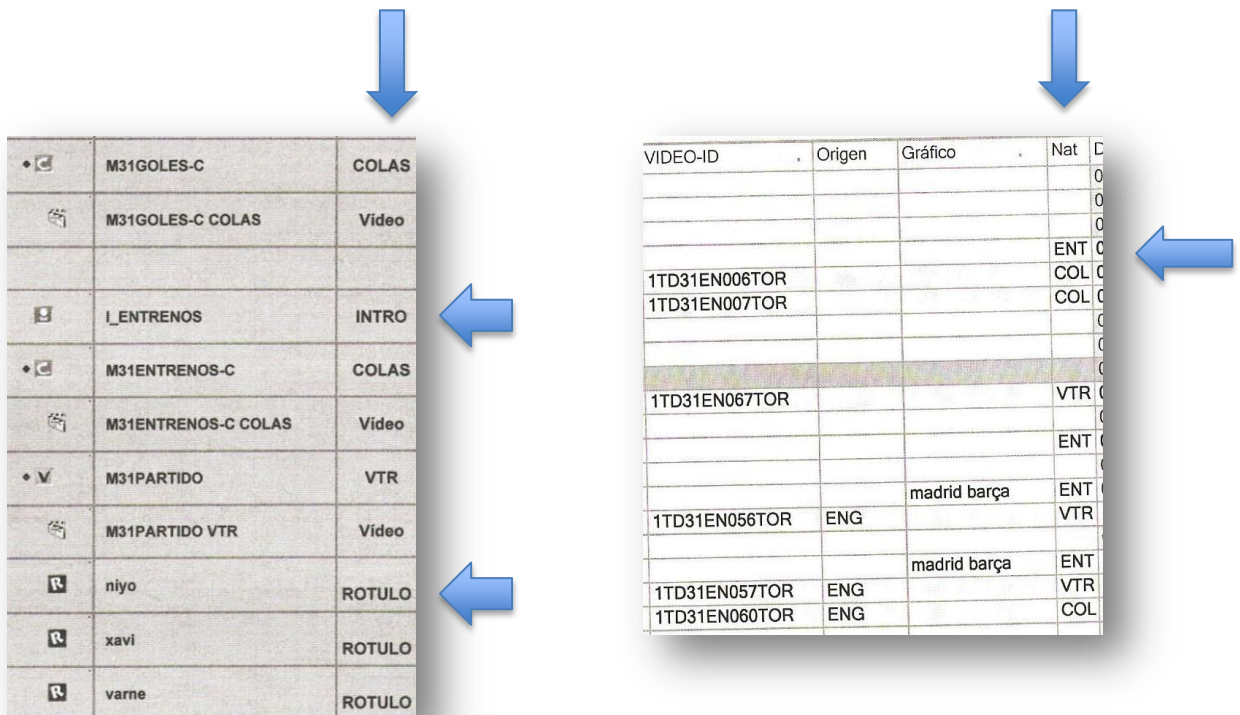


<i>Noticia</i>	<i>Material ID:</i>	<i>cc. Formato</i>
CABECERA####HD	CABECEHD	VTR
portadas in		
SUM-1SUPERVARANE###	C1829604	COLAS
SUM-2DIEGO LO SALVÓ###	C1829592	COLAS
SUM-3CRIS-MESSI####	C1829613	COLAS
SUM-4ATLETI HOY####	31DXTSM4	COLAS
CLIP ATLETI	C1829620	CLIP
frame varane	31DXTQQW	FRAME
RESUMEN CLÁSICO-COL###	31DXTRSC	COLAS
TOTALES VARIOS	31DXTTVV	TOTS
frame varane 2	C1829646	frame
VARANE Y DIEGO-VTR	31DXTVAR	VTR
frame alves	C1829658	frame
ALVES HABLA-TOTAL####	31DXTALS	TOTAL
RÁFAGA ATLETI	C1829636	RAFG
frame atleti	31DXTATL	FRAME
ATLETI HOY-COLAS####	31DXTATH	COLAS
TOTALES CHOLO	31DXTTCC	TOTS
frame manteo	C1829680	FRAME
MANTEÍTO-COLAS####	C1829704	COLAS
BROMA CHOLITO-TOTAL	C1829688	TOTAL
frame reyes	31DXTRY	FRAME
REYES AL CALDERÓN-COLA	31DXTC4Y	COLAS
frame rayito	31DXTFR6	FRAME
ARBILLA RAYITO####	31DXTARB	COLAS
FEDE AL GETA	31DXTGTF	COLAS
frame la imagen	31DXTFRI	FRAME
BALOTELLI EN MILAN####	31DXTBAL	COLAS
BECKHAM-COLAS	31DXTB56	COLAS
frame wanderlei	31DXTWAN	FRAME
GOLAZO Y AVALANCHA	C1829519	COLAS
frame calderón	31DXTFR9	FRAME

En *Cuatro* las *piezas* o *VTR* reciben el nombre de *compactados (COMP)*.

Noticia/Título	Fmto	F
F030 31 intro lo mejores varane- p		
C MOMENTOS Y OVACION VAR COLAS		
EFECTO		
V EL MEJOR VARANE MAD	COMP	
EFECTO		
C CORTE PIQUE - CRISTIANO	COLAS	
EFECTO		
V EL MEJOR BARCA PIQUE	COMP	
F035 036 intro un partidazo de fut		
C CEBO QUE SUERTE TENEMO COLAS		
EN PANTALLA		
V UN PARTIDAZO DE FUTBOL	COMP	
EFECTO		
T KARANKA Y ROURA	TOTAL	
F040 41 intro cristiano - messi na		
T GRITOS A MESSI - CARITA	TOTAL	
EFECTO		
C CRISTIANO FONDO - AFICIONCOLAS		
EFECTO		
V SE ESPERABA LOS CRACKS	COMP	

En *Antena 3 (INTRO)* y *TVE1 (ENT)* las entradillas de los presentadores se consignan como un formato más. En *Antena 3*, también los rótulos (*ROTULO*). Además, en la escaleta de *TVE1* al formato se le conoce como *naturaleza (Nat)*.



6. La escaleta

En TV3, como describe su editor, los formatos reciben otra denominación: *BV* es *VTR*; *BVI* o *INSERT* es *total*; y *OFF* o *plató* es *colas*.



DONA PAS ESPORTS	plató
intro: 51	plató
CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA CO	BV
intro: 52	plató
MESSI I CRISTIANO RES DE RES	BV
EL CLÀSSIC AMB BOJAN	OFT
INSERT BOJAN	BVI
off: 55	plató
ENTRENAMENT BARÇA DIJOUS	OFF
INSERTS ALVES	BVI
INSERT JORDI ALBA	BVI
off: 58	plató
ENTRENAMENT ESPANYOL DIJOUS	OFF
BECKHAM AL PSG	OFT
off: 60	plató
CAMPIONS DEL MÓN HANDBOL TORNEN	OFF
INSERTS CAMPIONS D'HANDBOL	BVI
Plasma Eurolliga	OFP
off: 62	plató
BARÇA REGAL REP MONTEPASCHI	OFF
PRESENTACIÓ NOU MCLAREN SENSE HA	OFT

En la escaleta de *Telecinco* la columna *Formato* viene nombrada como *Tipo*.




Noticia/Título	Tipo
V5-1TURISMOESPACIAL	VTR
---cam 1-----	
C5-1IMPRESIONISMO	
V5-1HIRST	
---cam 1-----	
C5-1NUEVAMODAFLAMENCA	COLAS
---cam 1 david + isa ----	
I-ADIOS	
COPY+AGUS+TERESA+FE***	*****
RAFDEPORTES2011 *****	*****
C5-1VARANE	
---cam 3-----	
I-CLASICAZO	
V5-1CLASICAZO	

Sin embargo, está prácticamente vacía. En *La Sexta* ni aparece la columna *Formato*. Pero no se trata de un olvido del editor, sino de una simplificación del trabajo. Hay que recordar que el formato aparece señalado de modo abreviado en la denominación del contenido, en la columna *Noticia/Título*.

La configuración final que adquiere la escaleta estriba en los gustos profesionales del editor. Los distintos programas informáticos donde se transcriben las escaletas ofrecen esta libre configuración o adaptación de los campos fijos. El editor puede reordenarlos, modificar su tamaño e incluso omitir los de menor uso o importancia, en definitiva, adaptarlos a su forma de trabajar, a su manera de hacer la escaleta.

d) Redactor o Reportero

La columna *Redactor* o *Reportero* aparece en las escaletas de *Cuatro (RE)*, *La Sexta*, *Telemadrid* y *TV3*.



Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID
T ALVES CONTRA MADRID	TOTAL			andrTM31DE50
F080 81 intro los magos del berna				
C DETALLE ESPUELA OZIL	COLAS		garr	CM31DE27
EFECTO				
C CUCHARA INIESTA	COLAS		garr	CM31DE28
EFECTO				
V LOS MAGOS OZIL - INIESTA	COMP		garr	VM31DS29
F090 91 intro jugo diego lopez				
C VIDEO MARCADOR DIEGO	COLAS		poz	CM31DE37
EFECTO				
V EL PARTIDO DE DIEGO LOPE	COMP		poz	VM31DS38
EFECTO				
V ENCUESTA DIEGO LOPEZ	COMP		noe	VM31DE44
EFECTO				
C EN LA PENNA DE DIEGO LOPE	COLAS		mon	CM31DE39
EFECTO				
C PINTO CANTICOS Y GRITOS	COLAS		die	CM31DE40

Noticia/Título	VIDEO-ID	Reportero-O
++RÁFAGA DEPORTES+++++	RAFSDXTS	
SUPERNEXT GIGANTES	D70P31V	javi
CP-GIGANTES	D71P31C	javi
CP-VANARANUER	D72P31C	HUGO
CP-CRISTIANO,MESSI, INIESTA,	D73P31C	hugo
CP-TRÁFICO DE JUGADORES	D74P31C	kike
Oscar a		
C-LA IMAGEN DEL FINAL // wipe b	D75P31C	CARLOTA
CP-LA IMAGEN DEL PRINCIPIO //	D76P31C	FUENTE
VP-CADA UNO A SU ESTILO // wi	D77P31V	FUENTE
VP-DESDE LA GRADA // wipe gen	D117P31V	CRIS
CP-LA QUEJA DE XAVI // corte	D111P31C	CRIS
TP-FUERA DE LUGAR---dur 14" //	D112P31T	CRIS
NEXTnowVARANAUER	D113P31V	javi

6. La escaleta



Noticia	Material ID:	cc.	Formato	Redacto
CABECERA####HD	CABECEHD	VTR	HECHO	
portadas in				
SUM-1SUPERVARANE###	C1829604	COLAS	HECHO	
SUM-2DIEGO LO SALVÓ###	C1829592	COLAS	HECHO	
SUM-3CRIS-MESSI###	C1829613	COLAS	HECHO	
SUM-4ATLETI HOY###	31DXTSM4	COLAS	HECHO	
CLIP ATLETI	C1829620	CLIP	HECHO	
frame varane	31DXTQQW	FRAME	HECHO	
RESUMEN CLÁSICO-COL###	31DXTRSC	COLAS	HECHO	
TOTALES VARIOS	31DXTTVV	TOTS	HECHO	
frame varane 2	C1829646	frame	HECHO	
VARANE Y DIEGO-VTR	31DXTVAR	VTR	JULIO	
frame alves	C1829658	frame	HECHO	



CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA CO	BV		--		Fandiño
intro: 52	plató		M		
MESSI I CRISTIANO RES DE RES	BV		--		VPatsi
EL CLÀSSIC AMB BOJAN	OFT	EF2	M		JGrau
INSERT BOJAN	BVI	MIX	--		JGrau
off: 55	plató		M		
ENTRENAMENT BARÇA DIJOUS	OFF		--		MBosch
INSERTS ALVES	BVI	MIX	--		
INSERT JORDI ALBA	BVI	EF2	--		QRobert
off: 58	plató		M		
ENTRENAMENT ESPANYOL DIJOUS	OFF		--		Bertran
BECKHAM AL PSG	OFT	EFES	M		
off: 60	plató	3	M		
CAMPIONS DEL MÓN HANDBOL TORNEN	OFF		--		JFerran
INSERTS CAMPIONS D'HANDBOL	BVI	MIX	--		JFerran

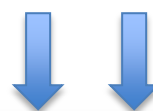
Volviendo a la argumentación anterior en la que se pone de manifiesto la libre configuración que el editor hace de su escaleta, se corrobora que la visibilidad del campo *Redactor* o *Reportero* está supeditada a la cantidad de contenidos y, por tanto, a la cantidad de profesionales necesarios para la elaboración de los mismos. Si son muchos, el editor necesita tenerlos registrados en la escaleta en pos de recordar quién hace qué. En cambio, si son pocos, el editor recuerda con facilidad el binomio profesional-contenido sin necesidad de apuntarlo en la escaleta.

e) Hora y Duración o Tiempo

Cada contenido empieza a una hora concreta y tiene una duración o un tiempo determinado. El editor consigna la hora exacta de entrada en la primera fila del campo *Hora* y le asigna una duración o tiempo a cada contenido en todas y cada una de las filas del campo *Duración* o *Tiempo*. La hora de entrada del primer contenido marca la hora de entrada del espacio deportivo y la hora de

salida del último marca también la de finalización. Ambas columnas, *Hora* y *Duración*, están sincronizadas informáticamente para que en cuanto el editor añade la duración del contenido se actualice la hora de entrada de ese contenido. Es una simple suma de tiempo pero con una importancia fundamental en la elaboración y posterior emisión del espacio. A medida que los contenidos van estando listos para su emisión, el editor constata que existen variaciones, en su mayoría de pocos segundos, con respecto a la duración inicialmente establecida. Aunque el redactor se esfuerce en cuadrar exactamente el tiempo asignado, difícilmente lo consigue. El editor debe actualizar la escaleta con las duraciones definitivas y comprobar cómo queda la hora de salida. En principio, si no ocurre nada extraordinario, la hora de entrada está fijada desde el comienzo de la jornada de trabajo. Así pues *Hora* y *Duración*, *Duración* y *Hora*, son dos campos imprescindibles y en continuo cambio de los que tiene que estar muy pendiente el editor desde que llega a la redacción hasta el final de la emisión.

En TVE1 son *Dura* y *T. Inicio* (tiempo de inicio).



Noticia/Título	VIDEO-ID	Origen	Gráfico	Nat	Dura	T. Inicio
					0:00	
TD1 31 ENERO 2013					0:00	0:00:00
					0:00	0:00:00
ANA A SERGIO				ENT	0:15	0:00:00
*BT COPA AYER	1TD31EN006TOR			COL	0:15	0:00:15
*BT COPA HOY	1TD31EN007TOR			COL	0:15	0:00:30
					0:00	0:00:45
					0:00	0:00:45
					0:00	0:00:45
**RAF DXT Y EMPATE	1TD31EN067TOR			VTR	0:14	0:00:45
					0:00	0:00:59
DEPORTES				ENT	0:15	0:00:59
					0:00	0:01:14
CRONICA			madrid barça	ENT	0:15	0:01:14
**CRONICA	1TD31EN056TOR	ENG		VTR	1:23	0:01:29
					0:00	0:02:52
PROTAGONISTAS			madrid barça	ENT	0:15	0:02:52
**PROTAGONISTAS	1TD31EN057TOR	ENG		VTR	1:36	0:03:07
*PERIODICOS	1TD31EN060TOR	ENG		COL	0:25	0:04:43
					0:00	0:05:08
*DANI	1TD31EN062TOR	ENG		COL	0:25	0:05:08
**ALVES	1TD31EN063TOR	ENG		VTR	0:29	15:56:18
*REAL MADRID	1TD31EN061TOR	ENG		COL	0:15	15:56:47
					0:00	15:57:02

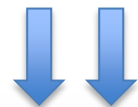
6. La escaleta

En *Telecinco*, *Back Time* (hora previa) y *Duración*.




Noticia/Titulo	Tipo	Obs.Realiz	Colea/pie	BackTime	Duracion
V5-1TURISMOESPACIAL	VTR		5/ cuenta atrás	15:28:41	1:07
				15:29:48	0:00
----cam 1-----				15:29:48	0:00
C5-1IMPRESIONISMO				15:29:48	0:25
V5-1HIRST			1"/británico	15:30:13	0:54
				15:31:07	0:00
----cam 1-----				15:31:07	0:00
C5-1NUEVAMODAFLENCA	COLAS			15:31:07	0:20
				15:31:27	0:00
----cam 1 david + isa ----		sintonia		15:31:27	0:00
I-ADIOS				15:31:27	0:15
				15:31:42	0:00
COPY+AGUS+TERESA+FE***	*****	*****		15:31:42	0:05
				15:31:47	0:00
RAFDEPORTES2011 *****	*****	*****		15:31:47	0:06
C5-1VARANE				15:31:53	0:13
				15:32:06	0:00
---cam 3-----				15:32:06	0:00
I-CLASICAZO				15:32:06	0:14
V5-1CLASICAZO			2" / a marcar	15:32:20	0:50
				15:33:10	0:00
---cam 3-----				15:33:10	0:00
C5-1MECHERO				15:33:10	0:16
V5-1SEGUIMIENTOS			3" tan amigos	15:33:26	0:55

Igual que en *TV3*.



CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA CO	BV		--		Fandiño		linma	15:20:10	2:04
intro: 52	plató		M			52H Messi-Cristiano	linra	15:22:14	0:10
MESSI I CRISTIANO RES DE RES	BV		--		VPatsi		linma	15:22:24	1:18
EL CLÀSSIC AMB BOJAN	OFT	EF2	M		JGrau	cp 29	linjr	15:23:42	0:24
INSERT BOJAN	BVI	MIX	--		JGrau		linra	15:24:06	0:23
off 55	plató		M			55H Jordi Roura	linjr	15:24:29	0:00
ENTRENAMENT BARÇA DIJOUS	OFF		--		MBosch	DEIXAR RESPIRAR ABANS DE L'IN	linnv	15:24:29	0:25
INSERTS ALVES	BVI	MIX	--					15:24:54	0:26
INSERT JORDI ALBA	BVI	EF2	--		QRobert				0:15
off: 58	plató		M			58H Fútbol	linjr	15:25:20	0:00
ENTRENAMENT ESPANYOL DIJOUS	OFF		--		Bertran		linra	15:25:20	0:33
BECKHAM AL PSG	OFT	EFES	M			ÀUDIO	linra	15:25:53	0:26
off: 60	plató	3	M			60H Handbol campions	linjr	15:26:19	0:20
CAMPIONS DEL MÓN HANDBOL TORNEN	OFF		--		JFerran		linjf	15:26:39	0:36
INSERTS CAMPIONS D'HANDBOL	BVI	MIX	--		JFerran	Cua: "...aquesta temporada"	linnv	15:27:15	0:20
Plasma Eurolliga	OPF					Plasma Eurolliga	linra	15:27:35	0:00
off: 62	plató		M				linjr	15:27:35	0:00
BARÇA REGAL REP MONTEPASCHI	OFF		--			cp 20,23	linma	15:27:35	0:27
PRESENTACIÓ NOU MCLAREN SENSE HA	OFT	EFES	M		Adrià	ÀUDIO cp 16	linma	15:28:02	0:17

En *La Sexta*, *T. Pieza* (tiempo pieza) y *H. Prevista* (hora prevista).



Noticia/Título	VIDEO-ID	Reportero-O	T. Pieza	Modif	H. Prevista
++RAFAGA DEPORTES++++	RAFSDXTS		0:00	mfigueroa	14:57:35
SUPERNEXT GIGANTES	D70P31V	javi	0:00	mfigueroa	
CP-GIGANTES	D71P31C	javi	0:00	egarcia	14:57:39
CP-VANARANUER	D72P31C	HUGO	0:00	orincon	14:57:49
CP-CRISTIANO.MESSI, INIESTA,	D73P31C	hugo	0:00	hgarcia	14:57:59
CP-TRÁFICO DE JUGADORES	D74P31C	kike	0:00	ahuercio	14:58:09
			0:00	jtrinidad	14:58:19
Oscar a			0:00	ndefrutos	14:58:19
C-LA IMAGEN DEL FINAL // wipe b	D75P31C	CARLOTA	0:00	orincon	14:58:19
CP-LA IMAGEN DEL PRINCIPIO //	D76P31C	FUENTE	0:00	mfigueroa	14:58:49
VP-CADA UNO A SU ESTILO // wi	D77P31V	FUENTE	1:23	mfigueroa	14:59:04
VP-DESDE LA GRADA // wipe gen	D117P31V	CRIS	0:28	jtrinidad	15:00:27
CP-LA QUEJA DE XAVI // corte	D111P31C	CRIS	0:00	orincon	15:00:55
TP-FUERA DE LUGAR---dur 14" //	D112P31T	CRIS	0:14	mfigueroa	15:01:10
NEXTnowVARANAUER	D113P31V	javi	0:09	egarcia	15:01:24
			0:00	jtrinidad	15:01:33
Oscar a			0:00	orincon	15:01:33
V-VARANAUER // wipe real	D78P31V	CARLOTA	1:11	mfigueroa	15:01:48
CP-CAPITÁN CR7 // wipe gen sd2	D79P31C	JOSE	0:00	mfigueroa	15:02:59
VP-CRISTIANO, NO // wipe Barça	D80P31V	JOSE	1:01	egarcia	15:03:14
CP-DETALLE MESSI // wipe gen s	D81P31C	FUENTE	0:00	jgmuñoz	15:04:15
VP-MESSI, TAMPOCO // wipe Barça	D82P31V2	HELENA	1:04	hmora	15:04:30
CP-MESSI SUBNORMAL---respiro	D131P31C	ELI	0:00	jtrinidad	

En *Telemadrid* y en *Cuatro*, el campo *Hora* es el *Acumulado* y el campo *Duración* se divide en dos: *T. Audio* y *T. Vídeo* –no aparece en el ejemplo porque queda fuera de los márgenes de impresión–. La duración de las *piezas* y los *totales* se consigna en *T. Video* y la duración de las *entradillas* y de las *colas* en *T. Audio*.



Acumulado	Present	Nº	Noticia	Material ID:	cc	Formato	Redactor	W	Audio
15:00:30			CABECERA####HD	CABECEHD	VTR	HECHO			0:00
15:00:30			portadas in						0:00
15:00:30	CUE		SUM-1SUPERVARANE###	C1829604	COLAS	HECHO			0:20
15:00:50	JAVI		SUM-2DIEGO LO SALVÓ###	C1829592	COLAS	HECHO			0:20
15:01:10	CUE		SUM-3CRIS-MESSI####	C1829613	COLAS	HECHO			0:20
15:01:30	JAVI		SUM-4ATLETI HOY####	31DXTSM4	COLAS	HECHO			0:20
15:01:50	-----		CLIP ATLETI	C1829620	CLIP	HECHO			0:00

6. La escaleta



Noticia/Título	Fmto	Pres	Re	VideoID	Video Status	T.Audio
SUMARIO	COLAS			CM31DE00		0:25
	COLAS			CM31DS00		0:00
						0:00
						0:00
CABECERA DEPORTES CUATR	CAB		OK	CABDEP		0:00
SEPARADOR DE PUBLI	COMP			BUMPER1		0:04
REPSOL DB2	PUBLI			REPSODB2		0:20
SEPARADOR DE PUBLI	COMP			BUMPER2		0:04
C CEBO QUE SUERTE TENEMO EFECTO	COLAS			CM31DE01		0:20
C CEBO VARANE - PIQUE EFECTO	COLAS			CM31DE02		0:20
C CEBO CR7 - MESSI SE ESPE EFECTO	COLAS			CM31DE03		0:20
C CEBO POLEMICA PARTIDO EFECTO	COLAS			CM31DE04		0:20
Manu y Manolo	ROT					0:00

En la escaleta de *Antena 3* se refleja la hora de entrada de cada contenido –la duración queda fuera de los márgenes de impresión–.




31/01/2013 15:36:27:15	300	♦	M31GOLES-C
31/01/2013 15:36:27:15			M31GOLES-C COLAS
31/01/2013 15:36:40:21	310		I_ENTRENOS
31/01/2013 15:37:14:23	311	♦	M31ENTRENOS-C
31/01/2013 15:37:14:23			M31ENTRENOS-C COLAS
31/01/2013 15:37:14:23	312	♦	M31PARTIDO
31/01/2013 15:37:14:23			M31PARTIDO VTR
31/01/2013 15:37:14:23			niyo
31/01/2013 15:37:14:23			xavi
31/01/2013 15:37:14:23			varne

f) Campos del parte de realización

El parte de realización quedó definido como el apartado, dentro de cada contenido consignado en la escaleta, donde figuran los datos básicos para que el realizador pueda emitirlos correctamente: duración, *coleo*, *pie*, audios, música, observaciones, especificaciones de la rotulación, etc.

Se encuentra en dos ubicaciones distintas, cercanas pero distintas. Puede aparecer desglosado en la escaleta mediante una serie de campos fundamentales o se puede acceder a él a través del contenido concreto del que forma parte. TVE1, Telecinco y TV3 recurren a la primera alternativa. En estos casos, los campos básicos del parte de realización quedan registrados en la escaleta.

En TVE1: la duración (*Dura*), el *coleo* y el *pie* (*Colea/pie*¹²¹) y el *Audio*¹²².



Nat	Dura	T. Inicio	Audio	Loc	Colea/pie
	0:00				
	0:00	0:00:00			
	0:00	0:00:00			
ENT	0:15	0:00:00			
COL	0:15	0:00:15			46 ++++++
COL	0:15	0:00:30			+++40+++
	0:00	0:00:45			
	0:00	0:00:45			
	0:00	0:00:45			
VTR	0:14	0:00:45			raf/6
	0:00	0:00:59			
ENT	0:15	0:00:59			
	0:00	0:01:14			
ENT	0:15	0:01:14			
VTR	1:23	0:01:29	1/2		1/2 fue de cine
	0:00	0:02:52			
ENT	0:15	0:02:52			
VTR	1:36	0:03:07	1/2		1/5 ...TRAS EL PITIDO FINAL
COL	0:25	0:04:43	NO		40"
	0:00	0:05:08			
COL	0:25	0:05:08			38 ++++++
VTR	0:29	15:56:18			1/7 ...ROJA Y MEDIA.
COL	0:15	15:56:47			+++53+++ NO AMBIENTE

¹²¹ El *pie* son las últimas tres o cuatro palabras del texto *en off* de una *pieza* o de las declaraciones de un *total*. Es la referencia que utiliza el realizador para saber que la *pieza* o el *total* llegan a su fin y, así, poder llevárselo o sacarlo de la emisión.

¹²² El *audio 1* es la pista de sonido prioritaria. Está reservado para el *off* de las *piezas* y/o el audio que en los *totales* entra por el canal 1. El *audio 2* queda para el sonido ambiente y/o la música. Los programas informáticos de montaje modernos habilitan varias pistas de audio más, para separar el ambiente de la música y poder insertar infinidad de sonidos.

6. La escaleta

En *Telecinco*, también *Colea/pie* –al igual que en *TV3*– y observaciones de realización (*Obs.Realiz*).

Obs.Realiz	Colea/pie	BackTime	Duracion
	5/ cuenta atrás	15:28:41	1:07
		15:29:48	0:00
		15:29:48	0:00
		15:29:48	0:25
	1"/británico	15:30:13	0:54
		15:31:07	0:00
		15:31:07	0:00
		15:31:07	0:20
		15:31:27	0:00
sintonia		15:31:27	0:00
		15:31:27	0:15
		15:31:42	0:00
*****		15:31:42	0:05
		15:31:47	0:00
*****		15:31:47	0:06
		15:31:53	0:13
		15:32:06	0:00
		15:32:06	0:00
		15:32:06	0:14
	2" / a marcar	15:32:20	0:50

	linav	15:15:55	2:58
	linav	15:18:53	0:10
	linav	15:19:03	0:30
		15:19:33	0:15
51H Cesc - canvi a - 51H Varane	linma	15:19:48	0:22
	linma	15:20:10	2:04
52H Messi-Cristiano	linra	15:22:14	0:10
	linma	15:22:24	1:18
cp 29	linjr	15:23:42	0:24
	linra	15:24:06	0:23
55H Jordi Roura	linjr	15:24:29	0:00
DEIXAR RESPIRAR ABANS DE L'IN	linmv	15:24:29	0:25
		15:24:54	0:26
			0:15
58H Fútbol	linjr	15:25:20	0:00
	linra	15:25:20	0:33
AUDIO	linra	15:25:53	0:26
60H Handbol champions	linjr	15:26:19	0:20
	linjr	15:26:39	0:36
Cua: "... aquesta temporada"	linmv	15:27:15	0:20
Plasma Euroliga	linra	15:27:35	0:00
	linjr	15:27:35	0:00
cp 20,23	linma	15:27:35	0:27
AUDIO cp 16	linma	15:28:02	0:17
INICI A VV AUDIO PLAYOUT	linav	15:28:19	0:15

A la hora de insertar el parte de realización, *TVE1*, *Telecinco* y *TV3* emplean realmente un modelo híbrido. La duración, el *coleo*, el *pie* y alguna observación de realización, como se ha visto, quedan indicadas en la escaleta. Sin embargo, la rotulación se consigna dentro del propio parte, al que se accede a través de cada contenido concreto. *TVE1* sirve de ejemplo. A continuación se muestra el parte interno de unas *colas*, de unas *colas* y un *total* y de una *pieza*, con las instrucciones sobre la rotulación que no se incluyen en la escaleta.

En la rotulación de las *colas* se escribe el antetítulo –EMPATE CLÁSICO– en mayúsculas y el título en minúsculas –La semifinal Real Madrid-Barça tendrá que resolverse en el Camp Nou el 27 de febrero–. Habitualmente, en la rotulación de las *colas* no es necesario marcar el punto de entrada del rótulo, el segundo exacto donde hay que insertarlo, ya que contiene una información genérica que apoya y/o refuerza el contenido de las imágenes. A la derecha aparece el texto de la entradilla del presentador. Las indicaciones que figuran por encima del antetítulo (*gc1 rot45*) se refieren al tipo de rótulo. Se observa que *gc1 rot45* corresponde al rótulo de la imagen del día; *gc1 rot22* es el que, por defecto, llevan todas las *colas*; con el *gc1 rot02* se rotula a los protagonistas; con el *gc1 rot01* se pone el resultado; y con *gc1 rot60* se firma, es decir, se rotula al autor de la *pieza*.



CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2) [INF]INF-DIGITAL.FORMACION.MINUTADO.*BT COPA...									
Nº Nt.	Fin	Est	Vº Bº	Video	Stat	Noticia/Título	VIDEO-ID		
T	NC		pribas			*BT COPA AYER	1TD31EN006TOR		
Nat	Dura	T. Inicio	Audio	Loc	Colea/pie	H. Emi.	Rot/Vid?		
COL	0:15	0:00:15			46 ++++++		OK		

{M}

*gc1 rot45
 EMPATE CLÁSICO
 La semifinal Real Madrid-Barça tendrá que resolverse en el Camp Nou, el 27 de febrero

No decepcionó. Mucho ritmo, ocasiones para los dos equipos, alternativas... Y un empate a uno que deja abierta y emocionante la ---COLAS--- eliminatoria para la vuelta, que se jugará dentro de un mes. Esta vez las estrellas fueron los defensas mas que los delanteros. Varane subió varios escalones de golpe en su carrera y Piqué estuvo impecable.

6. La escaleta

En la rotulación del *total* que acompaña a las *colas* sí se detalla el punto de entrada y el punto de salida (6-15 ALVES). En el segundo seis del *total* hay que insertarlo y en el quince limpiarlo o llevárselo. Se trata de una información imprescindible para que el ayudante de realización, que durante la emisión está destinado a este menester, dé la orden al técnico del control del estudio encargado de insertar los rótulos en el momento justo. Es la única forma de colocar el rótulo sobre la imagen y durante el tiempo que corresponde.

The image shows two screenshots of a video editing software interface, likely Avid Media Composer, displaying a script with technical data and a blue arrow pointing to a specific label.

The first screenshot shows a script entry for "CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2) [INF]INF-DIGITAL.FORMACION.MINUTADO.*DANI T - 1". The script includes technical data such as "Nº Nt.", "Fin", "Est", "Vº Bº", "Video Stat", "Noticia/Título", "VIDEO-ID", "T.", "maferi", "*DANI", "1TD31EN062TOR", "Nat.", "Dura", "T. Inicio", "Audio", "Loc", "Cola/pie", "H. Emi.", "Rot/Vid?", "COL", "0:25", "0:05:08", "38 ++++++", and "OK". The script text includes: "{M}", "*gc1 rot22", "DÍA DESPUÉS DEL CLÁSICO", "Alves se queja de insultos racistas en España, y pide tarjeta para Cristiano", and a paragraph of text: "Veiamos también que en muchos medios extranjeros se hace referencia a los gritos e insultos racistas que recibió Alves, el defensa del Barcelona. ---COLAS--- Ha sido uno de los temas de comentario hoy en el entrenamiento del Barça, entremamiento suave y de recuperación. Precisamente Alves ha hablado y ha lanzado un mensaje que invita a la reflexión: mucha gente, cuando va al futbol, pierde la educación."

The second screenshot shows a script entry for "CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2) [INF]INF-DIGITAL.FORMACION.MINUTADO.**ALVES T...". The script includes technical data such as "Nº Nt.", "Fin", "Est", "Vº Bº", "Video Stat", "Noticia/Título", "VIDEO-ID", "T.", "NC", "maferi", "**ALVES", "1TD31EN063TOR", "Nat.", "Dura", "T. Inicio", "Audio", "Loc", "Cola/pie", "H. Emi.", "Rot/Vid?", "VTR", "0:29", "15:56:18", "1/7 ...ROJA Y MEDIA.", "31/01/20", and "OK". The script text includes: "{M}", "{M}", "*gc1 rot02", "Dani Alves", "JUGADOR DEL F.C. BARCELONA", and a label: "++6-15 ALVES". A blue arrow points to the "++6-15 ALVES" label.

En la rotulación de la *pieza* se siguen las mismas disposiciones que para los *totales*. Siempre se marca el punto de entrada y de salida para todos los tipos de rótulo que lleva, ya sean para identificar a protagonistas, para poner un

resultado o para incluir un rótulo informativo como el de las *colas*. A la derecha, en este caso, aparece el texto de la voz en *off* de la propia *pieza*. De esta forma, todo el personal implicado en la elaboración del espacio comparte la misma información y puede sincronizar sus acciones. Si el presentador/es puede acceder al texto escrito por el redactor, en la entradilla correspondiente a esa *pieza* incluye el paso más oportuno para que su discurso introductorio enlace de manera coherente y original con el arranque de la *pieza*, recalque solo los detalles importantes sin repetir la misma información, etc.

CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2)							VIDEO-ID
Nº Nt.	Fin	Est	Vº Bº	Video Stat	Noticia/Título		TTD31EN058TOR
T		?	jfsatur		**CRONICA		
Nat	Dura	T. Inicio	Audio	Loc	Colea/ple	H. Emi.	Rot/Vid?
VTR	1:23	0:01:29	1/2		1/2 fue de cine		OK
{M}							
{M}							
*gc1 rot01							
Real Madrid 1 - F.C.							
Barcelona 1							
*gc1 rot02							
Xavi Hernández							
JUGADOR DEL F.C.							
BARCELONA							
*gc1 rot60							
Albert Font							
*gc1 rot02							
Jordi Roura							
SEGUNDO ENTRENADOR							
DEL F.C. BARCELONA							
*gc1 rot02							
Aitor Karanka							
SEGUNDO ENTRENADOR							
DEL REAL MADRID							
{M}							
{M}							
++1-15 resultado							
++24-30 xavi hernández							
++40-46 informa							
++55-1:01 roura							
++1:13-1:18 karanka							
El guión del Clásico siguió la pauta de casi siempre: imprevisible. Para empezar, Piqué amonestado al minuto de juego.							
A balón parado lo buscó Cristiano... Pinto también estuvo al quite en una intentona de Essien.							
La réplica culé, un servicio sideral de Iniesta que Alba no cazó al vuelo.							
Entonces, fue el turno de Xavi... primero estrellando un balón en el larguero. Después vio como Varane evitaba su tanto.							
TOTAL XAVI							
Benzemá tampoco acabó de atinar. A Clos Gómez le reclamaron una mano de Alves en el interior del área. Y en la reanudación, la segunda amarilla a Carvalho.							
Este segundo tiempo arrancó con el noveno tanto de la temporada de Cesc. 8 de ellos fuera de casa. Cuaja de forastero. Lo de sin perdón... Varane mediante, ya fue otro cantar.							
Cristiano tuvo el empate a tiro... antes de que Piqué ejerciera de sheriff. Con la venia de Puyol, por supuesto.							

CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2)	
{M}	TOTAL ROURA
{M}	Cesc y, sobre todo, Pedro pudieron poner más tierra de por medio... pero lo que llegó fue la guinda al partido soñado por Varane. Un empate que dio alas al Madrid.
{M}	TOTAL KARANKA
{M}	La última fue para Alba pero el reestreno de Diego López en el marco madridista fue de cine.

En *Antena 3*, como se anticipa anteriormente, la única información del parte de realización que se consigna en la escaleta, en el campo *Noticia/título*, es una escueta indicación de la rotulación. Para encontrar el resto de detalles hay que acceder a cada contenido.

	M31ENTRENOS-C COLAS	Vídeo
• V	M31PARTIDO	VTR
	M31PARTIDO VTR	Vídeo
R	niyo	ROTULO
R	xavi	ROTULO
R	varne	ROTULO



Salvo los casos estudiados de *TVE1*, *Telecinco*, *TV3* y *Antena 3*, que se inclinan por un modelo híbrido, el resto hacen uso del parte de realización puro. En la escaleta, más allá de la duración y el formato, no aparece ninguna

información más. Se concentra dentro de cada contenido. Accediendo a él y una vez que el encargado del mismo lo rellena, se puede ver la duración, el *coleo*, el *pie*, las características de los audios, los pormenores de la música y, por supuesto, el texto y los datos para la correcta rotulación.

En el rango de los partes de realización puros, existen dos clases distintas: la más sencilla, la que se aplica a las *colas* y a aquellos contenidos que en la emisión se comportan como *colas* –panel, *cartón*, etc.–; y otra para las *piezas* y los contenidos que también a efectos de la emisión actúan como tales, fundamentalmente los totales y los falsos directos.

En el parte de las *colas* figura la duración y las características de los audios para que el técnico de sonido del control del estudio actúe en consecuencia. El profesional que monta las *colas*, ya sea un redactor o un ayudante de realización, debe indicar si el audio ambiente de las *colas* –el más habitual y que suele utilizarse– entra por el canal o pista número uno, por el dos, o por ambos. El técnico de sonido subirá solo el canal válido, con el volumen adecuado para darle presencia al ambiente y no interferir en la perfecta escucha de la locución del presentador.

Aparte de la duración y las características de los audios, este parte también encierra la información concerniente a la rotulación: los textos o títulos –antetítulos, títulos o subtítulos– que componen el rótulo y los puntos de entrada y de salida si fueran necesarios, es decir, cuando las *colas* llevan más de un rótulo y se hace imprescindible sincronizarlos con las imágenes concretas sobre las que se insertan.

El parte de la pieza tiene tres divisiones. La primera es indefectible, la más importante, en la que se escribe la duración, el *coleo*, el *pie* y las características de los audios.

En la segunda se anotan los textos y los datos para la correcta rotulación. Son el título en sí –introducido o reforzado por un antetítulo o subtítulo, respectivamente–, el tipo de rótulo y los puntos precisos de entrada y de salida.

La tercera está reservada al capítulo de observaciones, entre ellas los pormenores de la música: el título de la canción y el autor –en pos de cumplir con los derechos de autor–, momentos en que el técnico debe subir o bajar el volumen, etc. Aquí también se apuntan, por ejemplo, los efectos visuales que se insertan en directo durante la emisión, etc.

C	R	Acumulado	Present	Nº	Noticia	Material ID:	ccc	Formato	Rec
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15:12:30	<input type="checkbox"/>		CLIP JUEGO DE TRONOS	C1F49152	<input type="checkbox"/>	CLIP	HEC
Observaciones:									
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>DURACIÓN 0:35 ES UN CLIP COLEO 0:05 AUDIOS MEZCLADOS MÚSICA: EL CANTO DE EL LOCO (TEMA: PETER PAN)</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>ENEMIGOS EN EL DERBI DEL PASADO DOMINGO Y COMPAÑEROS HOY EN LA SELECCIÓN ESPAÑOLA. DIEGO COSTA Y SERGIO RAMOS HAN APARCADO SU RIVALIDAD CUANDO DEFIENDEN LA CAMISETA DEL ATLÉTICO Y REAL MADRID POR UN MISMO OBJETIVO:</p> <p>CONSEGUIR, LA VICTORIA, ESTA NOCHE, ANTE ITALIA, EN EL PARTIDO AMISTOSO, QUE ARRANCARÁ, A LAS DIEZ, EN EL "CALDERON". "RAMOS", AL IGUAL QUE EL RESTO DE LOS INTERNACIONALES, HA ACOGIDO, PERFECTAMENTE, EN EL GRUPO, AL ROJIBLANCO.</p> <p>HAY MUCHA COMPLICIDAD, HORAS ANTES, DE UN DUELO QUE TIENE POCO DE "AMISTOSO".</p> <p>ENFRENTA ESTARÁN LAS DOS ÚLTIMAS CAMPEONAS DEL MUNDO.</p> </div> </div>									




g) Campos subsidiarios

Contienen información de apoyo. En la configuración del aspecto formal de la escaleta, el editor da cabida a algunos y omite el resto.

Número de noticia

Es la enumeración de las noticias, su mero etiquetaje ordinal. Puede empezar en el uno si el espacio deportivo se considera como una unidad independiente, o seguir la del informativo previo por cuestiones prácticas o porque sea una sección o bloque más dentro de aquel. Lo incluyen todas las escaletas como el primer campo, a la izquierda del todo, menos la de *Telemadrid*.



31/01/2013 15:36:27:15	300	♦	M31GOLES-C
31/01/2013 15:36:27:15			M31GOLES-C COLAS
31/01/2013 15:36:40:21	310		I_ENTRENOS
31/01/2013 15:37:14:23	311	♦	M31ENTRENOS-C

N.Nt	Est	Noticia/Título
0	?	SUMARIO
00	?	
	?	
	?	
	?	
*****	OK	CABECERA DEPORTES CUATR
1	?	SEPARADOR DE PUBLI
\$\$\$\$?	REPSOL DB2
2	?	SEPARADOR DE PUBLI
3	?	C CEBO QUE SUERTE TENEMO
	?	EFECTO
4	?	C CEBO VARANE - PIQUE
	?	EFECTO
5	?	C CEBO CR7 - MESSI SE ESPE
	?	EFECTO
6	?	C CEBO POLEMICA PARTIDO
	?	
rot	?	Manu y Manolo
	?	

6. La escaleta



Paso	Presentador	Noticia/Título
45		V5-1TURISMOESPACIAL
		---cam 1-----
	dcantero	C5-1IMPRESIONISMO
		V5-1HIRST
		---cam 1-----
48	ijimenez	C5-1NUEVAMODAFLAMENCA
		---cam 1 david + isa ----
		I-ADIOS

		COPY+AGUS+TERESA+FE***

		RAFDEPORTES2011 *****
49		C5-1VARANE
		---cam 3-----
		I-CLASICAZO
50		V5-1CLASICAZO
		---cam 3-----
51		C5-1MECHERO
52		V5-1SEGUIMIENTOS



Nº	Noticia/Título
	++RAFAGA DEPORTES++++
D70	SUPERNEXT GIGANTES
D71	CP-GIGANTES
D72	CP-VANARANUER
D73	CP-CRISTIANO, MESSI, INIESTA,
D74	CP-TRÁFICO DE JUGADORES
	Oscar a
D75	C-LA IMAGEN DEL FINAL // wipe b
D76	CP-LA IMAGEN DEL PRINCIPIO //
D77	VP-CADA UNO A SU ESTILO // wi
D11	VP-DESDE LA GRADA // wipe gen
D11	CP-LA QUEJA DE XAVI // corte
D11	TP-FUERA DE LUGAR---dur 14" //
D11	NEXTnowVARANUER
	Oscar a
D78	V-VARANAUER // wipe real
D79	CP-CAPITÁN CR7 // wipe gen sd2
D80	VP-CRISTIANO, NO // wipe Barça
D81	CP-DETALLE MESSI // wipe gen s
D82	VP-MESSI, TAMPOCO // wipe Barça
D13	CP-MESSI SUBNORMAL---respiro
D12	CP-INCIDENTE CON ARBELOA //
D26	TP-ALBA DESMIENTE // wipe gen
D83	CP-PAPELÓN DE ADÁN // wipe re



	?	MOLINET PUBLI tornada
	?	ESPOT 132561+CARETA ESPORTS
50B	?	DONA PAS ESPORTS
51i	?	intro: 51
51	R	CONTRA EMPAT MADRID-BARÇA A LA CO
52i	?	intro: 52
52	R	MESSI CRISTIANO RES DE RES
53	R	EL CLÀSSIC AMB BOJAN
54	R	INSERT BOJAN
55f	?	off 55
55	R	ENTRENAMENT BARÇA DIJOURS
56	R	INSERTS ALVES
57	?	INSERT JORDI ALBA
58f	?	off 58
58	R	ENTRENAMENT ESPANYOL DIJOURS
59	R	BECKHAM AL PSG
60f	?	off: 60
60	?	CAMPIONS DEL MÓN HANDBOL TORNEN
61	R	INSERTS CAMPIONS D'HANDBOL
62plasma	R	Plasma Eurolliga
62f	?	off: 62
62	R	BARÇA REGAL REP MONTEPASCHI
63	R	PRESENTACIÓ NOU MCLAREN SENSE HA
	?	DÀFECÀ A VIREGUAL

6. La escaleta

En *La Sexta* y en *TV3, Modificación* –último profesional que ha modificado algún campo de un contenido concreto de la escaleta– y *Fecha de Modificación* –momento exacto en que se ha producido la modificación–.

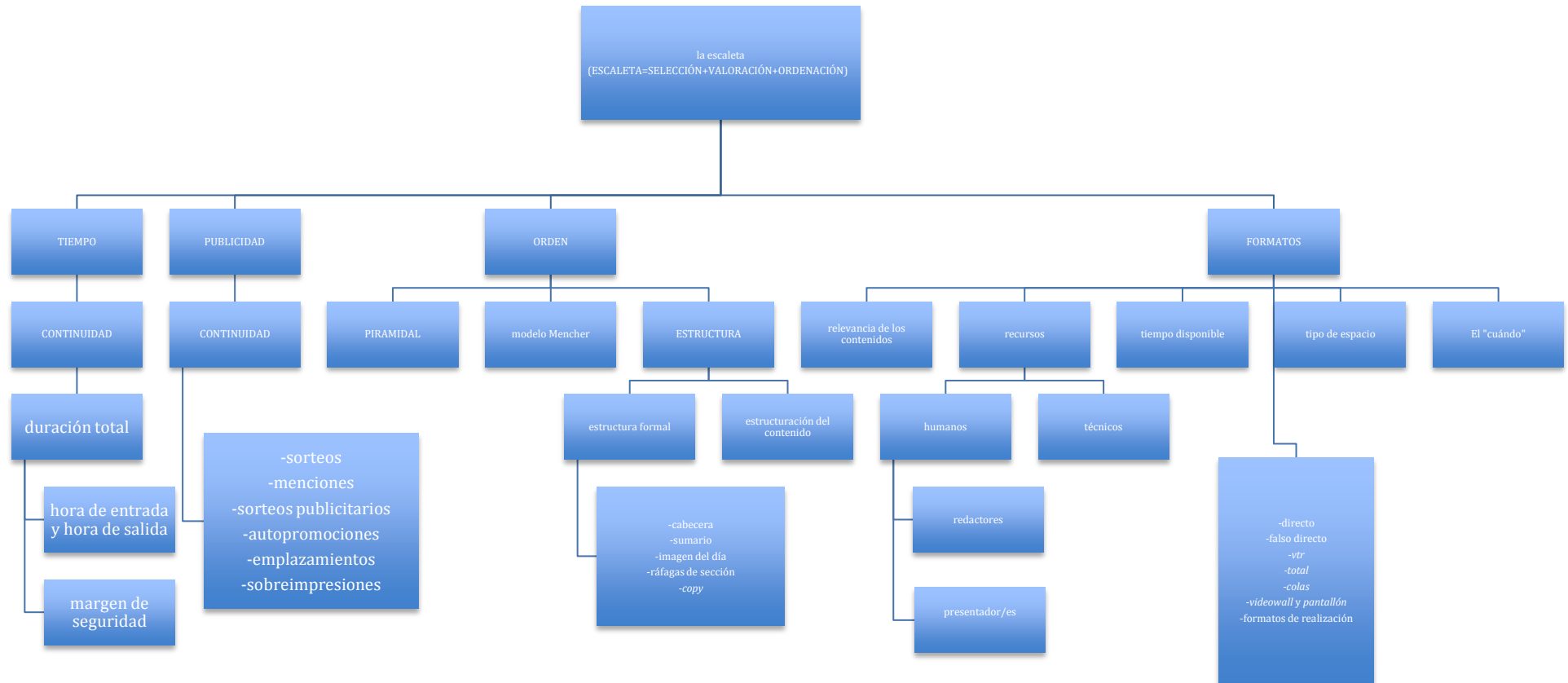


Modif	H.Prevista	Fec. Mod.
mfigueroa	14:57:35	31/01/2013 14:55:02
mfigueroa		31/01/2013 14:45:33
egarcia	14:57:39	31/01/2013 14:47:59
orincon	14:57:49	31/01/2013 14:56:17
hgarcia	14:57:59	31/01/2013 14:53:16
ahuercio	14:58:09	31/01/2013 14:53:16
jtrinidad	14:58:19	31/01/2013 10:34:11
ndefrutos	14:58:19	31/01/2013 13:41:35
orincon	14:58:19	31/01/2013 14:56:59
mfigueroa	14:58:49	31/01/2013 14:36:44
mfigueroa	14:59:04	31/01/2013 14:37:14
jtrinidad	15:00:27	31/01/2013 14:57:16
orincon	15:00:55	31/01/2013 14:40:44
mfigueroa	15:01:10	31/01/2013 14:37:28
egarcia	15:01:24	31/01/2013 14:54:52
jtrinidad	15:01:33	31/01/2013 10:10:16



15:15:55	2:58	garnatx	TNM	31/01/2013 10:23:2
15:18:53	0:10	risquez	TNM	
15:19:03	0:30	erodrig	TNM	02/08/2012 13:06:3
15:19:33	0:15	mania	TNM	31/01/2013 14:54:0
15:19:48	0:22	llobera	TNM	31/01/2013 15:13:0
15:20:10	2:04	fandiño	TNM	31/01/2013 15:20:2
15:22:14	0:10	llobera	TNM	31/01/2013 14:19:1
15:22:24	1:18	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
15:23:42	0:24	mescla	TNM	31/01/2013 15:22:3
15:24:06	0:23	garnatx	TNM	31/01/2013 14:49:4
15:24:29	0:00	llobera	TNM	31/01/2013 14:19:4
15:24:29	0:25	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
15:24:54	0:26	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:1
	0:15	bramon	TNM	31/01/2013 15:01:1
15:25:20	0:00	llobera	TNM	31/01/2013 14:20:0
15:25:20	0:33	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:2
15:25:53	0:26	mania	TNM	31/01/2013 15:03:0
15:26:19	0:20	crespi	TNM	31/01/2013 15:26:4
15:26:39	0:36	linf	TNM	31/01/2013 15:06:4
15:27:15	0:20	artigas	TNM	31/01/2013 15:18:2
15:27:35	0:00	linra	TNM	31/01/2013 14:15:0
15:27:35	0:00	artigas	TNM	31/01/2013 14:01:1
15:27:35	0:27	mescla	TNM	31/01/2013 15:27:2
15:28:02	0:17	mescla	TNM	31/01/2013 15:27:5
15:28:19	0:15	artigas	TNM	31/01/2013 14:14:4

6.5 Resumen esquemático del capítulo 6



7. Coordinación

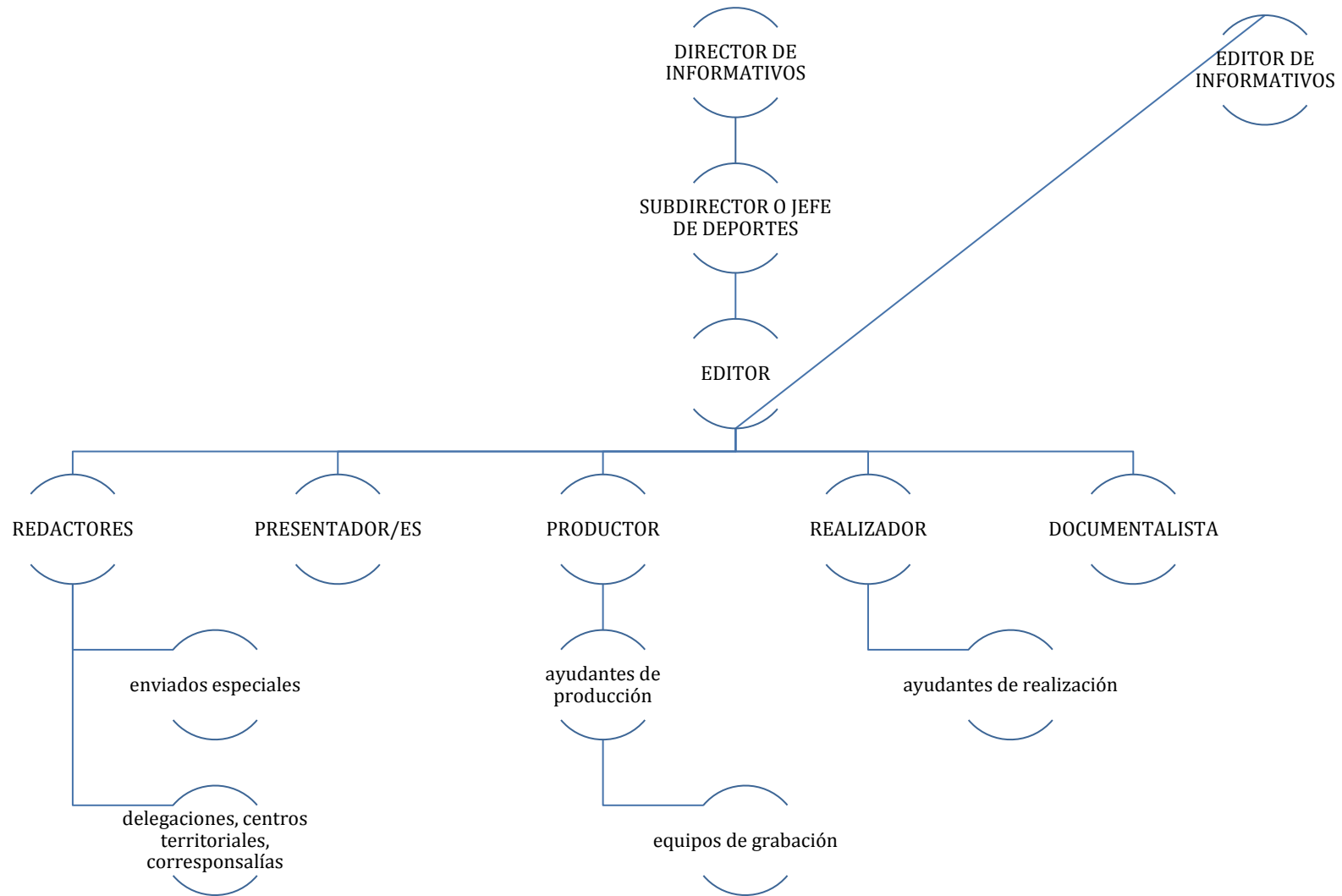
7.1 Editor o coordinador

La elaboración de informativos diarios en una cadena requiere una estructura técnica y humana que ha de estar perfectamente engranada.

(Bandrés, 2000: 41)

Un engranaje que, en lo que respecta a los espacios deportivos de estos informativos, funciona al ritmo que marca el editor. No solo se trata de elegir los contenidos y ordenarlos en una escaleta. La edición implica o es el resultado de muchas más operaciones que llevan a cabo un número más o menos amplio de profesionales, un grupo humano cuya gestión también está en manos del editor. Por todo ello, ocupa una posición estratégica dentro del organigrama de cualquier cadena. Desde allí, además de hacer la selección, dirige todas las acciones de los redactores, también encomienda sus tareas a los departamentos de producción, realización y documentación, recibe las directrices generales del jefe o director de deportes y le facilita a su homónimo del departamento de informativos el contenido deportivo del propio informativo: los temas de deportes para su portada y el avance del contenido de la sección, bloque o programa deportivo que, como la portada, pertenece y aparece dentro del informativo.

7.2 El editor del espacio deportivo en la jerarquía de la cadena



El editor se sitúa en el centro de la acción. Es el periodista que coordina a todo el personal involucrado en la preparación, ejecución y emisión del espacio deportivo. Entre presentador/es, redactores, realizador y ayudantes de realización, productor y ayudantes de producción, documentalista, operadores de cámara, etc., el editor puede llegar a coordinar de manera directa o indirecta a un mínimo de quince personas y un máximo de ochenta, según la dimensión del espacio deportivo. Tan importante como su capacidad para organizar eficientemente equipos de trabajo es su faceta como gestor de grupos humanos.

Debes tener el respeto de la redacción. Tu labor es la de ser el que marca la pauta. No todo el mundo está de acuerdo. Intentar tener una buena sintonía con el equipo que hace el programa en directo: realizador, mezclador, el que rotula. Llevarse bien con todo el mundo pero sin que se pierda el principio de autoridad.
(Julio Pulido, Cuatro)

La capacidad de imprimir su particular sello a una información depende del estilo de la cadena para la que trabaje y de su línea editorial, de los medios de que se disponga y, fundamentalmente, de la capacidad de influencia, respeto o autoridad que haya podido ganarse entre sus jefes y compañeros. En este sentido, en los medios informativos se trabaja mejor o peor en función del prestigio personal, del respeto que hay que ganarse, en primer lugar entre los propios compañeros de trabajo (este prestigio “interno” cuesta más trabajo incluso que el posible reconocimiento que se pueda conseguir de la audiencia). (Poveda, 2014: 11)

Cuanto mejor sean las relaciones del editor con sus subordinados, sea cual sea su nivel y cualificación, más llevadera será su labor y más satisfactorio el resultado del producto final.

7.3 El tándem editor-presentador/es

El editor y el presentador/es son inseparables desde que empieza a fraguarse el espacio. Lo normal es que el editor haga la escaleta definitiva en presencia del presentador/es. Puede esbozar una versión básica a primera hora para luego, reunido ya con el presentador/es, completarla y cerrarla.

Dentro de los espacios la figura del presentador/es es crucial. Interviene para introducir la mayor parte de los contenidos. Se trata de la imagen visible del programa, bloque o sección. De él depende la credibilidad que se transmite. También, como conductor, marca el ritmo. Su habilidad comunicativa y expresiva para informar e introducir los contenidos contribuye al resultado final del espacio en la misma medida que la calidad de los propios contenidos. Además, presta su imagen a ciertos formatos publicitarios. Por todo ello, su implicación en la confección de la escaleta en particular y en todo el proceso de elaboración del espacio en general es constante y determinante. Al final, no deja de ser el encargado de “vender” en pantalla todo el trabajo desarrollado por el equipo humano y técnico que coordina el editor.

El grado de implicación del presentador/es en la configuración de la escaleta depende de su valía profesional, de su experiencia y de su notoriedad periodística. En la mayoría de los casos, el presentador/es de un espacio deportivo cuenta con una dilatada carrera a sus espaldas, como el editor. Por lo tanto, puede echarle una buena mano a la hora de tomar decisiones.

Aquí los presentadores son editores. (Julio Pulido, Cuatro)

No solo Lama y Carreño en los espacios deportivos de los informativos de *Cuatro*, también Sergio Sauca en los de *TVE1*, Ainhoa Arbizu en los de *Antena 3*, Sara Carbonero en los de *Telecinco* o Josep Pedrerol y Lara Álvarez en los de *La Sexta*, acreditan suficiente experiencia y renombre como para tener voz y voto en las decisiones importantes que afectan a la edición. En la *ESPN* no existe esta colaboración entre el editor y el presentador/es.

Los editores controlan absolutamente todos los contenidos por encima de los presentadores. En España el presentador suele tener gran capacidad de decisión sobre los temas a tratar u ofrecer a la audiencia. Aquí lo decide todo el editor. Cuenta con las opiniones de los redactores y presentadores pero la última palabra es suya. Se separan perfectamente las funciones del editor y del presentador estrella. (Manuel Martín, ESPN)

En *TVE1, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta*, el editor y el presentador/es trabajan codo con codo a lo largo de toda la jornada. En la primera reunión el editor le informa con detalle del planteamiento inicial recogido en la escaleta. A partir de ahí, el editor debe mantenerle puntualmente informado de todo cuanto ocurre porque cualquier cambio en la escaleta afecta directamente a la labor del presentador/es. Un contenido o imagen nueva, un contenido que se cae o elimina de la escaleta, un contenido al que se le modifica el formato, una reducción de la duración, etc., provoca inexorablemente una adaptación inmediata en las entradillas del presentador/es. Este intercambio de información continuo y directo entre el editor y el presentador/es se estrecha más si cabe durante la emisión.

7.4 Coordinación edición-producción

A la reunión entre el editor y el presentador/es para cerrar la escaleta pueden asistir el productor y el realizador. Si es así, el editor les transmite, llegado el momento, las instrucciones que atañen a su parcela. Si no acuden, el editor dedica unos minutos después de la reunión para un aparte: primero, con el productor; luego, con el realizador.

El grado de participación del departamento de producción está supeditado a la complejidad técnica que exige el espacio. Cuando el editor contempla la realización de directos, la aportación del productor y los ayudantes de producción se hace indispensable. En estos casos es muy posible que el editor reclame la presencia del productor en la reunión, aunque no sea un hábito de trabajo, y que el productor sea el primero en recibir indicaciones. El editor le comunica el número de redactores que van a pasar por maquillaje, los que necesitan vestuario, la hora exacta para el

desplazamiento del equipo de grabación, las franjas horarias en las que está programado el directo, etc.

7.5 Reparto del trabajo entre los redactores

Con los redactores procede de igual forma. Si en el departamento de deportes de la cadena existe la buena costumbre de convocar una reunión conjunta de todos los periodistas con participación en el espacio deportivo –editor, presentador/es y redactores–, el editor aprovecha para recabar las sugerencias y propuestas de los redactores y al mismo tiempo encargar a cada uno su respectiva tarea.

Editor y redactores realizarán una reunión en la que habrá ofertas de información, por parte de los redactores, y encargos, por parte del editor/a, a partir de la cual se realizará una escaleta previa que irá modificándose hasta convertirse en definitiva. (Moreno, 2014: 40)

Esta reunión de trabajo multitudinaria no es habitual. Solo se celebra en la redacción de deportes de *Cuatro*. Lo más normal es la reunión bilateral editor-presentador/es. Se trata de la dinámica de trabajo más rápida y factible, ya que algunos redactores, a la hora a la que se lleva a cabo, todavía no se han incorporado o se encuentran ya en las localizaciones previstas para cubrir los *acontecimientos deportivos* del día.

En cuanto acaba la reunión con el presentador/es y tras despachar los aspectos logísticos con el productor de turno, el editor empieza a repartir la faena entre los principales artífices de los contenidos del espacio: los redactores.

El editor inicia una ronda de contactos con todos y cada uno de los redactores designados en la escaleta para la elaboración de los contenidos. Los primeros en recibir instrucciones son los enviados especiales, los corresponsales o los redactores desplazados a centros territoriales o delegaciones, siempre y cuando el editor precise de sus servicios. También los redactores a los que se les encomiendan los directos son informados y aleccionados en primer lugar. El editor les aporta los datos básicos de la

información, les advierte del tiempo máximo de que disponen para contarla y del formato del directo –*en ventana, a total*, cubierto o tapado, en movimiento, etc.–, planifica y coordina el diálogo que tendrá lugar en pantalla con el presentador/es y les detalla cómo está estructurada la parte del espacio en la que intervienen –si dan paso a algún contenido, las imágenes con las que se cubrirá su intervención, en qué momento se les cubrirá, etc.–.

A continuación les toca el turno al resto de redactores, empezando por los que ya se encuentran fuera en alguna cobertura y/o por los que tienen que partir en breve para realizarla. El editor les informa y les instruye. Les cuenta el formato y la duración previstos, sujetos ambos a posibles cambios según lo que depare el *acontecimiento*. Si se decanta por el falso directo, coordina al redactor desplazado y al presentador/es para que acuerden el diálogo que se verá en pantalla. También antes de que se marchen o vía telefónica si ya están desplazados, les transmite las indicaciones que considere oportunas: las imágenes que obligatoriamente hay que grabar, los protagonistas a los que sonsacar, preguntas para hacerlo, etc. Por último, se acerca a los que permanecen en la redacción para encargarles y explicarles en qué consiste su quehacer diario. Empieza por los redactores designados para ejecutar las *piezas*. Dentro de este grupo da prioridad a los que tienen que hacer las más complicadas.

Le cuentas a cada uno cómo debe hacer la pieza, las imágenes que debe incluir y una idea de cómo abordar la información. Me gusta dejar libertad al redactor para no coartar su creatividad. (Raúl Gamonal, Telecinco)

Las instrucciones del editor al redactor encargado de un *pieza* no son órdenes férreas e inmutables. Es una conversación constructiva y bidireccional que sustituye a aquella reunión conjunta del editor y el presentador/es con todos los redactores que en la mayoría de los casos no llega a celebrarse.

El periodismo audiovisual es un trabajo de equipo en el que debe existir un entendimiento entre los niveles editorial y creativo y colaboración entre los distintos profesionales que participan en el nivel creativo.

(Díaz, 2006: 141)

El editor le cuenta la idea preconcebida, pero escucha la opinión del redactor. De este intercambio puede resultar la misma *pieza* que originalmente había ideado el editor, una versión parecida o una radicalmente distinta. La visión del redactor cuenta, siempre y cuando mejore la idea inicial. El editor tiene la última palabra.

Antes de encargar una *pieza*, justo después de la pertinente y correcta designación en función de las aptitudes y actitudes del redactor, el editor debe conocer y contrastar la información o el argumento que da origen a la *pieza*, tener claro que esa *pieza* suscita o puede suscitar interés y que el redactor dispone de las imágenes necesarias para hacerla. Solo así sus consignas resultan creíbles y, por consiguiente, son bien acogidas por los redactores.

El editor termina la ronda de instrucciones con los redactores que solo montan *totales* y/o *colas*. En todo caso, debe ser preciso, transmitir la idea con claridad y poner a disposición del redactor las imágenes y los recursos de realización necesarios para la correcta elaboración del contenido.

En las secciones deportivas de los informativos de *TVE1* y en los bloques de los de *Antena 3* y *Telecinco*, el redactor elabora el contenido de principio a fin. Después de recibir las indicaciones del editor, se encarga de moldear la idea, recopilar y visionar las imágenes y los *totales* de los protagonistas, escribir el texto –adaptado al contenido audiovisual–, grabar la voz en *off*, hacer el montaje con todos los audios e imágenes y, por último, volcar la *pieza* resultante al vídeo-servidor. En los últimos tiempos, con la paulatina introducción de algunas *piezas-espectáculo*, sobre todo en los bloques de *Antena 3* y en las secciones de *TVE1*, el ayudante de realización interviene en última instancia, cuando ya está montada, para ornamentar la *pieza* con el toque oportuno de posproducción, grafismo y música.

En *Deportes Cuatro* y *Jugones* la labor del redactor se queda precisamente en la locución y grabación de la voz en *off*. A partir de ahí, toma el testigo un ayudante de realización que acomete el montaje en su totalidad, incluida la posproducción, el grafismo y la música, siempre respetando las indicaciones del redactor a nivel de contenido.

7.6 Coordinación edición-realización

Antes de dirigirse a los redactores, el editor despacha con el realizador, bien en la reunión de escaleta, bien en cuanto termina, tras hacerlo con el productor. Abordan dos cuestiones: la primera, la planificación de la emisión; la segunda, la valoración de los recursos humanos y técnicos que el realizador le aporta.

Según el número de ayudantes de realización y de la tecnología informática de edición –montaje de imágenes– y posproducción con que cuente la cadena, el editor puede apoyarse más o menos en el departamento de realización. El realizador informa de la cantidad y calidad de estos recursos y el editor decide la mejor manera de aprovecharlos. Sean casi inagotables como en *Cuatro* o *La Sexta*, o limitados como en el resto de cadenas, el editor debe explotarlos al máximo.

A causa de la competencia de los contenidos online, los espacios deportivos tienen que convertirse en un espectáculo audiovisual que ofrezca, a partes iguales, información y entretenimiento. El cuidado y el tratamiento de la imagen se antoja vital en esta batalla por la audiencia. El departamento que se encarga de potenciar ambos es el de realización. El editor transmite sus decisiones al respecto al realizador, pero los ejecutores son los ayudantes de realización. Estos tienen cuatro maneras de contribuir con su trabajo a la calidad visual del espacio: encargarse del montaje de las *piezas-espectáculo*; acometer la elaboración íntegra de un contenido al que el editor asigne un formato específico de realización –el clip, la ráfaga, el panel y el *cartón*–; realizar uno de estos formatos pero para insertarlos en una *pieza* –el clip, la ráfaga, el panel y el *cartón*, aparte de funcionar como formatos independientes, ya sea como primera opción o como alternativa, pueden entrar a formar parte de una *pieza*–; o retocar una *pieza* con posproducción, grafismo y/o música, antes de su emisión.

El editor conoce de antemano la capacidad de su departamento de realización. No pide imposibles. Como buen gestor de recursos, debe maximizar las posibilidades del departamento de realización, mas siendo consciente de sus limitaciones. En la reunión con el realizador, el editor expone unas necesidades realistas, al alcance del departamento. El realizador le dice

hasta dónde puede llegar y entre los dos cierran la distribución del trabajo para el departamento de realización.

Cuando se dirige al redactor que ha designado para hacer una *pieza*, el editor ya cuenta con la información, con la idea para plasmarla en imágenes, con la localización exacta de esas imágenes y con el refuerzo específico de realización que llevará la *pieza*.

7.7 Coordinación edición-documentación

Como se analiza en páginas anteriores, el archivo audiovisual de una cadena y la gestión que de él hace su departamento de documentación es fundamental en la construcción del espacio deportivo de un informativo.

Las denominadas *piezas-espectáculo* se nutren sobre todo de imágenes de archivo. Antes de encargárselas a los redactores, el editor debe cerciorarse de que las imágenes que conformarán la *pieza* están en el archivo de su cadena. Incluso, puede adelantarle y facilitarle el trabajo al redactor solicitando él mismo las imágenes de archivo en cuanto tiene clara la temática de la *pieza*.

La relación entre el editor y el documentalista también debe ser fluida. Están obligados a entenderse porque trabajan prácticamente de la mano, tanto en el suministro de las imágenes pertenecientes al archivo como en el proceso de filtrado y compactado de los materiales brutos que se producen a diario y que pasan a ser depositados temporal o definitivamente.

7.8 Coordinación edición deportes-edición informativos

Sea un programa con entidad propia –*Cuatro* y *La Sexta*–, un bloque independiente –*Antena 3* y *Telecinco*–, o una sección más –*TVE1*–, el deporte ha alcanzado tal relevancia que todos los informativos adelantan los contenidos más importantes de sus respectivos espacios deportivos tanto en el sumario de su portada como en un avance específico pocos minutos antes de que dé comienzo el programa, bloque o sección deportiva.

Dependiendo de la cadena, el presentador/es de deportes interviene en el sumario y/o en el avance. En ambos casos, suele tratarse de una o dos

colas, según el número de contenidos adelantados, con el consiguiente rótulo y el relato en *off* del presentador/es.

En el informativo de *TVE1*, después del sumario de la portada, la información deportiva cuenta con treinta segundos para avanzar, con la presencia en el plató del presentador de deportes, Sergio Sauca, los temas más importantes que más tarde se abordan en la sección. Suelen ser dos o tres *colas*. A veces, también incluyen *totales* o conexiones en directo a modo de avance. La conductora del informativo da paso al presentador de deportes con un breve diálogo introductorio. Así, en el *Telediario* de *TVE1* del diecisiete de octubre, tras el paso de la presentadora del informativo, Sergio Sauca avanza tres temas: Real Madrid, Barcelona y Atlético de Madrid. Lo hace mediante tres *colas* pegadas de apenas veinticinco segundos en total y con una rotulación genérica que cuenta con un subtítulo *–DE LA SELECCIÓN A LA LIGA–* y un título *–Barça y atlético se juegan el liderato y el Madrid busca mejorar su juego–*¹²³.

El informativo de *Antena 3* supone la excepción. Solo se avanza el contenido del espacio deportivo en una breve *leída* en la despedida de los presentadores del informativo, cuando apenas restan unos segundos para que arranque el bloque. En el informativo *Antena 3 Noticias* del once de noviembre, mientras suena la sintonía que anuncia el final, uno de los conductores afirma: “Termina una jornada de Liga con el Barça más líder pero con la preocupación de la nueva lesión de Messi. Se lo cuenta de inmediato Ainhoa Arbizu”¹²⁴.

En el sumario de su portada, el informativo de *Cuatro, Noticias Cuatro*, le concede a los deportes unos cuarenta segundos para destacar tres o cuatro temas, habitualmente en *colas*, sin rótulo, con la intervención en el mismo plató de uno de los dos presentadores: Lama o Carreño. Además, al final del informativo se vuelven a avanzar de forma mucho más escueta los mismos temas relevantes, en esta ocasión, con una conexión en directo con el plató de *Deportes Cuatro* donde, en apenas quince segundos, el presentador vuelve a hacer hincapié en el contenido más destacado del programa que arranca en unos minutos, después del espacio del tiempo y un bloque de publicidad. Tanto en la parte del sumario de la cabecera como en el avance propiamente dicho,

¹²³ <https://www.youtube.com/watch?v=g0IGkhanrXE>

¹²⁴ <http://youtu.be/R8expb9o0kE>

la presentadora del informativo interpela al presentador de deportes. En la portada *Noticias Cuatro* del tres de diciembre, Manolo Lama dispone de cuarenta segundos para avanzar hasta cuatro temas mediante sendas *colas* pegadas: la recuperación de Messi, los premios de Cristiano Ronaldo, la destitución del técnico Pepe Mel en el Betis y el cumpleaños de David Villa, jugador del Atlético de Madrid. En el avance, en apenas diez segundos, ya ubicado en el plató de *Deportes Cuatro*, el mismo Lama recuerda de palabra, con la imagen de Messi en el *videowall*, los mismos asuntos destacados en la portada¹²⁵.

En *Telecinco* la dinámica es muy parecida a la del *Telediario* de TVE1. El deporte es la última cuestión del sumario de la portada. La presentadora del espacio deportivo, Sara Carbonero, ubicada en el mismo plató del informativo, denominado *Informativos Telecinco*, entra sin paso previo de sus compañeros y avanza, en unos veinticinco segundos, uno o dos temas en *colas*, siempre con el mismo rótulo genérico: *Y en los deportes...* En el informativo de *Telecinco* del diecinueve de noviembre, la presentadora de deportes aparece al final del sumario para destacar, en veinte segundos a través de unas *colas*, el regreso de la selección española de fútbol al estadio que les vio levantar la Copa del Mundo en 2010¹²⁶.

En *La Sexta Noticias*, el informativo de *La Sexta*, el contenido de *Jugones* se avanza mediante un clip de quince segundos pegado a las últimas *colas* de dicho informativo, con el barrido de la cortinilla específica de este. Lleva un rótulo de grandes dimensiones y al final el nombre del programa estampado: *Jugones*. La presentadora del informativo se limita a decir: “Se quedan ya con *Jugones*”. El informativo de *La Sexta* del dos de diciembre termina con un clip de poco más de diez segundos pegado a las últimas *colas* del propio informativo sobre la derrota del Fútbol Club Barcelona en San Mamés frente al Athletic de Bilbao. El rótulo reza: *El Barça, en picado*¹²⁷.

En todos los casos se trata de contenidos de deportes que se emiten dentro del informativo. Están bajo el control del editor de dicho informativo. Tras

¹²⁵ http://youtu.be/Yp5qm_zawxU

¹²⁶ <http://youtu.be/j9iJrpyte14>

¹²⁷ <http://youtu.be/j8e1u3oePII>

la reunión de escaleta y distribuir todo el trabajo entre producción, realización, redacción y documentación, el editor debe contactar con su colega de informativos para acordar entre ambos los contenidos deportivos que se “venderán” en el sumario de la portada del informativo y en el avance de deportes también del informativo. Pueden hacerlo con una simple y rápida llamada telefónica, a través de un correo enviado por la intranet o con la presencia del editor de deportes en la reunión de escaleta del informativo. El objetivo y el procedimiento vienen a ser los mismos. El editor de deportes ofrece los contenidos más importantes y el editor del informativo acepta, casi siempre. También está en su derecho de hacer pequeñas o grandes observaciones: añadir alguna imagen o contenido, matizar el rótulo, cambiar el orden, etc.

En circunstancias extraordinarias, ante *acontecimientos y/o eventos* que por su relevancia y repercusión trascienden el mero ámbito deportivo, como puede ser la disputa del “clásico” Madrid-Barça, el editor de informativos no se conforma con una pincelada en el sumario de la portada y/o el avance. Puede reclamar que se adelante el deporte para, incluso, arrancar con él; o hacer con sus propios recursos otra sección o bloque más o menos extenso abordando todos o algunos aspectos, deportivos o extradeportivos, de la noticia. El editor de deportes no debe entenderlo como una usurpación de sus funciones, sino como una situación donde se impone el trabajo en equipo. En la jerarquía de todas las cadenas, los mandos de deportes están por debajo o pertenecen al dominio de informativos. El editor de deportes debe prestar toda la colaboración posible tanto en el día a día como en circunstancias extraordinarias.

8. Línea editorial y tono comunicativo

8.1 Línea editorial

El resultado de todo encuentro deportivo es un hecho objetivo, mas la forma en que se produce está sujeta a una interpretación subjetiva. El Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona empatan a uno. Esto es un hecho objetivo irrefutable. Pero que el Real Madrid haya merecido la victoria o que la haya merecido el Fútbol Club Barcelona, o que la caída de un jugador en el área rival sea o no penalti claro, son valoraciones cuestionables que dan lugar a uno de los principales alicientes del fútbol: la polémica.

Detrás de la polémica viene el debate futbolero, una discusión universal en la que puede participar todo el mundo. Todo en el fútbol es susceptible de convertirse en tema de este eterno debate: el juego de los equipos, la actuación de un jugador, las acciones dudosas, las decisiones arbitrales, los cambios de un entrenador, las declaraciones jugosas de los protagonistas... Lo que para un bando es blanco, para el eterno rival es negro. Muchas veces no se ponen de acuerdo ni dentro de la misma afición.

Dicho esto, por línea editorial del espacio deportivo de un informativo se entiende la opinión directa que, en nombre de la cadena, vierte el presentador/es o algún redactor –a cámara o a través de una *pieza*– acerca de estos asuntos. Quien la marca y controla, siempre a instancias de sus superiores, es el editor. La línea editorial de cada uno de los espacios deportivos empieza a quedar definida desde que se sienta a hacer la escaleta.

Interrogados por esta cuestión, los editores reconocen abiertamente que en sus espacios intentan hacer un relato de la actualidad lo más objetivo posible y que pueden emitir juicios de valor sin cortapisa alguna ya que no sufren ninguna presión por parte de las altas esferas de la cadena.

Salvo el de *TV3* y también el de *Telemadrid*, el resto de editores actúan con total libertad a la hora de contar cualquier tipo de información y también cuando deciden editorializar algún contenido.

8.1.1 El caso de *Cuatro* y *La Sexta*

En la práctica, los editores de los espacios deportivos de *TVE1*, *Antena 3* y *Telecinco*, apenas hacen uso de esta libertad porque suelen evitar cualquier tipo de posicionamiento ideológico. La duración vuelve a ser un hándicap. Solo disponen de tiempo para informar. Poco más.

El discurso de los programas de *Cuatro* y *La Sexta* sí se adentra en el terreno valorativo, sobre todo en lo referente a los grandes equipos: Real Madrid, Fútbol Club Barcelona y Atlético de Madrid.

En *La Sexta*, a partir de septiembre de 2013, con la incorporación de Josep Pedrerol como presentador, se potencia el comentario. Con cierta frecuencia, *Jugones* arranca con un intervención editorial del tema candente del día. Se trata de una entradilla acompañada de unas *colas-espectáculo* que pueden sobrepasar el minuto de duración, con varios rótulos que apostillan el comentario del presentador, incluida la estampación final –*Jugones*– para dejar claro que es la opinión institucional del programa. En la edición del veinticinco de noviembre, Pedrerol arranca con un discurso en el que critica abiertamente la política de comunicación del Real Madrid con respecto a la lesión de Cristiano Ronaldo. La compara con la que utilizó el Fútbol Club Barcelona en su día con la de Messi: “El problema es el secretismo, la ambigüedad. Y eso lleva a la especulación. Que es lo malo...”. Palabras reforzadas con las imágenes pertinentes y con varios rótulos: *MESSI Y SUS MENTIRAS, QUEREMOS LA VERDAD*, etc¹²⁸.

En *Deportes Cuatro* la opinión directa y la información valorativa son una constante a través de encuestas, en las *piezas* de los redactores o en las intervenciones de los presentadores. Manolo Lama y Manu Carreño se han convertido en comentaristas de prestigio. Informan y comentan al mismo tiempo, en un tono distendido y, por momentos, jocoso. Tienen tiempo para ello, para explayarse en las entradillas. Es una de las claves del éxito de su espacio deportivo. Por ejemplo, en la edición del siete de octubre salpican las entradillas de las *colas* del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y el Atlético de Madrid, con información editorializada y opiniones directas: “Mientras,

¹²⁸ <http://youtu.be/E4ULJXIYias>

Benzema, mira, mira qué carrerón se pega Morata. (...) Fíjate, fíjate, fíjate, lo que está corriendo ahí Morata. (...) Esto a la afición le gusta. Y luego además es que marcó gol”; “Fue penalti claro y de teatro tiene poco”; “Te voy a decir una cosa Guaje: Lo estás bordando y tu entrenador, que es lo más importante, y tu público lo está valorando. Te estás sacrificando para que otros triunfen y eso es digno de chapó”. En las *piezas* de los redactores se critica abiertamente, en este caso al Real Madrid, lanzando juicios directos sobre el comportamiento y el juego del equipo: “(...) Con una indolencia general solo a la altura del mal juego del equipo. En esta ocasión fueron los bemoles de Ramos en el noventa y el milagro de la cantera en el noventa y cuatro los que sacaron las castañas del fuego. Porque ni el juego, ni la intensidad, ni el sistema, hacen pensar que las remontadas del Madrid de Carletto vayan a ser una tónica habitual jugando como se juega. Más bien parecen un mal menor en espera de que llegue la manera en que no haga falta remontar”¹²⁹.

8.1.2 El caso de las cadenas autonómicas: *Telemadrid* y *TV3* (31-enero-2013)

El editor debe ser consciente de las connotaciones políticas y sociales del medio de comunicación en el que ejerce su profesión. Ante noticias de especial relevancia sí que se convoca una reunión con los jefes para que quede clara la línea editorial que hay que seguir. (Enrique López, *TV3*)

El miércoles treinta de enero de 2013, en el Estadio Santiago Bernabéu, el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona empatan a uno en el partido correspondiente a la ida de las semifinales de la Copa del Rey de la temporada 2012-2013. Al día siguiente, en los espacios deportivos de los informativos de *Telemadrid* y *TV3*, solo hay un dato fehaciente en el que coinciden: el resultado.

Para los hacedores del programa deportivo del informativo de *Telemadrid*, la manera de llegar a ese resultado fue una. Para los de la sección deportiva del de *TV3*, otra muy distinta. El punto de salida, el cero a cero inicial, y el de llegada, el uno a uno definitivo, concuerdan. Los caminos que toman

¹²⁹ <http://youtu.be/WBnDdNjmPgc>

Telemadrid y *TV3* para pasar de uno a otro son totalmente distintos. La línea –editorial– que une los dos puntos es, definitivamente, dispar. La de *Telemadrid*, como no podía ser de otra forma, afín a los intereses mediáticos del Real Madrid; la de *TV3*, a los del Fútbol Club Barcelona.

Al tratarse de los espacios deportivos de sendos informativos, los editores y el resto de agentes que intervienen en su elaboración, fundamentalmente los redactores y los presentadores, intentan dosificar la carga editorial o interpretativa de la información. No obstante, en la mayoría de los casos resulta evidente en lo que respecta a los redactores y elocuente en lo que atañe a los presentadores.

El editor y, bajo su supervisión, los redactores y los presentadores, tienen dos fórmulas para dejar clara la línea editorial de sus respectivos canales autonómicos: la omisión y la interpretación. El funcionamiento de ambas es muy sencillo.

La posible “manipulación” que quiere ejercer una cadena para dar cumplimiento a su línea editorial se expresa también en la selección de las noticias que vaya a incluir dentro del informativo, y si se quiere, en sentido excluyente: tiene más importancia lo que no se cubre, lo que no se emite, lo que nunca va a tener la posibilidad de salir al aire.

(Poveda, 2014: 11)

La omisión consiste en excluir imágenes y/o datos negativos, desfavorables o contrarios a los intereses del equipo propio. La interpretación es informar con matices valorativos más o menos sutiles. Consiste en una valoración siempre partidista: en *Telemadrid*, a favor del Real Madrid y en contra del Fútbol Club Barcelona; en *TV3*, a favor del Fútbol Club Barcelona y en contra del Real Madrid.

El espacio deportivo de *TV3* es una sección más dentro del informativo, denominada *Els Esports*, cercana en sus características formales a la de *TVE1*: lleva ráfaga de sección, tiene un solo presentador –presentadora en el caso de *TV3*– y dura diez minutos. Además, aunque prioriza el fútbol también aboga por la introducción de contenidos polideportivos. El de *Telemadrid*, en cambio, es un programa más próximo a la idiosincrasia de los espacios de *Cuatro* y *La*

Sexta. Se llama *Hora Deportiva*: usa una pareja de presentadores; la duración alcanza, y en muchos casos sobrepasa, los veinte minutos; posee cabecera propia; y es casi enteramente futbolístico.

Al disponer de menos tiempo, contar con una única presentadora –María Fernández Vidal– y ubicarse dentro del propio informativo, la sección deportiva de *TV3* recurre a sus redactores, más concretamente al contenido de sus *piezas*, para transmitir la línea ideológica. El programa deportivo vinculado al informativo de *Telemadrid* lo hace, además, por mediación de sus presentadores –Juan Manuel Cueto y Javier Callejo–. En *TV3* las entradillas de la presentadora son totalmente asépticas. No ocurre lo mismo con los textos de las *piezas* de los redactores.

Con el análisis detallado y comparado de la crónica que del partido hacen en una y otra cadena, el de la *pieza* de apoyo que incluye después *TV3* sobre el duelo de Messi con Cristiano Ronaldo y el de la visión que de las declaraciones de Dani Alves aporta la emisora madrileña en la entradilla de los presentadores, quedan absolutamente claras y demostradas sus líneas editoriales.

A continuación se contraponen, por partes, la transcripción de la primera *pieza* de la sección deportiva de *TV3* –crónica del encuentro– y la transcripción del texto de las *colas* que también hace las veces de crónica en el programa de *Telemadrid* (en color rojo aparece la descripción de las imágenes correspondientes a los textos y que pueden observarse en el ejemplo audiovisual que figura inmediatamente después, con las omisiones detectadas; en azul, la interpretación, es decir, las connotaciones editoriales que se perciben en los textos de los redactores de ambos canales y en las intervenciones de los presentadores de *Telemadrid*):

CRÓNICA

TV3

(...) *Duelos imprevisibles, repletos de comportamientos ilógicos.*

Arbeloa y Xabi Alonso tocan la cara de Messi.

El redactor tilda de “ilógico” el gesto de Arbeloa y Xabi Alonso sobre Messi.

La lógica también decía que el Madrid, al mostrarse más violento que en otros clásicos, acabaría en inferioridad numérica. Pero tampoco. Motivos no faltaron. Carvalho debería haber visto la roja en más de una ocasión. Y ni Essien ni Arbeloa fueron amonestados por acciones muy duras. Mención para Xabi Alonso. Estuvo haciendo faltas durante todo el partido y no vio la amarilla hasta el último minuto. Desastroso arbitraje de Clos Gómez, que enseñó tres tarjetas a cada equipo, cuando el Real Madrid hizo 19 faltas. Y el Barça solo cinco.

Solo faltas y entradas de los jugadores del Real Madrid. Omite la primera acción dura, a escasos segundos del inicio del choque, de Piqué sobre Cristiano Ronaldo, que además le cuesta la tarjeta amarilla. Solo incluye la imagen de Clos Gómez mostrándole la cartulina a Xabi Alonso.

El redactor califica como “violento” el comportamiento sobre el campo del Real Madrid. Ratifica que, de por sí, suele ser violento –“al mostrarse más violento que en otros clásicos”–. Por tanto, afirma que debería haber acabado con algún jugador expulsado. Habla de “acciones muy duras” por parte de Essien y Arbeloa. Y directamente asegura que el arbitraje fue “desastroso”.

TELEMADRID

Saludo y mucha deportividad durante todo el encuentro por parte de ambos equipos. (...) Tan solo a los cuatro minutos. Falta a favor del Real Madrid. Tarjeta amarilla a Piqué por esta entrada sobre Cristiano Ronaldo, que señala el colegiado aragonés Clos Gómez. Ponía el listón muy alto. Pero ahí Piqué, que llega tarde, no podía hacer otra cosa. (...) Y el Madrid que paraba cualquier acometida, en esta ocasión en falta, con tarjeta amarilla. No había más remedio que derribar a Cesc Fábregas.

No aparecen las imágenes de las entradas de los jugadores del Real Madrid. Tampoco el toque en la cara de Xabi Alonso y Arbeloa a Messi. Al contrario, únicamente se muestran los saludos amistosos de los jugadores de ambos equipos antes del pitido inicial. Sí se muestra, por supuesto, la entrada de Piqué a Xabi Alonso. También, la de Carvalho a Cesc.

El presentador habla de “muchísima deportividad” cuando sí hubo la tensión lógica de este tipo de encuentros y algunos lances duros. Además, justifica la infracción de Carvalho sobre Cesc: “No había más remedio que derribarlo”.

<http://www.youtube.com/watch?v=OlyBCAlpcrE>

TV3

Por ejemplo, después del gol de Cesc, al inicio de la segunda mitad, la lógica anunciaba una goleada blaugrana. Pero una vez y otra, Pedro, Cesc, Alba... van fallando ocasiones clarísimas ante un solvente Diego López, que le ha ganado a Adán la batalla por la portería merengue.

Solo se ven ocasiones del Fútbol Club Barcelona. Omite todas las oportunidades del Real Madrid, a excepción del disparo de falta de Cristiano Ronaldo que despeja Pinto.

El redactor da por sentado que habría una “goleada” del Fútbol Club Barcelona al Real Madrid. Habla de “ocasiones clarísimas”.

La lógica solo respetó la habitual exhibición en un clásico de jugadores con el talento de Iniesta, Özil o Xavi. El de Tarrasa rozó el gol en la primera mitad, con esta falta que se fue al travesaño. Y después, en un remate interceptado por el gran descubrimiento del partido. El joven Varane simboliza a la perfección la versión ilógica de los clásicos. Debutante en este tipo de partidos y acostumbrado a estar en el banquillo, él solo mantenía con vida al Madrid. En defensa... Pero también en ataque. Su gol a nueve minutos para el final fue celebrado por el Bernabéu como una victoria. Al Madrid le sonrió la suerte en su estadio. La lógica dice que el Barcelona parte con ventaja pero...

De nuevo el redactor omite todas las ocasiones, también claras, del Real Madrid. Solo utiliza la del control de Özil.

Sus asertos dejan al Real Madrid en una posición de clara inferioridad, cuando la realidad del partido fue de equilibrio entre ambos contendientes: “él solo mantenía con vida”; “su gol a nueve minutos para el final fue celebrado como una victoria. Al Madrid le sonrió la suerte en su estadio”.

TELEMADRID

Porque el Real Madrid empezó muy fuerte en los primeros compases de ese encuentro. (...) El disparo de Cristiano Ronaldo... Lástima porque un palmo más a la derecha o a la izquierda habría sido tanto. Estuvo rápido el guardameta del Barça, Pinto. Jugada por la banda de Essien y despeja Pinto, bien colocado. Saque de esquina a favor del Real Madrid. El ritmo era absolutamente frenético. El Barça que intentaba estirarse un poco. (...) Jugada de nuevo por la banda de Benzema y Cristiano que por muy poquito no acierta y no llega a rematar de cabeza. Ojo a esta oportunidad que fue la más clara del Barça en los primeros 45 minutos. Un disparo al larguero de Xavi Hernández. Y ahora, atentos a esta jugada que pudo marcar sin lugar a dudas el desarrollo del partido. Afortunadamente para el Real Madrid no pasó nada. Pero atención al fallo garrafal de Carvalho. Se la deja corta a Diego López. A continuación, el disparo de Xavi. Y salva, bajo los palos de la portería del Real Madrid, Varane. Podía haber sido el primer tanto del partido y un palo tremendo para el equipo madridista. Y fuerte la decisión de Xavi Hernández. Primero había probado el larguero. Y después, en esta otra ocasión, a Varane. Intentó reaccionar el Madrid con este control y disparo rapidísimo de Benzema que se marcha fuera. Otra vez, Benzema. Jugada de ataque del Real Madrid. Se apoya en Cristiano Ronaldo. Otra vez para Benzema. Disparo con la pierna izquierda. Y por encima de la portería del Barça. Estamos viendo ya imágenes de los segundos cuarenta y cinco minutos. El primer puñetazo que intentaba darle el Real Madrid y la respuesta del Barça en esta acción que sí va a acabar en gol. En el minuto 50, Cesc Fábregas adelantaba a los culés en esa acción en la que no está rápida la defensa del Real Madrid. Nueve goles ya para Cesc y nueve asistencias en lo que va de temporada. Cambio: Modric por Callejón. Ahora, jugada para los blancos. El centro de Essien. Y ojo porque ese bote no lo calcula bien Cristiano Ronaldo. Tampoco se lo esperaba. Y su remate de cabeza se

marcha fuera. Nuevo cambio en el Real Madrid. Entra Higuaín. Se marcha Benzema. Y atención porque aquí Cristiano Ronaldo no llega por muy poquito. Está rapidísimo Piqué. Y el choque con Pinto. Pero rápidamente el Barça pone la réplica. El disparo de Cesc. Sin consecuencias para la portería de Diego López. Ojo, porque estuvo a punto de matar el partido y el resultado el conjunto de Roura. En esta acción, es Pedro el que no acierta ante Diego López. Y mira. Mira. Mira. Qué pase genial. Levanta la cabeza Özil. Y el remate de Varane inapelable a la red de la portería de Pinto. Empate a uno definitivo en el Bernabéu. Con este gol, se convierte en el jugador extranjero más joven que marca en toda la historia en un clásico. Solamente le supera Messi. Vaya partidazo. Vaya partidazo de Varane. Espectacular el partido del francés que, por cierto, ha sido convocado por su selección. Y atención porque aquí salvó el resultado Diego López. El mano a mano espectacular ante Jordi Alba salvaba el partido.

En este caso sí se muestran todas las ocasiones de uno y otro bando.

El presentador deja entrever sus colores al lamentarse por la ocasión perdida: “Lástima porque un palmo más a la derecha o a la izquierda habría sido tanto”. Más adelante, al oír su discurso queda la sensación de que el Fútbol Club Barcelona salió al campo acongojado: “El Barça que intentaba estirarse un poco”. Los elogios hacia el pase de Özil –“genial”– y a la actuación de Varane –“espectacular”, “partidazo”– contrastan con el discurso de TV3 –“acostumbrado a estar en el banquillo”–. Algo parecido pasa con Diego López. Para *Telemadrid* “salvó el resultado” con “el mano a mano espectacular ante Jordi Alba”. Para TV3, simplemente, “le ha ganado a Adán la batalla por la portería merengue”.

<http://www.youtube.com/watch?v=LF5hS1rFwEg>

A continuación se transcribe, por partes, la segunda *pieza* de la sección deportiva de TV3 acerca del duelo de Messi contra Cristiano Ronaldo (en color rojo aparece la descripción de las imágenes correspondientes a los textos y que pueden observarse en el ejemplo audiovisual que figura más abajo, con las omisiones detectadas; en azul, la interpretación, es decir, las connotaciones editoriales que se desprenden del mensaje del redactor):

MESSI VS CRISTIANO

TV3

Como el Madrid, Cristiano arrancó como un toro. A los cincuenta segundos, ya le había provocado una amarilla a Piqué. Y había probado las manos de Pinto. El portero de la Copa, impecable. CR7, de más a menos. Ocasiones que se le iban escapando. Aquí, Piqué le devolvía la primera. Unos minutos más tarde, una falta a Dani Alves está a punto de costarle el partido de vuelta. Las protestas azulgranas, desestimadas. Cristiano estará en el Camp Nou de aquí a un mes. El duelo quedó igualado, pero a la baja. Aparecía por todas las zonas. Arrancaba las jugadas directo al área. Al contrario que Cristiano, de menos a más. Le pitaron un fuera de juego que no era que le habría dejado solo ante Diego López. Arbeloa, ¡pam!. Y Xabi Alonso, ¡también pam!. Le buscaron las cosquillas. Reclamó mano de Carvalho. Messi superando en el duelo a Cristiano, no en goles, sino en asistencias de gol. La pelota a Cesc. 0-1. Minuto 50. Iba a arrancar la única sonrisa de la noche. El gol y el pase pueden valer una final.

El redactor vuelve a introducir la imagen de Xabi Alonso y Arbeloa en la que tocan la cara a Messi. Un gesto que se puede interpretar como un gesto de cariño sin importancia, como un agresión leve o como una mofa en toda regla. En *Telemadrid* no aparece por ningún lado.

El redactor de TV3, como era de esperar por la línea ideológica del canal, se mueve entre la agresión leve y la mofa: “Arbeloa, ¡pam!. Y Xabi Alonso, ¡también pam!”. “Le buscaron las cosquillas”.

Con mucha sutileza, Cristiano Ronaldo sale algo perjudicado de la comparación con Messi. Si Messi va “al contrario de Cristiano, de menos a más”; Cristiano, de “más a menos”. Además, las “ocasiones se le iban escapando” y la tarjeta que le provoca a Piqué no queda impune pues el central culé “le devolvía la primera”. Sin embargo, Messi “aparecía por

todas las zonas. Arrancaba las jugadas directo al área. Le pitaron un fuera de juego que no era que le habría dejado solo ante Diego López”. Es decir, Messi ganó el cara a cara, sin duda: “Superando en el duelo a Cristiano, no en goles, sino en asistencias de gol. La pelota a Cesc. 0-1. Minuto 50. Iba a arrancar la única sonrisa de la noche. El gol y el pase pueden valer una final”.

<http://www.youtube.com/watch?v=4ys2KKRpQPU>

A continuación se transcribe la entradilla de los presentadores de *Telemadrid* para introducir el *total* con las declaraciones de Dani Alves quejándose de los insultos racistas recibidos (en color azul aparece la interpretación, es decir, las connotaciones editoriales que se extraen del discurso de los presentadores):

DANI ALVES (ENTRADILLA)

TELEMADRID

No faltó la polémica. No faltaron los roces en un partido de estas características. Este que está aquí detrás de nosotros lo sufrió en sus propias carnes. ¿Alves, no? Alves que acabó muy quemado. De hecho, nada más llegar a casa dijo a través de Twitter: Cuelgo un mensaje y digo que los láser del público del Bernabéu perjudican mucho a los jugadores, especialmente a los del Barça. ¿Y qué ha hecho hoy ante los medios de comunicación? Dar más caña todavía. Rajar un poquito. Sí, sí. Dice que hay racismo en el fútbol español, que el Bernabéu es uno de los campos especialmente complicados. Y además, atención a lo que dice porque no se lo cree nadie. Dice que los árbitros habitualmente benefician al Madrid en los clásicos.

Para empezar, entienden que “los roces” fueron generalizados: “No faltó la polémica. No faltaron los roces en un partido de estas características”. Cuando es cierto que solo los jugadores del Real Madrid se emplearon con algo de brusquedad. A continuación se refieren a Dani Alves como si no lo conocieran y con un ligero matiz despectivo: “Este que está aquí detrás de nosotros lo sufrió en sus propias carnes. ¿Alves, no?” Después de esto, el tono peyorativo va ganando terreno. El mensaje soporta una carga de reproche hacia la actitud del jugador: “De hecho, nada más

llegar a casa dijo a través de *Twitter*: Cuelgo un mensaje y digo que los láser del público del Bernabéu perjudican mucho a los jugadores, especialmente a los del Barça. ¿Y qué ha hecho hoy ante los medios de comunicación?” La parte final es la más esclarecedora. Sin ningún tipo de tapujos, los presentadores aluden a los comentarios de Alves de esta manera: “Dar más caña todavía. Rajar un poquito. Sí, sí. Dice que hay racismo en el fútbol español, que el Bernabéu es uno de los campos especialmente complicados”. La sentencia final es concluyente, ya que directamente tacha de mentiroso a Alves: “Y además, atención a lo que dice porque no se lo cree nadie. Dice que los árbitros habitualmente benefician al Madrid en los clásicos”.

<http://www.youtube.com/watch?v=eFsYNfeizwQ>

8.2 Tono comunicativo

El tono comunicativo es uno de los rasgos fundamentales del espacio deportivo, su seña de identidad clave. Lo diferencia del resto a todas luces y supone un reclamo decisivo para la audiencia. El encargado de establecerlo y controlarlo vuelve a ser el editor.

Editores y conductores tienen en común ajustar el mensaje a la propia personalidad del medio. (Díaz, 2006: 149)

Por tono comunicativo se entiende el estilo peculiar que adoptan los profesionales –el presentador/es y los redactores– para transmitir los contenidos que conforman el espacio deportivo.

El tono de los espacios de *TVE1* y *Telecinco* es muy similar: netamente informativo. Se caracteriza por la seriedad y la rigurosidad. En *Antena 3* en los últimos tiempos están haciendo un esfuerzo por introducir algún elemento para aproximarse al registro de *La Sexta* y/o *Cuatro*, mas sin abandonar el perfil informativo.

En los espacios deportivos de los informativos de *TVE1* y *Telecinco*, tanto el presentador en las entradillas como los redactores en las *piezas* se acogen al tono comunicativo tradicional. Queda reflejado en todos y cada uno de los componentes del mensaje, por ejemplo, en la información de los espacios del veintinueve de noviembre sobre el posible conflicto entre Sergio Ramos y Florentino Pérez: la entonación del presentador en la entradilla, la del redactor en la *pieza*, el montaje austero, etc.

En el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* el tono cambia. En la entradilla la presentadora utiliza la palabra “presi” para referirse al presidente del Real Madrid, Florentino Pérez, y dos frases más propias del lenguaje coloquial: “¡Qué si Florentino Pérez está dispuesto a venderle al Barça por sesenta y cinco millones de euros. Qué si no se habla con su presidente!”. Su entonación, además, es menos seria. A continuación, la *pieza*. Tiene algunos elementos, aunque muy sutiles, de la *pieza-espectáculo*: música,

posproducción, etc. El texto de la voz en *off* hace alusión directa a las imágenes. E incluye la expresión: “Como San Pedro, ha negado tres veces”¹³⁰.

Aunque dentro de una línea sin estridencias, el tono de los espacios de *La Sexta* es más fresco y desenfadado. *Deportes Cuatro* apuesta directamente por un estilo más propio de un *show*, amenizado con importantes y constantes dosis de humor. Se permiten licencias que en *TVE1*, *Antena 3* y *Telecinco*, están taxativamente prohibidas y en *La Sexta* son esporádicas. Los presentadores pueden bromear entre ellos y hasta ridiculizar al compañero. Se pueden levantar de las sillas de modo histriónico. Utilizan repetidamente vocablos y expresiones coloquiales. Además, de vez en cuando se incluyen imágenes con algún matiz ligeramente soez. Pero no solo los presentadores. Los redactores, en muchas de las *piezas-espectáculo* que elaboran, usan el mismo lenguaje coloquial. El humor y la ironía son una constante. Incluso, llegan a imitar con gracejo la voz de los futbolistas, inventándose parte del diálogo captado por las cámaras. Adaptan la entonación de la locución en *off* al contenido más o menos serio o cómico de la pieza y el tipo de música siempre acompaña. En definitiva, resultan *piezas* divertidas.

En la edición de *Deportes Cuatro* del veinticinco de noviembre, los presentadores se gastan bromas. Como se dice en el registro coloquial que ellos emplean sin cesar, se vacilan constantemente. Se ríen de sí mismos y de cualquier imagen y/o información que se preste a ello. Actúan como si estuvieran entre amigos en cualquier cafetería comentando el último partido. Incluso, nombran a los deportistas con su diminutivo o el apodo. Para dar paso a un *total ambiente* que recoge las voces de los futbolistas del Real Madrid en el campo, Lama le espeta a Carreño: “No me gusta oírte. Tu voz no me gusta. Me gusta escuchar cosas. Pero tu voz a mí... La verdad es que no quiero ni oírte, la verdad”. Para introducir un clip con las imágenes de los medallistas olímpicos españoles, los presentadores que hacen las veces de *Los Manolos* cuando estos no están se ponen de pie y, con los puños al viento como si fueran Rafael Nadal, dicen: “¡Vamos!”. Durante el sumario de los cebos o en la entradilla de una *pieza-espectáculo* acerca del cuerpo escultórico de Cristiano

¹³⁰ <http://youtu.be/G akcgTZBVnw>

Ronaldo, Lama y Carreño ironizan sobre su propio estado de forma: “Estamos haciendo esfuerzos. No nos queda tanto, ¿eh?, para conseguir el cuerpo de Cristiano Ronaldo. Yo me he puesto a dieta y no veas cómo estoy”. O “(...) Manu has quedado a la altura del betún. A partir de hoy vamos a ver el verdadero cuerpo. El *body*”. En el comentario de unas *colas* del partido Getafe-Betis, Lama sentencia: “Vaya *chicharro*, Pedrito, que metiste en el día de ayer”, con un rótulo que reza: “Mou, va por ti”. En las *piezas-espectáculo* los redactores actúan de la misma manera. En la que aborda la actuación de Benzema y Morata en el Levante-Real Madrid, el redactor afirma con la voz en *off*: “Es el chulo que se muere por ser el pichichi de este Madrid”. Lo hace interpretando en tono chulesco, precedido de un fragmento del chotis *Pichi* –cantado por Sara Montiel–, cuya letra y entonación ha escogido premeditadamente para crear una *pieza* graciosa y divertida: “Pichi es el chulo que castiga”. Y continúa con la misma música de fondo y en el mismo tono, utilizando el argot que introduce la propia canción: “Un chicuelo que asiste a Marcelo. (...) Para Morata, el joven chuleta de Madrid (...)”. En la *pieza* que relata la entrega de los coches oficiales a la plantilla del Real Madrid, se escucha y se subtitula una palabra soez; el redactor llama a los jugadores por apodosos inventados: “Pajarillo Modric y Torpedo Bale”; e imita cómicamente la voz de Benzema: “Este no sabe disfrutar”¹³¹.

En el programa *Jugones* las licencias son menos atrevidas. En alguna ocasión, cuando las noticias y/o imágenes se prestan a ello, sí recurren a un tono más alejado de la circunspección habitual, pero sin traspasar la frontera del decoro. La edición de *Jugones* del dieciséis de octubre arranca con la imagen de la broma que Sergio Ramos le gasta a Iker Casillas en el aparcamiento del aeropuerto. A continuación se incluye otra imagen, en este caso con la anécdota de un fotógrafo osado que invade el terreno de juego en pleno partido. El presentador, Josep Pedrerol, relata ambas acciones con algo más de chispa, pero sin excederse, manteniendo su compostura característica¹³².

¹³¹ <http://www.youtube.com/watch?v=f5mxuG0lxqs>

¹³² <http://youtu.be/53ZcO4pyXck>

8.3 El perfil del presentador/es

El tono comunicativo de los espacios deportivos es, en su mayor parte, responsabilidad del presentador/es. La elección de un determinado presentador/es está sujeta a la idiosincrasia del espacio y al tipo de audiencia que tenga. De la imagen o apariencia física, la voz, el carisma, la popularidad y las dotes comunicativas del presentador/es, se desprende su tono o estilo comunicativo.

La existencia de un presentador o conductor supone una personalización añadida, que, en gran medida, subsume y anula la personalización de cada una de las informaciones incluida la función de dar credibilidad. Por eso es tan importante que el presentador no sea simplemente un buen actor que lea las informaciones con claridad y convicción. El presentador debe ser periodista, un buen periodista, y la audiencia debe saber que lo es. Y el presentador debe demostrar que es un buen periodista cuando las circunstancias le obliguen a improvisar (...). (Díaz, 2006: 154)

Al repasar, con nombres y apellidos, el presentador/es de cada uno de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía que se emiten de lunes a viernes, se observa que su perfil encaja precisamente con el tono del espacio deportivo.

Sergio Sauca, presentador de las secciones de *TVE1*, transmite experiencia; Ainhoa Arbizu, presentadora de los bloques de *Antena 3*, sencillez y cercanía; Sara Carbonero, presentadora de los de *Telecinco*, elegancia y sobriedad; Josep Pedrerol y Lara Álvarez, pareja de presentadores del programa *Jugones* en *La Sexta* a partir de septiembre de 2013, rotundidad por parte de él y frescura por parte de ella; Manolo Lama y Manu Carreño, pareja de presentadores del programa *Deportes Cuatro*, personalidad, chispa, atrevimiento y descaro.

Observando la primera entradilla de cualquier edición de los espacios deportivos de los informativos se aprecian los tonos comunicativos de sus respectivos presentador/es titulares. Sergio Sauca, Ainhoa Arbizu y Sara Carbonero apuestan por el tono estándar o tradicional: sencillo, correcto,

puramente informativo. Manolo Lama y Luis García, que sustituye a Manu Carreño en el ejemplo, denotan familiaridad y desparpajo. Josep Prederol, gravedad; Lara Álvarez, el contrapunto relajado¹³³.

El hecho de contar con una pareja de presentadores abre el abanico de posibilidades en lo que respecta al estilo comunicativo. La interacción del dúo permite relajar el tono, hacerlo más distendido, más dinámico, más entretenido.

Al contrario que ocurre en *ESPN*, donde los editores controlan absolutamente todos los contenidos por encima de los presentadores y se separan perfectamente las funciones del editor y del presentador estrella, en los espacios deportivos de los informativos de las cadenas españolas el presentador/es sí que se involucra de lleno en la conformación de la escaleta. Su personalidad queda implícita, no solo en el estilo comunicativo empleado durante la emisión, sino también en la elección, ordenación y elaboración de los contenidos, siempre acorde con su propio perfil. El espacio deportivo está hecho, en parte, a imagen y semejanza del presentador/es. No tendría sentido la entradilla seria y adusta de Sergio Sauca para una *pieza-espectáculo* del programa deportivo de *Cuatro*. O la entradilla rayana en lo jocoso de Manolo Lama y Manu Carreño para una pieza meramente informativa de la sección de deportes de *TVE1*. Asimismo, la inclusión de imágenes anecdóticas como la caída graciosa y sin consecuencias de un deportista resulta oportuna relatada por Lama y Carreño. Con esa misma imagen, en los bloques de *Antena 3* y *Telecinco*, se pondría en un serio aprieto a Ainhoa Arbizu y a Sara Carbonero, respectivamente.

La pareja formada por Josep Pedrerol y Lara Álvarez también atesora cierta capacidad camaleónica, aunque no tanta como Lama y Carreño. Puede adaptarse con relativa facilidad a contenidos de tono variado. No es una pareja como la de *Deportes Cuatro*, en la que los dos presentadores comparten protagonismo. En *Jugones*, Pedrerol acapara casi toda la cuota de pantalla. Absorbe las entradillas de todos los contenidos importantes. Lara Álvarez tiene un papel secundario.

¹³³ <http://youtu.be/ozTsdJz2ZKg>

En resumen, el editor debe conocer las virtudes en este sentido del presentador/es de su espacio en pos de alcanzar un tono comunicativo uniforme y perfectamente reconocible por la audiencia.

Los telespectadores más jóvenes que quieren pasar un buen rato optan por los espectaculares espacios deportivos de *Cuatro*, con el carisma y el humor de Lama y Carreño. O pueden alternar con los de *La Sexta*, conducidos por Josep Pedrerol y Lara Álvarez: veteranía para llevar la mayor parte del peso del espacio y simpatía con cuentagotas para puntualizar algunos aspectos de las imágenes y/o noticias. Los de más edad seguro que prefieren el estilo austero de los de *TVE1*, con la credibilidad y la experiencia que desprende la figura de Sergio Sauca. Ainhoa Arbizu en *Antena 3* y Sara Carbonero en *Telecinco* adoptan un tono más neutro, adaptado a un espectro de público más amplio.

Durante la emisión, el presentador/es refrenda el tono comunicativo del espacio deportivo, un estilo que empieza a fraguarse desde el primer renglón de la escaleta y que cobra cuerpo cuando el editor le explica al redactor qué enfoque debe darle a la *pieza*.

8.4 El perfil de los redactores y las pautas del editor

En el día a día, la instrucción de los redactores a cargo del editor se simplifica. Los redactores conocen de antemano tanto la línea editorial como el tono comunicativo del espacio. Elaboran los contenidos para los que son designados en el mismo tono o en uno cercano y/o totalmente compatible, siguiendo a rajatabla la línea editorial cuando se trata de asuntos polémicos. No es necesario que el editor insista en este punto. De hecho, los redactores pueden enriquecer el espacio con aportaciones propias, enfoques novedosos más interesantes, siempre y cuando no entren en contradicción ni con la línea editorial ni con el tono comunicativo.

La contribución de los redactores a la hora de crear y afianzar el tono o estilo comunicativo resulta primordial. Al hacer zapping, el telespectador busca a su presentador/es favorito porque le gusta su manera de referir la información y también quiere encontrar un producto global cuyos contenidos, dependiendo del tipo de telespectador, además de informarle le entretengan, le hagan reír, le

sorprendan, etc. Estos contenidos son obra de los redactores. Como ocurre con el presentador/es, el perfil del redactor debe adecuarse a la idiosincrasia de la cadena y más concretamente a la del tono o estilo del espacio deportivo del informativo. El telespectador también llega a familiarizarse con esta manera específica de emitir los contenidos: las caras, incluso el nombre de los redactores que habitualmente hacen directos y falsos directos; la voz en *off* de las *piezas*; el ritmo del montaje; el tipo de música; la posproducción, etc. Al visionar la misma *pieza* en los espacios de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* o *La Sexta*, queda claro que los redactores presentan un perfil acorde con el estilo del espacio deportivo de los informativos de su cadena, por ejemplo, en la que describe la actuación de Álvaro Arbeloa, jugador del Real Madrid, frente al equipo turco del Galatasaray en un partido de la Liga de Campeones en los espacios deportivos del veintiocho de noviembre. El de *TVE1* se limita a informar. Texto, entonación, montaje, etc. Todo sin ornamentos. Solo al final de la *pieza* se concede una pequeña licencia en forma de chiste irónico: “Incluso de nueve. Y no llega tarde para el Balón de Oro”. El de *Telecinco* se ciñe estrictamente a un tono serio e informativo –la información acerca del partido de Arbeloa va incluida dentro de una *pieza* genérica–. El de *Antena 3* confirma que los bloques deportivos de la cadena están en pleno proceso de reciclaje. La *pieza* tiene música y posproducción. Además, tanto el tono de su texto como la entonación de la locución del mismo así lo reflejan: “Y contra el Galatasaray, dos orejas y el rabo”. El de *La Sexta* mantiene los elementos típicos del estilo de sus espacios: música, posproducción, texto informativo, más bien circunspecto, y entonación enfática pero sin entrar en el terreno irónico-cómico, como en los programas de *Cuatro*, cuyo redactor abunda en todos los artificios propios de este espacio, es decir, música, posproducción, entonación histriónica y un texto cargado de licencias: “Ahí está. El fenómeno, el mejor, el puto amo”; “Más de Rasca y Pica”; “Goles *made in* Arbeloa”; “Hay algún compañero que puede tomárselo a chiste”; “Pero ahí lo tienen”¹³⁴.

¹³⁴ <http://youtu.be/spMILHQGXQI>

8.5 Resumen esquemático del capítulo 8



9. Seguimiento

9.1 Vigilancia

Después de dirigir, repartir y encomendar las distintas funciones y tareas entre producción, realización, documentación y redacción, y negociar con su colega de informativos el contenido deportivo del sumario y del avance del propio informativo, el editor se enfrenta hasta el momento de la emisión a varias horas en las que su responsabilidad se centra en la vigilancia de la actualidad y la supervisión de todo el proceso de elaboración de los contenidos.

El editor no descansa hasta que no sale de la redacción. A medida que se acerca la hora de la emisión, debe redoblar la concentración sobre las fuentes de información y/o imágenes para que no se le escape ningún posible contenido. Además de tener un ojo puesto en la televisión y el oído atento a la radio, el editor rastrea continuamente las principales webs de información deportiva y las redes sociales, sin perder de vista los teletipos y los envíos de imágenes de las agencias. Cada cierto tiempo contacta con los redactores que han sido desplazados para hacer la cobertura de alguna noticia y así mantenerse puntualmente informado. Si presume que el desenlace de algún hecho noticioso está a punto de consumarse, por ejemplo un fichaje destacado, sondea a sus fuentes propias para que le confirmen o desmientan tal posibilidad.

El secreto está en no relajarse. Puede parecer que la labor del editor entra en tiempo muerto desde que termina la distribución del trabajo hasta que empieza la emisión. Nada más lejos de la realidad. A lo largo de esas horas su esfuerzo se intensifica. Aún pueden *acontecer* y *suced* muchas cosas y el margen de maniobra se va reduciendo. En estos momentos la disciplina y la profesionalidad que él mismo se autoimponga para no despistarse lo más mínimo marcan la diferencia entre el éxito y el fracaso, entre ofrecer un espacio completo con toda la información o dejarse algo en el tintero. En una redacción sobran ojos, oídos y curiosidad periodística: compañeros con la obligación de informar puntualmente al editor de todo cuanto *acontece* o *sucede*. Pero si es

el propio editor el primero en enterarse de todo, mejor para él y para su credibilidad.

9.2 Supervisión

Seleccionados los contenidos, corresponde a los niveles editoriales intermedios la supervisión de las informaciones. (Díaz, 2006: 152)

El editor compagina la vigilancia de la actualidad deportiva con la supervisión exhaustiva de todo el proceso de elaboración de los contenidos. Sigue la evolución del trabajo de los redactores y va revisando sus avances. Llama cada cierto tiempo a los que están fuera de la redacción realizando coberturas para comprobar si todo transcurre según lo previsto y no hace falta modificar el plan preestablecido en la escaleta: orden, formato, duración, etc.

En la redacción debe transmitir la sensación de omnipresencia, de que llega a todas partes, de control total. En un primer momento sigue por encima la elección de las imágenes, de la música, etc., y la redacción del texto para la voz en *off*. El redactor debe notar la supervisión del editor, pero no como algo negativo, sino como un asesoramiento constructivo, una colaboración y un apoyo incondicional. El editor debe ofrecerse para pedir imágenes al documentalista, buscar una música, hacer un subtítulo para un *total* o doblarlo con su voz, etc., cuando algún redactor requiera ayuda extra en situaciones de apuro.

Durante la supervisión del montaje audiovisual de los contenidos, emite su opinión para bien o para mal. La alabanza comedida al trabajo de los redactores o de los ayudantes de realización es un instrumento de motivación apropiado. La crítica y la consiguiente corrección es una medida imprescindible.

9.3 Corrección

Lo ideal sería que el editor pudiera hacer correcciones parciales. Siempre es mejor rectificar sobre la marcha que no cuando el contenido está terminado. Sin embargo, en la práctica se contenta con realizar un seguimiento lo más estrecho posible de su proceso de elaboración y de revisarlo una vez está terminado. El editor debe insistir en la necesidad de finiquitar los contenidos cuanto antes, siempre y cuando lo permitan las circunstancias. Lógicamente, esto no es factible, por ejemplo, con los contenidos cuyas imágenes aterrizan en la redacción poco antes de la emisión.

En cualquier caso, el redactor y el ayudante de realización, en los contenidos que les competen, deben apresurarse, trabajar eficazmente sin perder el tiempo y sin merma alguna de la calidad, en definitiva, terminar cuanto antes y no a pocos minutos de empezar la emisión. Con esta dinámica de trabajo, el editor sí puede repasar la versión final de los contenidos para darles el beneplácito o proceder a su corrección. De nuevo, la rectitud en el comportamiento del editor entra en escena. La revisión del producto audiovisual, es decir, el visionado minucioso uno por uno y en tiempo real de los distintos contenidos elaborados por los redactores y los ayudantes de realización es una responsabilidad que depende única y exclusivamente de su actitud profesional. El espacio puede emitirse sin el repaso y la corrección del editor pero, a la postre, repercute en la calidad final.

La corrección no es un añadido de la edición ni un capricho del editor quisquilloso. Es una acción que puede llegar a marcar diferencias entre los espacios deportivos de las distintas cadenas. Permite, en primer lugar, detectar y subsanar errores más o menos graves en el relato de la información que dañan la credibilidad del espacio: fechas, nombres, cargos, etc.; y en segundo, pulir el montaje audiovisual para que el telespectador disfrute de un espacio immaculado, sin fallos: *frames* que se cuelan entre dos planos, movimientos bruscos de cámara registrados en un determinado plano, pequeños defectos de audio y/o volumen, etc.

9.4 Montaje de algunos contenidos

Para descargar de trabajo a los redactores designados para hacer una *pieza* o cuando alguno vuelve de cierta cobertura con el tiempo demasiado justo para montar todos los contenidos relacionados con ese tema, el editor también puede echar una mano en el montaje de *colas* y *totales*. En esta faceta, como en tantas otras, el editor se convierte en un comodín, siempre dispuesto a tapar las carencias. Incluso, en circunstancias harto extraordinarias, puede llegar a encargarse de una *pieza*.

9.5 Rotulación

La rotulación, también en los espacios deportivos de los informativos, consiste en poner rótulos o titulares informativos que completen, aclaren, refuercen, especifiquen, etc., el contenido de las imágenes. Los rótulos pueden impresionarse sobre las imágenes de dos formas: a priori, a través del grafismo; o durante la emisión, mediante la rotulación genérica.

9.5.1 Rotulación con grafismo

En la rotulación con grafismo las imágenes quedan sobreimpresionadas con el rótulo antes de la emisión. Está reservada para las *piezas-espectáculo* y otros formatos a los que se intenta dotar de un alto valor estético. Las posibilidades que hoy en día ofrecen las aplicaciones informáticas dedicadas al grafismo son prácticamente infinitas: tipografías, estilos, colores, movimientos, efectos, etc. La rotulación no solo aporta información sino que se transforma en un elemento visual de máxima importancia en el empeño por conseguir contenidos espectaculares. Son titulares cortos, a veces solo una palabra, que aluden directamente al contenido de la imagen sobre la que van impresos.

Este tipo de rotulación es predominante en casi todos los formatos de los espacios deportivos de *Cuatro*; habitual en las *piezas-espectáculo* de los de *La Sexta*; puntual, aunque ganando presencia, también en las *piezas-espectáculo* de los de *Antena 3*; e inexistente en los de *TVE1* y *Telecinco*.

En el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* –veintiocho de noviembre–, en la *pieza-espectáculo* acerca del homenaje a Cristiano Ronaldo, se observan varios rótulos elaborados con grafismo que transcriben el mensaje del griterío de la grada: ¡BALÓN DE ORO! ¡CRISTIANO BALÓN DE ORO! ¡BALÓN DE ORO!

En el programa deportivo del informativo de *Cuatro*, en el sumario de los cebos –veintiocho de enero–, cada tema lleva su rotulación específica en cuanto a tipografía, tamaño, color, composición, etc.: *HISPANOS DEL MUNDO, EL DÍA DE LAS BESTIAS, BAJO PALOS, SE SACAN LA ESPINA y SE AGARRAN A LA CHAMPIONS*. En la *pieza-espectáculo* sobre Cristiano Ronaldo –once de noviembre– aparecen por doquier rótulos para refrendar las palabras de las declaraciones contenidas en los *totales*. El modo de proceder con las *colas-espectáculo* de las imágenes del diálogo entre Xabi Alonso y Ancelotti –veinticinco de noviembre– es idéntico, pero con otro rótulo distinto. También con el *total* de Iker Casillas –dieciséis de octubre–. En este caso el rótulo se convierte en un titular que resume lo más significativo de sus declaraciones.

En el programa deportivo del informativo de *La Sexta* –dieciséis de octubre–, en la *pieza-espectáculo* que recoge lo mejor de la actuación de Álvaro Negredo con la selección española, la rotulación también se ciñe a las palabras del delantero¹³⁵.

De la rotulación con grafismo se encargan personalmente los redactores o ayudantes de realización designados para la elaboración de los contenidos más complejos. El ayudante de realización los inserta pero no los redacta. Elige la forma del rótulo, pero no el contenido, que es obra del redactor.

El tono del contenido de los rótulos, como es lógico, se sitúa en la misma línea que la del espacio. En *Deportes Cuatro* caben todos: cómicos, frívolos, irónicos, con algún tinte grosero, etc. En las secciones de *TVE1* y los bloques de *Telecinco* no se salen de los márgenes estrictamente informativos. En el programa de *La Sexta* y los bloques de *Antena 3* vuelven a estar en medio. *La Sexta*, más cerca de *Cuatro*. *Antena 3*, próxima a las otras dos.

¹³⁵ <http://youtu.be/ls6egcqnr0s>

9.5.2 Rotulación genérica

En la rotulación genérica, la inserción del rótulo sobre las imágenes se realiza en directo, en el instante señalado para ello.

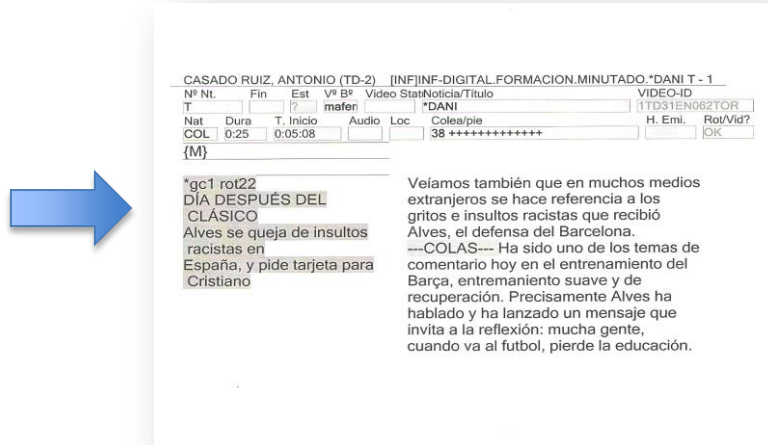
La rotulación genérica queda para las *colas*, los *totales* y las *piezas* sencillas. Se ajusta a la línea gráfica global de los informativos de la cadena. Es mucho más simple, tanto en la preparación como en el resultado final en pantalla. Este segundo modelo de rotulación se desarrolla en dos etapas. En la primera se redactan los títulos y se establece el punto exacto de entrada y de salida del rótulo. Todo ello consignado en el parte de realización de cada contenido. En la segunda, durante la emisión, se impresionan sobre las imágenes de la pantalla en el momento señalado.

Sirve para rotular con su nombre al presentador/es y a los redactores en la firma de las *piezas* –últimamente, muchos prefieren que figure la denominación de su cuenta de *Twitter*–; a los protagonistas durante las declaraciones que recogen los *totales*; para localizar las imágenes, temporal y geográficamente; para dejar constancia de que se trata de un directo; para reforzar cualquier formato con uno o más titulares; etc.

La rotulación genérica es prácticamente la única que usan los espacios deportivos de *TVE1* y *Telecinco*. En la sección deportiva de los informativos de *TVE1* –treinta y uno de enero–¹³⁶, la rotulación genérica se usa para las *colas*, los *totales* y las *piezas*. En las *colas*, el rótulo está compuesto por un antetítulo en mayúsculas: *DÍA DESPUÉS DEL CLÁSICO*; y un título en minúscula: *Alves se queja de insultos racistas en España, y pide tarjeta para Cristiano*. En el parte de realización queda consignado así:

¹³⁶ https://www.youtube.com/watch?v=sna_SMm6-6k

9. Seguimiento



CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2) [INF]INF-DIGITAL.FORMACION.MINUTADO.*DANI T - 1

Nº Nt.	Fin	Est	Vº Bº	Video Stat	Noticia/Título	VIDEO-ID
T					*DANI	1TD31EN062TOR

Nat	Dura	T. Inicio	Audio	Loc	Colea/pie	H. Emi.	Rot/Vid?
COL	0:25	0:05:08			38 ++++++		OK

{M}

*gc1 rot22
DÍA DESPUÉS DEL
CLÁSICO
Alves se queja de insultos
racistas en
España, y pide tarjeta para
Cristiano

Veamos también que en muchos medios extranjeros se hace referencia a los gritos e insultos racistas que recibió Alves, el defensa del Barcelona. ---COLAS--- Ha sido uno de los temas de comentario hoy en el entrenamiento del Barça, entrenamiento suave y de recuperación. Precisamente Alves ha hablado y ha lanzado un mensaje que invita a la reflexión: mucha gente, cuando va al fútbol, pierde la educación.

En los *totales*, el nombre del protagonista figura en la línea de arriba en minúscula –Dani Alves– y el cargo, justo debajo en mayúscula –JUGADOR DEL F.C. BARCELONA–. En el parte de realización queda consignado así:



CASADO RUIZ, ANTONIO (TD-2) [INF]INF-DIGITAL.FORMACION.MINUTADO.**ALVES T...

Nº Nt.	Fin	Est	Vº Bº	Video Stat	Noticia/Título	VIDEO-ID
T	NC	LIST	maferi		**ALVES	1TD31EN063TOR

Nat	Dura	T. Inicio	Audio	Loc	Colea/pie	H. Emi.	Rot/Vid?
VTR	0:29	15:56:18			1/7 ...ROJA Y MEDIA.	31/01/20	OK

{M}

{M} ++6-15 ALVES

*gc1 rot02
Dani Alves
JUGADOR DEL F.C.
BARCELONA

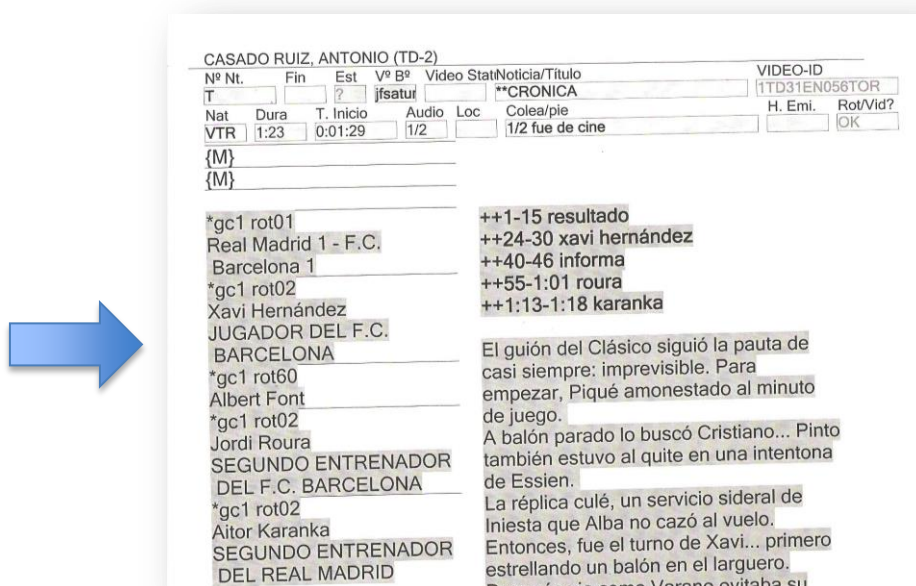
{M}

{M}

{M}

{M}

En la *pieza*, el rótulo del marcador aparece en una sola línea en minúscula: *Real Madrid 1 - F.C. Barcelona 1*; y la firma del redactor, también en un solo renglón y en minúscula –Albert Font–, con las letras identificativas del *Telediario* –TD– a la izquierda. En el parte de realización queda consignado así:



Los espacios deportivos de *Antena 3*, *Cuatro* y *La Sexta* también recurren a la rotulación genérica: en *Antena 3*, para las firmas de los redactores y para rotular a los protagonistas en los *totales* –en lugar de poner el cargo, acompañan las declaraciones con un titular que extracta lo más significativo o que introduce la respuesta con la pregunta pertinente–; en *Deportes Cuatro*, para todas las *colas* que no son *colas-espectáculo*, para los *totales* que no van dentro de las *piezas-espectáculo* y también para las firmas de los redactores y los nombres de los presentadores; igual que en *La Sexta* –en los *totales* emplean el mismo método que en los espacios de *Antena 3*, en vez de el cargo ponen un titular–.

En *Telecinco* se usa igualmente para el nombre de la presentadora, el nombre y el cargo de los protagonistas de los *totales* y la firma de los redactores. Por ejemplo, en el bloque deportivo del informativo de *Antena 3* se observa la rotulación genérica para insertar las firmas de los redactores: *Informan Teresa Lozano Galán / Silvia Verde*; y para poner nombre y un titular a los protagonistas: *Leo Messi Tras la Champions, pedía jugar más*. En *Deportes Cuatro*, para titular las *colas* del sumario de los asuntos de actualidad: *NO VOLVERÁ A JUGAR HASTA 2014*; para identificar a los protagonistas: *MARCELINO GARCÍA TORAL Entrenador del Villarreal*; por supuesto, para la firma de *Twitter* de los presentadores: *@manucarreno @lamacope*, y la convencional de los redactores: *Kepa Horcajuelo / Iván Valero*

Rábano. En *Jugones*, para los titulares de las *colas*: ¿*HAY ROTURA?*; para etiquetar a los protagonistas y formular la pregunta de la respuesta: *CESC FÁBREGAS ¿HABÉIS SALIDO RELAJADOS?*; para la firma de los presentadores: *JOSEP PEDREROL @jpedreros*, y de los redactores: *INFORMA MIGUEL CUESTA*. En el bloque de *Telecinco*, para la firma de la presentadora: *SARA CARBONERO*; y para los nombres y el cargo o estatus profesional de los protagonistas: *Íker Casillas Jugador del Real Madrid C.F.*¹³⁷.

La rotulación genérica también es responsabilidad de los redactores. El editor vuelve a ejercer de supervisor y corrector. Debe repasar pormenorizadamente los rótulos que van poniendo sus redactores en los partes de realización, prestando atención a la ortografía y al contenido para darles el visto bueno o corregirlos.

El estilo del contenido de los rótulos tiene que estar en la misma línea que el tono comunicativo del espacio, sin olvidar el carácter particular de la información de cada contenido. La imagen de la lesión de un jugador no puede ir acompañada de un rótulo gracioso, por mucho que se trate de *Deportes Cuatro*.

El editor debe chequear la rotulación para comprobar que no hay ningún exceso en el estilo y que responde a la uniformidad previamente estipulada: mayúsculas o minúsculas, extensión corta o larga, muchas o pocas palabras, con o sin subtítulo y/o antetítulo, etc.

9.5.3 Subtítulos para traducciones y refuerzo de *totales ambiente*

He aquí el eterno dilema. ¿Cómo deben traducirse al castellano los *totales* cuyos protagonistas hablan en otro idioma? ¿Subtitulado con rótulos o doblado con otra voz en *off*? El editor decide. No hay una norma fija en este sentido. Periodísticamente la postura más correcta es el subtitulado, en pos de respetar el registro sonoro original del testimonio. Aunque al telespectador le cuesta menos escuchar un doblaje que leer un subtítulo.

¹³⁷ http://youtu.be/m_sDWYLHJis

En líneas generales, los editores se decantan por el subtítulo. Parece la opción más pulcra, más profesional, en definitiva, la más aconsejable. Así lo estipulan, como regla general, los libros de estilo de las cadenas. En alguna ocasión, cuando el tiempo apremia y no hay margen para redactarlos e insertarlos, se recurre al doblaje. Por ejemplo, en el espacio deportivo del informativo de TVE1 del veinticinco de junio, el *total* del capitán de la selección alemana de fútbol, Philipp Lahm, va doblado¹³⁸.

Adopte uno u otro, el editor debe convertirlo en la norma para no despistar al telespectador. Todos los redactores tienen que tenerla clara. Siempre se subtitula. O siempre se dobla.

Aparte de las traducciones al castellano, los *totales ambiente* que no se escuchan nítidamente también precisan de subtítulos que aclaren su contenido. Estén destinados a una traducción o como refuerzo de un *total ambiente*, los subtítulos se pueden hacer con los dos tipos de rotulación.

Si se usa la rotulación con grafismo, los subtítulos quedan insertados de antemano en el punto exacto. Además se puede modificar el formato –tipo, forma, tamaño y color de la tipografía– del subtítulo para adaptarlo a las características del *total*. El único inconveniente es el tiempo. Hay que redactarlo, configurarlo e insertarlo convenientemente.

Si se usa la rotulación genérica, los subtítulos se insertan durante la emisión, en directo. El proceso es mucho más rápido. Solo hay que redactarlos y consignar el punto de entrada y de salida en el parte de realización. Sin embargo, arrastra dos desventajas evidentes: los subtítulos son siempre los mismos y no se diferencian en nada del resto de la rotulación; y la correcta inserción, en el lugar y momento señalado, depende de la destreza, la concentración y la atención del rotulador, el profesional encargado de esta inserción y que opera en el control del estudio. Hay que aclarar que la inserción en directo de un subtítulo es la más complicada porque suelen estar compuestos por varios rótulos o subtítulos consecutivos. De modo que el rotulador debe estar muy atento a los puntos de entrada y salida de cada uno de ellos y ser muy rápido en el momento de sacar uno e insertar el siguiente.

¹³⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=IZYJD96V7vI>

Los espacios deportivos de *TVE1*, *Antena 3* y *Telecinco*, utilizan la rotulación genérica también para el subtítulo. Los de *Cuatro* y *La Sexta* subtítulan con la rotulación por grafismo. En la sección deportiva del informativo de *TVE1* del veintidós de octubre, el *total* en catalán de José María Bartomeu, vicepresidente del Fútbol Club Barcelona, aparece subtítulo en español con la rotulación genérica. Estrategia repetida para subtítular al español el *total* en italiano de Felipe Massa, piloto de Fórmula Uno de Ferrari, en el bloque deportivo de *Antena 3* del once de noviembre. De igual modo, en el bloque deportivo del informativo de *Telecinco* del veinticinco de octubre se usa como refuerzo de sendos *totales* ambiente de Sandro Rosell, presidente del Fútbol Club Barcelona, y Gerard Piqué, jugador del mismo equipo. En *Deportes Cuatro* –diez de junio–, el subtítulo, constituido a partir de la rotulación por grafismo, sirve para reforzar el *total ambiente* del diálogo entre Rafael Nadal, ganador en Roland Garros, y el Príncipe Felipe; y en *Jugones* –veinticinco de octubre–, el que mantiene Rosell con los periodistas¹³⁹.

¹³⁹ <http://youtu.be/aEiZdVU5xQM>

9.6 Resumen esquemático del capítulo 9



10. Emisión

Y por último, controlar la emisión desde el control: ceñirte al tiempo asignado eliminando si fuera necesario contenidos durante la emisión, estar al tanto de la información de última hora y transmitírsela al presentador, etc.

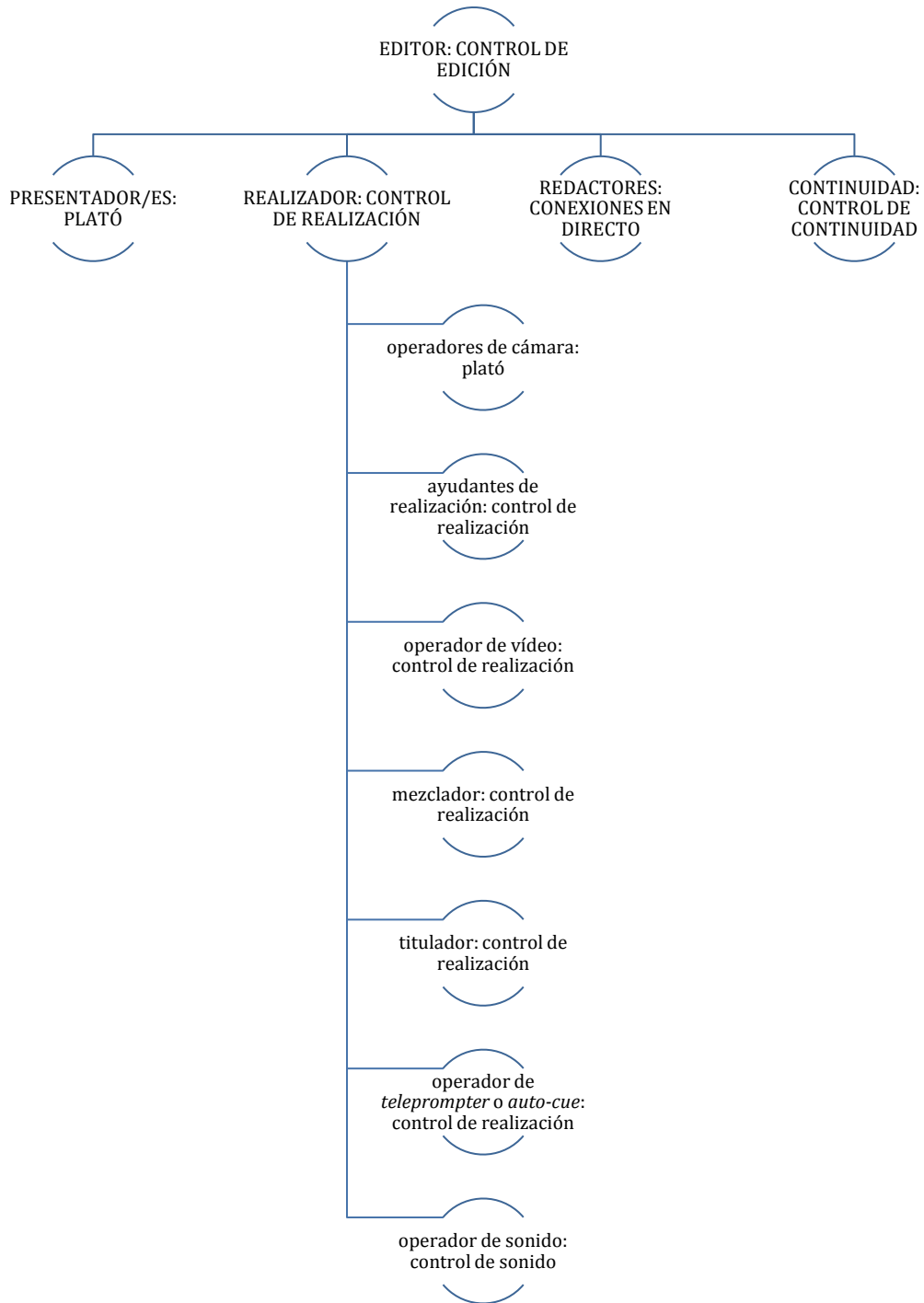
(Raúl Gamonal, *Telecinco*)

Ha llegado la hora. El momento final que justifica las fases preliminares. Los cinco, diez o cincuenta minutos que dan sentido a todo el trabajo previo del editor. Ahora todo tiene que estar a punto. Desde el control de continuidad cantan la cuenta atrás. Un minuto, treinta segundos, quince, diez, cinco, tres, dos, uno... dentro estudio. Empieza el espectáculo: la emisión en directo del espacio deportivo.

El editor sigue siendo el director de orquesta. Solo cambia de lugar. Ya no se encuentra en la redacción. Su sitio está en el control de edición, una posición estratégica dentro del control de realización¹⁴⁰ del estudio. Ahora sus interlocutores son el realizador y el presentador/es, también los redactores que se ocupan de los directos, sin olvidarse del responsable de continuidad.

¹⁴⁰ El control de realización del estudio es el centro neurálgico desde donde se organiza y ejecuta la emisión en directo de los espacios televisivos. Allí se reciben todas las señales audiovisuales que van a formar parte de la emisión, empezando por las que recogen las cámaras del plató donde se encuentra el presentador/es. El realizador puede ver todas estas señales en los monitores que tiene frente a él para poder realizar, es decir, alternarlas y combinarlas para lograr una secuencia armónica y atractiva. Dentro del control de realización, el editor tiene reservado un espacio privilegiado desde donde comandar toda la emisión: el control de edición.

10.1 La posición jerárquica del editor durante la emisión



10.2 Planificación de la emisión: el realizador

La emisión empieza mucho antes de la hora de entrada que establece el departamento de continuidad. La emisión puede y debe planificarse entre el editor y el realizador en cuanto la escaleta está lista. La fórmula ideal es que el realizador asista a la reunión de escaleta. De esta forma, a medida que se construye la escaleta, el realizador conoce sus entresijos y, sobre todo, las indicaciones precisas que atañen a su competencia. Indicaciones, no imposiciones. Porque el realizador, al hablar de la emisión, tiene mucho que decir. Está en su parcela.

Realiza la emisión en directo del espacio deportivo. Es decir, le da una determinada forma al contenido que finalmente aparece en pantalla. Bajo sus órdenes, el equipo del plató y del control del mismo, compuesto por los operadores de cámara, los ayudantes de realización, el operador de vídeo, el operador de sonido, el mezclador, el titulador y el operador de *teleprompter*, maneja los dispositivos tecnológicos necesarios para lanzar al aire todos los contenidos tal y como están consignados en la escaleta.

Además de supervisar en plena emisión las acciones de este equipo de profesionales y su plasmación en pantalla, corrigiendo cualquier tipo de fallo e improvisando ante cualquier circunstancia inopinada, sobre su figura recae la responsabilidad de la correcta ejecución de los dos elementos básicos que determinan el ritmo de la realización de una emisión en vivo: las transiciones entre los contenidos; y la alternancia y combinación de las señales de las cámaras colocadas en el plató para lograr una secuencia de planos del presentador/es atractiva visualmente.

Pero antes de todo esto, para que esta emisión transcurra sin contratiempos, o solo con los inevitables, es necesaria una concienzuda labor de planificación y coordinación por parte del realizador y el editor.

10.2.1 Presentador/es

La emisión pone a prueba toda la labor previa de edición. El editor trabaja pensando en la emisión, en el resultado de la emisión. Desde que llega a la redacción, varias horas antes, empieza a visualizarla en su mente. Esta visualización imaginaria inspira todas sus acciones y decisiones. Su principal objetivo consiste en que la emisión final se parezca lo máximo posible a la imagen que ha ido cobrando cuerpo a medida que los contenidos se han hecho realidad.

Para que la emisión se desarrolle conforme a las altas expectativas del editor, aparte de una realización que esté a la altura de los contenidos, es imprescindible el papel del presentador/es. Emisión es difusión pública y el público solo ve al presentador/es. No sabe quién es el editor o el realizador. Solo conoce al presentador/es. Juzga en gran medida la calidad del espacio en función de la imagen, las dotes comunicativas y el modo de conducirlo del presentador/es. De ahí que su figura sea tan importante ya desde la propia elaboración de la escaleta.

Pero si sus ideas al respecto de los contenidos son muy apreciadas por el editor, sus opiniones y preferencias sobre la forma de realizar la emisión, en la que es el protagonista indiscutible, tienen mayor peso si cabe. El presentador/es vuelve a tener voz y voto. Ahora las decisiones que se toman son de su total incumbencia. En la reunión de escaleta el presentador/es y el realizador, siempre con la aquiescencia del editor, repasan las transiciones entre los contenidos consignadas en la escaleta –con paso previo por el presentador/es o sin paso previo– y deciden cómo hacer las entradillas: cámara a la que se dirige el presentador/es, tipo de plano, manera de introducir la publicidad, manera de dar paso a los directos y los falsos directos, composición con el *videowall* o el *pantallón* y el atrezzo, etc. En la rutina diaria todo este proceso queda simplificado. El presentador/es y el realizador se conocen a la perfección. Están acostumbrados a trabajar juntos. En la reunión de escaleta casi todas estas cuestiones se dan por conocidas. El presentador/es ya sabe a qué cámara tiene que mirar en cada momento y el realizador sabe que así lo hará. Solo se detienen brevemente para confirmar la manera de proceder en

pantalla en las intervenciones o pasos más específicos y complejos, como en el caso de las menciones publicitarias o los directos y falsos directos.

Cuando el espacio sufre a nivel de realización modificaciones abruptas, por ejemplo con la entrevista en el plató de un protagonista o en grandes despliegues con varios puntos de directo, entonces sí se estudian con detenimiento las alternativas para determinar y dejar zanjadas las definitivas. Llegado el momento de la emisión, las tres partes involucradas: editor, realizador y presentador, deben tenerlas muy claras. En eso consiste la planificación.

10.2.2 Publicidad

El editor indica al realizador y al presentador/es dónde va ubicada y cuál es su formato. En los *spots*, las sobreimpresiones y los emplazamientos, no interviene el presentador/es. En los dos primeros casos, basta con que el realizador conozca su localización exacta dentro de la escaleta. Como las sobreimpresiones publicitarias se insertan sobre la imagen de algún contenido, el realizador debe estar atento para que aquella no se solape o tape algún rótulo o elemento importante de esta.

Aunque los emplazamientos no figuran en la escaleta, el realizador es el más interesado en conocerlos pues es él quien da las órdenes oportunas para que la cámara encuadre, por ejemplo, al presentador junto al ordenador que se quiere publicitar.

La realización de las menciones publicitarias es algo más compleja porque interviene el presentador/es y se refuerzan con sobreimpresiones y con imágenes en el *videowall* o el *pantallón*. En la reunión de escaleta el editor advierte de la localización específica de la mención. Además, hace entrega al presentador/es del texto de la misma y al realizador, de la sobreimpresión y de las imágenes para el *videowall* o el *pantallón*, material que el editor recibe previamente del responsable de continuidad. Entonces, el presentador/es y el realizador concretan la materialización audiovisual de la mención: de pie, sentado, tipo de plano, sincronización del discurso con el contenido visual del *videowall* o el *pantallón*, etc.

En muchas ocasiones, para evitar cualquier tipo de error o imprevisto, estas menciones se graban para luego emitirlos como falso directo. Con los sorteos publicitarios, editor, realizador y presentador/es actúan de la misma guisa; y en las autopromociones, depende de su formato. Es muy frecuente la *leída*, con un *cartón* de refuerzo en el *videowall* o el *pantallón*. Es decir, el presentador/es anuncia a bombo y platillo que la cadena transmite un *acontecimiento deportivo* a una hora determinada. Mientras, en el *videowall* o el *pantallón*, el realizador emite la imagen congelada de los nombres y los escudos de los contendientes, con el rótulo que precisa la hora. En la reunión de escaleta el editor encarga el *cartón* al realizador, con los datos exactos que debe incluir, y el realizador y el presentador/es acuerdan la realización en directo de la autopromoción en su conjunto.

Si la autopromoción es un *spot*, el editor indica su lugar dentro de la escaleta y pacta con el presentador/es y el realizador la manera de introducirlo y retomarlo: si el presentador/es le da paso con una *entradilla* o el *spot* va pegado al contenido previo, sin solución de continuidad; y, si al finalizar el *spot*, el presentador/es vuelve a recalcar el *acontecimiento deportivo* que se promociona o pasa sin más a la *entradilla* del siguiente contenido.

10.2.3 Directos

En la planificación de los directos, además del editor, el presentador/es y el realizador, intervienen los redactores encargados de hacerlos. En primer lugar, según las indicaciones de la escaleta, el editor le transmite al redactor la información básica: la localización, la hora, los datos que no puede pasar por alto aparte de los que recabe en el lugar del directo, el número y el momento de las intervenciones, las imágenes que ilustrarán o con las que se cubrirá su alocución en cada instante, los contenidos que abordan la misma cuestión y si el redactor le da paso a alguno de ellos, etc. Después, el redactor se pone a hablar con el presentador/es para cerrar los diálogos que luego llevarán a cabo en directo durante la emisión. Por último, el realizador le informa de cómo se ejecutará el directo en términos de realización: *a total* –la imagen del redactor ocupa toda la pantalla–, *en ventana* –el realizador divide la pantalla en dos cuadros: en uno aparece el presentador/es y en el otro el redactor–,

movimiento de la cámara, etc. Además, si el redactor tiene que introducir algún contenido, debe visionarlo antes de marcharse o ponerse en contacto con el profesional que lo vaya a elaborar, para que la información que cuente él en su discurso en directo no se solape con la que se incluye en el contenido subsiguiente y sea, pues, una entradilla lo más adecuada y atractiva posible.

El plan diseñado en esta reunión de escaleta para la correcta ejecución de los directos no es inamovible. Todas las partes implicadas, desde el redactor hasta el editor, pasando por el presentador/es y el realizador, deben estar preparadas para cualquier modificación leve o sustancial. Por ejemplo, al llegar al lugar de los hechos, el redactor consigue convencer a algún protagonista para que dé su testimonio en directo. En este caso hay que cambiar la escaleta. Reducir todas las intervenciones a una sola. Readaptar el diálogo entre el redactor y el presentador/es. Buscar y montar imágenes de apoyo para ilustrar las declaraciones del protagonista. El realizador también se pondrá en contacto con el operador de cámara desplazado para comunicarle las indicaciones de realización pertinentes.

10.2.4 Entrevistas excepcionales en el plató

La posibilidad de entrevistar a los grandes personajes del mundo del deporte en directo en el plató del espacio deportivo no se presenta todos los días. Los editores se vuelcan en la obtención y en la posterior preparación de estas entrevistas, apoyado por el presentador/es y el realizador. El primero dará voz al contenido. El segundo le concederá la forma audiovisual. Entre el editor y el presentador/es eligen cuidadosamente las preguntas y las imágenes con las que ilustrarla. Entre el presentador/es y el realizador, siempre bajo la supervisión del editor, deciden la manera de realizarla: introducción y despedida del personaje, tipos de planos, aparición de las imágenes –*a total* o *en ventana*–, etc. Todo perfectamente estudiado para cuando llegue el momento de la verdad: la emisión.

10.2.5 Videowall o pantallón

Durante la emisión, el *videowall* o el *pantallón* se convierten en herramientas valiosísimas, siempre y cuando se alimenten con las imágenes más oportunas para cada entradilla del presentador/es. Es en la reunión de escaleta donde el editor expone sus preferencias al respecto, el presentador/es sugiere las suyas y el realizador ofrece la visión que corresponde a su parcela. En la práctica solo se detienen sobre este punto cuando el editor y/o el presentador/es reclaman algo fuera de lo normal: una imagen con algún tipo de posproducción, entradillas con el presentador/es de pie para reseñar el contenido del *videowall* o el *pantallón*, una música de acompañamiento, etc.

En las entradillas y situaciones habituales, el realizador observa los contenidos y le echa un vistazo al texto escrito por el presentador/es para hacerse una idea de cuál es la mejor imagen de acompañamiento para el *videowall* o el *pantallón*.

10.2.6 Música

En ocasiones puntuales, cierta entradilla del presentador/es puede ir acompañada por una música de fondo determinada. No se trata de la sintonía de la cabecera del espacio deportivo, ni de la música que llevan los contenidos. Es una música elegida a propósito de lo que dice el presentador/es en esa entradilla. El presentador/es suele justificar la presencia de la música para que a ojos y oídos del telespectador quede clara la intencionalidad del efecto buscado. El realizador será el encargado de dar las órdenes necesarias para que esta música se oiga en el momento y con el volumen justo. En la reunión de escaleta el editor plantea la idea y el presentador/es y el realizador buscan la mejor manera de plasmarla en emisión: puede pedirla el presentador/es o introducirla de repente el realizador para que el presentador/es aclare enseguida a qué se debe. En la edición de *Deportes Cuatro* del veintisiete de noviembre, Manolo Lama solicita el inicio de la música: “Que suene la *Champions*”. En ese momento arranca la emisión de un clip con imágenes de

la Liga de Campeones acompañado por la sintonía oficial de la competición. La música continúa durante toda la entrada¹⁴¹.

10.2.7 Atrezo

Con el atrezo ocurre lo mismo. En ciertas entradas, el presentador/es puede recurrir a algún objeto: una camiseta, unas botas, un balón, una fotografía, etc., para intentar hacerlas con mayor originalidad. Al igual que la música, si la entrada se presta a ello y tiene carácter excepcional, el atrezo se convierte en un recurso más. En la planificación de la emisión también hay que preparar su puesta en escena. En *Deportes Cuatro* –cuatro de septiembre–, Manu Carreño y Juanma Castaño enseñan una caja colocada sobre la mesa del plató. Más adelante muestran el contenido de la misma. Se trata de las botas de Isco Alarcón, jugador del Real Madrid. La caja y las botas del futbolista les sirven para hacer una entrada distinta y que introduce precisamente el *spot* que ha grabado el futbolista con motivo de la presentación de las botas¹⁴².

El trabajo en equipo del editor y el realizador no concluye aquí. El editor lo tiene siempre presente para comunicarle todas y cada una de las pequeñas variaciones de la escaleta a medida que se van produciendo a lo largo de la mañana y hasta que llega la hora “e”... “e” de emisión.

10.3 Arranca la emisión... dentro estudio

10.3.1 Realización de la emisión en directo del espacio deportivo del informativo

Básicamente lo que hace el realizador es seguir la escaleta y dar las órdenes oportunas para que se emitan sus contenidos en el orden establecido, previo paso por el plató para que el presentador/es los introduzca.

Al presentador/es le indica la cámara a la que debe dirigirse; al operador de cámara, el tipo de plano que quiere: más abierto, más cerrado, movimiento,

¹⁴¹ <http://youtu.be/UUT3YE4hpto>

¹⁴² <http://youtu.be/TEDE8YPp-vs>

etc.; al mezclador, la señal de la cámara que debe seleccionar en cada momento; al operador de vídeo, el contenido de la escaleta que debe inyectar en la emisión; al operador de sonido, el volumen correcto de todos los audios; al rotulador o titulador, el momento en que insertar los rótulos; y al operador de *teleprompter*, el correcto paso de los textos de las entradillas del presentador/es según el orden que marca la escaleta.

En la práctica procede de la siguiente manera: el realizador le comunica al presentador/es la cámara a la que debe mirar: cámara uno, cámara dos, cámara tres, etc. Para entonces, el operador de *teleprompter* ya ha filtrado el texto correspondiente a esa entradilla. Avisa al mezclador de la señal de la cámara que debe pinchar, la misma que anteriormente comunicó al presentador/es: uno, dos, o tres, etc. Antes de ir con el presentador/es, ordena al mezclador que cargue en el *videowall* o el *pantallón* la imagen correspondiente a esa entradilla. Le da *el hablando* –en el argot del medio televisivo, la señal para que empiece a hablar– al presentador/es.

El presentador/es comienza a leer o improvisar la entradilla. Leen Sergio Sauca en *TVE1*, Ainhoa Arbizu en *Antena 3*, Sara Carbonero en *Telecinco* y Josep Pedrerol y Lara Álvarez en *La Sexta*. Improvisan Manu Carreño y Manolo Lama en *Cuatro*.

Justo cuando termina la entradilla, si está introduciendo una *pieza*, un *total*, un falso directo o un directo, o en el momento marcado por el propio presentador/es si son *colas*, el realizador le da *el dentro* al contenido subsiguiente. Es decir, ordena al operador de vídeo que lance al aire, que emita, ese contenido. Si se trata de un directo, es el mezclador quien pincha la señal exterior a través de la cual se recibe.

A la vez que el operador de vídeo o el mezclador suben la imagen a la emisión, el operador de sonido comprueba que el audio está correcto y modula el volumen. Y solo queda la participación del rotulador o titulador que, a instancias de un ayudante de realización que le marca el momento preciso, inserta los rótulos que previamente ha revisado y corregido.

Este es el protocolo de actuación en el control de realización de un estudio o plató durante la emisión del espacio deportivo de un informativo.

Mientras el realizador reparte órdenes a diestro y siniestro, a sus espaldas el editor observa todo el proceso con mucha atención. El realizador sabe que la última palabra la tiene el profesional que se sienta más atrás.

10.3.2 El papel del editor durante la emisión

a) Último chequeo

El editor debe estar en su puesto en el control de edición varios minutos antes de la emisión. En su despacho o en su mesa de la redacción trabaja con una radio cerca, una televisión a la vista y un ordenador con los principales canales informativos de internet y de agencia abiertos en pos de seguir la actualidad deportiva segundo a segundo. En el control de edición debe prescindir de la radio, pero mantener la vigilancia de la última hora mediante internet y los teletipos de agencia y reforzarla a través de la televisión. Para ello, hace uso de los monitores que pululan por el control de realización, donde sintoniza los espacios deportivos de los informativos del resto de cadenas.

Tras habilitar a su gusto el control de edición, debe hacer un último chequeo de la escaleta, sobre todo de los contenidos que se emiten al principio. Además, si hay algún directo, debe comprobar que el redactor encargado de hacerlo está en su puesto y que la señal llega en perfectas condiciones para su emisión.

En cuanto a la escaleta, la comprobación es doble. Por un lado, el editor debe corroborar que los contenidos están volcados en el vídeo-servidor de emisión, listos para ser lanzados al aire. Por otro, que el parte de realización ha sido rellenado convenientemente. Ambos chequeos se llevan a cabo por medio de sendos programas informáticos instalados en el ordenador del editor.

La presencia del editor en el control de edición en los minutos previos al inicio de la emisión del espacio es fundamental, no solo para el último chequeo. Ante cualquier circunstancia imprevista que se produzca justamente en los instantes previos –algo que sucede con relativa frecuencia–, como que el micrófono del presentador/es no funcione, que el primer directo del espacio falle, que la primera *pieza* no esté volcada, etc., todo el equipo de profesionales

que intervienen en la emisión, encabezado por el realizador y el presentador/es, se encomienda al editor.

En esos momentos de dificultad el editor debe actuar con rapidez, pero también con seguridad y temple para evitar la crisis. Aunque poco, todavía tiene tiempo para reaccionar y poder subsanar parcial o totalmente el problema concreto. Además, debe tener la capacidad de solventarlos con el espacio deportivo ya empezado, en plena emisión.

b) Escaleta “viva” durante la emisión

La diferencia destacable de un programa que se emita en directo de cualquier otro programa de contenido distinto al de las noticias es que en el informativo se trabaja con la actualidad. Esto supone que a pocos minutos de comenzar a emitir o incluso durante la emisión, la escaleta (guión) puede cambiar totalmente como consecuencia de una última hora.
(Sastrón, 2011: 13)

Afortunadamente los problemas graves como el colapso del vídeo-servidor en el último momento, que obligan a aplazar el comienzo del espacio, a reducir su duración drásticamente o incluso a suprimirlo, no son habituales. Sin embargo, el editor sí tiene que batallar casi a diario con leves pero constantes contratiempos, ya sean de naturaleza técnica o derivados de la propia actualidad informativa: noticias y/o imágenes de última hora.

El principal mecanismo para responder a estas situaciones imprevisibles es la reordenación y/o remodelación de la escaleta. Si a lo largo de toda la mañana era una escaleta “viva”, ahora durante la emisión lo es todavía más.

Una escaleta solo se da realmente por concluida cuando el presentador despide el informativo y el realizador da paso a la cabecera de cierre y los títulos de crédito. (Mayoral, 2008: 74)

b.1) Crear y suprimir contenidos

En cuanto el editor recibe una información y/o imagen de última hora en plena emisión, crea una nueva línea en la escaleta para acogerla. La sitúa por lo menos un par de minutos más abajo del punto donde se encuentra en ese momento el espacio. Generalmente le asigna unas *colas*, el formato cuyo montaje y posterior volcado requiere menos tiempo. Como mucho, un *total*. En dos minutos el editor crea la línea en la escaleta con todos los campos pertinentes: *Noticia/Título*, *Vídeo-ID*, *Formato*, *Redactor* y *Duración*; llama a la redacción para encargarse del montaje y el volcado –algo que en un momento dado puede hacer él mismo si la emisión transcurre por los cauces normales–; comprueba que se vuelca correctamente y que el parte está correcto; le pone un rótulo; y finalmente empieza a maniobrar para compensar el tiempo extra que suma el nuevo contenido.

La supresión de contenidos es mucho más asequible y rápida. El editor tiene dos fórmulas para hacerla efectiva: borrar la línea, si lo que desea es deshacerse del contenido de manera definitiva; o *flotarla*, si prefiere conservar a la vista la información incluida en la línea y en el parte de ese contenido y/o guardarlo para emitirlo en espacios posteriores. Es una herramienta del programa informático que una vez activada destaca el contenido *flotado* en color azul. Todos los detalles sobre susodicho contenido quedan a la vista del editor, pero gracias a la herramienta de *flotación* queda fuera de la escaleta de emisión del vídeo-servidor.

b.2) Mover contenidos

El funcionamiento es muy sencillo. Si no se puede emitir un contenido porque no está volcado, la señal del directo se ha cortado, el operador de sonido ha comprobado que el audio está defectuoso, etc., el editor lo reemplaza habitualmente por el que iba a continuación.

Otra de las virtudes del procedimiento digital es que el orden de las piezas que componen la emisión puede cambiarse en cualquier momento: una noticia de última hora puede introducirse en el servidor en cualquier momento y en el lugar que se considere más conveniente. El software recalcula instantáneamente los tiempos de emisión, para indicar si “entra” todo lo previsto, o, en su caso, si sobra o falta tiempo. De esta manera, el editor puede ajustar la duración del informativo al segundo.

(Pérez, 2004: 38 y 39)

El cambio o el movimiento en la escaleta puede ser más drástico, afectar a un mayor número de contenidos. Si falla un directo que daba paso a varias *piezas*, pero puede recuperarse la señal en pocos minutos, el editor puede intercambiar hasta bloques informativos. Por ejemplo, subir el del Atlético de Madrid y bajar el del Real Madrid para ganar tiempo y poder restablecer la señal. El editor siempre debe decantarse por el mal menor. ¿Cómo pierde menos el espacio deportivo? ¿Relegando la información del Real Madrid para poder contarla con un directo o anteponiéndola como siempre pero sin incluir el directo? El editor debe sopesar varios factores, no solo la calidad y la coherencia final del espacio. También el valor intrínseco del directo como formato televisivo de referencia, el elevado coste económico y el esfuerzo del equipo de profesionales que se encarga de sacarlo adelante.

En la rutina diaria, al editor se le presupone la experiencia y la desenvoltura suficientes como para acometer estas modificaciones, desde las más nimias hasta las más intrincadas, casi de manera automática. Ha de ser un editor con recursos, con alternativas, con los reflejos suficientes para percatarse de ellas y ejecutarlas rápidamente. No solo tiene la posibilidad de mover hacia arriba y/o hacia abajo los contenidos a lo largo de la escaleta.

b.3) Suplir formatos

Se trata simplemente de improvisar un formato más simple para tapar la carencia inesperada de un contenido al que se le había asignado un formato más complejo. Por ejemplo, en el caso de un directo que falla definitivamente o de una *pieza* que con toda seguridad no llega a tiempo, el editor puede llamar

sin dilación a la redacción para que algún redactor monte a toda prisa unas *colas* como alternativa. Se supone que si el editor había asignado un directo o una *pieza* a ese contenido, la información que pretendía transmitir es lo suficientemente importante como para no poder obviarla porque falle uno u otra. Con las *colas*, salva al menos el compromiso informativo con sus telespectadores.

b.4) Suplir contenidos: copiar-pegar

El editor conoce la programación deportiva de su cadena en general y el contenido específico de los espacios deportivos previos al suyo en particular. Cuando llega a la redacción, si no los ha visto, repasa la escaleta y visiona el de la noche anterior y el que se ha emitido a primera hora de la mañana. Son unos pocos minutos de su tiempo, pero que le pueden ayudar en la rutina diaria y también salvarle en situaciones problemáticas repentinas.

Como se analiza anteriormente, el aprovechamiento racional del trabajo de los compañeros es un arma más del editor. En circunstancias normales se reduce a una medida para economizar recursos. Ante circunstancias de emergencia se convierte en una necesidad. Por ejemplo, una *pieza* no puede emitirse por cualquier problema técnico irresoluble en ese momento. El editor recuerda que en el espacio deportivo de la mañana se incluyó otra *pieza* parecida. Solo tiene que buscarla, copiar la secuencia del *Video-Identification* y pegarla en el lugar de la *pieza* dañada.

b.5) Alargar entradillas

El montaje y el posterior volcado al vídeo-servidor de unas *colas* requiere algo más de un minuto, por muy hábil que sea el redactor que lo haga. Buscar la *pieza* alternativa en la escaleta del espacio de la mañana, para después copiarla y pegarla en la del espacio que se está emitiendo, también precisa de unos segundos. Para ganar un poco de tiempo en estas situaciones de aprieto, el editor puede apoyarse en el presentador/es. Si alarga la entradilla de alguna forma –leyendo más despacio, añadiendo información accesoria, dialogando con el otro presentador si el espacio cuenta con dos, etc.–, concede a sus

compañeros, ya sea el redactor que monta las *colas* o el editor que busca la *pieza*, el margen necesario para que el contenido alternativo llegue a tiempo.

La capacidad de improvisación es una aptitud muy valorada en el presentador/es. En circunstancias extraordinarias es una cualidad indispensable.

c) El funcionamiento informático de la escaleta

Para efectuar todas estas operaciones, el editor debe manejar a la perfección el programa informático donde se plasma y gestiona la escaleta. Para mover los contenidos solo tiene que arrastrarlos desde una posición a otra. Por defecto, la herramienta de movimiento del programa informático desplaza el contenido reemplazado hacia abajo. Para mover bloques formados por dos o más contenidos, primero tiene que hacer una selección conjunta y después arrastrarlos como si fueran un todo a su nueva posición.

Hay que tener en cuenta que estos cambios se reflejan casi de inmediato en la escaleta de emisión del vídeo-servidor, donde yacen los contenidos audiovisuales tal cual se emiten y desde donde los lanza el operador de vídeo en el control de realización. Antes de hacer cualquier modificación en su escaleta, el editor debe avisar con el tiempo suficiente para que el vídeo-servidor de emisión refresque y actualice los últimos cambios y el realizador pueda dictaminar *el dentro* de los contenidos reubicados con total garantía.

Para eliminar contenidos de manera definitiva solo tiene que borrarlos o suprimirlos con la herramienta del programa informático para tal efecto. Pero si el editor no lo tiene claro o quiere visualizar la información incluida en los campos de la línea de la escaleta y en el parte de realización o tiene la intención de aplazarlo para emitirlo en otro espacio deportivo posterior, puede *flotarlo*. Esto significa, como se adelantó en líneas precedentes, que el editor lo destaca en color azul con la herramienta informática correspondiente. De manera inmediata el contenido desaparece de la escaleta de emisión del vídeo-servidor para que ya no se pueda emitir.

Para crear contenidos solo tiene que abrir una línea nueva en la escaleta en el lugar que considere oportuno y rellenar los campos. En este sentido, el

campo más importante es el *Video-ID* o *Video-Identification*. Hasta que el editor no dota al contenido de un *Video-ID*, no aparece reflejado en la escaleta de emisión del vídeo-servidor y no se puede volcar. De la misma forma, para copiar y pegar contenidos basta con el *Video-ID*.

d) Gestión del tiempo

El editor controla durante la emisión, casi a cada momento, la hora exacta a través del reloj que tiene todo control de realización y también con el que le ofrece el programa informático de gestión de la escaleta, sincronizado con precisión infinitesimal con aquel. De esta forma, va actualizando las horas de entrada de los contenidos y observa el resultado de esta actualización sobre la hora final de salida. Su objetivo es que el realizador dé *el dentro* al *copy* a la hora acordada con el responsable de continuidad o, al menos, cumpliendo con el margen de cortesía –veinte segundos como máximo–.

La inclusión de nuevos contenidos, así como la supresión de otros, conlleva inexorablemente una variación en la duración del espacio. A la vez que inserta algún contenido, el editor consigna su duración en el campo correspondiente de la escaleta. A continuación constata que la hora de salida se aplaza en esa misma cantidad de tiempo. Si el editor introduce unas *colas* de treinta segundos, la hora de salida se demora esos treinta segundos. En el caso contrario, ocurre lo mismo pero a la inversa. Si el editor desestima unas *colas* de treinta segundos, la hora de salida se adelanta en esos mismos treinta segundos. El editor debe ser capaz de controlar estas pequeñas oscilaciones temporales por sí mismo, sin la ayuda del responsable de continuidad, y ceñirse a la duración estipulada. Para ello, no le queda otra que eliminar contenidos, empezando por la parte baja de la escaleta, por los menos importantes, hasta compensar la demora sufrida por el añadido de los nuevos. Huelga decir que casi siempre, por no decir siempre, se va acumulando tiempo de retraso debido a los *co/eos*, las entradillas del presentador/es, las imágenes y/o noticias de última hora, etc.

e) El guía del realizador en la interpretación de la escaleta

En la emisión de un espacio deportivo gobierna el editor, ejecuta el realizador por mediación de su equipo y conduce en pantalla el presentador/es. El editor, el realizador y el presentador/es forman una unidad de acción, cuyo engranado funcionamiento depende de la ininterrumpida e inmediata transmisión de información entre ellos.

En el control de realización, el editor y el realizador están en comunicación estrecha, directa y permanente. Las indicaciones y órdenes por parte del editor deben ser claras, concisas y contundentes. En esta faceta es mejor pecar por exceso. Cuanto más recalque las especificaciones de emisión de cada contenido que figuran en la escaleta, mejor: si los contenidos van pegados o se pasa por el presentador/es, si llevan música o hay que subir el audio ambiente, si el volumen de un contenido está bajo, si empieza con una imagen congelada porque no tiene *coleo* de inicio, si es preciso subir o quitar un rótulo en un momento determinado, etc. Por mucho que el realizador las tenga meridianamente claras después del repaso de la reunión de escaleta, un recordatorio a tiempo, justo antes de darles *el dentro*, seguro que le ayuda.

Cuando las indicaciones y órdenes se refieren a los cambios de la escaleta que se van produciendo en plena emisión, además de ser claras, contundentes y concisas, el editor debe transmitirlos lo antes y más rápido posible para que el realizador reaccione con prontitud y porque le queda un interlocutor al que informar: el presentador/es.

f) El guía del presentador/es

El editor avezado resuelve estos cambios en cuestión de segundos. De repente, en plena emisión le llega una imagen relevante. Mientras abre una línea nueva en la escaleta y rellena todos los campos: *Noticia / Título, Formato, Video-ID*, etc., va informando al realizador para que no le pille de sorpresa cuando aparezca en la escaleta de emisión del vídeo-servidor. En cuanto el presentador/es tiene un momento de respiro, por ejemplo durante la emisión de una *pieza*, le traslada la información imprescindible acerca de esa imagen. El presentador/es anota la información, mentalmente si prefiere la improvisación o

creando una nueva entradilla. Si no dispone de tiempo para ello, el propio editor se encarga de escribírsele. También, mientras habla con el realizador y el presentador/es, llama a la redacción para encargar el montaje de las *colas* a algún redactor. Seguramente, al abrir la nueva línea en la escaleta, ya deja escrito el rótulo. Si no, o lo pone en este momento, o lo deja en manos del redactor.

El presentador/es solo oye las órdenes del editor y del realizador cuando estos abren el intercomunicador del *pinganillo*. Si oyera todas las voces del control de realización, su tarea sería imposible. El editor debe tener sumo cuidado con el botón o dispositivo de encendido de este intercomunicador para no confundir al presentador/es. No ocurre nada si en el control escuchan las instrucciones destinadas al presentador/es. Pero puede ser contraproducente que el presentador/es oiga todas las indicaciones y órdenes que se reparten en el control de realización.

También hay contacto con el conductor a través de mensajes escritos al ordenador de plató. (Enrique López, TV3)

Con esta alternativa –el uso de la intranet que señala Enrique López–, el editor puede mantener cerrado el intercomunicador y así impedir las posibles distracciones del presentador/es. Lo ideal es que el editor combine eficazmente ambas herramientas, intercomunicador e intranet, para comunicarse con premura y en el momento justo con el presentador/es.

La figura del presentador/es es importantísima también en la gestión del tiempo, para ganarlo o para perderlo. No se pueden recortar o alargar sobre la marcha los *totales* o las *piezas*. Pero sí el relato del presentador/es que acompaña a las *colas* y, también, todas y cada una de las entradillas, sea cual sea el formato del contenido que introduzcan. En todo momento, el editor mantiene informado al presentador/es de la marcha del espacio en relación a los tiempos marcados para que mantenga, acelere o ralentice el ritmo. Lo más normal es que el espacio vaya sumando tiempo de demora. Por lo tanto, la capacidad de síntesis del presentador/es puede evitar la supresión de algunos contenidos. Las entradillas se transforman en un elemento de ajuste del tiempo muy importante. En este aspecto, la complicidad entre el editor y el

presentador/es se antoja imprescindible. El presentador/es debe asumir los recortes al instante y sin poner pegas, aunque la reducción de las entradillas o la eliminación de algunas signifique una pérdida de protagonismo.

El editor y el presentador/es, al menos en el ámbito profesional, deben estar absolutamente compenetrados. El editor tiene que conocer a la perfección el perfil del presentador/es, con sus virtudes y sus defectos, saber hasta dónde llega su capacidad comunicativa, de síntesis, de improvisación, sus reflejos, su temple y dominio ante situaciones de crisis, su sentido del humor, su afán de protagonismo, etc., para actuar en consecuencia.

g) Supervisión de los directos

La ejecución de los directos en la emisión debe desarrollarse según el plan previsto. El presentador/es y el redactor han acordado previamente el diálogo entre ellos. Con el realizador han pactado la forma de materializarlo en pantalla. Si no hay ningún contratiempo, el editor solo tiene que estar muy pendiente de que se haga con arreglo a la planificación.

Mediante el *pinganillo* conectado al intercomunicador, el editor tiene la posibilidad de dar instrucciones al redactor encargado del directo, aunque debe hacerlo en contadas ocasiones, únicamente para transmitirle algún detalle de la información que el redactor esté pasando por alto, para indicarle el contenido de las imágenes con las que en ese momento le están cubriendo en pantalla y que pueda hacer referencia a ellas, o para urgirle a que acabe lo antes posible o, al contrario, que se *explaye* un poco más.

El editor debe seguir atentamente en pantalla la ejecución del directo. No solo para apuntar al redactor la información necesaria, sino para supervisar y guiar la realización. Tiene que indicarle al realizador cuándo lanzar las colas, sincronizadas con el discurso del redactor, comprobar que los rótulos se insertan en el punto predeterminado, reaccionar inmediatamente ante posibles fallos en la señal, etc.

h) Visionado y control de la emisión

En su puesto de control de edición, el editor reserva un lugar privilegiado para un monitor o una televisión donde seguir segundo a segundo, *frame a frame*, la emisión. Es cierto que el editor debe prestar atención a varias pantallas al mismo tiempo: la escaleta, las agencias de información, los espacios deportivos de la competencia, etc. Pero la que no puede perder de vista ni un momento es la que le muestra su propio espacio. Se trata de comprobar que la plasmación audiovisual de todo el trabajo previo se lleva a cabo según lo previsto. Si va sucediendo así, nada que objetar. Ante cualquier fallo o desviación, ahí está él para reaccionar de inmediato.

Como es lógico, el editor se sabe la escaleta de memoria. Es posible que haya visto la mayoría de los contenidos antes de empezar la emisión en el repaso preliminar. Además, la experiencia ha agudizado sus sentidos televisivos. De resultados de todo ello, percibe al instante si el volumen de un audio está bajo o alto, si se cuele un *frame*¹⁴³, si el micrófono del presentador/es está fallando, si el presentador/es no está mirando a la cámara que corresponde, si el *videowall* o el *pantallón* está en negro, si la emisión de algún contenido se detiene o se va a negro por algún problema técnico, si falta algún rótulo o presenta algún error, etc.

i) Supervisión de la rotulación

Durante la emisión, en el control de realización hay un ayudante que se dedica a transmitir al realizador las especificaciones de los partes de realización: duración, *co/eo*, pie, audios, etc. Este ayudante también comunica al rotulador o titulador las especificaciones de la rotulación, fundamentalmente el punto de entrada y el punto de salida. El rotulador o titulador debe revisar personalmente los rótulos antes de insertarlos. En cualquier caso, el editor debe releerlos antes de que el ayudante de realización le dé al rotulador o titulador la orden de

¹⁴³ En ciertas ocasiones, en el montaje de imágenes se apura tanto para poder incluir la totalidad del contenido de un plano que, de modo involuntario, se coge un *frame* del siguiente plano. El defecto en pantalla es tan breve que a los ojos del telespectador pasa casi desapercibido.

subirlos a la emisión y volver a echarles un vistazo cuando ya aparecen en pantalla para poder ordenar si fuera necesario su inmediata retirada y, si hay tiempo, corrección.

j) Contacto permanente con el responsable de continuidad

Todas las eventualidades que acaecen antes de la emisión trastocan la escaleta y, por consiguiente, su duración. Durante la emisión puede suceder lo mismo. La diferencia es que una vez comenzada el margen de reacción y maniobra es muy limitado. Si se presenta el caso, el editor debe ser capaz de resolverlo por sí mismo. Sumar de aquí, quitar de allí... Hacer los ajustes necesarios para respetar la duración y la hora de salida fijadas por el responsable de continuidad.

De vez en cuando se producen, también en plena emisión, situaciones imprevisibles que provocan una profunda alteración en la duración del espacio deportivo. El editor, ahora sí, puede y debe informar al responsable de continuidad para entre ambos buscar la mejor solución. Al final, la última palabra la tiene el responsable de continuidad. El editor debe respetarla.

En el día a día, si el editor consigue que su relación con el responsable de continuidad sea cordial, siempre podrá arañar algunos segundos, más allá de los veinte de cortesía, con una simple llamada telefónica. El editor debe intentarlo. También tener un plan "b" por si la respuesta es negativa.

k) El caso del editor de la sección de deportes del informativo de TVE1

A la siguiente pregunta del cuestionario: ¿Cómo coordina y controla la emisión del espacio?, Lolo Belltall, el editor de la sección deportiva de los informativos de TVE1, responde:

Desde la redacción, al habla por teléfono con los editores del informativo y por mensajes internos con el presentador.

El editor de los espacios deportivos de los informativos de TVE1 no está en el control de edición durante la emisión. Al tratarse de una sección más del

informativo –quizás la más importante, pero una sección más–, tras la cual todavía restan contenidos por emitir, el editor del informativo considera que pertenece a su competencia. Por tanto, ocupa el control de edición durante todo el informativo. Por supuesto, también durante la emisión de la sección de deportes. Al editor de deportes no le queda más remedio que seguirla en un monitor de televisión en la redacción, apoyando desde allí a su colega de informativos y manteniendo contacto permanente con el presentador a través de la intranet.

11. Valoración y planificación

11.1 Valoración

11.1.1 Análisis cualitativo

El esfuerzo de concentración que exige la emisión en directo de un espacio deportivo genera en sus tres artífices principales: editor, realizador y presentador/es, una acumulación de estrés necesaria e inevitable. Recién concluida la emisión, los nervios todavía están a flor de piel, por lo que no es recomendable entrar a valorar el resultado, haya sido bueno o malo.

Pasado un tiempo prudencial, por lo menos una hora después de concluir, con los ánimos totalmente calmados y la cabeza fría, sí es preciso y una decisión que denota profesionalidad convocar una breve reunión para analizar lo peor y lo mejor de la emisión: lo primero, para intentar arreglarlo a partir del siguiente espacio, corrigiendo al profesional que ha incurrido en el fallo; lo segundo, para tomar nota y reincidir en ello.

11.1.2 Análisis cuantitativo

Es el estudio de los resultados de audiencia del espacio deportivo. No están disponibles hasta el día siguiente a la emisión. El editor los analiza y expone escuetamente en la reunión de escaleta. Se valoran minuto a minuto y se comparan con los del resto de espacios de la competencia.

Todos los editores asumen tácitamente que los datos de audiencia son el principal indicador de las preferencias de los telespectadores. El editor debe escudriñar día a día, minuto a minuto, segundo a segundo, estas tablas numéricas y comprobar que les está ofreciendo lo que ellos demandan.

11.2 Planificación

Después de valorar la emisión toca planificar la elaboración del espacio de mañana. Además, el editor debe tener siempre presentes las competiciones deportivas más importantes que se celebran a corto y medio plazo para,

también en estas reuniones, ir preparando su cobertura. No obstante, lo más cercano es el espacio del día siguiente. De esta reunión de planificación tiene que salir lo más avanzado posible, siempre teniendo en cuenta que se trata de un espacio que vive de la actualidad y que en veinticuatro horas pueden *acontecer* y *suced*er muchas cosas. Sin embargo, algunos contenidos menos ligados con la última hora pueden quedar casi cerrados. Si el redactor designado para su elaboración está liberado de cualquier otra tarea, puede ponerse a ello. Es un tiempo extra que agradece para cocinar la *pieza* a fuego lento y que repercute en la calidad final del espacio. En esta reunión también se planifican, junto al departamento de producción, las coberturas del día siguiente, administrando los recursos de la manera más eficiente posible.

12. Conclusiones

12.1 Conclusiones generales sobre la edición

Las conclusiones que se presentan a continuación verifican y dan respuesta, con los matices oportunos extraídos del análisis de contenido, a las hipótesis inicialmente planteadas a raíz del trabajo de campo previo.

1) Los espacios deportivos de los informativos constituyen el formato de referencia de la programación deportiva de las cadenas de televisión. En muchos aspectos, se erigen en la parte más importante del informativo. El espacio deportivo de los informativos de la franja del mediodía supone la referencia insoslayable para el resto de espacios deportivos del canal. Disfrutan de un presentador –o pareja de presentadores– propio, distinto al conductor del informativo. Su duración es superior a la del resto de secciones. En algunos casos iguala o supera el tiempo total del informativo. Lleva cabecera o ráfaga de sección. Se permite licencias formales inasequibles para los contenidos encuadrados en otras secciones. Queda comprobado que mantiene o incrementa los índices de audiencia que hereda del informativo previo.

2) El editor del espacio deportivo de un informativo decide qué noticias entran, en qué orden y con qué tratamiento audiovisual. Su principal herramienta de trabajo es la escaleta. Pero no son decisiones que tome de manera unilateral. Los telespectadores también participan de manera determinante en esta selección de los contenidos que conforman el espacio deportivo. Porque sin público, no hay televisión. La audiencia tiene gustos y preferencias que el editor no puede desoír. Todo lo contrario. Los índices de audiencia son el condicionante de mayor peso a la hora de elegir los contenidos. El editor establece la *agenda*, pero teniendo muy en cuenta las predilecciones del telespectador. Este proceso de selección editorial, por ende, obedece al postulado de la teoría de la *agenda building*, que sí otorga al público un papel protagonista, al contrario que la *agenda setting*, que lo relega a mero receptor pasivo.

3) Traducida a la práctica profesional, en la *agenda building* que construye a diario el editor, manda el fútbol y gobiernan el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Habitualmente entre ambos acaparan más de la mitad del tiempo disponible en el espacio deportivo del informativo. Así lo prescribe la demanda de la audiencia. Al fin y al cabo, son los equipos con mayor número de aficionados en España. Cuando hay un “clásico” de por medio, el porcentaje se dispara. Los espacios se convierten, prácticamente, en un monográfico de este encuentro. Inmediatamente después, aunque con porcentajes mucho más reducidos, en la *agenda* o escaleta del espacio deportivo del informativo suele figurar el Atlético de Madrid, por delante del resto de conjuntos de Primera División que en ese momento ocupen posiciones destacadas en la clasificación de los distintos campeonatos: Valencia, Sevilla, Athletic de Bilbao, etc. Todos ganan enteros y escalan puestos cuando se cruzan en alguna competición con los dos grandes dominadores: Real Madrid y Fútbol Club Barcelona.

4) Más allá del fútbol y de los dos equipos “grandes”, el editor tiene muy en cuenta la información en torno a los grandes nombres de otros deportes: Rafael Nadal, Fernando Alonso, Pau Gasol, Alberto Contador, etc. Sus victorias reclaman y obtienen un lugar privilegiado dentro de la escaleta, en ciertas ocasiones el más alto de la estructura piramidal. Al igual que las grandes estrellas del deporte mundial, no solo son noticia cuando ganan. Su trayectoria profesional y personal también interesa a la audiencia. Por consiguiente, también concierne al editor.

5) La tenencia de los derechos audiovisuales de emisión de los grandes *acontecimientos deportivos* –Liga de Campeones, Primera y Segunda División, *Europa League*, Fórmula Uno, Mundial de Motociclismo, etc.– influyen en la selección de la escaleta. El editor utiliza el espacio deportivo del informativo para promocionarlos, incluyendo contenidos variados e información de última hora sobre los mismos. El editor los introduce siempre. Pero la relevancia de la competición determina su ubicación y tratamiento. Aquí se imponen la Liga de Campeones y la Liga.

6) El valor intrínseco de una imagen impactante, aunque provenga de un deporte minoritario, incluso desconocido, puede catapultarla hasta las posiciones más consideradas de la selección del editor.

7) La edición, además, marca el posicionamiento ideológico del espacio. El editor ostenta un cargo intermedio. En este punto, su misión consiste en transmitir de manera clara y precisa a los redactores y demás implicados en la elaboración del espacio las consignas editoriales que previamente ha recibido de sus superiores. El deporte, y más concretamente el fútbol, no es una actividad aséptica o una cuestión apolítica. Soporta connotaciones de índole social, cultural y también política, que la convierten en fuente inagotable de debates, no solo por lo que ocurre en el campo de juego, sino por todo aquello que genera en el terreno extradeportivo. De partida, cada canal cuenta con una línea editorial meridianamente definida respecto a los asuntos generales: son del Real Madrid o del Fútbol Club Barcelona –canales autonómicos: *Telemadrid* y *TV3*–; o se aferran a la neutralidad más objetiva y, llegado el momento de juzgar, apuestan por la imparcialidad –*TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*–. En cuanto a los *acontecimientos* o *sucesos* puntuales, toman o no partido siempre en consonancia con la ideología previamente establecida. El editor conoce, maneja y controla, tanto las líneas maestras del pensamiento de la cadena en lo que a deporte y fútbol se refiere, como las posiciones u opiniones puntuales que su espacio adopta en relación a hechos concretos de la actualidad.

8) El editor también establece el tono o estilo comunicativo, siempre en función de la idiosincrasia de su espacio deportivo, del perfil de su audiencia y de las cualidades profesionales de los recursos humanos de que dispone,

9) No solo el contenido, la línea editorial y el tono comunicativo. También la forma de los espacios deportivos de los informativos de las distintas cadenas depende de la edición. Puede que las noticias sean las mismas. Pero el tratamiento audiovisual viene diferenciado por el toque personal de sus respectivos editores. El espectador puede ponerse al corriente de la información deportiva en los espacios de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* o

La Sexta. Sin embargo, percibe diferencias en la manera de contarlas y en la forma de mostrarlas que hacen que se decante por alguna de estas cadenas. Estos matices diferenciadores son obra de la edición.

10) Aparte de ser el máximo responsable de la selección de los contenidos, el editor actúa como coordinador y director de todo el equipo profesional que interviene de una u otra manera en la elaboración del espacio deportivo del informativo.

11) El panorama televisivo actual, condicionado y en parte amenazado por la penetración e influencia imparable de internet y las redes sociales, fuentes consolidadas que difunden tanto información de última hora como contenidos audiovisuales, colocan al editor de los espacios deportivos de los informativos ante un complicado reto periodístico. Ahora más que nunca, se pone a prueba su capacidad de selección y transformación de los contenidos que ofrece a la audiencia de su espacio deportivo. Es un hecho que internet y las redes sociales han ganado ya la batalla por la inmediatez, por la primicia. Tanto es así que en muchas ocasiones los mismos protagonistas de la noticia prescinden de la intermediación de los medios de comunicación para trasladar la información. Solo necesitan una cuenta de *Twitter* o *Facebook*, donde, además de texto, pueden incluir fotografías o vídeos. Además, los aficionados también ejercen de periodistas a su manera. Graban vídeos de todo tipo que luego suben, por ejemplo a *Youtube*, llegando a lugares inalcanzables para el editor: la agresión a un árbitro en un partido de fútbol de categorías inferiores o una canasta de espaldas en el último segundo y desde campo propio en un encuentro de baloncesto escolar. El editor debe ser consciente de la existencia de este material y rastrearlo para que no se le escape el que de verdad puede resultar de interés para su audiencia. A la hora de incluirlo en su espacio debe dotarlo de un soporte o formato que concierte con el resto de contenidos y que le conceda un valor añadido con respecto a su mera exhibición en la red social o página de internet de turno. El editor debe saber aprovecharse de estas nuevas fuentes, hacerlas suyas y sacar el máximo partido a la información y al material audiovisual que suministran. Es posible que ya no sea el primero en dar una exclusiva o en ofrecer una imagen en primicia, privilegio en muchos

casos de las redes sociales. Precisamente por ello, es fundamental la manera de volver a presentar estas noticias y este material en su espacio deportivo.

La transformación de internet en una fuente infinita de todo tipo de contenidos audiovisuales, con las redes sociales como el escaparate perfecto para su transmisión directa e instantánea, ha provocado un proceso evolutivo en la información deportiva en televisión sin vuelta atrás y donde el editor juega un papel fundamental. El modelo tradicional de contar esta información en los espacios deportivos de los informativos está en fase de desuso. La adaptación a los nuevos tiempos, al nuevo contexto, depende de la habilidad periodística del editor.

12.2 Conclusiones sobre la edición de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*

1) Los espacios deportivos de los informativos de *TVE1*, *Antena 3*, *Cuatro*, *Telecinco* y *La Sexta*, que se emiten de lunes a viernes en la franja del mediodía, presentan tres tipos de formato televisivo. El de *TVE1* es una sección más dentro del informativo; los de *Antena 3* y *Telecinco*, bloques emitidos por fuera; y los de *Cuatro* y *La Sexta*, programas propiamente dichos.

2) Del tipo de formato se desprenden sus características básicas, empezando por la duración. *Deportes Cuatro* y *Jugones*, los espacios deportivos de los informativos de *Cuatro* y *La Sexta*, llegan a los cincuenta y los treinta minutos, respectivamente. Los de *TVE1* y *Antena 3* se quedan en diez y los de *Telecinco*, en escasos cinco.

3) *Deportes Cuatro* y *Jugones* lo aprovechan para introducir una pareja de presentadores. También recurren frecuentemente a colaboradores fijos y a comentaristas. La presencia en cámara de los redactores es habitual, en directo o en falso directo. Los contenidos, sean cuales sean sus formatos asignados, duran más.

4) Llenar casi una hora de contenido no es tarea fácil. Solo con la información que genera la actualidad deportiva a diario no es suficiente. Basta en las secciones de *TVE1* y en los bloques de *Antena 3* y *Telecinco*, que no sobrepasan en ningún caso los diez minutos. Pero los editores de *Deportes Cuatro* y *Jugones* se las ingenian para generar otros contenidos con los que rellenar sus respectivos programas: los mencionados colaboradores y comentaristas, las *piezas-espectáculo* para abordar todo tipo de cuestiones de actualidad o intemporales, etc.

5) La fórmula funciona a la perfección en *Cuatro –Jugones*, de momento, pierde claramente la batalla–, hasta tal punto que sus espacios son la

indiscutible referencia para la audiencia, los anunciantes y la competencia, que intenta copiar en mayor o menor medida el modelo establecido.

Los bloques de *Antena 3* y *Telecinco* mantienen el tipo. Pero sus índices de audiencia se benefician del llamado “efecto arrastre”. Al emitirse sin solución de continuidad, pegados a los informativos que les preceden, los buenos números cosechados por estos –*Informativos Telecinco*, *Antena 3 Noticias* y el *Telediario* ocupan los tres primeros puestos en el ranking de audiencias en 2013– extienden su efecto hasta que finaliza el espacio de deportes, ya que el telespectador los considera como parte integrante de los informativos, como si fueran una sección más. Es el caso del espacio de *TVE1* que se emite dentro del *Telediario*.

Deportes Cuatro es capaz de generar por sí mismo una cuota de audiencia considerable y mantenerla durante casi una hora. Aquí, el “efecto arrastre” es irrelevante. El informativo previo se queda muy por debajo en términos de audiencia de los de *Telecinco*, *Antena 3* y *TVE1*. Además, entre el informativo y el espacio deportivo se intercala el espacio meteorológico y un bloque publicitario de casi diez minutos, demasiado tiempo como para que el espectador aguante sin cambiar de canal.

6) Queda claro que la audiencia busca *Deportes Cuatro*. No la recoge o absorbe del informativo previo. Uno de los principales reclamos son sus presentadores: Manolo Lama y Manu Carreño. El carisma de ambos engancha a todos los públicos. El programa, de hecho, desde sus inicios se conoce como *Los Manolos*. Es un estilo que consigue mantener intacta la credibilidad que se les presupone, pero desmarcándose del tradicional registro serio y circunspecto para adentrarse de lleno en un tono mucho más moderno, ameno, por momentos jocoso. En definitiva, más divertido. La consolidación de este modelo supone la renovación definitiva de la manera de contar la información deportiva en la televisión. Al fin y al cabo, el deporte y las imágenes que genera se prestan a ello, pues no se trata de una actividad que deba ir envuelta en ese aire de gravedad que sí se entiende para la información política, los sucesos, etc. En *Cuatro* se han percatado de ello antes que nadie y han acertado con la fórmula. El resultado es un programa, *Deportes Cuatro*, que sin abandonar su condición de espacio deportivo vinculado al informativo que le precede, no solo

informa, sino que además entretiene, divierte y hasta hace reír. El mérito se reparte a partes iguales entre los presentadores y el potente contenido audiovisual que elabora un completo equipo de redactores y ayudantes de realización, apoyado logísticamente por un competente departamento de producción. Una redacción de cerca de cien personas... comandadas por el editor.

7) Hasta la aparición de *Deportes Cuatro*, los espacios deportivos solo informaban. La sección de TVE1 y los bloques de Telecinco se mantienen fieles a esta línea. En los espacios deportivos de TVE1 apuestan claramente por el valor de lo tradicional. Además, se deben a la condición de servicio público de la cadena. Su tarea primordial, y casi única, es informar. No obstante, se perciben algunos síntomas que indican un cambio de tendencia. En los de Telecinco, con apenas cinco minutos de duración, es cierto que no hay tiempo para muchos alardes más allá de la información pura y dura.

8) Los bloques de Antena 3 intentan sacudirse esta pátina del pasado reciente. Cada vez son más frecuentes sus incursiones en la senda marcada por los espacios de Cuatro: el tono de su presentadora es más cercano e informal; recurren con más asiduidad a las *piezas-espectáculo*, etc. Finalmente, Jugones hace un doble esfuerzo, de momento baldío en términos de audiencia. Por un lado, aspira a informar y entretener con las mismas armas que *Deportes Cuatro*, pero de forma menos agresiva. Por otro, pretende lograr un producto diferenciado, con personalidad propia. Al final, se queda a medio camino entre la austeridad de los tres primeros y la exuberancia de *Deportes Cuatro*.

9) La titularidad pública de TVE1 condiciona la edición de los espacios deportivos de sus informativos. El editor está en la obligación de dar cabida a contenidos e información relativa a deportes minoritarios en pos de cumplir con el mandato de servicio público que se le exige a la cadena.

10) No existen diferencias sustanciales en los principios periodísticos por los que se rige la edición de los espacios deportivos de las cinco cadenas de difusión nacional y la edición en ESPN. Obviamente, sí presentan

desigualdades temáticas. El editor manda más si cabe. Los presentadores no influyen en la toma de decisiones.

11) Asimismo, los editores de los espacios deportivos de los informativos de las cadenas autonómicas, como en el caso de *Telemadrid* y *TV3*, se guían por los mismos principios. No obstante, en el tratamiento ideológico de los contenidos sí actúan de manera distinta. Con mayor o menor sutileza, se posicionan claramente del lado de los equipos y deportistas oriundos de sus comunidades. En *Telemadrid* procuran que el Real Madrid siempre salga bien parado. En *TV3* hacen lo propio con el Fútbol Club Barcelona. Por el contrario, los editores de la sección deportiva de *TVE1*, del bloque de *Antena 3*, del programa *Deportes Cuatro*, del bloque de *Telecinco* y del programa *Jugones*, intentan hacer un relato de la actualidad deportiva lo más objetivo posible. Cuando entran a valorar la información, lo intentan hacer desde la imparcialidad. Gozan de total libertad para criticar o alabar según corresponda, porque no reciben ningún tipo de presión, ni externa ni interna.

Anexos

**Anexo I.
Composición temática
de los espacios deportivos de los informativos**

TVE1 (25-29 noviembre 2013)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	1'49"	1'27"	1'20"	4'05"	2'10"
BARCELONA	1'57"	3'54"	3'42"	0'30"	1'24"
AT. MADRID	1'12"	1'10"	1'19"	0'20"	0'40"
RESTO ¹⁴⁴	3'56"	2'22"	3'02"	2'30"	2'40"
POLI ¹⁴⁵	1'28"	2'09"	1'25"	0'30"	2'58"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	14'3%	11%	11'4%	47'6%	20'1%
BARCELONA	15'09%	30'7%	32'5%	3'5%	11'9%
AT. MADRID	10'7%	9'5%	11'3%	2'3%	3'8%
RESTO	34'2%	19'3%	28'7%	28%	23%
POLI	12'3%	18'1%	11'9%	3'5%	24'8%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	19'7%
BARCELONA	19'6%
AT. MADRID	7'8%
RESTO	26'3%
POLI	14'6%

¹⁴⁴ Resto de contenidos futbolísticos.

¹⁴⁵ Polideportivo.

ANTENA 3 (25-29 noviembre 2013)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	2'05"	3'33"	1'15"	5'20"	3'05"
BARCELONA	2'03"	1'59"	4'10"	2'07"	1'30"
AT. MADRID	1'17"	1'42"	1'36"		0'46"
RESTO	3'44"	1'00"	1'14"		1'17"
POLI	1'46"	0'44"		2'00"	1'12"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	18'4%	36'1%	11'1%	46'4%	32'7%
BARCELONA	18'2%	17'2%	39'8%	18'4%	13'9%
AT. MADRID	10'5%	15'4%	13'2%		4'9%
RESTO	30'9%	10'8%	11%		12'5%
POLI	13'1%	4'7%		17'8%	12%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	28,4%
BARCELONA	21'3%
AT. MADRID	8'4%
RESTO	12'9%
POLI	9'6%

CUATRO (25-29 noviembre)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	17'55"	16'50"	18'10"	17'30"	16'30"
BARCELONA	11'25"	13'40"	12'50"	11'20"	12'10"
AT. MADRID	4'55"	3'35"	2'50"	2'46"	3'15"
RESTO	16'35"	13'28"	15'45"	16'50"	15'30"
POLI	1'01"	1'02"	1'20"	0'58"	2'15"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	32'4%	32'1%	34'8%	33'7%	33'2%
BARCELONA	20'8%	26%	24%	21'8%	24'6%
AT. MADRID	8'4%	6'5%	4'8%	4'8%	6'4%
RESTO	30'2%	25'8%	29'7%	32'1%	31'1%
POLI	1'8%	1'9%	2'3%	1'1%	4'3%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	33'26%
BARCELONA	23'4%
AT. MADRID	6'2%
RESTO	29'8%
POLI	2'3%

TELECINCO (25-29 noviembre)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	1'16"	1'16"	1'17"	3'00"	2'37"
BARCELONA	0'48"	1'42"	1'26"	0'18"	1'03"
AT. MADRID	1'19"	0'42"	0'30"	0'12"	0'26"
RESTO	0'47"	0'45"	1'18"	1'26"	1'03"
POLI		0'32"			

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	50'7%	26'2%	33'4%	65'9%	47'3%
BARCELONA	10'5%	32'1%	36%	3'9%	20'5%
AT. MADRID	26%	9'5%	8'5%	2'6%	5'1%
RESTO	10'2%	10'1%	33'7%	27'6%	20'5%
POLI		7'2%			

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	40'1%
BARCELONA	19'8%
AT. MADRID	10'3%
RESTO	19'9%
POLI	1'4%

LA SEXTA (25-29 noviembre)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	12'02"	12'05"	8'36"	20'30"	13'10"
BARCELONA	6'42"	8'12"	10'14"	6'08"	6'35"
AT. MADRID	2'46"	3'04"	1'56"	1'15"	1'05"
RESTO	10'20"	5'02"	4'24"	1'35"	1'53"
POLI	0'23"	2'00"			0'35"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	37'4%	37'4%	26'6%	62'7%	40'6%
BARCELONA	19'9%	25'2%	32'2%	18'7%	19'6%
AT. MADRID	7'6%	9'4%	4'9%	3'5%	3'2%
RESTO	31'7%	15'6%	13'4%	4'17%	4'74%
POLI	0'7%	6'2%			1'08%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	41'1%
BARCELONA	23'1%
AT. MADRID	5'7%
RESTO	13'9%
POLI	1'6%

TV3 (25-29 noviembre)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	0'30"		1'21"	1'52"	1'30"
BARCELONA	6'22"	6'16"	5'16"	2'00"	2'00"
AT. MADRID					
RESTO	4'13"		2'04"	2'47"	3'21"
POLI	1'47"		2'11"	2'40"	4'12"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	1'9%		12'7%	14'9%	14%
BARCELONA	40'9%	100%	54'4%	19'7%	21'5%
AT. MADRID					
RESTO	27'1%		21'5%	24'3	34'6%
POLI	9'6%		22'2%	23'6%	44'4%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	9'41%
BARCELONA	42'8%
AT. MADRID	
RESTO	23'6%
POLI	20'1%

TELEMADRID (25-29 noviembre)

REPARTO DE TIEMPO:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	3'00"	5'24"	3'57"	11'48"	7'21"
BARCELONA		0'44"	2'40"		0'53"
AT. MADRID	4'20"	5'42"	10'20"	1'10"	3'15"
RESTO	7'40"	4'35"		2'22"	2'25"
POLI	4'05"	4'15"		1'05"	2'40"

REPARTO PORCENTUAL:

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
R. MADRID	15'7%	25'9%	23'6%	70'1%	47'5%
BARCELONA		2'1%	15'9%		3'4%
AT. MADRID	22%	26'8%	67'6%	6'7%	20'7%
RESTO	38'8%	21'5%		13'5	18'5%
POLI	21'2%	20'5%		6'4%	15'8%

TOTAL SEMANA:

R. MADRID	35'5%
BARCELONA	3'9%
AT. MADRID	28%
RESTO	19%
POLI	13'5%

**Anexo II.
Audiencia temática
de los espacios deportivos de los informativos**

TVE1: Lunes 25-11-2013

De 15:39 a 15:50

Valores medios: 1.941.000 telespectadores; 14'3% de share o cuota de pantalla.

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ <i>Total ambiente CR7</i> ➔ Entradilla inicio ➔ <i>VTR Lesión CR7</i> ➔ Entradilla ➔ <i>Ráfaga Champions</i> 	1841	13,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>VTR Barcelona previa</i> ➔ <i>Neymar camiseta Brasil</i> ➔ Entradilla 	1842	13,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>VTR Atlético</i> ➔ <i>Colas Shakhtar – Real Sociedad</i> ➔ <i>Ráfaga Champions</i> ➔ Entradilla 	1819	13,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>VTR Sevilla – Betis</i> ➔ <i>VTR Día después Sevilla</i> 	1897	13,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Final VTR día después</i> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas presentación Rufete</i> 	1892	13,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total Amadeo Salvo</i> ➔ Entradilla ➔ <i>VTR Españoles en el mundo</i> 	1881	13,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas Fórmula Uno</i> ➔ Entradilla 	1906	13,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas mejores canastas ACB</i> ➔ <i>VTR Spot ACB</i> 	1991	14,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Despedida 	2070	15,2

TVE1: Martes 26-11-2013

De 15:40 a 15:52

Valores medios: 2.206.000 telespectadores; 14'9% de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Directo Holanda ➔ Ráfaga <i>Champions</i> ➔ Falso directo Holanda 	2027	14,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR el Barcelona en Holanda 	2009	14,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Directo Holanda ➔ VTR Históricos Ajax y Barcelona 	2049	14,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Históricos Ajax y Barcelona ➔ VTR Barcelona RTVE 	2070	15,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Barcelona RTVE ➔ Directo Holanda ➔ Entradilla 	2062	14,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Atlético ➔ Entradilla 	2064	15,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Actualidad Real Madrid 	2106	15,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Actualidad Real Sociedad ➔ Ráfaga <i>Champions</i> ➔ Entradilla 	2206	16,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Málaga – Athletic ➔ Entradilla 	2331	16,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Premios <i>Marca Leyenda</i> 	2324	16,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Discapacitados 	2377	17,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Despedida 	2320	17,0

TVE1: Miércoles 27-11-2013

De 15:41 a 15:52

Valores medios: 2.2012.000 telespectadores; 15'1% de share

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
→ Cabecera → Colas derrota Barcelona → Entradilla	1977	14,7
→ Colas Caras Barcelona → Total Pospartido Ajax – Barcelona	2006	14,9
→ VTR Crónica Ajax – Barcelona	2028	15
→ Final VTR Crónica Ajax – Barcelona → Entradilla → Colas Aficionado cae	2029	15,1
→ Colas Líderes audiencia → VTR Otro partido del grupo	2076	15,4
→ Final VTR Otro partido del grupo → Entradilla → VTR Zenit – Atlético	2110	15,7
→ Final VTR Zenit – At. Madrid → Entradilla → VTR Caretas CR7	2168	16,1
→ Final VTR Caretas de CR7 → VTR Real Sociedad, al límite	2183	16,2
→ Final VTR Real Sociedad, al límite → Entradilla	2224	16,5
→ VTR Resto goles	2205	16,4
→ Final VTR Resto goles → Entradilla → VTR Chess-Boxing	2151	16,1
→ Final VTR Chess-Boxing → Despedida	2126	15,9

TVE1: Jueves 28-11-2013

De 15:43 a 15:52

Valores medios: 1.857.000 telespectadores; 13,9% de share o cuota de pantalla.

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Colas Real Madrid-Real Sociedad cara y cruz → Entradilla presentación 	1815	13,5
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Arbeloa partidazo 	1815	13,5
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Expulsión Ramos → Total Ancelotti → Ráfaga → VTR Caretas CR7 	1840	13,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Caretas CR7 → Colas Entrenamiento Real Madrid → Colas Coches oficiales 	1875	14
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Otro partido grupo → Entradilla → VTR Real Sociedad KO 	1912	14,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Real Sociedad KO → VTR Resto jornada 	1954	14,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Resto jornada 	1951	14,5
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Varios <i>Europa League</i>, Atlético, selección femenina... 	2034	15,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Varios → Colas Triples Navarro 	2025	15,1
<ul style="list-style-type: none"> → Despedida 	2083	15,5

TVE1: Viernes 29-11-2013

De 15:42 a 15:53

Valores medios: 2.036.000 telespectadores; 15,5 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Colas Mireia récord → Entradilla 	1957	14,7
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Entrenamiento Real Madrid 	1971	14,8
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Entrenamiento Valladolid → Total José Ignacio Martínez → Entradilla 	1985	14,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Actualidad Barcelona 	2007	15,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Actualidad Athletic → Total Ernesto Valverde → VTR Actualidad Atlético 	2060	15,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Actualidad Atlético 	2106	15,8
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Resaca <i>Europa League</i> → Entradilla 	2091	15,7
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Derrumbe Sao Paulo → Entradilla → VTR Diamantes negros 	2179	16,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Diamantes negros 	2185	16,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Mireia récord 1500 → Total Mireia Belmonte 	2201	16,5
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Nadal y Olazábal → Entradilla 	2180	16,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Récord salto al vacío → Despedida 	2172	16,3

Antena 3: Lunes 25-11-2013

De 15:34 a 15:46

Valores medios: 1.560.000 telespectadores; 11,3% de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ Colas + Total + Colas Cristiano ➔ Ráfaga 	1743	12,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Lesión Cristiano ➔ Ráfaga 	1676	12,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Entrenamiento Real Madrid ➔ Fotografías videowall ➔ Entradilla ➔ Colas Adama aeropuerto 	1664	12
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Ráfaga ➔ VTR Barcelona a Ámsterdam 	1641	11,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Resto jornada ➔ Ráfaga 	1608	11,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Atlético ➔ Ráfaga ➔ Colas Real Sociedad 	1565	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Total + Colas Gritos Betis ➔ Ráfaga 	1548	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Derbi sevillano 	1554	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Fotografía Djukic ➔ Entradilla ➔ Colas Entrenamiento Valencia ➔ Total Amadeo Salvo 	1557	11,3

Anexos

→ Entradilla	1496	10,9
→ VTR Balance Fórmula Uno		
→ Despedida	1463	10,6

Antena 3: Martes 26-11-2013

De 15:36 a 15:46

Valores medios: 1.484.000 telespectadores; 10,7 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ VTR Lesión Cristiano 	1585	11,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Lesión Cristiano ➔ Entradilla ➔ Total Marcelo 	1544	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas + Total Llegada Galatasaray ➔ VTR Barcelona a Ámsterdam 	1518	11
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Barcelona a Ámsterdam ➔ Colas Alves y Messi ➔ Total Dos Santos 	1486	10,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Total Veteranos CR7 ➔ Entradilla 	1512	10,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Atlético – Zenit ➔ Fotografía Cebolla Rodríguez ➔ Fotografías Expedición rojiblanca ➔ VTR Previa <i>Champions</i> 	1507	10,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Previa de <i>Champions</i> ➔ Entradilla 	1459	10,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Málaga – Athletic ➔ Total Schuster ➔ Entradilla 	1457	10,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Nadal Premio <i>Marca Leyenda</i> ➔ Total Nadal 	1485	10,5

→ Mención y despedida	1488	10,8
-----------------------	------	------

Antena 3: Miércoles 27-11-2013

De 15:34 a 15:44

Valores medios: 1.492.000 telespectadores; 11,1 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ Colas Derrota culé ➔ Total Azulgranas 	1740	13
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Total Azulgranas ➔ Entradilla ➔ VTR Crónica Ajax – Barcelona 	1559	11,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Crónica Ajax – Barcelona ➔ Colas Caída aficionado 	1534	11,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Martino no entra ➔ Total Aficionada fotografía Messi 	1488	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Fotografía Messi ➔ Colas Golpe coche Messi ➔ Total Aficionada 	1506	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Apoyo Cristiano 	1488	11,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Apoyo Cristiano ➔ Entradilla ➔ Fotografía Turán 	1547	11,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Atlético racha 	1493	11,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Atlético racha ➔ Entradilla ➔ Colas Real sociedad ➔ Total aficionados Real 	1460	10,9

Anexos

→ Colas Valencia previa <i>Europa League</i>	1428	10,6
→ Colas Betis previa <i>Europa League</i>		
→ Total Gordillo		
→ Despedida	1414	10,5

Antena 3: Jueves 28-11-2013

De 15:35 a 15:46

Valores medios: 1.568.000 telespectadores; 11,5 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ Colas ➔ VTR Real Madrid – Galatasaray 	1674	12,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Real Madrid – Galatasaray 	1603	11,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Cristiano observa 	1593	11,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Cristiano observa ➔ Entradilla ➔ VTR Arbeloa partidazo 	1617	11,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Arbeloa partidazo ➔ Entradilla 	1584	11,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Coches oficiales ➔ Entradilla ➔ Colas Messi a Argentina 	1590	11,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Nieve entrenamientos 	1572	11,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Nieve entrenamientos ➔ Entradilla 	1582	11,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Real Sociedad KO 	1521	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Mención 	1488	11,1

Anexos

→ Entradilla	1523	10,6
→ Colas Aventura hielo		

Antena 3: Viernes 29-11-2013

De 15:36 a 15:45

Valores medios: 1.631.000 telespectadores; 12,2 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ <i>Cartón</i> Redes sociales Ramos ➔ <i>Colas</i> Saludo Ramos-Florentino 	1743	13
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Actualidad Real Madrid 	1718	12,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Actualidad Real Madrid ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> Messi se va-Cristiano KO 	1714	12,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total</i> Ancelotti sobre Cristiano ➔ Entradilla ➔ <i>Total</i> Cristiano sobre caretas ➔ Entradilla 	1674	12,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Actualidad Barcelona 	1655	12,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Actualidad Barcelona ➔ Entradilla ➔ VTR Encuentro astrólogos 	1626	12,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Encuentro astrólogos ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> Entrenamiento Atlético ➔ 	1630	12,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total</i> Simeone ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> + <i>Total ambiente</i> + <i>Colas</i> Nadal y Olazábal 	1593	12
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total</i> Nadal ➔ Entradilla ➔ Publicidad ➔ Entradilla 	1620	12,1

Anexos

→ Colas Real Madrid – Brose		
→ Colas Victoria – Unicaja	1512	11,4
→ Mención		
→ Despedida		

Cuatro: Lunes 25-11-2013

De 14:59 a 15:31

Valores medios: 1.122.000 telespectadores; 8,4 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Sumario ➔ Entradilla 	758	6,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Mención 	654	6,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Total Ambiente + Colas Cristiano</i> clínica ➔ <i>Colas Barcelona</i> Ámsterdam ➔ <i>Colas Neymar</i> aeropuerto 	832	6,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas Messi</i> Camp Nou ➔ <i>Colas Atlético</i> San Petersburgo ➔ <i>Total ambiente + Colas</i> Indignación Sevilla 	836	6,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total + Colas</i> Sevilla tras derbi ➔ <i>Colas</i> Rufete Valencia ➔ <i>Colas</i> Lo mejor de Europa ➔ <i>Colas</i> Nadal y Djokovic futbolistas 	857	4,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas + Total ambiente</i> Cristiano revisión ➔ <i>Cartón</i> Parte médico 	921	7,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total</i> Cristiano sobre Lesiones ➔ <i>VTR</i> Lesión CR7 	1042	8,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Lesión CR7 	1076	8,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas + Fotografía</i> Caras Cristiano ➔ Entradilla ➔ <i>Colas + Total ambiente</i> Voces Real Madrid 	1105	8,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>VTR</i> Real Madrid habla en el campo 	1092	8,5

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Real Madrid habla en el campo → Colas Ancelotti antes y después → VTR Ancelotti y Benzema 	1136	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Ancelotti y Benzema 	1156	9,0
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas + Total ambiente Xabi Alonso → Colas Xabi Alonso habla con Ancelotti → 	1148	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Equilibrio Ancelotti-Xabi-Ilarra 	1168	9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Equilibrio Ancelotti-Xabi-Ilarra → Colas Hijos Esteban 	1185	9,1
<ul style="list-style-type: none"> → Total Esteban → Colas Vestuarios Levante – Real Madrid 	1172	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Vestuarios Levante – Real Madrid → Fotografía Florentino-jeque → Entradilla 	1176	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas + Total ambiente Messi Camp Nou → Cartón Messi Telesport 	1170	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Ofertas Messi 	1155	8,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Ofertas Messi → Cartón Rummenige → Colas Bota de oro Messi 	1136	8,5
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Messi observa 	1189	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Messi observa → Colas Barcelona vestuario → Entradilla 	1175	8,8

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Neymar aeropuerto → Colas + Total ambiente Barcelona aeropuerto 	1185	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Colleja Neymar → VTR Neymar-Diop 	1197	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Neymar-Diop → Colas + Total ambiente Barcelona a Ámsterdam 	1190	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas + Total ambiente Barcelona a Ámsterdam → Total Zubizarreta 	1183	8,7
<ul style="list-style-type: none"> → Fotografía Diego Costa → Entradilla → Colas Diego Costa Chilena 	1190	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Chilena Diego Costa 	1224	9,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Chilena Diego Costa → Colas Atlético chilena 	1221	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Atlético abrigo → Entradilla → Falso Directo San Petersburgo 	1212	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Atlético San Petersburgo 	1177	8,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Atlético San Petersburgo → Colas Real Sociedad → Colas Sevilla – Betis → Entradilla 	1198	8,7
<ul style="list-style-type: none"> → Total + Colas Indignación Sevilla → Total + Colas Cánticos Sevilla 	1203	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final Total + Colas Cánticos Sevilla → VTR Derbi 	1204	8,8

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Derbi → Colas Goles-ocasiones derbi 	1167	8,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Goles-ocasiones derbi → VTR Tensión derbi 	1165	8,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Tensión derbi 	1149	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Pepe Mel 	1148	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Pepe Mel → Colas Entrenamiento Sevilla → Total Sevilla día después 	1196	8,7
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Valencia Rufete → Colas Elche – Valencia → VTR Sombras Valencia 	1242	9,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Sombras en Valencia → Colas Rayo – Espanyol 	1229	8,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Málaga – Athletic previa → Ráfaga → Colas Segunda División 	1220	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga Maldini → Fotografía-posproducción Guardiola → Colas Flamengo – Corintias golpe 	1219	8,6
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Flamengo – Corintias partido → Colas Niza – St. Etienne 	1241	9,0
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Ráfaga Premier → Colas Manchester City 	1222	8,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Manchester City → Colas Manchester United 	1162	8,4

<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → Colas Juventus → Colas Djokovic-Nadal 	1133	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas + Total ambiente Error portero-delantero 	1100	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → Mención 	1109	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Mención 	1181	8,6

Cuatro: Martes 26-11-2013

De 14:53 a 15:45

Valores medios: 1.013.000 telespectadores; 7,6 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Sumario 	647	5,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Mención 	687	5,5
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Cristiano baja Galatasaray → Colas Xabi no, Di María y Marcelo sí → Total + Colas Marcelo enfadado 	724	5,8
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Diego López Premio <i>Vieira de plata</i> → Total + Colas Barcelona-Ajax-Rosell → Spot Messi → Colas Atlético frío San Petersburgo → Total ambiente + Colas Derrota Málaga 	738	5,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Rufete → Colas Pepe Mel tocado → Colas + Total + Colas Chile tiros → Colas Nadal premio <i>Marca Leyenda</i> → Colas-Clip Cristiano caras 	786	6,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas-Clip Cristiano caras → Entradilla → Colas Cristiano Valdebebas → Total Ancelotti sobre Cristiano 	823	6,5
<ul style="list-style-type: none"> → Panel Convocados sin Cristiano → Colas Cristiano minutos → Colas + Total + Colas Florentino sobre Cristiano 	899	7,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas + Total + Colas Florentino sobre Cristiano → Colas Cristiano récord goles → VTR Messi-Cristiano vidas paralelas 	1017	8,0

<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Messi-Cristiano vidas paralelas → Entradilla → <i>Total + Colas</i> Marcelo 	1026	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Total + Colas</i> Marcelo → <i>Colas</i> Cristiano caretas 	1041	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR</i> Iniciativa Cristiano Balón de Oro 	1053	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Iniciativa Cristiano Balón de Oro → <i>Total ¿</i> Todos somos Cristiano? 	1048	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Total ¿</i> Todos somos Cristiano? → Entradilla → <i>Colas</i> Diego López-Casillas reparto portería → <i>Twitter</i> Casillas 	1067	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR</i> Casillas cuarentena 	1095	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Casillas cuarentena → <i>Colas</i> Diego López Premio <i>Vieira de Plata</i> → <i>Total</i> Diego López 	1075	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> entrenamiento Real Madrid → <i>Total</i> Ancelotti sobre Varane 	1074	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Total</i> Ancelotti sobre Varane → <i>Colas</i> BBC-BB → <i>VTR</i> Sin Cristiano BBC-BB 	1074	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Sin Cristiano BBC-BB → <i>Colas</i> Nueve españoles titulares → <i>VTR</i> <i>Canterización</i> Real Madrid 	1109	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> <i>Canterización</i> Real Madrid → <i>Colas + Total + Colas</i> Galatasaray en Madrid 	1097	8,3

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Colas</i> + <i>Total</i> + <i>Colas</i> Galatasaray en Madrid → <i>Colas</i> Mourinho corte de pelo → <i>Total</i> Mourinho 	1091	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> Martino rueda de prensa (Ancelotti e Isco revista <i>Champions</i>) → <i>Colas</i>-Clip Barcelona juega → Entradilla 	1090	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> + <i>Total</i> + <i>Colas</i> Rosell comida → <i>Total</i> + <i>Colas</i> Segundo Martino paseo → <i>Colas</i> Martino entrenamiento 	1078	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Colas</i> Martino entrenamiento → <i>VTR</i> Martino espejo Guardiola 	1062	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Martino espejo Guardiola → <i>Cartón</i> Fotos Neymar → <i>Colas</i> Neymar entrenamiento 	1108	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Falso Directo Ámsterdam 	1076	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR</i> Adama orígenes 	1101	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Adama sus orígenes → <i>Colas</i> + <i>Total</i> + <i>Colas</i> Bar Barça 	1106	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> Interior Ámsterdam Arena → Entradilla → <i>Spot</i> Messi 	1091	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> Messi anuncios → <i>Total</i> Neymar sobre Messi → <i>Colas</i> Messi recuperación 	1051	7,7

<ul style="list-style-type: none"> → Total Dos Santos sobre Messi → Colas Alves gorro → Entradilla 	1036	7,6
<ul style="list-style-type: none"> → Falso Directo San Petersburgo → VTR Atlético frío 	1033	7,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Atlético frío → Colas + Total + Colas Llegada Cebolla 	1040	7,6
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Equipo 	999	7,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Equipo → Total Cerezo 	983	7,2
<ul style="list-style-type: none"> → Colas + Total + Colas reacción brasileños → Colas Real Sociedad, al límite → Entradilla 	988	7,2
<ul style="list-style-type: none"> → Total Schuster → Colas Málaga 	976	7,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Málaga → VTR Schuster KO 	968	7,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Schuster KO → Entradilla → Colas Rufete 	972	7,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Rufete → VTR Amadeo-Rufete 	983	7,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Amadeo-Rufete → Colas Betis puerta cerrada 	1064	7,6
<ul style="list-style-type: none"> → Total Enfado → VTR Afición 	1064	7,6

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Afición Betis → Ráfaga Raúl Ruiz → Entradilla 	1102	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Peña Betis – Sevilla → Total Problemas peña 	1119	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Decoración peña → Total Sobre decoración → Colas Elección nombre peña → Total Nombre → Colas Estatutos 	1106	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Total Goles → Colas Derbi armonía → Entradilla → Colas Derbi canario 	1141	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Presentación Caparrós libro → Ráfaga Fútbol internacional → Colas + Total + Colas Chile tiros 	1087	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas + Total + Colas Chile tiros → Ráfaga Polideportivo → Colas Nadal Premio <i>Marca Leyenda</i> 	1041	7,5
<ul style="list-style-type: none"> → Total Nadal → Colas NBA Dallas → Colas NBA Detalles 	1027	7,4
<ul style="list-style-type: none"> → Mención 	1067	7,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final Mención → Colas Antorcha submarina 	1019	7,4
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Antorcha submarina 	989	7,2

Cuatro: Miércoles 27-11-2013

De 14:53 a 15:45

Valores medios: 1.004.000 telespectadores; 7,6 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Sumario 	650	5,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Sumario ➔ Entradilla 	659	5,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Mención 	683	5,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Mención ➔ Entradilla 	737	5,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Barcelona llegada ➔ Total Autocrítica ➔ Colas Derrota culé 	738	5,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Real Madrid hoy ➔ Colas Real Madrid concentración ➔ Colas Galatasaray afición ➔ Colas Atlético empata 	796	6,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Real Sociedad, al límite ➔ Colas Mourinho despierta ➔ Colas Champions show ➔ Colas Djukic solo 	846	6,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Mel ratificado ➔ Colas Sevilla racha ➔ Colas Homenaje 12-1 ➔ Colas Champions suena música 	977	7,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Piqué enfurecido ➔ Total Piqué 	1021	8,1

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Ajax gol → VTR Barcelona mal 	1015	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Barcelona mal 	1008	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Vestuario salida → VTR Autocrítica culé 	933	7,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Autocrítica culé → Entradilla 	1031	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Martino disgustado 	1051	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Martino disgustado → Colas Cruyff-Van Gaal palco 	1068	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Cartón Prensa ataques → Colas Barcelona llegada 	1094	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Total Afición → Entradilla → Colas Caída 	1067	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Partido 	1076	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final Partido → VTR Neymar 	1103	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Neymar 	1121	8,5
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Piqué trabaja → Colas Amarilla Cesc → Colas Celtic – Milan 	1115	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Entrenamiento Barcelona → Colas Tata no entra → Colas Jugadores llegada 	1145	8,6

<ul style="list-style-type: none"> → Colas-clip Real Madrid hoy → Colas Real Madrid concentración 	1098	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Extensión tifo 	1101	8,2
<ul style="list-style-type: none"> → Total Cristiano apoyo boxeador → Entradilla → Falso directo Bernabéu 	1056	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Cristiano homenaje 	1054	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano 	1068	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Cristiano 	1082	6,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano → Colas Cristiano Valdebebas → Cartón The Weekly 	1116	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas + Total ambiente Concentración Real Madrid 	1090	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas-clip Di María vuelve → VTR Marcelo-Di María 	1072	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Marcelo-Di María 	1095	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Cartón Twitter Íker Casillas → Colas Debut Casillas Champions → Total Casillas debut 	1122	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Varane lesión → VTR Mala suerte Varane 	1087	8,1

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Mala suerte Varane ➔ Colas Comida directivas 	1055	7,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cartón Portada Mancini ➔ Colas Aficionados Galatasaray ➔ Colas Galatasaray Bernabéu tensión 	1027	7,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Galatasaray ➔ Entradilla ➔ Colas Simeone alienta gol 	1037	7,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Raúl García 	1043	7,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Courtois error ➔ Colas Partido 	1053	7,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Los otros 	1047	7,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Los otros ➔ Colas Atlético llega ➔ Colas Oporto – Austria 	1026	7,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Real Sociedad al límite ➔ VTR Ganar o ganar 	1033	7,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Ganar o ganar ➔ Colas Dortmund – Nápoles 	1035	7,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Dortmund – Nápoles ➔ Colas Arsenal – Marsella 	1054	7,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Mourinho derrota ➔ Colas Basilea – Chelsea ➔ Colas Steaua – Schalke 	1002	7,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Steaua – Schalke ➔ Colas Bayern entrenamiento hotel ➔ Ráfaga ➔ Entradilla 	989	7,4

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Djukic solo → Colas Valencia viaja → VTR Metodología Valencia 	983	7,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Metodología Valencia → Colas Sevilla a Francia 	971	7,2
<ul style="list-style-type: none"> → Total Gordillo → Colas Sevilla – Estoril → Total Emery 	980	7,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas homenaje 12-1 → VTR 30 años 12-1 	963	7,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR 30 años 12-1 → Colas Junta directiva Villar → Total Villar → Ráfaga Polideportivo → Total Kobe sobre Pau 	970	7,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final Total Kobe sobre Pau → Entradilla → Colas disimulo canasta → Mención 	901	6,7

Cuatro: Jueves 28-11-2013

De 14:53 a 15:44

Valores medios: 1.282.000 telespectadores; 9,8 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
→ Cabecera → Publicidad	767	6,3
→ Publicidad → Sumario	791	6,5
→ Sumario → Entradilla	809	6,7
→ Mención	834	6,9
→ Final Mención → Entradilla → Colas Cristiano palco → Colas Bronca Ancelotti-Ramos	863	7,1
→ Colas Bale golazo → Colas Arbeloa partidazo → Colas Coches oficiales	969	8,0
→ Colas Adiós <i>Champions</i> → Total Rosell → Colas Rosell → Colas Barcelona actualidad	1014	8,3
→ Colas Atlético nieve → Colas Guardiola diez → Colas Jornada <i>Champions</i> → Colas <i>Europa League</i> Sevilla → Colas Betis en Lyon	1240	10,0
→ Colas Djukic examen → Entradilla → Colas + Total ambiente + Colas Cristiano	1287	8,1

<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Colas</i> + <i>Total ambiente</i> + <i>Colas Cristiano</i> → Entradilla 	1036	10,5
<ul style="list-style-type: none"> → Directo Hipódromo 	1302	10,4
<ul style="list-style-type: none"> → Directo Hipódromo → <i>Colas Carrera</i> 	1359	10,8
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas Madridistas colocación</i> → <i>Colas Pruebas coches</i> → Entradilla → <i>Colas Cristiano</i> 	1336	10,5
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR Cristiano día grande</i> 	1364	10,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Cristiano día grande</i> → <i>Colas Reparto caretas</i> 	1395	10,9
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR 45.000 cristianos</i> 	1385	10,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR 45.000 cristianos</i> → <i>Cartón Twitter Cristiano</i> → <i>Total Balón de Oro</i> 	1419	10,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Total Balón de Oro</i> → Entradilla → <i>Total ambiente + Colas Túnel</i> 	1436	11,0
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas Bale golazo</i> → <i>VTR Torpedo Galés</i> 	1464	1,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Torpedo Galés</i> 	1446	11,0
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas Real Madrid – Galatasaray</i> 	1460	11,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>Colas Real Madrid – Galatasaray</i> → <i>VTR Jesé detalles</i> 	1439	10,9

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Jesé detalles ➔ Entradilla 	1413	10,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Expulsión Ramos ➔ VTR Ancelotti-Ramos 	1421	10,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Ancelotti-Ramos 	1452	10,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas + Total ambiente + Colas Arbeloa partidazo ➔ VTR Arbeloa tres ovaciones 	1468	10,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Arbeloa tres ovaciones ➔ Colas Di María Bernabéu ➔ Colas Xabi Alonso corte 	1483	11,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Xabi Alonso corte ➔ Total Arbeloa apoyo Xabi ➔ Colas Real Madrid entrenamiento 	1498	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Real Madrid entrenamiento ➔ Cartón Cristiano declaraciones ➔ Colas Rotonda firmas 	1475	11,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Juventus – Copenhague 	1424	10,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Directo Coches oficiales 	1385	10,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Coches oficiales previo ➔ Colas Modelos elegidos 	1410	10,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas modelos elegidos ➔ Directo Coches oficiales ➔ Entradilla 	1361	10,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas + Total ambiente + Colas Rosell ➔ VTR Bronca Martino 	1339	10,0

<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Bronca Martino ➔ Colas Messi a Argentina ➔ Colas Caras serias 	1353	10,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Barcelona sufre 	1352	10,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR sufre ➔ Ráfaga ➔ Total Cara a Cara 	1313	9,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Total Cara a Cara ➔ Entradilla 	1281	9,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Majadahonda nieve ➔ Colas + Total Ambiente + Colas Diego Costa firma 	1308	9,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Recaudación Atlético 	1367	10,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Recaudación Atlético ➔ Colas Real Sociedad – Shakhtar 	1344	9,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Real Sociedad – Shakhtar ➔ VTR Real Sociedad KO 	1306	9,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Real Sociedad KO ➔ Colas Leverkusen – United 	1324	9,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Leverkusen – United ➔ Colas CSKA – Bayern 	1342	9,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas CSKA – Bayern ➔ Colas Manchester City – Plzen 	1324	9,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Manchester City – Plzen ➔ Colas PSG-Olimpiakos 	1354	9,9

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → <i>Total Ibra enfadado</i> → <i>Colas Anderlecht – Benfica</i> → <i>Ráfaga UEFA</i> 	1327	9,7
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas Sevilla actualidad</i> → <i>Entradilla</i> → <i>Falso Directo Pizjuán</i> 	1265	9,3
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR Europa League Varas</i> 	1224	9,0
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Final VTR Europa League Varas</i> → <i>Colas Betis en Lyon</i> → <i>Colas Valencia – Swansea</i> 	1150	8,5
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas Brasil tragedia</i> → <i>Ráfaga</i> → <i>Colas Tiempo muerto curioso</i> → <i>Colas Pau</i> → <i>Mención</i> 	1136	8,4
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Mención</i> → <i>Entradilla</i> → <i>Colas Maradona baila</i> 	1067	7,9

Cuatro: Viernes 29-11-2013

De 14:53 a 15:44

Valores medios: 988.000 telespectadores; 7,7 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Publicidad 	612	5,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Publicidad ➔ Sumario 	613	5,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Mención 	702	6,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Cristiano entrena ➔ Colas Ramos-Florentino ➔ Colas Alonso-Modric-Jesé 	680	5,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Valladolid portero hijos ➔ Colas Messi a Argentina ➔ Total + Colas Chirigota 	714	6,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Cesc ➔ Colas Atlético a por Bruyne ➔ Colas Partido Cuatro-Schuster ➔ Colas Victoria Djukic 	732	6,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Betis y Sevilla Europa ➔ Colas Euroliga pelea ➔ Entradilla ➔ Colas Ramos vs Florentino 	780	6,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Ramos + Florentino ➔ Cartón Twitter Ramos ➔ Colas Ramos saluda presidente ➔ Colas Ancelotti-Ramos 	927	7,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Ancelotti-Ramos ➔ Total Ancelotti sobre Ramos 	934	7,6

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>Total</i> Ancelotti sobre Ramos ➔ <i>Colas</i> Ramos dentro 	982	8,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>Colas</i> Ramos dentro ➔ <i>Total</i> Afición sobre Ramos 	1004	8,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>Total</i> Afición sobre Ramos ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> Cristiano KO 	1016	8,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total</i> Ancelotti sobre Cristiano ➔ <i>VTR</i> Cristiano entrenamiento 	1003	8,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Cristiano entrenamiento ➔ <i>Colas</i> + <i>Total ambiente</i> + <i>Colas</i> Cristiano Valdebebas 	988	7,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Entradilla</i> ➔ <i>Colas</i> Bale rotonda ➔ <i>Colas</i> ¿Faltas? 	987	7,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Cristiano goles falta ➔ <i>VTR</i> ¿Quién tira? 	996	7,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> ¿Quién tira? ➔ <i>Colas</i> Real Madrid entrenamiento ➔ <i>VTR</i> Isco 	1003	8,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Isco ➔ <i>Total</i> Ancelotti 	1013	8,0
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Coches oficiales ➔ <i>VTR</i> Detalles entrega 	1036	8,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Detalles entrega ➔ <i>Colas</i> Sol coches oficiales 	1066	8,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>VTR</i> Dentro coches 	1079	8,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Dentro coches ➔ <i>Cartón Twitter</i> Iker Casillas 	1078	8,4

→ VTR Reportaje portero Valladolid	1085	8,4
→ Final VTR Reportaje portero Valladolid → Colas Congreso videntes → Entradilla	1081	8,3
→ Colas Messi adiós Barcelona → VTR Messi lesión	1078	8,3
→ Final VTR Messi lesión → Total ambiente + Colas Congreso videntes	1093	8,4
→ Total Chirigota → Entradilla → Colas Cesc aparcamiento	1042	8,0
→ Total Cesc	1064	8,1
→ Colas Barcelona entrenamiento → VTR Leones hambrientos	1049	8,0
→ Final VTR Leones hambrientos → Colas Barcelona jóvenes → Colas Valverde al frente	1063	8,1
→ Total Valverde → Colas Athletic entrenamiento → VTR Ander Herrera Test	1053	8,0
→ Final VTR Ander Herrera test → Ráfaga → Entradilla → Colas Swansea – Valencia	1029	7,8
→ Final Colas Swansea – Valencia, → VTR Djukic	1046	7,9
→ Final VTR Djukic → Colas Valencia en Dinamarca	1038	7,8

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Sevilla – Estoril → VTR Sevilla partido 	1055	7,9
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Sevilla partido → Colas Betis mal 	1030	7,7
<ul style="list-style-type: none"> → Colas 12.000 seguidores Eintracht → Colas Tottenham pleno → Colas Fiorentina empata → Colas Dedicatoria 	1047	7,8
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Golazos europeos → Entradilla → Colas Atlético entrenamiento 	1073	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Total Simeone → VTR Bruyne 	1088	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Bruyne → Colas Málaga entrenamiento → VTR Schuster 	1086	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Schuster → Colas Levante actualidad → Ráfaga 	1086	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Euroliga pelea → Colas Navarro triples 	1083	8,0
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Real Madrid Euroliga → Ráfaga → Colas Tiempo muerto curioso 	1112	8,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas NBA pavo → Colas Nadal y Olazábal 	1090	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Mención 	1082	8,1
<ul style="list-style-type: none"> → Mención → Colas Windsurf helado 	1095	8,2

→ Final Colas Windsurf helado	845	6,3
-------------------------------	-----	-----

Telecinco: Lunes 25-11-2013

De 15:37 a 15:41

Valores medios: 1.797.000 telespectadores; 13,4% de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Total + Colas Cristiano clínica → Entradilla 	1927	13,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Lesión Cristiano → Entradilla 	1849	13,4
<ul style="list-style-type: none"> → Falso directo Ámsterdam → Total Zubizarreta → Entradilla → Falso directo Atlético 	1800	13
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Pieza Atlético → Entradilla → VTR Sevilla UEFA 	1798	13
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Sevilla UEFA → Entradilla → Colas Nadal fútbol → Despedida 	1769	12,8

Telecinco: Martes 26-11-2013

De 15:35 a 15:40

Valores medios: 1.554.000 telespectadores; 11,2 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Total Ancelotti ➔ Colas Cristiano lesionado ➔ Entradilla 	1670	12,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Lesión Cristiano ➔ Entradilla 	1608	11,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Galatasaray Barajas ➔ Entradilla ➔ Total + Colas Barcelona optimismo 	1568	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Guardiola sombra 	1553	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Falso directo Atlético ➔ Total/ Enrique Cerezo 	1549	11,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Nadal Premio <i>Marca Leyenda</i> ➔ Entradilla ➔ Pelea fútbol 	1556	11,2

Telecinco: Miércoles 27-11-2013

De 15:37 a 15:41

Valores medios: 1.589.000 telespectadores; 11'9% de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Total Puyol ➔ Colas Barcelona KO ➔ Entradilla 	1635	12,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Barcelona derrota ➔ Entradilla 	1600	12
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Aficionado cae ➔ Entradilla ➔ Colas Real Madrid previa ➔ VTR Sin Cristiano 	1621	12,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Sin Cristiano ➔ Entradilla ➔ Colas Zenit – Atlético ➔ Total Simeone 	1598	11,9
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Aniversario 12-1 	1573	11,8

Telecinco: Jueves 28-11-2013

De 15:37 a 15:43

Valores medios: 1.525.000 telespectadores; 11,2 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Colas Real Madrid goleada ➔ Entradilla 	1806	13,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Cristiano apoyo ➔ Entradilla 	1596	11,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Madrid sin Cristiano ➔ VTR Expulsión Ramos 	1576	11,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Coches oficiales ➔ Entradilla 	1539	11,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Real adiós <i>Champions</i> ➔ Entradilla 	1490	11
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Messi a Argentina ➔ Colas Atlético nieve ➔ Entradilla ➔ Falso directo UEFA ➔ Despedida 	1424	10,5

Telecinco: Viernes 29-11-2013

De 15:38 a 15:44

Valores medios: 1.453.000 telespectadores; 10'9% de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Total + Colas Cristiano apoyo ➔ Entradilla ➔ Total Ancelotti sobre Cristiano 	1608	12
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Real Madrid entrenamiento ➔ VTR Polémica Ramos 	1474	11
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Polémica Ramos ➔ Entradilla ➔ Cartón Twitter Ramos ➔ Colas Ramos-Florentino ➔ Total Ramos 	1435	10,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ Colas Messi se va ➔ Entradilla ➔ VTR Barcelona actualidad 	1432	10,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Barcelona actualidad ➔ Entradilla ➔ Colas Atlético entrenamiento ➔ Total Simeone ➔ Entradilla 	1406	10,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Valencia OK ➔ VTR Europa League jornada 	1356	10,2

La Sexta: Lunes 25-11-2013

De 14:59 a 15:31

Valores medios: 498.000 telespectadores; 3,7 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ <i>Cartón</i> Parte médico CR7 ➔ Entradilla 	611	4,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Cristiano-Messi lesionados ➔ Entradilla 	600	4,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas + Total ambiente + Colas</i> Cristiano clínica ➔ Entradilla ➔ <i>VTR</i> Cristiano lesionado 	583	4,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Cristiano lesionado ➔ Entradilla ➔ <i>VTR</i> Cristiano lesión 	549	4,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Detalles Álvaro Benito 	541	4,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>VTR</i> en los vestuarios 	558	4,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>VTR</i> Porterías altas 	534	4,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>VTR</i> Porterías altas ➔ Entradilla ➔ Álvaro Benito 	533	4,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Detalles Álvaro Benito 	541	4,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Detalles Álvaro Benito 	545	4,2

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Vestuarios 	540	4,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Ráfaga ➔ <i>Cartón Ancelotti The Times</i> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas Messi</i> 	493	3,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Total Zubizarreta</i> ➔ Entradilla 	499	3,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Total Martino</i> ➔ <i>Álvaro Benito</i> ➔ <i>Colas Parada-gol Alexis</i> 	485	3,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Penaltis Barcelona 	472	3,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Penaltis Barcelona ➔ Entradilla 	455	3,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Neymar 	481	3,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas Barcelona viaje</i> 	484	3,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas Diego Costa golazo chilena</i> ➔ <i>Colas Otras chilenas</i> 	465	3,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Atlético 	492	3,6
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Atlético ➔ Entradilla ➔ <i>Total Sevilla ambiente</i> 	475	3,5

<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → Total Indignación bética → Colas Goles derbi 	465	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → Final colas goles derbi → Ráfaga → VTR Sevilla – Betis 	458	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Sevilla – Betis → Total ambiente + Colas Gritos racistas 	470	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Jugadas polémicas 	479	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → VTR La liga de Rafa 	477	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Clip Karanka → Entradilla → VTR Problemas Valencia 	477	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Problemas Valencia → Entradilla 	452	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas detalles 	461	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → Colas detalles 	439	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Fórmula Uno → Despedida 	429	3,1

La Sexta: Martes 26-11-2013

De 14:56 a 15:30

Valores medios: 474.000 telespectadores; 3,6 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ Entradilla ➔ Colas Messi protagonista 	729	5,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Barcelona – Ajax previa 	683	5,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Barcelona – Ajax previa ➔ Entradilla ➔ Colas Fisher análisis 	660	5,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas + Total Rosell ➔ Colas + Total + Colas ambiente Ámsterdam ➔ Entradilla 	612	4,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ VTR Messi a Argentina 	582	4,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Messi a Argentina ➔ Entradilla 	582	4,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Colas Messi ➔ Total Dos Santos ➔ Colas Aeropuerto 	582	4,5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Colas Aeropuerto ➔ Entradilla ➔ VTR Adama 	544	4,2
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final VTR Adama ➔ Entradilla 	543	4,2

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Dani Alves → Entradilla → VTR Atlético 	519	4,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Atlético → Entradilla → Análisis Hulk 	511	3,9
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Total Ancelotti sobre Cristiano → Ráfaga → VTR Cristiano lesiones 	475	3,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano lesiones → Entradilla → VTR Cristiano recuperación 	464	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR recuperación → Entradilla → Entradilla 	451	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Cristiano homenaje 	445	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Entradilla 	454	3,4
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Ribery enfadado 	426	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Ribery enfadado → Entradilla 	405	3
<ul style="list-style-type: none"> → Total Marcelo 	418	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final Total Marcelo → Entradilla 	439	3,2

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Colas Real Madrid entrenamiento → Entradilla → VTR Casillas regresa 	439	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Isco 	440	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Real Madrid entrenamiento 	450	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Total ambiente + Colas Galatasaray → Entradilla 	436	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Colas + Total ambiente + Colas Nadal Premio Marca Leyenda 	438	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Nadal Premio Marca Leyenda → Total Nadal 	411	3
<ul style="list-style-type: none"> → Final Total Nadal → Ráfaga → Total + Colas Sevilla tensión 	400	2,9
<ul style="list-style-type: none"> → Total Guillermo Sara → Entradilla 	407	3
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Sevillistas alegres 	419	3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Total ambiente + Colas Gritos racistas → Entradilla 	402	3,9
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Málaga – Athletic → Total + Colas Schuster vete ya → Entradilla → VTR Guardiola topo 	410	3

→ Final VTR Guardiola y el topo	372	2,7
→ Clip Karanka		

La Sexta: Miércoles 27-11-2013

De 14:59 a 15:30

Valores medios: 601.000 telespectadores; 4,7 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Total Piqué tras derrota → Entradilla 	601	4,7
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Barcelona mal partido → Entradilla 	579	4,6
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Piqué → Entradilla 	579	4,6
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Piqué → Entradilla 	572	4,5
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Señalados → Ráfaga 	579	4,6
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Barcelona llegada → Entradilla → Total Martino 	570	4,5
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → VTR Desidia culé 	588	4,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Desidia culé → Entradilla 	582	4,5
<ul style="list-style-type: none"> → Total Cesc → Entradilla 	582	4,5
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Barcelona ahogado → Colas Montoya sufre → Entradilla 	549	4,2

<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Mal juego → Entradilla 	559	4,2
<ul style="list-style-type: none"> → Total Cruyff → Ráfaga → Colas Barcelona entrenamiento 	456	4,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Fotografía Messi → Total Aficionada 	462	4,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Neymar 	532	4,0
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Neymar → Entradilla → Entradilla 	520	3,9
<ul style="list-style-type: none"> → Panel Barcelona grupo → Entradilla → Colas Aficionado cae 	408	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas + Total ambiente + Colas Real Madrid concentración 	484	3,6
<ul style="list-style-type: none"> → Falso directo Bernabéu → VTR Homenaje Cristiano 	469	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Homenaje Cristiano → Ráfaga → VTR Sin Cristiano 	476	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Sin Cristiano → Entradilla → Colas Di María 	449	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → Colas Drogba → Entradilla 	457	3,4

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → VTR Afición Galatasaray → Total ambiente + Colas comida de presidentes 	473	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Casillas debuta <i>Champions</i> 	444	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Casillas debuta <i>Champions</i> → Total Mancini 	443	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Varane 	443	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Varane → Entradilla 	427	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final Entradilla → Total Mourinho → Clip Karanka → Entradilla 	412	3
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Atlético empata 	435	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Real Sociedad cábalas → Ráfaga → Colas Valencia a Gales → Entradilla → VTR Tensión Valencia 	406	3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Tensión Valencia → Ráfaga → Colas Betis a Lyon 	409	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Total Gordillo → Colas Sevilla alegre → Mención → Colas Balotelli 	368	2,7

La Sexta: Jueves 28-11-2013

De 14:59 a 15:30

Valores medios: 461.000 telespectadores; 3,5 % de share o cuota de pantalla.

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Cabecera ➔ <i>Total</i> Gritos Arbeloa ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> Críticas Arbeloa 	582	4,7
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>Colas</i> Críticas Arbeloa ➔ Entradilla ➔ Directo Coches oficiales 	624	5
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final Directo Coches oficiales ➔ <i>Colas</i> Llegada jugadores 	597	4,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Entradilla ➔ <i>Colas</i> mejor 10 ➔ <i>Colas</i> Mal Ramos ➔ <i>Colas</i> Bale gol 	594	4,8
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Drogba ➔ <i>Colas</i> Empate Galatasaray ➔ <i>Colas</i> 2-1 ➔ <i>Colas</i> Posible penalti Arbeloa ➔ <i>Colas</i> Real Madrid ocasiones 	545	4,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ <i>Colas</i> Di María 3-1 ➔ <i>Colas</i> Ocasión Galatasaary ➔ <i>Colas</i> Isco 4-1 ➔ Entradilla 	520	4,1
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Arbeloa partidazo 	553	4,4
<ul style="list-style-type: none"> ➔ VTR Arbeloa partidazo Total Afición sobre Arbeloa 	554	4,3
<ul style="list-style-type: none"> ➔ Final <i>Total</i> Afición sobre Arbeloa ➔ Ráfaga ➔ <i>Colas</i> Celebración Xavi Alonso 	532	4,2

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → <i>Total</i> Arbeloa sobre Xabi → Ráfaga → <i>Colas</i> Jesé triste → Entradilla 	511	3,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Ramos falla 	498	3,8
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → <i>Colas</i> Di María mensaje → Entradilla 	490	3,7
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> Bale aplaude → Entradilla → VTR Bale gol falta 	488	3,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Bale gol falta → Ráfaga → VTR ¿Quién lanza? 	475	3,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR ¿Quién lanza? → Entradilla → <i>Colas</i> Comparativa Bale-CR7 	466	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Cristiano caretas 	441	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano caretas → Entradilla → VTR Cristiano <i>Four Four Two</i> 	436	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano <i>Four Four Two</i> → Entradilla → Falso directo Rotonda 	430	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Balón de Oro polémica 	441	3,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Balón de Oro polémica → Entradilla → <i>Cartón</i> Lesión Messi 	454	3,4

<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Messi llega 	436	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Bronca del Tata Martino 	418	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Total Rosell risueño → Entradilla 	432	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Barcelona central 	420	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Futuribles 	404	3
<ul style="list-style-type: none"> → Final Colas Futuribles → Entradilla 	389	2,9
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Real adiós Champions 	396	2,9
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Atlético nieve 	392	2,9
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Directo Coches oficiales 	475	2,8

La Sexta: Viernes 29-11-2013

De 14:59 a 15:30

Valores medios: 446.000 telespectadores; 3,5 % de share o cuota de pantalla

CONTENIDO	ESPECTADORES (MILES)	SHARE (%)
<ul style="list-style-type: none"> → Cabecera → Entradilla → <i>Colas</i> Ramos 	653	5,4
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>VTR</i> Florentino-Ramos 	623	5,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Florentino-Ramos → Entradilla → Panel → Entradilla 	595	4,9
<ul style="list-style-type: none"> → <i>Colas</i> Ramos saluda Florentino → Entradilla → <i>Cartón Twitter</i> Ramos 	578	4,7
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>Colas</i> Expulsión Ramos → Ráfaga 	540	4,4
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR</i> Ramos-Ancelotti entrenamiento 	521	4,2
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>Total</i> Ancelotti sobre Ramos → Ráfaga 	540	4,3
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR</i> Ramos expulsado otra vez 	533	4,3
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR</i> Ramos expulsado otra vez → Entradilla → <i>Total</i> Florentino 	546	4,3

<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Tarot → Entradilla 	537	4,3
<ul style="list-style-type: none"> → Colas Real Madrid entrenamiento → Total Ancelotti → Ráfaga 	504	4
<ul style="list-style-type: none"> → VTR Cristiano precuación 	465	3,7
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Cristiano precuación → Entradilla → Colas + Total Cristiano rotonda 	446	3,7
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → Colas Cristiano palco → VTR Boxeador-Cristiano 	455	3,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Boxeador-Cristiano → Entradilla → VTR Real Madrid <i>Invictus</i> 	451	3,5
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Real Madrid <i>Invictus</i> → Entradilla → Colas Bale funciona 	419	3,2
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → Colas Benzema → Ráfaga → Colas Xabi Alonso ritmo 	401	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → VTR Coches oficiales 	401	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Final VTR Coches oficiales → Entradilla → Ráfaga → Total Brujería 	407	3,1

Anexos

<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → <i>Total Brujería</i> → Ráfaga → <i>Total Brujería</i> 	398	3,1
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>Colas Barcelona entrenamiento</i> → Entradilla 	365	2,8
<ul style="list-style-type: none"> → <i>VTR Señalados</i> 	369	2,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Señalados</i> → <i>VTR Análisis derrota</i> 	336	2,6
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Análisis derrota</i> → Entradilla → <i>Colas Error Xavi</i> 	345	2,6
<ul style="list-style-type: none"> → Ráfaga → <i>Colas Fallo segundo gol</i> → Entradilla → <i>Colas Messi a Argentina</i> 	358	2,7
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>VTR Rosell-Messi</i> 	354	2,7
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>VTR Martino carácter</i> 	369	2,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Martino carácter</i> → Entradilla → <i>Colas Atlético</i> → <i>Total Simeone</i> 	347	2,6
<ul style="list-style-type: none"> → Entradilla → <i>VTR Evert historia</i> 	367	2,8
<ul style="list-style-type: none"> → Final <i>VTR Evert historia</i> → Entradilla → Ráfaga → <i>Total Brujería</i> → Entradilla → <i>Total Brujería</i> 	381	2,9

→ Entradilla		
→ Colas Tiempo muerto	396	2,9

**Anexo III.
Formatos (escaletas)
de los espacios deportivos de los informativos**

Espacios reducidos: *colas*, *totales* y dos o tres *piezas cortas*: *Telecinco*

TELECINCO 26-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 5'55"

Sin cabecera ni *copy*: 4'42"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ancelotti	TOTAL	4"
Cristiano lesionado	COLAS	10"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	9"
La lesión de Cristiano	VTR	53"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	7"
Galatasaray en Barajas	COLAS	18"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	8"
Barcelona optimista en Ámsterdam	TOTAL + COLAS	25"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	16"
La sombra de Guardiola	VTR	55"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	10"
Atlético en San Petersburgo	FALSO	25"
Enrique Cerezo	TOTAL	7"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	4"
Nadal Premio Leyenda	COLAS	12"
Nadal	TOTAL	16"

Sara Carbonero	ENTRADILLA	3"
Pelea fútbol	COLAS	17"
	COPY	9"

TELECINCO 27-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 4'00"

Sin cabecera ni *copy*: 3'50"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Puyol	TOTAL	4"
Derrota del Barcelona	COLAS	10"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	12"
Barcelona KO en <i>Champions</i>	VTR	48"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	5"
Aficionado cae de la grada	COLAS	12"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	3"
Previa Real Madrid	COLAS	14"
Sin Cristiano	VTR	1'00"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	3"
Zenit - Atlético	COLAS	17"
Simeone	TOTAL	10"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	10"
Aniversario 12-1 a Malta	VTR	58"
	COPY	9"

TELECINCO 28-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 5'05"Sin cabecera ni *copy*: 4'55 "

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Goleada del Real Madrid	COLAS	12"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	16"
Apoyo a CR7 con las caretas	VTR	52"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	7"
El Madrid sin Cristiano	COLAS	9"
Expulsión de Ramos	VTR	1'02"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	6"
Coches oficiales	COLAS	20"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	11"
Real: adiós <i>Champions</i>	VTR	45"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	5"
Messi se va a Argentina	COLAS	15"
Atlético bajo la nieve	COLAS	10"
Sara Carbonero	ENTRADILLA	15"
Sevilla – Estoril	FALSO DIRECTO	30"
Sara Carbonero	DESPEDIDA	10"

<i>COPY</i>	9"
-------------	----

TELECINCO 29-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y copy: 5'12"

Sin cabecera ni copy: 5'01"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Cristiano tras apoyo	TOTAL + COLAS	14"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	9"
Ancelotti sobre Cristiano	TOTAL	15"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	4"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	15"
Polémica con Ramos	VTR	50"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	5"
Twitter Sergio Ramos	CARTÓN TWITTER	5"
Relación Ramos-Florentino	COLAS	15"
Ramos	TOTAL	15"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	4"
Messi se va	COLAS	7"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	7"
Actualidad del Barcelona	VTR	45"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	4"
Entrenamiento del Atlético	COLAS	7"

Simeone	<i>TOTAL</i>	15"
Ramón Fuentes	ENTRADILLA	4"
Victoria Valencia	<i>COLAS</i>	9"
Victoria Valencia y resto jornada <i>Europa League</i>	<i>VTR</i>	50"
	<i>COPY</i>	7"

Espacios estándar: *piezas, falsos directos* y algún *directo*: *TVE1 y Antena 3*

TVE1 26-11-2013

Duración total de la sección de deportes:

Con cabecera: 12'04"

Sin cabecera: 11'58"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	6"
Nadal premiado	TOTAL	14"
Pilar García paso a Sauca	ENTRADILLA	28"
Holanda	DIRECTO + COLAS	36"
Ráfaga <i>Champions</i> Barça	RÁFAGA	8"
Holanda	FALSO DIRECTO	12"
El Barcelona en Holanda	VTR	1'03"
Holanda	DIRECTO	13"
Históricos Barça y Ajax	VTR	1'05"
Barça se la juega en RTVE	VTR (AUTOPROMOCIÓN)	20"
Holanda	DIRECTO	17"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	16"
Atlético en San Petersburgo	VTR	54"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
Actualidad Real Madrid	VTR	1'17"
Actualidad Real Sociedad	VTR	50"
Ráfaga <i>Champions</i>	RÁFAGA	5"

Sergio Sauca	ENTRADILLA	18"
Málaga-Athletic y resto jornada	VTR	1'09"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	19"
Premios <i>Marca Leyenda</i>	VTR	1'10"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
Discapacitado	COLAS	30"
Sauca – Pilar García	ENTRADILLA	8"

TVE1 27-11-2013

Duración total de la sección de deportes:

Con cabecera: 10'55"

Sin cabecera: 10'49"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	6"
Derrota del Barcelona	COLAS	15"
Pilar García paso a Sauca	ENTRADILLA	18"
Caras derrota Barça	COLAS	19"
Pospartido Ajax - Barcelona	TOTAL	37"
Crónica Ajax - Barça	VTR	1'19"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	8"
Aficionado cae	COLAS	20"
Líderes de audiencia	COLAS	30"
El otro partido del grupo	VTR	40"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	14"
Postpartido Zenit - Atlético	VTR	1'05"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
Caretas CR7	VTR	1'10"
Real Sociedad, última bala	VTR	54"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	8"
Resto de goles	VTR	1'16"

Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
<i>Chess-boxing</i>	VTR	1'15"
Sauca – Pilar García	ENTRADILLA	7"

TVE1 28-11-2013

Duración total de la sección de deportes:

Con cabecera: 9'00"

Sin cabecera: 8'54"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	6"
Cara y cruz en <i>Champions</i>	COLAS	8"
Pilar García paso a Sauca	ENTRADILLA	30"
Gran partido de Arbeloa	VTR	1'15"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
Expulsión de Ramos	COLAS	20"
Ancelotti	TOTAL	10"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Cristiano y las caretas	VTR	1'15"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	15"
Entrega coches oficiales	COLAS	20"
El otro partido del grupo	COLAS	20"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	12"
Real Sociedad fuera de la <i>Champions</i>	VTR	1'10"
Resto jornada <i>Champions</i>	VTR	1'00"
Varios (<i>Europa League</i> , Barcelona, Atlético, selección femenina de fútbol, etc.)	VTR	1'05"

Sergio Sauca	ENTRADILLA	7"
Triples Navarro	COLAS	30"
Sauca – Pilar García	ENTRADILLA	5"

TVE1 29-11-2013

Duración total de la sección de deportes:

Con cabecera: 10'50"

Sin cabecera: 10'44"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	6"
Mireia récord del mundo	COLAS	11"
Pilar García paso a Sauca	ENTRADILLA	37"
Entrenamiento Real Madrid	VTR	1'05"
Entrenamiento Valladolid	COLAS	12"
José Ignacio Martínez	TOTAL	15"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	19"
Actualidad Barcelona	VTR	1'05"
Actualidad Athletic	COLAS	15"
Ernesto Valverde	TOTAL	10"
Actualidad Atlético	VTR	1'10"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	10"
Resaca <i>Europa League</i>	VTR	47"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	8"
Derrumbe Sao Paulo	COLAS	20"
Sauca	ENTRADILLA	15"
Diamantes negros	VTR	1'35"

Sergio Sauca	ENTRADILLA	11"
Mireia récord 1500	COLAS	30"
Mireia	TOTAL	14"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	18"
Nadal y Olazábal	COLAS	15"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	7"
Jornada Euroliga	COLAS	25"
Sergio Sauca	ENTRADILLA	7"
Récord salto al vacío	COLAS	40"
Sauca – Pilar García	ENTRADILLA	6"

ANTENA 3 26-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 9'20"

Sin cabecera ni *copy*: 8'40"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	16"
Lesión Cristiano	VTR	1'11"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	13"
Marcelo	TOTAL	30"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	12"
Llegada del Galatasaray	COLAS + TOTAL AMBIENTE	26"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón: Martino</i>	ENTRADILLA	12"
Barcelona en Ámsterdam	VTR	1'15"
Alves y Messi	COLAS	20"
Dos Santos	TOTAL	9"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón: CR7</i>	ENTRADILLA	10"
Veteranos sobre Cristiano	TOTAL	33"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	9"
Atlético contra Zenit	COLAS	14"
Foto Cebolla Rodríguez	FOTO/FRAME	8"
Foto Atlético	FOTOS/COLAS	8"

Previas de <i>Champions</i>	VTR	1'26"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Schuster	ENTRADILLA	12"
Derrota Málaga	COLAS	40"
Schuster	TOTAL	8"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	7"
Nadal Premio Leyenda	COLAS	25"
Nadal	TOTAL	12"
Ainhoa Arbizu	MENCIÓN Y DESPEDIDA	35"
	COPY	4"

ANTENA 3 27-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 10'38"

Sin cabecera ni *copy*: 10'30"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	10"
Derrota culé en <i>Champions</i>	COLAS	25"
Jugadores azulgranas	TOTAL	30"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	10"
Crónica Ajax - Barcelona	VTR	1'20"
Caída aficionado Ajax grada	COLAS	19"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	8"
"El Tata" no puede entrar	COLAS	27"
Aficionada fotografía Messi	TOTAL	6"
Fotografía Messi	FOTOGRAFÍA/GRAFISMO	10"
Golpe coche Leo Messi	COLAS	10"
Aficionada	TOTAL	14"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : pancarta apoyo CR7	ENTRADILLA	20"
Apoyo CR7 lesionado	VTR	55"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	9"

Fotos Turan	FOTOGRAFÍA	12"
Atlético racha	VTR	1'24"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	13"
Real Sociedad previa	COLAS	9"
Aficionados de la Real	TOTAL	14"
Valencia previa <i>Europa League</i>	COLAS	14"
Betis previa <i>Europa League</i>	COLAS	12"
Gordillo	TOTAL	12"
Ainhoa Arbizu	DESPEDIDA	20"
	COPY	4"

ANTENA 3 28-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 11'25"

Sin cabecera ni *copy*: 11'17"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : <u>Panel Champions</u> Real Madrid	ENTRADILLA	15"
Real Madrid clasificado	COLAS	15"
Real Madrid - Galatasaray	VTR	1'25"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : mosaico y caretas CR7	ENTRADILLA	11"
Cristiano palco	VTR	1'20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Arbeloa	ENTRADILLA	13"
Partidazo Arbeloa	VTR	1'13"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	11"
Coches oficiales	COLAS	20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Messi	ENTRADILLA	10"
Messi a Argentina	COLAS	25"
Nieve y entrenamientos	VTR	1'20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Panel grupo Real	ENTRADILLA	12"
Adiós Real Sociedad	VTR	1'02"

<i>Mención</i>	MENCIÓN	40"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	18"
<i>pantallón: aventura hielo</i>	COLAS	19"
	COPY	4"

ANTENA 3 29-11-2013

Duración total del bloque de deportes:

Con cabecera y *copy*: 9'37"

Sin cabecera ni *copy*: 9'27"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	4"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Ramos <i>Twitter</i>	ENTRADILLA	23"
Redes sociales Ramos	CARTÓN/GRAFISMO	8"
Saludo Ramos.Florentino	COLAS	15"
Real Madrid actualidad	VTR	1'19"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : CR7-Messi	ENTRADILLA	9"
Messi se va y Cristiano no está para jugar	COLAS	12"
Ancelotti sobre Cristiano	TOTAL	10"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : mosaico caretas CR7	ENTRADILLA	10"
Cristiano y las caretas	TOTAL	4"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : escudos Barcelona Athletic	ENTRADILLA	10"
Actualidad Barcelona	VTR	1'20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : brujería	ENTRADILLA	12"
Encuentro de astrólogos	VTR	1'05"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón</i> : Diego Costa	ENTRADILLA	11"

Entrenamiento Atlético	COLAS	15"
Simeone	TOTAL	20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón:</i> Nadal y Olazábal	ENTRADILLA	12"
Nadal y Olazábal jugando al golf	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	40"
Nadal y Olazábal	TOTAL	20"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón:</i> Real Madrid baloncesto	ENTRADILLA	10"
Publicidad	SPOT	35"
Ainhoa Arbizu	ENTRADILLA	10"
Real Madrid - Brose	COLAS	20"
Victoria Unicaja	COLAS	15"
Ainhoa Arbizu	MENCIÓN	50"
Ainhoa Arbizu <i>pantallón:</i> Mireia Belmonte	ENTRADILLA	12"
	COPY	6"

Programas complejos: presentadores ilustres y *piezas-espectáculo*:
Cuatro y La Sexta

CUATRO 26-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y con *copy*: 52'00"

Sin cabecera ni *copy*: 51'40"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	12"
Sumario	COLAS	45"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	5"
Carreño y Lama	MENCIÓN	45"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	3"
Cristiano baja	COLAS	18"
Xabi no, Di María y Marcelo sí	COLAS	15"
Enfado Marcelo	TOTAL + COLAS	18"
Diego López Vieira de Plata	COLAS	15"
Barcelona - Ajax: Rosell	TOTAL + COLAS	15"
Messi <i>spot</i>	COLAS	12"
Atlético frío	COLAS	15"
Derrota Málaga	TOTAL AMBIENTE + COLAS	15"
Rufete vigila	COLAS	15"
Mel tocado	COLAS	15"
A tiro limpio Chile	COLAS + TOTAL + COLAS	18"

Nadal Premio <i>Marca</i>	COLAS	10"
Caras Cristiano	COLAS-CLIP	25"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
Cristiano Valdebebas	COLAS	20"
Ancelotti sobre Cristiano	TOTAL	35"
Convocados sin Cristiano	PANEL	10"
Minutos Cristiano	COLAS	20"
Florentino sobre Cristiano	COLAS + TOTAL + COLAS	45"
Récord goles Cristiano	COLAS	30"
Messi-CR7 vidas paralelas	VTR	1'20"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	20"
Marcelo	TOTAL + COLAS	55"
Caretas Cristiano	COLAS	30"
Iniciativa Balón de Oro Cristiano	VTR	1'28"
¿Todos somos Cristiano?	TOTAL	40"
Carreño y Lama <i>videowall: Portada AS</i>	ENTRADILLA	10"
Diego López vs Casillas	COLAS	25"
<i>Twitter</i> Casillas	CARTÓN	12"
Casillas cuarentena	VTR	1'28"

Diego López Vieira de Plata	COLAS	15"
Diego López	TOTAL	25"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	55"
Ancelotti sobre Varane	TOTAL	25"
BBC-BB	COLAS	25"
Sin Cristiano BBC-BB	VTR	1'27"
Nueve españoles	COLAS	25"
Juventud- <i>canterización</i>	VTR	1'30"
Galatasaray en Madrid	COLAS + TOTAL + COLAS	30"
Mourinho nuevo corte	COLAS	10"
Mourinho	TOTAL	18"
Martino rueda de prensa revista <i>Champions</i> Ancelotti e Isco	COLAS	25"
Juega Barcelona	COLAS-CLIP	20"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	7"
Rosell llega comida	COLAS + TOTAL + COLAS	20"
Segundo "Tata" pasea	TOTAL + COLAS	18"
"Tata" entrenamiento	COLAS	17"
"Tata" espejo Guardiola	VTR	1'28"

Neymar <i>Instagram</i>	CARTÓN	10"
Neymar entrenamiento	COLAS	25"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	8"
Ámsterdam	FALSO DIRECTO	55"
Adama orígenes	VTR	1'15"
Bar Barça	COLAS + TOTAL + COLAS	20"
Interior Ámsterdam Arena	COLAS	25"
Carreño y Lama <i>videowall: Messi</i>	ENTRADILLA	12"
<i>Spot</i> Messi	SPOT-COLAS	35"
Messi anuncios	COLAS	20"
Neymar sobre Messi	TOTAL	18"
Messi recuperación	COLAS	15"
Dos Santos sobre Messi	TOTAL	18"
Alves gorro	COLAS	12"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	16"
San Petersburgo	FALSO DIRECTO	45"
Atlético frío	VTR	1'27"
Cebolla Rodríguez llegada	COLAS + TOTAL+ COLAS	18"
Un equipo	VTR	1'32"

Cerezo	TOTAL	17"
Reacción brasileños Diego Costa español	COLAS + TOTAL + COLAS	15"
Real, última bala	COLAS	24"
Carreño y Lama <i>videowall</i> : Mel, Djukic y Schuster	ENTRADILLA	16"
Schuster vete ya	TOTAL	15"
Derrota del Málaga	COLAS	1'08"
Schuster molesto	VTR	1'25"
Carreño y Lama <i>videowall</i> : Rufete	ENTRADILLA	11"
Rufete chándal	COLAS	50"
Amadeo delega	VTR	1'16"
Betis situación dura	COLAS	26"
No sienten vergüenza	TOTAL	19"
Betis afición	VTR	1'24"
Ráfaga	RÁFAGA	5"
Raúl Ruiz	ENTRADILLA	10"
Peña Betis - Sevilla	COLAS	12"
Problemas peña	TOTAL	45"
Decoración peña	COLAS	10"
Peñista	TOTAL	15"

Elección nombre peña	COLAS	12"
Nombre	TOTAL	6"
Estatutos	COLAS	8"
Cantar goles	TOTAL	5"
Derbi armonía	COLAS	5"
Carreño, Lama y Raúl Ruiz	ENTRADILLA	10"
Derbi canario	COLAS	25"
Presentación libro Caparrós	COLAS	15"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Tiros Chile	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	35"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Nadal premio <i>Marca</i> Leyenda	COLAS	20"
Nadal	TOTAL	18"
Dallas pierde	COLAS	6"
Detalles NBA	COLAS	5"
Carreño y Lama	MENCIÓN	1'10"
Antorcha submarina	COLAS	16"
	COPY	8"

CUATRO 27-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y con *copy*: 52'20"

Sin cabecera ni *copy*: 52'00"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	12"
Publicidad	SPOT	1'30"
Sumario	COLAS	1'05"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	3"
Carreño y Lama	MENCIÓN	1'10"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	3"
Llegada Barcelona	COLAS	20"
Mal juego-autocrítica	TOTAL	12"
Derrota Barcelona	COLAS	18"
Hoy juega el Madrid	COLAS	15"
Concentración Real Madrid	COLAS	15"
Aficionados Galatasaray	COLAS	15"
Empate Atlético	COLAS	20"
Real solo victoria	COLAS	15"
Mourinho despierta	COLAS	15"
Espectáculo <i>Champions</i>	COLAS	15"
Djukic solo	COLAS	10"

Mel ratificado	COLAS	10"
Sevilla racha	COLAS	10"
Homenaje 12-1 a Malta	COLAS	10"
Suena la <i>Champions</i>	COLAS	10"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	15"
Piqué enfurecido	COLAS	20"
Piqué	TOTAL	25"
Gol Ajax	COLAS	40"
Barcelona mal	VTR	1'45"
Salida vestuario	COLAS	30"
Autocrítica culé	VTR	1'30"
Lama y Carreño	ENTRADILLA	20"
"Tata" enfadado	VTR	1'25"
Cruyff-Van Gaal palco	COLAS	35"
Prensa ataca	CARTÓN	25"
Llegada Barcelona	COLAS	40"
Afición tras derrota	TOTAL	32"
Carreño y Lama <i>videowall</i> : aficionado cae	ENTRADILLA	10"
Caída	COLAS	25"

Anexos

Partido	COLAS	1'50"
Neymar	VTR	1'27"
Piqué trabajo	COLAS	15"
Amarilla Cesc	COLAS	10"
Celtic - Milan	COLAS	35"
Entrenamiento Barcelona	COLAS	20"
"Tata" sin entrar	COLAS	20"
Llegada jugadores	COLAS	8"
Madrid juega hoy	COLAS	15"
Concentración	COLAS	40"
Lama y Carreño	ENTRADILLA	20"
Extensión tifo	COLAS	45"
Cristiano apoyo boxeador	TOTAL	20"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
Bernabéu	FALSO DIRECTO	30"
Cristiano homenaje	VTR	1'45"
Cristiano habla en el campo	VTR	1'20"
Cristiano Valdebebas	COLAS	15"
<i>The Weekly</i>	CARTÓN	15"

Carreño y Lama	ENTRADILLA	10"
Concentración blanca	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	45"
Di María-Marcelo	COLAS-CLIP	30"
Marcelo-Di María	VTR	1'25"
Twitter Íker Casillas	CARTÓN	20"
Debut Casillas <i>Champions</i>	COLAS	18"
Casillas debut	TOTAL	30"
Varane lesión extraña	COLAS	15"
Varane gafado	VTR	1'25"
Comida directivas	COLAS	20"
Portadas AMK: Mancini Toro	CARTÓN	8"
Aficionados Galatasaray	COLAS	15"
Galatasaray Bernabéu antecedentes	COLAS	30"
Galatasaray	COLAS	20"
Carreño y Lama <i>videowall</i> : Simeone	ENTRADILLA	10"
Simeone alienta	COLAS	20"
Raúl García	VTR	1'05"
Error Courtois	COLAS	15"

Imágenes del partido	COLAS	40"
Los otros	VTR	1'10"
Llegada Atlético	COLAS	20"
Oporto - Austria	COLAS	18"
Real Sociedad	COLAS	20"
Ganar o ganar	VTR	1'04"
Dortmund - Nápoles	COLAS	1'12"
Arsenal - Marsella	COLAS	45"
Derrota Mourinho	COLAS	10"
Basilea - Chelsea	COLAS	35"
Steaua - Schalke	COLAS	40"
Bayern entrenamiento hotel	COLAS	20"
Ráfaga	RÁFAGA	12"
Carreño y Lama	ENTRADILLA	5"
Djukic solo	COLAS	15"
Valencia viaja	COLAS	10"
Metodología Valencia	VTR	1'25"
Sevilla a Francia	COLAS	30"
Gordillo	TOTAL	10"

Sevilla – Estoril previa	COLAS	20”
Emery	TOTAL	15”
Homenaje 12-1 a Malta	COLAS	25”
30 años después	VTR	1’05”
Junta directiva Villar	COLAS	25”
Villar	TOTAL	15”
Ráfaga	RÁFAGA	2”
NBA	COLAS	15”
Kobe sobre Pau	TOTAL	25”
Carreño y Lama	ENTRADILLA	10”
Canasta disimula	COLAS	25”
Carreño y Lama	MENCIÓN	1’35
	COPY	8”

CUATRO 28-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y con *copy*: 51'45"

Sin cabecera ni *copy*: 51'25 "

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	12"
Publicidad	SPOT	1'00"
Sumario	COLAS	52"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	3"
Luis García y Lama	MENCIÓN	1'10"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	3"
Cristiano palco	COLAS	20"
Bronca Ramos	COLAS	18"
Bale golazo	COLAS	15"
Arbeloa partidazo	COLAS	15"
Coches oficiales	COLAS	18"
Adiós <i>Champions</i>	COLAS	15"
Rosell	TOTAL	3"
Colas Rosell	COLAS	10"
Actualidad Barcelona	COLAS	18"
Atlético nieve	COLAS	15"
Guardiola 10	COLAS	15"

Jornada <i>Champions League</i>	COLAS	15"
Sevilla a Estoril	COLAS	12"
Betis en Lyon	COLAS	10"
Examen Djukic	COLAS	10"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Cristiano palco amigos	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	1'00"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Hipódromo coches	DIRECTO	1'40"
Carrera caballos	COLAS	25"
Colocación	COLAS	25"
Prueban coches	COLAS	10"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Cristiano Bernabéu	COLAS	20"
Día grande Cristiano	VTR	1'40"
Reparto caretas	COLAS	18"
45.000 Cristianos	VTR	1'20"
<i>Twitter</i> Cristiano	CARTÓN	12"
Clamor popular	TOTAL	30"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	15"

Túnel vestuarios	<i>TOTAL AMBIENTE + COLAS</i>	40"
Gol Bale	<i>COLAS</i>	25"
Torpedo Bale	<i>VTR</i>	1'20"
Real Madrid - Galatasaray	<i>COLAS</i>	1'40"
Jesé y...	<i>VTR</i>	1'35"
Luis García y Lama	<i>ENTRADILLA</i>	12"
Expulsión Ramos	<i>COLAS</i>	30"
Ramos-Ancelotti	<i>VTR</i>	1'30"
Arbeloa bien	<i>COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS</i>	25"
Tres ovaciones	<i>VTR</i>	1'26"
Di María gestos	<i>COLAS</i>	15"
Corte Xabi	<i>COLAS</i>	35"
Arbeloa pro Xabi	<i>TOTAL</i>	22"
Entrenamiento Real Madrid	<i>COLAS</i>	25"
<i>Four Four Two</i> Cristiano	<i>CARTÓN</i>	10"
Firmas rotonda	<i>COLAS</i>	30"
Juventus - Copenhague	<i>COLAS</i>	55"
Luis García y Lama	<i>ENTRADILLA</i>	10"
Hipódromo coches	<i>DIRECTO</i>	55"

Mañana previo coches	COLAS	35"
Modelos	COLAS	55"
Hipódromo coches	DIRECTO	20"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	12"
Rosell tras derrota	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	30"
Bronca "Tata"	VTR	1'28"
Messi a Argentina	COLAS	10"
Serios	COLAS	18"
Barcelona mal	VTR	1'34"
Ráfaga	RÁFAGA	3"
<i>Cara a cara</i>	TOTAL	1'10"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Atlético nieve	COLAS	30"
Diego Costa firma	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	35"
Recaudación Atlético Europa	VTR	1'25"
Real Sociedad - Shakhtar	COLAS	1'02"
Adiós Real	VTR	1'05"
Leverkusen - United	COLAS	55"

Anexos

CSKA - Bayern	COLAS	50"
City - Plzen	COLAS	58"
PSG - Olimpiakos	COLAS	45"
Enfadado Ibra	TOTAL	18"
Anderlecht - Benfica	COLAS	35"
Ráfaga	RÁFAGA-COLAS	10"
Actualidad Sevilla	COLAS	28"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	15"
Manu Carreño Pizjuán	FALSO DIRECTO	40"
Javi Varas Europa	VTR	1'40"
Betis en Lyon	COLAS	25"
Valencia - Swansea	COLAS	35"
Tragedia Brasil	COLAS	22"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Tiempo muerto curioso	COLAS	15"
Pau	COLAS	12"
Luis García y Lama	MENCIÓN	1'45"
Luis García y Lama <i>videowall: Maradona</i>	ENTRADILLA	18"
Maradona baila	COLAS	30"
	COPY	8"

CUATRO 29-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y con *copy*: 49'29"Sin cabecera ni *copy*: 49'09"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	12"
Publicidad	SPOT	1'08"
Sumario	COLAS	38"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	3"
Luis García y Lama	SORTEO	40"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	3"
Cristiano entrena	COLAS	20"
Ramos saluda Florentino	COLAS	18"
Alonso, Modric y Jesé	COLAS	15"
Portero Valladolid niños	COLAS	15"
Messi a Argentina	COLAS	15"
Chirigota de oro	TOTAL + COLAS	25"
Cesc	COLAS	10"
Atlético a por Bruyne	COLAS	12"
Partido en Cuatro	COLAS	18"
Djukic bálsamo	COLAS	14"
Betis y Sevilla en Europa	COLAS	18"

Pelea Euroliga	COLAS	18"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Ramos niega saludo	COLAS	20"
Sí se saludan	COLAS	15"
Twitter Ramos	CARTÓN	10"
Vídeo Ramos saludo	COLAS	20"
Ancelotti-Ramos entrenamiento	COLAS	40"
Ancelotti sobre Ramos	TOTAL	55"
Ramos se queda	COLAS	50"
Afición sobre Ramos	TOTAL	35"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	8"
Cristiano KO Valladolid	COLAS	25"
Ancelotti confirma ausencia	TOTAL	32"
Entrenamiento Valdebebas	VTR	59"
Cristiano llega	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	18"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	5"
Bale rotonda	COLAS	25"
¿Quién tira?	COLAS	20"
Goles de falta Cristiano	COLAS	12"

¿Quién lanzará en Pamplona?	VTR	1'30"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	32"
Isco	VTR	1'14"
Ancelotti RP	TOTAL	25"
Coches nuevos	COLAS	20"
Detalles entrega coches	VTR	1'35"
Sol entrega coches	COLAS	22"
Dentro coches	VTR	1'40"
Twitter Íker Casillas	CARTÓN	15"
Portero Valladolid colegio	VTR	1'15"
Tarot-Congreso videntes	COLAS	18"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	8"
Messi adiós Barcelona	COLAS	35"
Lesión Messi	VTR	1'24"
Congreso Astrología	TOTAL AMBIENTE + COLAS	30"
Chirigota Balón de oro	TOTAL	40"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Cesc aparcamiento	COLAS	15"
Cesc	TOTAL	55"

Entrenamiento Barcelona	COLAS	25"
Leones hambrientos	VTR	1'15"
Jóvenes Barcelona	COLAS	18"
Valverde's Leones	COLAS	15"
Valverde	TOTAL	20"
Entrenamiento Athletic	COLAS	25"
Ánder Herrera Test	VTR	45"
Ráfaga	COLAS-RÁFAGA	8"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	5"
Swansea - Valencia	COLAS	1'02"
Djukic	VTR	58"
Entrenamiento Valencia	COLAS	35"
Sevilla - Estoril	COLAS	20"
Sevilla partido	VTR	1'05"
Betis mal	COLAS	45"
12.000 seguidores Eintrach	COLAS	15"
Tottenham pleno de victorias	COLAS	10"
Fiore empata	COLAS	15"
Dedicatoria grada	COLAS	15"

Golazos europeos	COLAS	25"
Luis García y Lama	ENTRADILLA	10"
Entrenamiento Atlético	COLAS	30"
Simeone	TOTAL	25"
Bruyne	VTR	1'08"
Entrenamiento Málaga	COLAS	25"
¿Se la juega Schuster?	VTR	1'18"
Actualidad Levante	COLAS	20"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Batalla campal Kuwait	COLAS	32"
Betún disimulo	COLAS	15"
Ráfaga	RÁFAGA	2"
Pelea Euroliga Begic	COLAS	18"
Triples Navarro	COLAS	20"
Victoria Real Madrid Euroliga	COLAS	10"
Ráfaga	RÁFAGA	1"
Tiempo muerto peculiar	COLAS	18"
NBA Pavo	COLAS	15"
Nadal y Olazábal	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	20"

Anexos

Luis García y Lama	MENCIÓN	1'10"
Windsurf icebergs	COLAS	30"
	COPY	8"

LA SEXTA 26-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y *copy*: 32'30"

Sin cabecera ni *copy*: 32'15"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	7"
Pedrerol	ENTRADILLA	13"
Messi protagonista	COLAS	40"
Pedrerol	ENTRADILLA	6"
Barcelona previa Ajax	VTR	1'19"
Pedrerol-Esnáider	ENTRADILLA	12"
Análisis Fisher	COLAS	30"
Rosell	COLAS + TOTAL	10"
Ambiente Ámsterdam	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	20"
Lara Álvarez <i>videowall: L'Equipe Messi</i>	ENTRADILLA	30"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Messi a Argentina	VTR	1'40"
Pedrerol	ENTRADILLA	21"
Messi ciudad deportiva	COLAS	10"
Dos Santos	TOTAL	45"
Barcelona aeropuerto	COLAS	30"

Pedreros	ENTRADILLA	2"
Adama	VTR	1'20"
Lara Álvarez <i>Videowall: Twitter Dani Alves</i>	ENTRADILLA	40"
Alves look	COLAS	15"
Pedreros	ENTRADILLA	10"
Atlético - Zenit	VTR	1'10"
Esnáider	ENTRADILLA	4"
Análisis Hulk	COLAS	25"
Pedreros	ENTRADILLA	14"
Ancelotti sobre Cristiano	TOTAL	20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Cristiano lesiones	VTR	1'20"
Pedreros	ENTRADILLA	10"
Plan recuperación Cristiano	VTR	1'15"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	20"
Pedreros	ENTRADILLA	20"
Homenaje Cristiano	VTR	1'05"
Lara Álvarez <i>Videowall: Twitter Casillas-CR7</i>	ENTRADILLA	15"
Josep Pedreros	ENTRADILLA	40"

Ribery enfadado	VTR	1'35"
Pedrerol - Esnáider - redactor	ENTRADILLA	40"
Marcelo	TOTAL	1'45"
José Luis Sánchez	ENTRADILLA	30"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	20"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Regreso Casillas	VTR	1'15"
Pedrerol	ENTRADILLA	12"
Isco	VTR	1'03"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	6"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	35"
Afición Galatasaray	TOTAL AMBIENTE + COLAS	35"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Nadal <i>Marca Leyenda</i>	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	1'10"
Nadal	TOTAL	50"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Tensión Sevilla	TOTAL + COLAS	20"
Guillermo Sara	TOTAL	25"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Sevillistas alegres	VTR	58"

Anexos

Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Gritos racistas	<i>TOTAL AMBIENTE + COLAS</i>	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Málaga - Athletic	<i>COLAS</i>	50"
Schuster vete ya	<i>TOTAL + COLAS</i>	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Guardiola busca topo	<i>VTR</i>	1'15"
Aitor Karanka	<i>TOTAL-CLIP</i>	15"
Josep Pedrerol, Esnáider y Lara Álvarez	DESPEDIDA	5"
	<i>COPY</i>	8"

LA SEXTA 27-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y *copy*: 31'57"

Sin cabecera ni *copy*: 31'42"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	7"
Piqué indignado	TOTAL	24"
Pedrerol	ENTRADILLA	13"
Mal partido	COLAS	44"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Piqué en campo	COLAS	25"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Señalados	VTR	59"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Llegada Barcelona	COLAS	33"
Pedrerol	ENTRADILLA	7"
Martino	TOTAL	19"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Crónica desidia azulgrana	VTR	1'22"
Pedrerol	ENTRADILLA	13"
Cesc	TOTAL	35"
Pedrerol - Álvaro Benito	ENTRADILLA	3"

Álvaro Benito	ENTRADILLA	2"
Barcelona ahogado	COLAS	30"
Sufre Montoya	COLAS	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	11"
"Tata" bélico	TOTAL	20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Barcelona ¿mal?	VTR	1'00"
Lara Álvarez <i>videowall: Twitter Toni Freixa</i>	ENTRADILLA	18"
Johan Cruyff crítico	TOTAL	23"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Entrenamiento Barcelona	COLAS	17"
Pedrerol	ENTRADILLA	3"
<i>videowall: fotografía Messi</i>	FOTOGRAFÍA	15"
Señora fotografía con Messi	TOTAL	23"
Pedrerol	ENTRADILLA	18"
Neymar	VTR	1'25"
Pedrerol	ENTRADILLA	30"
Lara Álvarez <i>videowall: Panel grupo Barcelona</i>	ENTRADILLA	5"
Grupo Barcelona	PANEL	10"

Pedrerol	ENTRADILLA	8"
Aficionado cae	COLAS	40"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Concentración Real Madrid	COLAS + TOTAL AMBIENTE + COLAS	30"
Bernabéu	FALSO DIRECTO	15"
Homenaje Cristiano	VTR	1'20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Real Madrid sin Cristiano	VTR	1'05"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	3"
Di María	COLAS	20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Drogba	COLAS	25"
Pedrerol	ENTRADILLA	20"
Afición Galatasaray	VTR	48"
Comida presidentes	TOTAL AMBIENTE + COLAS	15"
Lara Álvarez <i>videowall: Twitter de Casillas</i>	ENTRADILLA	15"
Debut Casillas <i>Champions</i>	VTR	1'05"
Roberto Mancini	TOTAL	18"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"

Varane	VTR	1'25"
Pedreros - Álvaro Benito	ENTRADILLA	50"
Pedreros	ENTRADILLA	4"
Mourinho	TOTAL	15"
Karanka	TOTAL-CLIP	10"
Pedreros	ENTRADILLA	14"
Empate Atlético	VTR	1'08"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	4"
Adrián	COLAS	20"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	8"
Cábalas Real Sociedad	VTR	1'07"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Valencia a Gales	COLAS	7"
Pedreros	ENTRADILLA	20"
Tensión Valencia	VTR	1'05"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Betis hacia Lyon	COLAS	15"
Rafael Gordillo	TOTAL	9"
Cortinilla	CORTINILLA	1"

Sevilla alegre a Estoril	COLAS	12"
Lara Álvarez	MENCIÓN	45"
Balotelli cocina	COLAS	18"
Pedrerol y Lara Álvarez	DESPEDIDA	4"
	COPY	8"

LA SEXTA 28-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y *copy*: 32'50"

Sin cabecera ni *copy*: 32'35"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	7"
Gritos Arbeloa	TOTAL	12"
Pedreros	ENTRADILLA	12"
Críticas Arbeloa	COLAS	1'01"
Pedreros	ENTRADILLA	10"
Coches oficiales	DIRECTO	1'00"
Llegada jugadores	COLAS	40"
Pedreros - Álvaro Benito	ENTRADILLA	15"
Mejor con 10	COLAS	10"
Mal Ramos	COLAS	30"
Gol Bale	COLAS	20"
Drogba	COLAS	15"
Empate Galatasaray	COLAS	15"
2-1	COLAS	20"
Posible penalti Arbeloa	COLAS	15"
Ocasiones Real Madrid	COLAS	15"
Gol Di María 3-1	COLAS	15"

Ocasión Galatasaray	COLAS	15"
Isco 4-1	COLAS	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	12"
Noche de Arbeloa	VTR	1'50"
Afición sobre Arbeloa	TOTAL	30"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Celebración Xabi	COLAS	25"
Arbeloa sobre Xabi	TOTAL	20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Jesé triste	COLAS	10"
Pedrerol	ENTRADILLA	18"
Ramos falla	VTR	1'05"
Lara Álvarez videowall: Twitter Ramos	ENTRADILLA	25"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Isco	VTR	1'10"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Di María celebración	COLAS	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	20"
Bale aplaude	COLAS	20"
Josep Pedrerol	ENTRADILLA	5"

Gol Bale falta	VTR	1'10"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
¿Quién lanza?	VTR	50"
Álvaro Benito	ENTRADILLA	3"
Bale vs Cristiano	COLAS	30"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Cristiano homenajeado	VTR	1'15"
Pedrerol	ENTRADILLA	11"
<i>Four Four Two</i> Cristiano	VTR	1'00"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Rotonda Valdebebas	FALSO DIRECTO	30"
Pedrerol	ENTRADILLA	20"
Balón de oro polémica	VTR	1'15"
Pedrerol	ENTRADILLA	25"
Messi lesión	CARTÓN	35"
Pedrerol	ENTRADILLA	25"
Messi ciudad deportiva	COLAS	30"
Bronca Martino	VTR	1'08"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Rosell risueño	TOTAL	15"

Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Barcelona a por central	VTR	1'05"
Posibles centrales	COLAS	1'15"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	5"
Real adiós <i>Champions</i>	VTR	1'25"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Atlético nieve	VTR	45"
Pedrerol	ENTRADILLA	9"
Coches oficiales	DIRECTO	30"
Pedrerol y Lara Álvarez	DESPEDIDA	8"
	COPY	8"

LA SEXTA 29-11-2013

Duración total del programa de deportes:

Con cabecera y *copy*: 32'40"

Sin cabecera ni *copy*: 32'25"

CONTENIDO	FORMATO	DURACIÓN
Cabecera	VTR	7"
Pedrerol	ENTRADILLA	12"
Ramos	COLAS	58"
Pedrerol	ENTRADILLA	12"
Florentino-Ramos	VTR	1'05"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
<i>Twitter</i> Ramos	CARTÓN	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	4"
Ramos saluda Florentino	COLAS	25"
Pedrerol	ENTRADILLA	3"
Otro <i>Twitter</i> Ramos	CARTÓN	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	30"
Expulsión Ramos	COLAS	25"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Ramos-Ancelotti entrenamiento	VTR	1'05"
Pedrerol <i>Diario As</i>	ENTRADILLA	20"
Ancelotti sobre Ramos	TOTAL	35"

Cortinilla	CORTINILLA	1"
Otra vez Ramos <i>out</i>	VTR	1'20"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Florentino Pérez	TOTAL	25"
Pedrerol	ENTRADILLA	7"
Cartas tarot	COLAS	30"
Pedrerol	ENTRADILLA	6"
Entrenamiento Real Madrid	COLAS	15"
Ancelotti	TOTAL	22"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Cristiano <i>danger</i>	VTR	1'20"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Cristiano rotonda	COLAS + TOTAL	18"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Palco Cristiano	COLAS	10"
Cristiano-campeón de boxeo	VTR	50"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Madrid <i>invictus</i>	VTR	1'20"
Josep Pedrerol - Esnáider	ENTRADILLA	8"
Bale funciona	COLAS	20"

Cortinilla	CORTINILLA	1"
Benzema trabaja	COLAS	20"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Xabi marca ritmo	COLAS	25"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Coches oficiales	VTR	1'30"
Pedrerol	ENTRADILLA	8"
Cortinilla: ¿Quién gana la Liga?	CORTINILLA	2"
Respuesta	TOTAL	15"
Cortinilla: ¿Quién gana la Champions?	CORTINILLA	2"
Respuesta	TOTAL	15"
Cortinilla: ¿Quién gana el Mundial?	CORTINILLA	2"
Respuesta	TOTAL	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	20"
Entrenamiento Barcelona	COLAS	15"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Señalados	VTR	1'20"
Análisis derrota	VTR	1'02"
Esnáider	ENTRADILLA	4"

Error Xavi	COLAS	15"
Cortinilla	CORTINILLA	1"
Fallo segundo gol	COLAS	20"
Pedrerol	ENTRADILLA	4"
Messi a Argentina	COLAS	20"
Pedrerol	ENTRADILLA	15"
Rosell-Messi	VTR	55"
Pedrerol	ENTRADILLA	18"
"Tata" carácter	VTR	1'05"
Pedrerol	ENTRADILLA	10"
Atlético	COLAS	25"
Simeone	TOTAL	25"
Lara Álvarez	ENTRADILLA	15"
Evert historia	VTR	1'15"
Pedrerol	ENTRADILLA	4"
¿Messi se va?	CORTINILLA	2"
Respuesta	TOTAL	12"
Pedrerol	ENTRADILLA	8"
Cortinilla: ¿Quién ganará el Balón de Oro?	CORTINILLA	2"

Respuesta	<i>TOTAL</i>	10"
Pedrerol	ENTRADILLA	5"
Tiempo muerto curioso	<i>COLAS</i>	30"
Pedrerol y Lara Álvarez	DESPEDIDA	5"
	<i>COPY</i>	8"

**Anexo IV.
Formatos (tablas)
de los espacios deportivos de los informativos**

TVE1 (25-29 noviembre)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Entradilla	9	7	7	5	10
Colas	5	2	4	6	8
Total	2	1	1	1	3
VTR	7	8	7	5	5
Ráfaga	2	1		1	
Directo		2			
Falso directo		1			
Mención					
Clip	1				
Cartón – foto					

PORCENTAJE DIARIO DE FORMATOS:

	LUNES (%)	MARTES (%)	MIÉRCOLES (%)	JUEVES (%)	VIERNES (%)
Entradilla	316	31,8	36,8	27,7	38,4
Colas	20	9,09	21,05	33,3	30,7
Total	8	4,5	5,2	5,5	11,5
VTR	28	36,3	36,8	27,7	19,2
Ráfaga	8	4,5		5,5	
Directo		9,09			
Falso directo		4,5			
Mención					
Clip	2,5				
Cartón – foto					

PORCENTAJE SEMANAL:

	SEMANAL (%)
Entradilla	34,5
Colas	22,7
Total	7,2
VTR	29,09
Ráfaga	3,6
Directo	1,8
Falso directo	0,9
Mención	
Clip	0,4
Cartón – foto	

ANTENA 3 (25-29 noviembre)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Entradilla	7	9	6	7	10
Colas	7	6	7	4	6
Total	3	5	5		4
VTR	5	3	3	5	3
Ráfaga	6				
Directo					
Falso directo					
Mención		1		1	1
Clip					
Cartón – foto	3	2	2		1

PORCENTAJE DIARIO DE FORMATOS:

	LUNES (%)	MARTES (%)	MIÉRCOLES (%)	JUEVES (%)	VIERNES (%)
Entradilla	22,5	34,6	26	41,1	32,2
Colas	22,5	23	26,9	23,5	24
Total	9,6	19,2	21,7		16
VTR	16,1	11,5	13	29,4	12,5
Ráfaga	19,3				
Directo					
Falso directo					
Mención		3,8		5,8	4
Clip					
Cartón – foto	9,6	7,6	8,6		4

PORCENTAJE SEMANAL:

	SEMANAL (%)
Entradilla	31,9
Colas	24,5
Total	13,9
VTR	15,5
Ráfaga	4,9
Directo	
Falso directo	
Mención	2,4
Clip	
Cartón – foto	6,3

CUATRO (25-29 noviembre)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Entradilla	12	13	10	11	8
Colas	51	56	59	52	55
Total	16	28	8	10	12
VTR	14	13	11	11	13
Ráfaga	4	3	2	3	3
Directo				2	
Falso directo	1	1	1	1	
Mención	2	2	2	2	2
Clip		2			
Cartón – foto	5	2	4		1

PORCENTAJE DIARIO DE FORMATOS:

	LUNES (%)	MARTES (%)	MIÉRCOLES (%)	JUEVES (%)	VIERNES (%)
Entradilla	11,4	10,8	10,3	10,8	8,5
Colas	48,5	46,6	60,8	51,4	58,5
Total	15,2	23,3	8,2	9,9	12,7
VTR	13,3	10,8	11,3	10,8	13,8
Ráfaga	3,8	2,5	2	2,9	3,1
Directo				1,9	
Falso directo	0,9	0,8	1	0,9	
Mención	1,9	1,6	2	1,9	2,1
Clip		1,6			
Cartón – foto	4,7	1,6	4,1		1

PORCENTAJE SEMANAL:

	SEMANAL (%)
Entradilla	10,4
Colas	52,8
Total	14,3
VTR	11,9
Ráfaga	2,9
Directo	0,3
Falso directo	0,7
Mención	1,9
Clip	0,3
Cartón – foto	2,3

TELECINCO (25-29 noviembre)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Entradilla	5	7	5	7	7
Colas	2	5	4	5	6
<i>Total</i>	2	4	2		3
VTR	3	2	3	3	3
Ráfaga	3	2	9		
Directo					
Falso directo	2	1		1	
Mención					
Clip					
Cartón – foto					1

PORCENTAJE DIARIO DE FORMATOS:

	LUNES (%)	MARTES (%)	MIÉRCOLES (%)	JUEVES (%)	VIERNES (%)
Entradilla	35,7	36,8	35,7	43,7	35
Colas	14,2	26,3	28,5	31,2	30
<i>Total</i>	14,2	21	14,2		15
VTR	21,4	10,5	21,4	18,7	15
Ráfaga					
Directo					
Falso directo	14,2	5,2		6,2	
Mención					
Clip					
Cartón – foto					5

PORCENTAJE SEMANAL:

	SEMANAL (%)
Entradilla	37,4
Colas	26,8
<i>Total</i>	13,2
VTR	16,8
Ráfaga	
Directo	
Falso directo	4,8
Mención	
Clip	
Cartón – foto	1,2

LA SEXTA (25-29 noviembre)

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Entradilla	28	26	26	22	28
Colas	13	16	15	20	16
Total	6	11	13	2	10
VTR	11	12	12	12	12
Ráfaga	3	2	9	4	11
Directo					
Falso directo				1	
Mención			1	1	
Clip	1	1			
Cartón – foto	1		1	1	2

PORCENTAJE DIARIO DE FORMATOS:

	LUNES (%)	MARTES (%)	MIÉRCOLES (%)	JUEVES (%)	VIERNES (%)
Entradilla	44,4	38,2	33,7	34,9	35,4
Colas	20,6	23,3	19,4	31,7	20,3
Total	9,5	16,1	16,8	3,1	12,6
VTR	17,4	19	15,5	19	15,1
Ráfaga	4,7	2,9	11,6	6,3	13,9
Directo					
Falso directo				1,5	
Mención			1,2	1,5	2,1
Clip	1,5	1,4			
Cartón – foto	1,5		1,2	1,5	2,5

PORCENTAJE SEMANAL:

	SEMANAL (%)
Entradilla	37,1
Colas	22,8
Total	12
VTR	16,8
Ráfaga	8,2
Directo	
Falso directo	0,2
Mención	0,5
Clip	0,5
Cartón – foto	1,4

Anexo V. ENTREVISTAS

Cuestionario genérico

- 1) ¿Qué es la edición en televisión?
- 2) ¿Qué criterios sigue?
- 3) ¿Los índices de audiencia son el factor determinante a la hora de editar –seleccionar los contenidos–?
- 4) ¿El perfil de la audiencia también repercute sobre el proceso de la edición?
- 5) ¿Qué factor determina el nivel de relevancia de una imagen?
- 6) ¿Qué trascendencia tiene la edición en el proceso de elaboración del espacio deportivo de un informativo?
- 7) ¿En cuántas fases se realiza la edición y en qué consiste cada una de ellas?
- 8) ¿Qué otras funciones realiza el editor?
- 9) ¿Qué aptitudes profesionales y personales debe tener?
- 10) ¿El orden de la escaleta tiene que ser piramidal?
- 11) ¿Qué otras opciones existen para configurar el orden y por qué se llevan a cabo?
- 12) ¿Funciona la estrategia que consiste en anunciar un contenido al principio y no explotarlo hasta el final para mantener el interés de la audiencia durante todo el espacio?
- 13) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva en la televisión?
- 14) ¿Cómo debe ser actualmente la información deportiva en la televisión para satisfacer los gustos de la audiencia?
- 15) ¿Cómo es la escaleta habitualmente –orden de contenidos, formatos, tiempos, distribución de trabajo–?
- 16) Descripción de un día de trabajo del editor desde que llega a la redacción.
- 17) ¿Cómo se construye la escaleta de un día en el que ocurre algún suceso extraordinario?
- 18) ¿Con qué fuentes cuenta el editor?
- 19) ¿Cómo administra esas fuentes?
- 20) ¿Qué formatos maneja el editor para los distintos contenidos?
- 21) ¿Cómo asigna los formatos a los contenidos?
- 22) ¿Cómo supervisa la elaboración y la versión final de los contenidos?
- 23) ¿Cómo coordina y controla la emisión del espacio?
- 24) ¿Cómo improvisa en circunstancias excepcionales –noticias de última hora, contenidos que no están listos, avería del sistema, etc.–?
- 25) ¿El editor recibe presiones de sus mandos superiores para que el tratamiento, por ejemplo, de la información del Real Madrid y/o del Fútbol Club Barcelona, se haga de un modo determinado?

26) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

27) ¿Después de Madrid y Barça cuáles son el resto de contenidos estrella?

a) Lolo Belltall, editor de TVE1

1) ¿Qué es la edición en televisión?

Coordinación, elaboración y supervisión de contenidos informativos.

2) ¿Qué criterios sigue?

Importancia de la noticia de mayor a menor.

3) ¿Los índices de audiencia son el factor determinante a la hora de editar –seleccionar los contenidos–?

Determinante por sí solo, no. Pero es uno de los factores más importantes.

4) ¿El perfil de la audiencia también repercute sobre el proceso de la edición?

En deportes nos guiamos por el interés global de la audiencia.

5) ¿Qué factor determina el nivel de relevancia de una imagen?

La estética y el valor informativo.

6) ¿Qué trascendencia tiene la edición en el proceso de elaboración del espacio deportivo de un informativo?

Mucha, por no decir toda.

7) ¿En cuántas fases se realiza la edición y en qué consiste cada una de ellas?

Reuniones a primera hora para analizar previsión de contenidos; llamadas a los centros territoriales para encargar cobertura de temas; coordinación con producción; última reunión previa para editar la escaleta; reparto de temas entre la redacción; y supervisión del trabajo.

8) ¿Qué otras funciones realiza el editor?

Puede o no dirigir la edición de la sección de deportes desde el control de realización o hacerlo desde la redacción en contacto con el editor jefe del informativo.

9) ¿Qué aptitudes profesionales y personales debe tener?

Capacidad organizativa, sentido de la responsabilidad, concentración, capacidad rápida de decisión, experiencia como redactor y psicología para gestionar grupos humanos.

10) ¿El orden de la escaleta tiene que ser piramidal?

Se suele empezar por la noticia más importante o que más interés se supone que genera en el espectador.

11) ¿Qué otras opciones existen para configurar el orden y por qué se llevan a cabo?

En TVE1, habitualmente, rige el principio de la relevancia.

12) ¿Funciona la estrategia que consiste en anunciar un contenido al principio y no explotarlo hasta el final para mantener el interés de la audiencia durante todo el espacio?

No siempre. Depende de la duración de la sección de deportes y del resto de contenidos.

13) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva en la televisión?

Mucho. Desde hace ya algunos años los bloques de deportes son una parte esencial en un informativo. En muchas televisiones, incluso, se han sacado fuera del informativo, dándole entidad propia como programa, con mayor duración y tratamiento de la imagen.

14) ¿Cómo debe ser actualmente la información deportiva en la televisión para satisfacer los gustos de la audiencia?

Sobre todo, muy polideportiva. El fútbol es la parte fundamental, pero hay otras muchas disciplinas atractivas.

15) ¿Cómo es la escaleta habitualmente –orden de contenidos, formatos, tiempos, distribución de trabajo–?

Suele durar en torno a los diez minutos en un día normal. Salvo casos excepcionales, las *piezas* no duran más de un minuto y diez segundos y siempre intentamos que sea una sección ágil, atractiva y muy polideportiva.

16) Descripción de un día de trabajo del editor desde que llega a la redacción.

Leer prensa; mirar agencias; diseñar escaleta; ir a la reunión; repartir el trabajo; editar los rótulos; supervisar los contenidos; dar el *ok* definitivo; y coordinar con el editor de informativos durante la emisión.

17) ¿Cómo se construye la escaleta de un día en el que ocurre algún suceso extraordinario?

Con mayor previsión y adelantando el trabajo.

18) ¿Con qué fuentes cuenta el editor?

Grabaciones propias, envíos por internet, prensa, agencias, señales propias, resúmenes, etc.

19) ¿Cómo administra esas fuentes?

Dependiendo del contenido, aunque casi siempre las grabaciones propias y las agencias acaparan la mayor parte de la sección de deportes.

20) ¿Qué formatos maneja el editor para los distintos contenidos?

Videos cerrados –*piezas*–, *colas*, *totales*, ráfagas de separación, clips.

21) ¿Cómo asigna los formatos a los contenidos?

En primer lugar, en función de la importancia. Después, del tiempo disponible.

22) ¿Cómo supervisa la elaboración y la versión final de los contenidos?

Primero se supervisa el texto. Y después, la locución con el montaje de video.

23) ¿Cómo coordina y controla la emisión del espacio?

Desde la redacción, al habla por teléfono con los editores del informativo, y por mensajes internos con el presentador.

24) ¿Cómo improvisa en circunstancias excepcionales: noticias de última hora, contenidos que no están listos, avería del sistema, etc.?

Si falla un contenido, hay que ir al siguiente. Si hay una noticia de última hora y da tiempo, se montan unas *colas* y, si no, una *leída* a cámara. Y si hay una avería del sistema, rezar para que ocurra con margen de tiempo para buscar alternativas.

25) ¿El editor recibe presiones de sus mandos superiores para que el tratamiento, por ejemplo de la información del Real Madrid y/o del Fútbol Club Barcelona, se haga de un modo determinado?

Nada de nada.

26) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

Habitualmente, el cincuenta por ciento.

27) ¿Después de Madrid y Barça cuáles son el resto de contenidos estrella?

Las victorias de Nadal, Alonso y los pilotos españoles del Mundial de Motociclismo, la ACB, la selección de baloncesto, la NBA. También cualquier logro del deporte y de los deportistas españoles.

b) Enrique López, editor de TV3

1) ¿Qué es la edición en televisión?

Según nuestro concepto, la edición es todo el trabajo que garantiza la correcta emisión del conjunto de contenidos previstos de un programa o de una sección dentro de un informativo. Va desde la previsión de rodajes, la asignación de temas, la coordinación de redactores, conductor y cámaras, hasta la supervisión del montaje de videos, de los textos y entradillas y la correcta entrega de las *piezas*.

2) ¿Qué criterios sigue?

De acuerdo con los jefes de redacción y, en su caso, con los editores de informativos, se eligen los temas y se ponen en marcha los rodajes. Criterios de actualidad, de interés informativo o de imagen.

3) ¿Los índices de audiencia son el factor determinante a la hora de editar –seleccionar los contenidos–?

Personalmente los miro poco y me influyen menos. Pero no se puede dar la espalda a la audiencia porque si hacemos televisión es para que nos miren. Desde el punto de vista de una televisión pública, está claro que no todo vale para ganar público. Infinidad de reportajes de deportes minoritarios nunca se emitirían si solo tuviésemos en cuenta los índices de audiencia.

4) ¿El perfil de la audiencia también repercute sobre el proceso de la edición?

No es lo mismo trabajar para un informativo general que para un programa deportivo especializado porque el público tampoco es el mismo. Hay que adecuar el lenguaje televisivo al espectador potencial de cada espacio.

5) ¿Qué factor determina el nivel de relevancia de una imagen?

Una noticia sin imagen es mucha menos noticia. Y, a menudo, una buena imagen de un tema menor adquiere un valor muy alto. El equilibrio es difícil, pero hay que buscarlo.

6) ¿Qué trascendencia tiene la edición en el proceso de elaboración del espacio deportivo de un informativo?

Total. Hay que calcular los tiempos para que quepan todos los temas; hay que vigilar la elaboración de cada vídeo para que se ajuste al conjunto del programa y no desentone; hay que estar atento para que todo llegue a tiempo y siempre con un ojo pendiente de cualquier última hora que pueda alterar la escaleta.

7) ¿En cuántas fases se realiza la edición y en qué consiste cada una de ellas?

Reunión de edición con producción, con realización, planificación de recursos. En el caso de un *Telenoticias*, reunión con representantes de informativos. Decididos los temas, se asignan a cada redactor –muchos ya están en marcha desde antes– y se controla su proceso de elaboración hasta la hora del informativo. Durante el directo, contacto permanente con edición del informativo para resolver cualquier imprevisto.

8) ¿Qué otras funciones realiza el editor?

A menudo hay que suplir la falta de redactores, incluso montar algún vídeo. En mi caso, contactar con el resto de televisiones autonómicas para el intercambio de material; estar pendiente de las imágenes que se reciben a través de agencias; y, cada vez más, controlar las redes sociales para no perderse ningún tema. También hay que tener mano izquierda para manejar la redacción y sacar el máximo provecho del personal disponible.

9) ¿Qué aptitudes profesionales y personales debe tener?

Experiencia, criterio periodístico, capacidad de reacción, polivalencia, credibilidad ante el resto de compañeros.

10) ¿El orden de la escaleta tiene que ser piramidal?

Por supuesto. Pero con algunas variables porque solemos agrupar las noticias por deportes, aunque se altere el orden lógico de relevancia para dar un carácter más homogéneo al espacio.

11) ¿Qué otras opciones existen para configurar el orden de la escaleta y por qué se llevan a cabo?

A veces es prioritario el concepto *producto de la casa*, que acaba imponiéndose al de interés general. Se trata, más que nada, de promocionar los asuntos de los que se poseen los derechos de transmisión en directo. A menudo hay dudas sobre si se abusa de esta práctica, pero se intenta que siempre se trate de temas de gran audiencia. Por ejemplo, la Fórmula Uno muchas veces se antepone al fútbol porque es un producto propio de TV3 desde hace muchos años.

12) ¿Funciona la estrategia que consiste en anunciar un contenido al principio y no explotarlo hasta el final para mantener el interés de la audiencia durante todo el espacio?

Sin duda. Se usa mucho antes de las pausas publicitarias. En eso, los temas de deportes son la estrella porque suelen encabezar la segunda parte del informativo. A veces se opta por una doble portada, con un tema propio como *lead*¹⁴⁶, que luego no es el que se desarrolla primero. Pero no es una práctica muy habitual.

13) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva en la televisión?

Se han potenciado los directos, se da más importancia a la imagen que al texto, se han incorporado los efectos, músicas, gráficos, para explicar mejor la noticia y para “venderla” mejor también. Se busca más el espectáculo, sin dejar de informar.

14) ¿Cómo debe ser actualmente la información deportiva en la televisión para satisfacer los gustos de la audiencia?

En lo que se refiere al fútbol, hay que tomar partido. Sin faltar al rigor, hay que saber qué tipo de público tienes y a qué equipo sigue mayoritariamente. Y hay que ser fieles a esa mayoría, aun sabiendo que otros colectivos se sentirán defraudados. En cuanto a otros deportes, hay que buscar la mejor imagen, la más impactante, porque el deporte es básicamente pasión y espectáculo.

¹⁴⁶ *Lead* es un término inglés que significa adelantar. En los espacios deportivos de los informativos de TV3 se usa como denominación de los avances o cebos.

15) ¿Cómo es la escaleta habitualmente –orden de contenidos, formatos, tiempos, distribución de trabajo–?

Se intenta lograr un equilibrio entre *BVU* –videos cerrados con la voz grabada– y *OFF* –imágenes comentadas en directo por el conductor–, además de *INSERTS* –cortes de voz de los protagonistas, también conocidos como *totales*–. Los videos pueden llegar a durar entre 1'20" y 1'30", mientras que los *offs* no llegan a 30". Y las voces conviene que no pasen de 20". El orden se pacta en la reunión matinal. Pero durante el día suele cambiar mucho. Las conexiones en directo se suelen acompañar de imágenes comentadas en off o declaraciones de los protagonistas. En casos muy señalados, todo el bloque de deportes se puede hacer desde el exterior, generalmente cuando coincide con un evento de primer orden y de producción propia.

16) Descripción de un día de trabajo del editor desde que llega a la redacción.

09.00: Repaso temas con el conductor y diseño pre-escaleta. Plan de rodajes.

10.00: Reunión con responsables del *Telenoticias* para concretar escaleta.

10.30: Asignación de temas pendientes a cada redactor.

11.00: Conferencia de FORTA para intercambio de material.

12.00-14.00: Seguimiento de temas, edición de videos y redacción de sumarios.

14.30: Inicio del *Telenoticias*. Supervisar temas entregados y controlar los que faltan.

15.00: Emisión en directo de la sección de deportes.

16.00: Reunión tras el programa y previsiones del día siguiente.

17) ¿Cómo se construye la escaleta de un día en el que ocurre algún suceso extraordinario?

Si es un hecho previsto, todo suele estar planificado –rodajes, directos, videos complementarios–. Si es una noticia de última hora, seguro que la escaleta se rompe en pedazos: saltan temas, se cambian sumarios. Y a veces hasta se plantea la posibilidad de abrir el informativo con la noticia de deportes. El resto de la información mantiene su posición en la escaleta.

18) ¿Con qué fuentes cuenta el editor?

Algunas, propias. Pero generalmente se recurre al especialista de cada tema que hay en el equipo o en el resto de la redacción, aunque no esté adscrito a informativos. Cada vez más nos apoyamos en internet y las redes sociales. Cada vez menos, en las fuentes directas que, o bien se esconden, o bien solo explican la versión oficial.

19) ¿Cómo administra esas fuentes?

Como digo, las fuentes oficiales tienen cada vez menos valor. Se han de consultar para contrastar la noticia pero en general ya sabes lo que te dirán. Conviene buscar otras versiones que suelen ser secretas.

20) ¿Qué formatos maneja el editor para los distintos contenidos?

Crónica personalizada para las informaciones con enviado especial; vídeo convencional de discurso más neutro para el resto de temas; reportaje para temas más intemporales.

21) ¿Cómo asigna los formatos a los contenidos?

Depende del material disponible y de las posibilidades de desplazamiento. Últimamente la falta de medios nos impide personalizar muchas piezas. Lo que deriva en informaciones más previsibles y similares al resto de cadenas.

22) ¿Cómo supervisa la elaboración y la versión final de los contenidos?

A veces se hace difícil cuando llegan a última hora, ya durante la emisión en directo. Normalmente se revisan a tiempo, así como los títulos correspondientes. En general, no se corrigen mucho, a no ser que haya un problema formal de calidad de imagen o algún error de bulto en el texto.

23) ¿Cómo coordina y controla la emisión del espacio?

Con contacto directo a través de un cuatro hilos con el control de realización y con el editor del informativo. También hay contacto con el conductor a través de mensajes escritos al ordenador de plató. Sobre la marcha puedo cambiar textos del conductor si hace falta.

24) ¿Cómo improvisa en circunstancias excepcionales –noticias de última hora, contenidos que no están listos, avería del sistema, etc.–?

Eso ya depende de la capacidad del conductor. Una confianza excesiva en el *teleprompter*¹⁴⁷ te puede jugar una mala pasada si falla algo. Pero, en general, en deportes estamos acostumbrados a improvisar.

25) ¿El editor recibe presiones de los mandos superiores para que el tratamiento, por ejemplo de la información del Real Madrid y/o del Fútbol Club Barcelona, se haga de un modo determinado?

No hace falta porque tú ya sabes qué y cómo debes contar esa información. El editor debe ser consciente de las connotaciones políticas y sociales del medio de comunicación en el que ejerce su profesión. Ante noticias de especial relevancia sí que se convoca una reunión con los jefes para que quede clara la línea editorial que hay que seguir.

26) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Barcelona? ¿Y al Real Madrid?

Siempre hay información del Barça aunque no haya actividad ese día. Se buscan temas de la semana o se elaboran informes más trabajados. Cuando ha habido un “clásico”, el programa se convierte prácticamente en un monográfico del partido. En el día a día, el Barcelona puede ocupar el cincuenta por ciento de la escaleta. En básquet, balonmano y otros deportes, el Barça también está presente. En cuanto al Real Madrid, es la prioridad de nuestro corresponsal en Madrid. También suele haber información diaria aunque en menor volumen y, sobre todo, cuando el club blanco tiene problemas.

¹⁴⁷ El *teleprompter* –también denominado *autocue* o *cue* debido al nombre de la principal empresa fabricante– es el sistema que se utiliza en el medio televisivo para que el presentador pueda leer lo que dice sin que el espectador lo note. Se trata de un dispositivo electrónico que refleja el texto de las entradillas –redactado previamente por el propio presentador/es, el editor o algún redactor, y filtrado y cargado por el operador del *teleprompter*– en una cristal transparente ubicado en la zona frontal de la cámara. El objetivo es que el presentador mire fijamente a la cámara, como si estuviera contándole la información al telespectador de forma directa e improvisada, aunque en realidad esté leyendo.

27) ¿Después del Barça, cuáles son el resto de contenidos estrella?

En mucha menor medida, el Espanyol. El básquet y el mundo del motor tienen bastante espacio. Y luego siempre queda un rincón para una gesta de deportes de aventura, algún record atlético o alguna figura mundial.

c) Manuel Martín, editor de ESPN

1) ¿Qué es la edición en televisión?

En Estados Unidos se denomina producción a lo que en España llamamos edición. El productor, en cierta forma, es la persona que ordena la actualidad. Editar es decidir qué y en qué manera se abordan los distintos temas de la actualidad. En el programa *Fuera de Juego* tenemos tres productores, además del productor ejecutivo, lo que sería el director del programa, que están por encima de los talentos –periodistas frente a la cámara– y que tienen la máxima capacidad de decisión en los contenidos.

2) ¿Qué criterios sigue?

El criterio principal, como en cualquier actividad periodística, es la actualidad y el interés que suscitan en los espectadores los asuntos del día. Nuestro público es, sobre todo, latinoamericano y sigue a los grandes equipos europeos de fútbol. Temas importantes para los seguidores españoles pasan a un segundo plano en el programa. Real Madrid, Barcelona, Manchester United o Bayern de Múnich, despiertan más atención en momentos puntuales que los triunfos de otros equipos como el Atlético de Madrid, por ejemplo.

3) ¿Los índices de audiencia son el factor determinante a la hora de editar –seleccionar los contenidos–?

El origen de la audiencia y sus gustos son determinantes, especialmente en un programa que se dirige a tal diversidad de países como son los que conforman en su totalidad el continente americano.

4) ¿El perfil de la audiencia también repercute sobre el proceso de la edición?

En Estados Unidos es un factor que se estudia y sus datos se tienen en cuenta constantemente. Cualquier cadena de televisión tiene un departamento que desmenuza todos estos factores. En el caso de nuestro programa se presta atención a todo lo que tiene que ver con estas características de los espectadores.

5) ¿Qué factor determina el nivel de relevancia de una imagen?

En el deporte la imagen es lo máximo. Enseñar qué sucede es lo más importante en televisión. En nuestro caso debemos grabar dos veces varias partes del programa por el asunto de los derechos que tenemos de ciertas competiciones para unos territorios y no para otros. Es tan importante la imagen que no cambiamos el tema de los segmentos repetidos. Simplemente, los que van para aquellos lugares en los que no hay derechos se suplen con fotografías

6) ¿Qué trascendencia tiene la edición en el proceso de elaboración del espacio deportivo?

En *ESPN* es más importante que cualquier otro aspecto. Los editores controlan absolutamente todos los contenidos por encima de los presentadores. En España el presentador suele tener gran capacidad de decisión sobre los temas a tratar u ofrecer a la audiencia. Aquí lo decide todo el editor. Cuenta con las opiniones de los redactores y presentadores, pero la última palabra es suya. Se separan perfectamente las funciones del editor y del presentador estrella.

7) ¿En cuántas fases se realiza la edición y en qué consiste cada una de ellas?

El grupo de editores empieza a trabajar desde primera hora de la mañana con la actualidad del día que llega de Europa. La diferencia horaria beneficia esta tarea. Si algún periodista quiere sugerir algo puede ponerse en contacto con los editores. A la una del mediodía están listos los temas a tratar y cada uno de los periodistas y el presentador los reciben vía email para que ellos mismos empiecen a trabajar sobre ellos, buscando argumentos que aportar en el programa. Paralelamente, los asistentes de producción empiezan a editar los videos de apoyo y las entrevistas grabadas con anterioridad. A las cuatro de la tarde ya está armada la escaleta de edición y se comparte en una reunión con los intervinientes en el programa. Se discuten los puntos de vista que existen para abordar los temas, pero siempre respetando la escaleta creada. A las seis y media comienza la grabación del *show*.

8) ¿Qué otras funciones realiza el editor?

Hacer agenda: anticiparse en el tiempo en la búsqueda de asuntos interesantes para programas en el futuro más inmediato.

9) ¿Qué aptitudes profesionales y personales debe tener?

Especialmente, saber manejar equipos de trabajo. Paciencia para soportar presiones y delirios de periodistas estrella. En resumen, mano izquierda.

10) ¿El orden de la escaleta tiene que ser piramidal?

En nuestro caso se empieza siempre por lo más importante. Pero el resto no lleva un orden piramidal. Se trata de mantener la atención del espectador hasta el final del *show*.

11) ¿Qué otras opciones existen para configurar el orden y por qué se llevan a cabo?

El tiempo y la actualidad. Hay noticias que sabes que van a suceder cerca de la grabación del programa y que nunca puedes predecir cómo van a ser. Por ejemplo, los partidos que tienen una hora de finalización tardía. Si no son muy destacados, pero sí importantes, se insertan en la escaleta teniendo en cuenta qué se va a tener para poder hacer un resumen de imágenes. Por otro lado, hay noticias que no puedes predecir y suceden en el momento más inoportuno. Consiste en tener reflejos y saber adaptarse a situaciones que cambian rápidamente.

12) ¿Funciona la estrategia que consiste en anunciar un contenido al principio y no explotarlo hasta el final para mantener el interés de la audiencia durante todo el espacio?

No siempre. Para nosotros el tema importante va en cabeza. El cebo es algo empleado por todas las televisiones del mundo que, sin embargo, acaba suponiendo un gran desgaste para el espectador.

13) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva en la televisión?

Ha evolucionado al ritmo de los avances tecnológicos. En nuestros días es mucho más fácil llegar a la noticia a través de la televisión al existir medios de transmisión más rápidos y de calidad. Pero lo que hoy vemos como algo avanzado con respecto a lo que teníamos hace unos años nos podrá parecer obsoleto dentro de un tiempo por la llegada de nueva tecnología. Hace tres décadas, los resúmenes de imágenes de los partidos de fútbol jugados el fin de semana se veían el lunes. Hoy, antes de que el árbitro señale el final del partido, ya se están viendo en los distintos operadores que no han ofrecido el encuentro en directo.

14) ¿Cómo debe ser actualmente la información deportiva en la televisión para satisfacer los gustos de la audiencia?

Debería ser, aunque no lo es, objetiva y directa. Contar lo que sucede como sucede. Las influencias de los nuevos *feedback*¹⁴⁸, como las redes sociales, hacen que la edición esté siempre pendiente de lo que realmente quiere la audiencia más de lo que realmente es noticia.

15) ¿Cómo es la escaleta habitualmente –orden de contenidos, formatos, tiempos, distribución de trabajo–?

Al tratarse de un canal multinacional, el orden de deportes y equipos varía continuamente debido a muchísimos factores. Si nos centramos en *ESPN Deportes*, el canal solo para Estados Unidos en español, los principales factores de decisión serían:

-Interés internacional del evento.

-Temporada nacional de cada deporte. De abril a octubre manda el béisbol; de septiembre a enero, el fútbol americano; y de octubre a junio, el baloncesto. El hockey hielo es otro de los que domina en invierno.

-El deporte universitario puede restar algunos días protagonismo al profesional por el gran seguimiento. Es el caso de las finales de baloncesto y fútbol americano especialmente.

-El interés que despiertan otros deportes, como es el caso del *soccer* –fútbol europeo– en la población hispana de Estados Unidos. En este caso, la escaleta se elabora con criterios similares a los anteriores, excepto en el interés existente en la MSL –Liga Americana de Soccer–, que todavía es menor. Así las cosas, el fútbol mexicano ocupa un lugar importante en este esquema.

Si nos ceñimos a los programas exclusivos de fútbol, depende del perfil del programa. En el caso de *Fuera de Juego España*, sobre todo Madrid y Barça. Italia, Inglaterra y Alemania desde la llegada de Guardiola, son las ligas que más interesan y en este orden. Otro de los factores que influyen en la escaleta es el de los derechos. Si tenemos de una liga en la que se juegan partidos importantes un fin de semana, el protagonismo de ese campeonato crece y se adelanta en el tiempo del programa.

16) Descripción de un día de trabajo del editor desde que llega a la redacción.

Es el primero que llega a la redacción y el último que se marcha. Como se ha descrito anteriormente, debe controlar la información desde el primer momento y hasta que sale al aire, apoyándose en sus redactores y teniendo el criterio exigido para el cargo.

17) ¿Cómo se construye la escaleta de un día en el que ocurre algún suceso extraordinario?

Depende del día extraordinario. Un día de partido, por muy importante que sea, sabes a qué sitios has de mirar: el partido, las reacciones posteriores de los protagonistas y secuelas que pueda dejar el marcador. En un evento no previsto todo depende de los medios y criterios que se tengan en el canal. A dónde y a dónde no se puede llegar. A partir de ahí, se debe jugar con los reflejos de todos los que participan en el programa para poder hacer un buen producto en poco tiempo.

18) ¿Con qué fuentes cuenta el editor?

Primero, las de sus redactores, pero sin olvidar las suyas propias. Se supone que un editor debe conocer bien el terreno que pisa y haberlo pisado antes. Por este motivo, ha de tener

¹⁴⁸ *Feedback* es un término inglés que, aplicado al ámbito de internet y las redes sociales, significa respuesta del destinatario del mensaje o retroalimentación entre emisor y receptor.

recursos propios para discernir lo verdaderamente importante de la noticia y saber encontrar razones y argumentos para ello.

19) ¿Cómo administra esas fuentes?

Con un criterio de actualidad y noticia.

20) ¿Qué formatos maneja el editor para los distintos contenidos?

Formatos televisivos. Depende del tipo de programa que quiera hacer y la relevancia que quiera darle a cada uno de los temas. Los medios con los que cuenta también influyen.

21) ¿Cómo supervisa la elaboración y la versión final de los contenidos?

Habitualmente, con la confianza que tiene en sus colaboradores. Cuando sabe que alguien no suele hacer bien su trabajo o está fallando presta más atención para que todo se haga correctamente.

22) ¿Cómo coordina y controla la emisión del espacio?

Reuniones previas con el equipo de realización en las que se explica qué se quiere hacer al aire.

23) ¿Cómo improvisa en circunstancias excepcionales –noticias de última hora, contenidos que no están listos, avería del sistema, etc.–?

Con frialdad y reflejos. Son situaciones de estrés en las que habitualmente la profesionalidad de todo el equipo hacen que se salga lo más airoso posible del problema.

24) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

En el caso de *Fuera de Juego España* raro es el día que no se da algo. Casi siempre tienen presencia. Quizá un veinte por ciento. Cuando hay un “clásico” o juegan un partido importante de la Liga de Campeones puede llegar hasta el cuarenta o el cincuenta por ciento.

25) ¿El editor recibe presiones de sus mandos superiores para que el tratamiento, por ejemplo, de la información del Real Madrid y/o del Fútbol Club Barcelona, se haga de un modo determinado?

En *ESPN* la libertad de expresión es una máxima deontológica intocable.

d) Juan Antonio Paredero, editor de *Antena 3*

1) ¿Qué es la edición en televisión?

La construcción de un programa destinado a una audiencia que sabe bien lo que quiere y a la que tenemos que informar.

2) ¿Qué criterios se siguen en *Antena 3*?

Básicamente dos: lo que debe ser y lo que tiene que ser. Nosotros sabemos que la audiencia prefiere contenidos digeribles, más ligeros. Pero también tenemos la responsabilidad de informar.

3) ¿Qué es noticia y qué no lo es en *Antena 3*?

Te pongo un ejemplo. *Operación Puerto*¹⁴⁹. Yo me reúno con responsables de esta cadena de otras secciones y hemos llegado a la conclusión de que no es deporte. Yo les expliqué que se trata de un juicio en el que circunstancialmente los acusados son deportistas. Si un día Alberto Contador da positivo y le quitan el Tour, eso sí es deporte. Pero un juicio en el que se procesa a personas que circunstancialmente son deportistas no es deporte.

4) ¿Qué elemento determina el nivel de relevancia de una imagen?

Te pongo otro ejemplo. La imagen de la presentación del nuevo modelo de Ferrari. Ese tipo de mensaje responde a la definición de noticia en televisión. Es potente informativamente y visualmente.

5) ¿El dato cuantitativo de la audiencia es el factor determinante en el proceso de la edición?

Sí. El dato de audiencia me está diciendo qué es lo que interesa. Me aporta pistas sobre qué debo dar. Pero no me ciega. Me da pistas pero no me ciega.

6) ¿*Antena 3* obedece a la teoría de la *agenda setting* –elige por los espectadores– o les ofrece lo que ellos demandan?

Yo creo que a mitad de camino. Y más cercano a lo que ellos piden.

7) ¿Existe en *Antena 3* algún tipo de presión editorial por parte de la dirección de la cadena?

No. Hago la escaleta que quiero cada día. Puedo informar de todo.

8) Las fases de la edición. ¿Qué hace el editor desde que llega a la redacción hasta que termina la emisión del programa?

Llamada a las delegaciones para conocer las previsiones del día. Eso se une a las previsiones que tenemos en Madrid. Se mandan los equipos fuera. Se recolecta el material. Sobre las diez

¹⁴⁹ Operación policial que en 2006 pone al descubierto una gran trama de dopaje en el deporte de élite. A principios de 2013 se celebra el juicio oral. El proceso se cierra con condenas menores para los principales imputados: el doctor Eufemiano Fuentes y su colaborador José Ignacio Labarta.

y media o las once ya tenemos la escaleta hecha. Ya sabemos lo que vamos a “vender”. Es una escaleta viva. Se puede cambiar. Llega el material de delegaciones sobre las dos, también el material de Madrid. Se hacen los vídeos. Y la emisión.

9) ¿Qué aptitudes debe tener un editor?

Para empezar, debe saber relacionar los temas. Hay muchos cabos sueltos, muchos temas dispares. Un buen editor sabe atar esos cabos para hacer un bloque consistente, serio y creíble.

10) ¿Cuáles son sus funciones?

Aparte de hacer la escaleta, tiene que controlar el tiempo. Esto es esencial. Además, insertar la publicidad para conseguir un conjunto atractivo. Por último, supervisar la emisión en directo desde su puesto en el control del estudio, desde los tiempos hasta las variaciones en la escaleta de última hora.

11) ¿La escaleta de un bloque de deportes de *Antena 3* es siempre piramidal?

Sí. Tenemos un par de criterios fijos. Terminamos siempre con la NBA para que la audiencia sepa que después de eso no hay nada y también provocar que espere hasta el final para poder verla.

12) ¿Cómo es la escaleta estándar?

Primero, fútbol. Y no tiene porqué arrancar con el Madrid. También puede ser el Barça.

13) ¿Cómo ha evolucionado y hacia dónde crees que va la información deportiva en televisión?

Hay un antes y un después de la aparición de *Cuatro*, de sus programas con mucho más colorido, introducción de posproducción, de gráficos, con contenidos más ligeros y con disminución de la credibilidad. Nosotros nos hemos salpicado un poquito. Pero nos quedamos lejos. *La Sexta* se ha unido a ellos en ideología. Nosotros nos acercamos. Luego viene *Telecinco* y *TVE1*.

14) ¿Es la edición la fase fundamental en la elaboración de los espacios deportivos de los informativos?

Se trata de los cimientos. Luego, la calidad del programa depende de si los vídeos son buenos o malos. Pero es difícil que algo salga bien si los cimientos están mal puestos.

15) ¿La personalidad profesional del editor marca de manera definitiva la identidad del espacio deportivo de los informativos?

La huella del editor queda marcada. Queda patente. Si haces una escaleta deslavazada, por muy buenos que sean los vídeos, el programa no será bueno.

16) ¿Cómo se construye una escaleta atractiva?

Tiene que tener variedad. No pueden constituirse solo a base de vídeos. Hay que alternar formatos. Aquí, en *Antena 3*, tenemos la suerte de contar con el *pantallón*. Jugamos mucho con él. Nos basamos en él. Es un nuevo formato del que no disponen en otros medios.

17) ¿La Fórmula Uno, cuyos derechos audiovisuales pertenecen a *Antena 3*, es un contenido que determina la confección de la escaleta de los bloques deportivos de la cadena?

No del todo. No ciegamente.

18) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

La mitad, por lo menos.

26) ¿Después de Madrid y Barça, cuáles son el resto de contenidos estrella?

En *Antena 3* la Fórmula Uno es fundamental porque tenemos los derechos de emisión. Cuando se acerca el Gran Premio va ganando protagonismo hasta compartirlo con Real Madrid y Barcelona durante el fin de semana de carrera. Si gana Alonso, es el primer tema de modo indiscutible.

Grabación de la entrevista: <http://www.youtube.com/watch?v=Thg6HlwjGmg>

e) Raúl Gamonal, editor de Telecinco

1) ¿Qué es la edición en televisión?

Una broma, una broma. Es la selección de contenidos. Qué es lo que se va a dar. Qué es lo que se cubre o lo que no se cubre dentro de tus posibilidades. Eres el que eliges en primer lugar, el que tiene la última palabra. Al final, es como cocinar un puchero. Metes lentejas, metes judías... y el resto lo dejas fuera, o lo dejas para otro momento, o para otro día.

2) ¿En Telecinco qué es noticia?

En el ámbito del deporte en la televisión puede ser cualquier cosa. Para contar, para conocer un resultado deportivo está internet. La gente, al instante, sabe lo que ha hecho su equipo, lo que ha hecho Nadal, lo que ha hecho cualquier deportista español. Los resultados ya no son noticia en televisión. Para que algo sea noticia en televisión, para que una imagen sea noticia debe ser llamativa, curiosa, que le pueda interesar al espectador. Pero no vamos a ser papistas. Todos sabemos y hay que reconocer que el ochenta por ciento de la información deportiva que se da en Telecinco y en todas las cadenas de televisión trata sobre el Real Madrid y el Barcelona. Nosotros añadimos una tercera pata que es la selección española. Sin olvidar que el combinado nacional compite cuando descansan Madrid y Barça. Para nosotros también tiene mucha importancia el Mundial de Motociclismo. Porque cuando los derechos audiovisuales de un determinado deporte está en tus manos tienes que potenciarlo. Esto significa darle continuidad a la información sobre este deporte en todos los espacios deportivos de la cadena para promocionar al máximo la carrera. En resumen, hablamos de Real Madrid, Barcelona, selección, motos y también la Europa League porque Telecinco posee los derechos audiovisuales de esta competición.

3) ¿El dato cuantitativo de la audiencia repercute en la edición?

Telecinco es una cadena privada y busca resultados, es decir, obtener la mayor audiencia posible. Tú puedes plantear una apertura del programa que no sea el Madrid o el Barça y luego, al día siguiente, te encuentras con la sorpresa de que ese informativo ha bajado. Como lo pagas en publicidad y en número de espectadores que se te van, al final siempre recurre al Madrid y el Barça. Las aperturas, en el ochenta o noventa por ciento de los casos, se hacen con ellos. Está cuantificado. Cuántos seguidores tiene el Real Madrid en España, cuántos seguidores tiene el Barcelona en España. Ambos equipos interesan a un gran número de personas. Sevilla, Atlético, Valencia, etc., tienen un público más local.

4) ¿Los medios eligen realmente por la audiencia como predica la *agenda setting* u ofrecen lo que la audiencia demanda?

Esta es complicada. Tú eliges. La objetividad no existe. Desde el momento en que tú haces esa elección, hablamos de una criba subjetiva. Pero procuras elegir pensando en el espectador. Podrías abrir con el Atlético de Madrid porque es tu equipo del alma. O con el tenis porque es el deporte que más te gusta. O con la NBA porque los Pistons han fichado a Calderón. Pero sabes que el traspaso de Calderón interesa a menos personas que la resaca del "clásico" Madrid-Barça.

5) ¿El editor de los espacios deportivos de los informativos de *Telecinco* tiene absoluta libertad a la hora de establecer el tratamiento editorial de la información?

No hay ningún tipo de directriz al respecto desde arriba. En temas como el de la *Operación Puerto*, que trasciende el mero ámbito deportivo, se produce una negociación con el departamento de informativos para dilucidar quién se queda, quién aborda este asunto. Además, no damos cobertura alguna a los incidentes protagonizados por los aficionados radicales. Procuramos también obviar las pancartas de mal gusto. Evitamos los gritos contra Puerta, contra Messi o contra Cristiano. Directriz sobre cómo tratar al Madrid o al Barça no existe.

6) ¿Es el editor, pues, el principal responsable de la idiosincrasia de los espacios deportivos de los informativos de *Telecinco*?

Efectivamente, él marca el perfil del espacio, marca la línea, establece el orden de los asuntos por su importancia

7) ¿Cómo es la escaleta estándar de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía de *Telecinco*?

Madrid y Barça para empezar. Alguna imagen de Nadal o de Sergio García si están compitiendo, o de la NBA, o alguna imagen curiosa. Siempre procuramos tener alguna noticia que no sea Madrid o Barça. También procuramos, aunque nuestra prioridad sea Madrid o Barça, cuando tenemos tiempo y hay información de Athletic, Betis, Sevilla, Málaga, hacer una *pieza*, un vídeo conjunto al que llamamos *multifútbol* y así intentamos satisfacer a la mayor cantidad de público posible.

8) ¿Utilizáis alguna vez el cebo?

Rara vez. Hay que tener en cuenta que nuestros espacios duran muy poco, de media unos cuatro minutos. Vamos con el tiempo tan justo que no podemos permitirnos este lujo. La duración media de nuestras *piezas* es de cuarenta o cuarenta y cinco segundos.

9) ¿Qué hace el editor desde que llega?

Lo primero, hacer un repaso de la prensa. Haces una batida por las delegaciones para contarles la información. Lo ideal sería que fueran los periodistas de estas delegaciones los que propusieran los temas. Sin embargo, no solo se dedican a la información deportiva, sino que están pendientes de todos los asuntos de cualquier índole. Tiene que ser el editor el que les ponga al día de lo que acontece en el lugar donde se afincan la delegación y encomendarle la cobertura que el propio editor estime oportuna. Por ejemplo, acabo de hablar con la delegación de Granada para que el redactor de turno acuda al entrenamiento del equipo de la ciudad para que le haga una entrevista a Nolito, un jugador que perteneció tiempo atrás al Barcelona y que incluso le marcó un gol al Real Madrid. Si este redactor no está al corriente de la actualidad deportiva, el editor se encarga de dictarle las preguntas que debe hacer. Así, a lo largo de la mañana vas controlando la evolución de todas las coberturas de tus delegaciones. También pones en movimiento las cámaras que tienes en Madrid. Y sobre las once y media nos reunimos el editor, el jefe de deportes –J.J. Santos– y la presentadora –Sara Carbonero–, para hacer la escaleta definitiva. Asignas los tiempos a los contenidos. Si necesitas un poco más de tiempo, negocias con el editor del informativo. Repartes el trabajo entre los redactores. Le cuentas a cada uno cómo debe hacer la *pieza*, las imágenes que debe incluir y una idea de cómo abordar la información. Me gusta dejar libertad al redactor para no coartar su creatividad. Por último, controlar la emisión desde el control: ceñirte al tiempo asignado, eliminando contenidos si fuera necesario durante la emisión; estar al tanto de la información de última hora y transmitírsela al presentador; etc.

10) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva por obra de la edición?

Como hemos dicho, la audiencia de los espacios deportivos de los informativos conoce el resultado del encuentro de su equipo de manera inmediata gracias a internet. Antes de la consolidación de internet, era prioritario contar el resultado. Había que contarle los signos definitivos de la quiniela. Ahora no. Tenemos que incidir en el elemento visual. El resultado es un detalle más, pero no la información más importante. Si estás contando cómo le ha ido el partido a Nadal, afirmas que ha conseguido la victoria y que su rodilla ha respondido bien. Ni siquiera hace falta incluir el resultado numérico definitivo. Y caminamos hacia una preponderancia de la imagen, una imagen tratada con posproducción, con rotulación, para conferirle la mayor espectacularidad posible. En *Telecinco* no disponemos de los medios técnicos suficientes para afrontar esta nueva era. En cualquier caso, creo que en algunos programas abusan del ornamento, visten demasiado las *piezas*. Muchas veces, una *pieza* sin posproducción, que solo usa los sonidos ambiente que ha captado la cámara, resulta más limpia, más bonita.

11) ¿La referencia es el espacio deportiva de *Cuatro*?

Al principio era un programa fresco. Ahora a mí me satura bastante. Las *piezas* van muy cargadas de posproducción pero no dan ninguna información. Nosotros procuramos dar algo. Por ejemplo, ayer hicimos una *pieza* sobre Varane, pero con datos: quién es su mentor; quién lo trajo; cuánto costó; llegó del Lennes; es el único fichaje que Mourinho no quería. Es lícito todo. Pero a mí me cansa tanta posproducción. Sin embargo, cada espacio es diferente. Depende también del tiempo que tengas. *Antena 3*, como nosotros, hace menos posproducciones. Somos más clásicos. Dentro de este clasicismo, me gusta darle un toque, por ejemplo, aprovechando los sonidos ambiente para que *respire* la *pieza*. Tendemos, por efecto de copia, a lo que hacen *Los Manolos*, que está muy bien, pero a mí me satura un poco.

12) ¿Qué aptitudes debe tener el periodista que ejerce como editor?

Criterio, sensatez, sentido común, intentar llevarte bien con los redactores. No son tus súbditos. Tú haces un trabajo y ellos, otro. Es necesario llevarte bien. Hay que procurar crear un buen ambiente. También debe trabajar con previsión. Adelantarte a la noticia. Tener intuición.

13) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

Casi todo. Hay veces que lo copan por completo. De media, yo diría que un ochenta por ciento entre ambos.

14) ¿Después de Madrid y Barça cuáles son el resto de contenidos estrella?

Cuando descansan las competiciones de clubes de fútbol, está la Selección. Y como comentaba antes, nosotros también metemos motos y *Europa League*.

Grabación de la entrevista: <http://www.youtube.com/watch?v=W02f299N4pU>

f) Rafael Zapatero, editor de *La Sexta*

1) ¿Cómo ha evolucionado la información deportiva en televisión?

Antes los espacios deportivos se limitaban a informar. Ahora, además, tienes que entretener. Por ejemplo, en el tratamiento de la mera imagen de un entrenamiento: una imagen generalmente aburrida. Antes se sacaba y se contaba la información. Punto. Ahora se busca un detalle, algo para que la imagen enganche al espectador. No vale solo meter una imagen por el simple hecho de que sea el entrenamiento del Real Madrid. Tienes que buscar un detalle llamativo para captar la atención del espectador. Con el tratamiento de épocas anteriores, se convertía en algo monótono. También hay que tener en cuenta la duración del espacio deportivo, que determina el tratamiento de las imágenes. En el caso de *Telecinco* y *Antena 3*, sus espacios son más cortos. *Cuatro* hace casi una hora y nosotros, *La Sexta*, unos veinte minutos a mediodía¹⁵⁰ y cerca de veinticinco por la noche. A nosotros no nos vale o no nos llega solo con la información. Hay que ir un paso más allá. Por otro lado, *Cuatro* tiende más al debate futbolero, a otro tipo de información. Nosotros estamos intentando hablar de otros deportes. Intentamos no frivolizar con la información deportiva. Sin que se me malinterprete. Porque el éxito de *Los Manolos* es incuestionable. Son líderes a mediodía. Son líneas diferentes.

2) ¿Es la edición el proceso clave de esta transformación?

Es la labor fundamental en todos los espacios de televisión. La propia edición es una función que ha ido evolucionando, adaptándose a los nuevos tiempos, a esa nueva forma de entender los espacios deportivos. Así ha ocurrido en *La Sexta*. Poco a poco ha ido cambiando, creciendo. Pero sí es cierto que ahora *La Sexta* es una referencia. Estamos marcando la forma de hacer no solo deportes, sino también los informativos en general, con un lenguaje eminentemente audiovisual, dándole a la imagen, a los audios, todo el peso, toda la importancia posible.

3) ¿Cuál es la labor del editor?

El editor recibe muchos *inputs* a través de muchas fuentes. Recibes mucha información y a la vez muchas imágenes. Hay que diferenciarlo y luego conjugar ambas. El editor trata de seleccionar y ordenar esa información para crear una escaleta que informe y entretenga al público.

4) ¿La teoría de la *agenda setting* funciona en la práctica? ¿Los medios eligen sin tener en cuenta a la audiencia o le ofrecen lo que demanda?

Yo creo que miente el que te diga que no. Tal y como está concebida la televisión, la audiencia manda y lo que más "vende" es el fútbol, por encima de los contenidos denominados polideportivos. Eso es una guerra, no sé si perdida, pero en la que tiene todas las de ganar el fútbol. Somos una empresa privada y si no das audiencia te cierran el programa. Eso no significa que todo dependa de la audiencia. Nosotros hemos abierto con la natación sincronizada, con el balonmano, con la *Operación Puerto*.

5) ¿Cómo es la escaleta estándar?

No hay un boceto clásico. Varía mucho de un día a otro. Empezamos con un sumario con dos o tres imágenes potentes. Luego entramos en harina. Si no hay nada extraordinario, vamos con el fútbol: Liga de Campeones, la Liga y Madrid o Barça. Pero suele cambiar mucho. La semana

¹⁵⁰ A partir de septiembre de 2013, con el estreno de *Jugones*, el espacio alcanza los treinta minutos de duración.

pasada jugaba la selección. Había poca información de fútbol. Así que abrimos con Perotti, un jugador argentino que tenía una depresión de caballo. Y a continuación, declaraciones de un jugador de la Real Sociedad. La mayoría de días abrimos con Madrid o Barça. Pero no siempre es así. Intentamos sorprender al espectador. Si el espectador sabe de antemano lo que se va a encontrar día a día, la escaleta pierde el atractivo y termina perdiendo el interés.

6) ¿Qué hace el editor desde que llega hasta que se marcha de la redacción?

Lo primero leer la prensa. Luego revisar las agencias y las imágenes que han llegado: *Reuters* y *SNTV*. A primera hora recibo los *e-mails* de las delegaciones con las previsiones del día y reviso la agenda de eventos para esa jornada. Con todo eso hago un esqueleto de la escaleta. Repaso los bloques deportivos matinales de nuestra cadena y los de la competencia. Cuantos más *inputs* tengas, mucho mejor. Cuanto más material tengas para seleccionar, mejor. Algunas veces nos reunimos con el director de deportes, sobre todo cuando hay algún tema polémico. Luego se les cuenta la escaleta a los presentadores. En cualquier caso, la escaleta es un elemento vivo. A lo largo del día cambia. Estamos abiertos a todo tipo de sugerencias, por supuesto las de los presentadores. A continuación se encargan las *piezas* a los redactores. Se les cuenta el tema, el enfoque y las imágenes de las que disponen. Pero el enfoque no siempre lo marca el editor. Si el redactor aporta una visión más atractiva, se acepta.

7) ¿Existen directrices de los mandos superiores que marquen la línea editorial en el tratamiento, por ejemplo, del Real Madrid y del Fútbol Club Barcelona?

Ninguna. Contamos las cosas como son. No tenemos ninguna presión.

8) ¿Qué aptitudes debe tener el periodista que ejerce de editor?

Mano izquierda para manejar a las personas a las que coordinas. Y aparte del conocimiento del deporte, tiene que tener criterio para saber lo que es más importante, para ordenar los contenidos, etc. Y luego, tranquilidad. Hay que aguantar los momentos de tensión porque un material no llega o porque durante la mañana surgen varias noticias importantes que te cambian la escaleta entera. Hay que improvisar.

9) ¿La escaleta tiene una estructura piramidal?

Cebamos contenidos. Son cebos de realización sin voz en *off*, con música. El fútbol va al principio. El polideportivo, al final. Pero depende del día. No hay una estructura fija. Generalmente partimos de una estructura piramidal pero no por sistema. El Madrid y el Barça "venden", pero si un día no hay nada que contar de ellos, no nos empecinamos en que entren.

10) ¿En los espacios deportivos de los informativos de *La Sexta* cómo se relatan las noticias que no cuentan con registro audiovisual?

Es muy complicado. La televisión, a diferencia de la radio y de la prensa, necesita imágenes. Si no tienes imágenes pero la información es importante, la das en el menor tiempo posible. Sí se

utilizan los audios. Incluso se han llegado a construir *piezas* con material gráfico, con *faldones*¹⁵¹, por ejemplo, en el caso de una entrevista exclusiva en prensa, tan importante que hay que sacarla. El editor, en estos casos, tiene que buscarse la vida.

11) ¿Cómo trata el editor la información de las redes sociales?

Es una fuente de información. Todo buen periodista tiene que tener una buena cuenta de *Twitter*. Es el teletipo del siglo XXI. Sobre todo, el editor necesita seguidores que le aporten información. Te da todo. Los equipos de fútbol tienen su cuenta oficial. Ahí ponen la información. Incluso, los periodistas. Si yo quiero estar informado de la *Operación Puerto*, me hago seguidor de los compañeros que están siguiendo el juicio en la calle y conozco lo que sucede al instante. Yo estoy desde mi sillón siguiendo la *Operación Puerto*. Además, la calidad de los vídeos de *Youtube* cada vez es mayor. Los usuarios de *Twitter* remiten a estos vídeos, que no dejan de ser una fuente de información audiovisual fundamental. Aquí, de nuevo, la función del editor es clave. Tiene que filtrar toda esa información y saber lo que es importante y lo que no.

12) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Fútbol Club Barcelona?

Mucho. Al final, como te decía, es lo que “vende”. La mitad. Quizás más. En *La Sexta* intentamos no obcearnos y hacer un programa variado y ameno.

13) ¿Después de Madrid y Barça cuáles son el resto de contenidos estrella?

Nos gusta tirar de polideportivo cuando ha pasado algo importante, cuando hay victorias españolas. Casi siempre son Nadal, Alonso, Gasol...

Grabación de la entrevista: <http://www.youtube.com/watch?v=iSqWi-Z7XNA>

¹⁵¹ El *faldón* o sobreimpresión es un elemento gráfico que se utiliza en televisión. Es una composición visual, generalmente fija o congelada, o con un pequeño movimiento de animación de los elementos que la componen, que suele incluir una fotografía o imagen, o parte de ella, y un texto. Suele durar unos segundos. Generalmente aparece sobreimpresionada en la zona inferior de la pantalla, de ahí la denominación de *faldón* para las sobreimpresiones que ocupan la parte o falda inferior de la pantalla (Rafael Zapatero, al hablar de *faldón*, en realidad se refiere a *cartón*).

g) Julio Pulido, editor de *Cuatro*

1) Juan Antonio Paredero, Raúl Gamonal y Rafael Zapatero hablan de la edición de los espacios deportivos de los informativos de *Cuatro* como una referencia para el resto de cadenas. ¿Cómo y por qué ha llegado *Cuatro* a este modelo de edición?

Se trata de la fusión de dos presentadores extraordinarios. Desde el primer momento tuvieron un química inimaginable. Combinado con la forma de trabajar del *Canal Plus* de toda la vida. El estilo *Plus*, el estilo de *El día después*, el estilo de los vídeos tratados de forma diferente, mezclado con la genialidad y la competitividad de dos presentadores únicos. Es un grupo de periodistas de alta calidad y de grandes montadores de vídeos diferentes, con el estilo de presentación desenfadado de Carreño y Lama. El editor posee el mismo sentido de la competitividad.

2) ¿Hacia dónde avanza este formato?

Ocho años después, el producto está consolidado. Ha sido imitado por algunos competidores y les va bien también. Tenemos que evolucionar porque ocho años desgastan. Estamos en la obligación de ir evolucionando. Hay que ir modificando algunas partes del programa, pero la base fundamental va a ser siempre la misma. De momento nos ha ido bien.

3) ¿Cuál es la clave del éxito de este modelo de edición?

Buscamos fundamentalmente la preponderancia de la imagen. No metemos imagen de relleno. O la metemos lo menos posible. Si metemos una imagen es porque tiene un valor, una fuerza, porque dice algo. Luego, creo que tenemos bastante criterio a la hora de saber qué es noticia. Nos preguntamos todos los días de qué se habla ahí fuera. Lo traducimos a un vídeo, o a una zona de *colas*, o *colas* y *total*. Adaptamos la información candente, la que está en la calle, a un vídeo. Una mezcla de actualidad –intentamos estar en todos los sitios y cada vez estamos en más sitios, afortunadamente– con el criterio suficiente para saber de qué se habla en la calle y crear opinión. Pero sobre todo cuidamos la imagen.

4) ¿Cómo es la escaleta estándar del espacio deportivo de los informativos de la franja del mediodía de *Cuatro*?

Ha evolucionado. Teníamos quince minutos. Luego treinta. Ahora está en cuarenta y cinco¹⁵². El esqueleto del programa ha evolucionado. Empezábamos de menor a mayor. Primero, polideportivo; a continuación, Sevilla, Atlético, Valencia, etc.; y terminábamos con Real Madrid y Barcelona, cebando, lógicamente, la información de los dos grandes para que la audiencia estuviera pendiente hasta el final. Pero la competencia empezó a hacer sus programas. *La Sexta*, nuestra competencia directa a las tres de la tarde, estaba contando la información del Madrid y del Barça al mismo tiempo que nosotros estábamos contando la del Sevilla o el Valencia. Eso nos podía hacer daño. Decidimos cambiar. Teníamos que ir a la tres con lo más fuerte: Madrid y Barça. E intentamos alargar el efecto para arrastrar a la audiencia.

5) ¿Existe alguna directriz editorial de la cadena?

Cero. Aquí se trabaja de forma distinta. Aquí los presentadores son editores. La función de Lama y de Carreño no es solo presentar. Aquí se involucran en la escaleta. Además, aquí somos amigos. Eso facilita las decisiones. Es una labor conjunta. Pero no hay ninguna directriz. Este programa no tiene ninguna atadura con nadie. Somos libres. Nada nos ata al Madrid ni al Barça.

¹⁵² A partir de septiembre de 2013 la duración se sitúa en los cincuenta minutos.

6) ¿Qué hace el editor de *Cuatro* desde que llega?

El programa empieza cuando termina el de la víspera. Después de cada programa tenemos la reunión del día siguiente y se crea el esqueleto: las coberturas, las previsiones y los vídeos que se van a hacer, no todos, pero sí un esqueleto de vídeos. Y ya el mismo día del programa llego a las nueve de la mañana, ojeo la prensa, miro qué vídeos de los previstos el día anterior han podido variar, qué otros vídeos se pueden hacer teniendo en cuenta la información matinal y, por fin, se encargan los definitivos a primera hora. Inicio la escaleta: titulares, cebos, dónde va el Atlético. Luego llegan los presentadores y ya concretamos los pequeños detalles. Pero es una escaleta que se mueve más que los precios. Y va cambiando, incluso en directo. Contamos con la suerte de no tener *auto-cue* o *teleprompter*. Los presentadores improvisan todo. Cambian de registro con total facilidad. Saltan del Madrid al Atlético o al Barça como si nada.

7) ¿Qué aptitudes debe tener el editor?

Muy buena relación con los presentadores. Son mis amigos. Debes tener el respeto de la redacción. Aquí manejo a ochenta personas. No es fácil. Tu labor es la de ser el que marca la pauta. No todo el mundo está de acuerdo. Intentar tener una buena sintonía con el equipo que hace el programa en directo: realizador, mezclador, el que rotula. Llevarse bien con todo el mundo pero sin que se pierda el principio de autoridad.

8) ¿Eligen los medios como asevera la teoría de la *agenda setting* u ofrecen a la audiencia lo que demanda?

Nosotros decidimos. Pero en función de lo que se está hablando ahí fuera. Por ejemplo, hoy pensamos que el aficionado del Atlético se estará preguntando por qué Falcao ha viajado a Colombia para jugar con su selección y no ha disputado un solo minuto. Eso es algo que seguramente tenga mosqueada a la afición rojiblanca. Para mí esto es noticia y lo traduzco en un vídeo sobre el tema. Puedo estar equivocado. Pero mi labor como editor es intentar equivocarme lo menos posible. Un buen editor es el que toma cien decisiones al día y acierta en ochenta y tres. Que aciertas en cien, eres la pera. La verdad no la tenemos. Pero hay que adivinar lo que se cuece ahí fuera. Los espectadores también eligen. Miramos la audiencia minuto a minuto y sabemos lo que quieren. Ellos marcan lo que se ve. No podemos dar la espalda a eso. La vorágine del fútbol nos come. A nosotros los primeros. Por ejemplo, no tenemos los derechos de la Fórmula Uno. No podemos darle la importancia que le otorgan en *Antena 3*. Sí ofrecemos a diario NBA porque, en este caso, sí poseemos los derechos. A mí me encantaría hacer vídeos de Fernando Alonso. Pero no tengo imágenes. Eso debe entenderlo el espectador. Pero ayer un partido amistoso de la selección en Qatar a las siete de la tarde tiene un veintitrés por ciento de audiencia. A la gente en este país le gusta el fútbol, sin duda, por muchas razones. Los medios también tienen algo de culpa porque hemos hablado desde siempre mucho de fútbol.

9) ¿Qué porcentaje del tiempo total de la escaleta se le asigna al Real Madrid y al Barcelona?

El sesenta por ciento a diario. En un Madrid-Barça, incluso más. Por suerte o por desgracia, nuestro fútbol es el más potente del mundo. Ahí están los éxitos recientes de la selección. La Liga es la mejor del mundo. Aquí tenemos a los dos mejores clubes del mundo con los mejores jugadores. El atractivo es evidente.

10) ¿Después de Madrid y Barça cuáles son el resto de contenidos estrella?

La selección sustituye al fútbol cuando no hay Liga. Pero la NBA, por ejemplo, siempre entra. También los triunfos de Rafa Nadal. Cualquier éxito importante del deporte español abre el programa, ya sea Alonso, Nadal, la selección de baloncesto o una medalla olímpica.

Grabación de la entrevista: <http://www.youtube.com/watch?v=v7CPTYIqRlo>

Índice de ejemplos audiovisuales

Formatos

Cabecera: <http://www.youtube.com/watch?v=YbXbq5LFUCw>

Cartón: http://youtu.be/l9nGLWRPa_E

Cebo y sumario en *Cuatro*: http://youtu.be/7b4-_UNyebY

Cebo y sumario en *La Sexta*: <http://youtu.be/77S2zg7i6FY>

Clip: <http://youtu.be/P0lYeo7bnS4>

Colas: http://youtu.be/VRCz48g8f_s

Colas-espectáculo: <http://youtu.be/F8ZkpvzP0V8>

Copy y títulos de crédito: http://youtu.be/Mt_U_L_OtQ8

Cortinilla: http://youtu.be/_QvjnVb0edQ

Directo: <http://youtu.be/qn4itndtDXU>

Directo Telecinco excepcional: <http://youtu.be/5Zypo5JC-3Q>

Directo Telecinco (excepcional 2): http://youtu.be/YATZ4fdj_9U

Entradillas con música: <http://youtu.be/UUT3YE4hpto>

Entrevista en Directo *Cuatro*: <http://youtu.be/64LLEgnhAHU>

Entrevista en Directo *TVE1*: <http://youtu.be/3V71JorTzrY>

Falso directo: <http://youtu.be/6obUOSjPwzo>

Fotografía: http://youtu.be/2eOXoZ_T9EU

Imagen del día *Telecinco*: <http://www.youtube.com/watch?v=C1KadWNQd7U>

Imagen del día *TVE1*: http://www.youtube.com/watch?v=NYtFVOM_1S4

Leída: <http://youtu.be/ffFpq9aZfGw>

Panel: <http://youtu.be/zFNrPv23STw>

Pantallón: <http://youtu.be/Slo0hD7SEUk>

Pieza: <https://www.youtube.com/watch?v=CHld6VIQx0Q>

Pieza-espectáculo *Antena 3*: <http://youtu.be/AYhMJ5T4dnE>

Pieza-espectáculo *Cuatro*: <http://youtu.be/aS-1IIDUI1o>

Pieza-espectáculo (crónica acontecimiento): <http://youtu.be/ICcgb1uaTrQ>

Pieza-espectáculo (datos estadísticos): http://youtu.be/xy_XFizNgKw

Pieza-espectáculo (efemérides): <http://youtu.be/kfzXWLzB5IE>

Pieza-espectáculo (entrevista): <http://youtu.be/6EtlbY7nJ88>

Pieza-espectáculo La Sexta: <http://youtu.be/C5G8NKYm5q4>

Pieza-espectáculo (opinión): <http://youtu.be/iqzdfp7q-pQ>

Pieza-espectáculo (posterior acontecimientos): <http://youtu.be/DckvEC2M9Hk>

Pieza-espectáculo (precedentes): <http://youtu.be/7uletv9saKM>

Pieza-espectáculo (previa acontecimientos): <http://youtu.be/euA6RhmJ420>

Pieza-espectáculo (rumores): <http://youtu.be/Hej6TBXCTd4>

Pieza-espectáculo TVE1: <http://youtu.be/c5oudbQeLbQ>

Ráfaga: http://youtu.be/O9W8B_KA_SM

Ráfaga sección *La Sexta*: <http://youtu.be/j9KDOsMSV8s>

Ráfaga sección *Cuatro*: <http://youtu.be/amXLTRSXEQg>

Ráfaga sección *TVE1*: http://youtu.be/_sVVA8RIP_c

Ráfaga de sección *Antena 3*: http://youtu.be/Ff_I_iaVjfE

Subtítulos: <http://youtu.be/aEiZdVU5xQM>

Total: http://youtu.be/0quJ_llxgAo

Videowall: <http://youtu.be/zYMYhYFQpHo>

Formatos publicitarios

Autopromoción: http://youtu.be/4_o6krFFxcl

Emplazamiento: <http://youtu.be/kdQ5onc8SDc>

Menciones: <http://www.youtube.com/watch?v=tQPjdPB07Ik>

Noticia publicitaria: <http://youtu.be/uFICsu9Kx-o>

Patrocinio: <http://youtu.be/IJ3ynw6Zg4E>

Patrocinio 2: <http://youtu.be/AQ29uitnm-k>

Spot: <http://youtu.be/FyYsZjRzKBA>

Sobreimpresión: <https://www.youtube.com/watch?v=hub1P2XBmk4>

Sobreimpresión 2: http://www.youtube.com/watch?v=7Lt_v3mmXT4

Sorteo publicitario: http://youtu.be/5Aa8H9xY_Fs

Contenidos

ACB en TVE1: http://youtu.be/ALK_as5v0LA

Atlético de Madrid, tercero en discordia: <http://www.youtube.com/watch?v=1OAJQZg7M8Y>

Colaboradores Cuatro: <http://youtu.be/ZYcyNHsBs8>

Colaboradores La Sexta: <http://youtu.be/7YsLYAnysB0>

Contenidos de la Europa League y del Mundial de Motociclismo en Telecinco: <https://www.youtube.com/watch?v=idSJrF-geR8>

Contenidos de la Fórmula Uno en Antena 3: <https://www.youtube.com/watch?v=DI5sqyJGSRk>

Contenidos polideportivo TVE1: <http://www.youtube.com/watch?v=1wjo9bd414c>

Contenidos propios de Telemadrid: <http://youtu.be/LMp3lfuVRGw>

Contenidos propios de TV3: <http://www.youtube.com/watch?v=RAPAIVLKU5Q>

Corresponsal: <http://youtu.be/zvaF9rahwE8>

Crónica redactores especializados: <http://youtu.be/XagUasugsno>

Despliegue: <http://www.youtube.com/watch?v=XC2zh8FuSqq&feature=youtu.be>

Encuesta: <http://www.youtube.com/watch?v=LRnqcGXwtAs&feature=youtu.be>

Facebook para introducción de pieza: <http://youtu.be/oc6JlrOrWXA>

Integración imágenes oficiales web Telecinco: <http://youtu.be/AKk0LcBMB00>

Integración imágenes oficiales web Cuatro: <http://youtu.be/zvF3tQhxzjo>

Lado personal de las estrellas del deporte: <http://youtu.be/DF64vPXYfdl>

Liga de Campeones en TVE1: <http://www.youtube.com/watch?v=2DblyIW6bjY>

Medallas individuales: <http://youtu.be/VoD9VRwFYIo>

Partido de Primera en Cuatro: http://youtu.be/G_BC3JZZ7dk

Ubicación rival del Fútbol Club Barcelona: https://www.youtube.com/watch?v=V3gw6A_mJIM

Ubicación rival del Real Madrid: <http://youtu.be/luqZXsDKk6s>

Presencia fútbol internacional: <http://youtu.be/k8HB5turkHw>

Presencia otras selecciones españolas: <http://youtu.be/sBpMgT0udtw>

Presencia selección de baloncesto: <http://youtu.be/d2Y3UnDc-9Y>

Presencia selecciones deportes minoritarios: <http://youtu.be/yxJGfBGjoXk>

Presencia selección española de fútbol: <http://youtu.be/XpjQpgymSol>

Presencia selecciones vinculadas al fútbol español: <http://youtu.be/xgNj7qyqmUY>

Segunda División La Sexta: <http://www.youtube.com/watch?v=WB9HZkyVthc>

Tenistas españolas en *TVE1*: <http://youtu.be/dV7ADYxfOV0>

Tweet en *pantallón*: <http://youtu.be/vk0lwn7NBOg>

Twitter, *Facebook* y web dentro de *pieza*: <http://youtu.be/VbNpJq5kw9Y>

Victorias individuales: <http://youtu.be/v2FFJf6L5Dk>

Asignación designación

TVE1: <http://youtu.be/OhgnYuzB6zg>

Antena 3: http://youtu.be/oYdS8u_6mPs

Telecinco: http://youtu.be/_2MR8PFvSoY

Cuatro: <http://www.youtube.com/watch?v=-BDUQvryXqs>

La Sexta: <http://www.youtube.com/watch?v=q936JwHUsME>

Contenidos en el informativo

TVE1: <https://www.youtube.com/watch?v=g0IGkhanrXE>

Antena 3: <http://youtu.be/R8expb9o0kE>

Sumario portada y avance *Cuatro*: http://youtu.be/Yp5qm_zawxU

Sumario portada *Telecinco*: <http://youtu.be/j9iJrpyte14>

Avance informativo *La Sexta*: <http://youtu.be/j8e1u3oePII>

Varios

Atrezo: <http://youtu.be/TEDE8YPp-vs>

Doblaje: <https://www.youtube.com/watch?v=lZYJD96V7vl>

Estructura piramidal *Antena 3*: <http://youtu.be/G9Wm4US5u3g>

Estructura piramidal *Cuatro*: <http://youtu.be/RHI1zZUP1cc>

Estructura piramidal *La Sexta*: http://youtu.be/XGFxsZv_YEc

Estructura piramidal *Telecinco*: <http://youtu.be/epy9QG0wC4A>

Estructura piramidal *TVE1*: <http://youtu.be/Oz2bE1FGG78>

Estructura (vínculos) *La Sexta*: <https://www.youtube.com/watch?v=dxV4pcj5wBY>

Información editorializada *Cuatro*: <http://youtu.be/WBnDdNjmPgc>

Introducción editorial *La Sexta*: <http://youtu.be/E4ULJXIYias>

Montaje línea editorial I: <http://www.youtube.com/watch?v=OlyBCAlpcrE>

Montaje línea editorial II: <http://www.youtube.com/watch?v=LF5hS1rFwEg>

Montaje línea editorial III: <http://www.youtube.com/watch?v=4ys2KKRpQPU>

Montaje línea editorial IV: <http://www.youtube.com/watch?v=eFsYNfeizwQ>

Rotulación con grafismo: <http://youtu.be/ls6egcqR0s>

Rotulación genérica del resto de cadenas: http://youtu.be/m_sDWYlHJis

Rotulación genérica *TVE1*: https://www.youtube.com/watch?v=sna_SMm6-6k

Tono comunicativo *Cuatro*: <http://www.youtube.com/watch?v=f5mxuG0lxqs>

Tono comunicativo *La Sexta*: <http://youtu.be/53ZcO4pyXck>

Tono comunicativo presentadores: <http://youtu.be/ozTsdJzZKq>

Tono comunicativo redactores: <http://youtu.be/spMILHQGXQI>

Tono comunicativo *TVE1*, *Telecinco* y *Antena 3*: <http://youtu.be/GakcgTZBVnw>

Índice de tablas

Tabla 1. Características básicas de los espacios deportivos de los informativos de la franja del mediodía (2013) –elaboración propia–

Tabla 2. Reparto porcentual de la información en los espacios deportivos (2013) –elaboración propia–

Tabla 3. Comparativa del modelo comunicativo de la teoría de la *agenda setting*, de la *agenda building* y la aplicación de esta a la edición de los espacios deportivos –elaboración propia–

Tabla 4. La información futbolísticas en los espacios deportivos de los informativos (2013) –elaboración propia–

Tabla 5. *Marca.com* (18-junio-2013)

Tabla 6. La información del “clásico” en los espacios del mediodía del 31-01-2013 –elaboración propia–

Tabla 7. La información del “clásico” en los espacios del 31-01-2013 de *TV3* y *Telemadrid* –elaboración propia–

Tabla 8. Relación temática de los contenidos futbolísticos de los espacios deportivos –elaboración propia–

Tabla 9. Distribución de los derechos de emisión de las competiciones más importantes (2013) –elaboración propia–

Tabla 10. Correspondencia entre la duración de los espacios y el margen de seguridad –elaboración propia–

Tabla 11. Pirámide temática de los contenidos de los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

Tabla 12. Criterios de selección: modelos esquemáticos –elaboración propia–

Tabla 13. Estructura básica de la escaleta de los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

Tabla 14. Formatos utilizados en los espacios deportivos de los informativos –elaboración propia–

Tabla 15. Presentadores de los espacios emitidos al mediodía de lunes a viernes (2013) –elaboración propia–

Tabla 16. Platós de los espacios deportivos de los informativos del mediodía (2013) –elaboración propia–

Bibliografía

Obras de referencia

- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Alcoba, A. (1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: Editorial Síntesis.

- Alcudia, M., Legorburu, J.M. y Barceló, T. (coordinadores). (2012). *Convergencia de medios. Nuevos desafíos para una comunicación global*. Madrid: CEU Ediciones.

- Andrews, P. (2005). *Sports Journalism. A Practical Introduction*. Londres: Sage Publications Ltd.

- Balle, F. (1997). *Médias et Sociétés. De Gutenberg à Internet*. Paris: Editorial Montchrestien.

- Bandrés, E., García, A., Pérez, G. y Pérez, J. (2000). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.

- Barriga, E. (2014). *El directo informativo en televisión. El relato de una noticia en tiempo real*. Madrid: CEU Ediciones.

- Berrocal, S. y Rodríguez-Maribona, C. (1998). *Análisis básico de la prensa diaria*. Madrid: Universitas.

- Boyle, R. (2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. Londres: SAGE.

- Boyle, R. y Haines, R. (2004). *Football in the new media age*. Abingdon: Routledge.

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.

- Burch, N. (1995). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Ediciones Cátedra.

- Cagigal, I. (1981). *¡Oh deporte! (anatomía de un gigante)*. Valladolid: Editorial Miñón.

- Castañón, J. (1991). *Reflexiones lingüísticas sobre deporte moderno*. Valladolid: Universidad de Valladolid Ediciones.

- Castañón, J. (1993). *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Universidad de Valladolid Ediciones.

- Cazorla, I.M^a. (1979). *Deporte y Estado*. Barcelona: Ediciones Labor.

- Cebrián, M. (1981). *Diccionario de radio y televisión*. Madrid: Editorial Alhambra.
- Cebrián, M. (1998). *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Editorial Alhambra.
- Cervera, E. (2014). *El directo informativo en televisión. El relato de una noticia en tiempo real*. Madrid: CEU Ediciones.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Delibes, M. (18 de junio de 1989). *Fútbol y televisión*. Madrid: ABC.
- Díaz, L. (1999). *Informe sobre la televisión en España (1989-1998). La década abominable*. Barcelona: Ediciones B.
- Díaz, R. (2006). *Periodismo en televisión. Entre el espectáculo y el testimonio de la realidad*. Barcelona: Editorial Bosch.
- Ente Público Radiotelevisión Madrid. (1993). *Libro de estilo de Telemadrid*. Madrid: Ediciones Telemadrid.
- Fernández del Moral, J., Quesada, M., Sánchez Aranda, J.J., León, B. y Fernández, A. (2007). *El análisis de la información televisiva. Hacia una medida de la calidad periodística*. Madrid: Inversiones Editoriales Dossat.
- Fernández, J.J. (coordinador). (2007). *Prensa especializada actual: doce calas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Fernández, J.J., Rubio, A. y Sanz, C. (2012). *Prensa y Periodismo Especializado*. Guadalajara: Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- Fernández, C. (1997). *A bote pronto*. Madrid: Temas de hoy.
- Fernández Vázquez, J. y Feijóo, B. (2012). *La inclusión de publicidad en informativos: el caso de Deportes Cuatro*. Vigo: Question – vol. 1, n.º36.
- Francés, M., Gavaldà, J., Llorca, G. y Peris, A. (coordinadores). (2014). *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Gandara, A. (23 de junio de 1988). *El deporte en las gradas*. Madrid: El País.
- García de Castro, M. (2014). *Información audiovisual en el entorno digital. La televisión y la radio informativa*. Madrid: Editorial Tecnos.
- García Candau, J. (1990). *El lenguaje en la información deportiva. El idioma español en las agencias de prensa*. Madrid: Penthatlon.
- García Jiménez, J. (1965). *Teoría de los contenidos en televisión*. Madrid: Servicio de formación de TVE.

- Gómez, J. (1993). *Las lenguas especiales en la prensa diaria. Actas III jornadas de las lenguas para fines específicos*. (Págs. 345-351). Alcalá de Henares.
- Hernández, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Instituto Oficial de RTVE. (1988). *El guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Madrid: IORT.
- Karag, A. (1963). *Diccionario de los deportes*. Barcelona: Dalmau y Jover.
- León, B. (2013). *El periodismo ante el cambio climático. Nuevas perspectivas y retos*. Barcelona: UOC.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. Madrid: Ediciones Paidós.
- Martín, S.A. (coordinadora). (2003). *El periodismo de fuente*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Mayoral, J. (coordinador). (2008). *Redacción periodística en televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). *The agenda-setting function of mass media* Oxford: *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
- Moreno, J., Medina, E., Fernández y Linares, R. (2014). *Principios básicos de producción en televisión*. Madrid: OMM Editorial.
- Oliva, Ll. y Sitjà, X. (2007). *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona: Omega.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: De la Torre/UIA.
- Orrantía, A. (2014). *¿Qué es notici@? O cómo distinguir lo interesante de lo importante*. Madrid: Editorial Círculo Rojo.
- Paniagua, P. (2003). *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Editorial Fragua.
- Pérez, G. (2003). *Curso básico de periodismo audiovisual*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra S.A.

- Perloff, R.M. (1998). *Political communication: politics, press and public in America*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Polo, J. (1992). *Lenguaje y deporte*. Logroño: Gobierno de La Rioja.
- Poveda, M.A. (2014). *Periodismo televisivo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Financieros.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española (vigésimo segunda edición)*. Madrid: Editorial Espasa Calpe.
- Reig, R. (1995). *El control de la comunicación de masas: Bases estructurales y psicosociales*. Madrid: Libertarias/Prodhufi.
- Relaño, A. (1996). *Futbolcedario*. Madrid: El País-Aguilar.
- Rodríguez, F. (1992). *La televisión de los españoles: análisis periodístico de un vicio nacional*. Madrid: Paraninfo, D.L.
- Romero, J.M. (coordinador) y Mayoral, J. (director). (2009). *El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.
- Rowe, D. (1999). *Sport, Culture and the Media: The Unholy Trinity*. Buckingham: Open University Press.
- Sánchez, R. (31 de mayo de 1997). *Deporte y Estado*. Madrid: El País.
- Sastrón, J.I. (2011). *Apuntes de gestión de contenidos y producción informativa*. Madrid: Ediciones Fragua.
- Shaw, E. (1979) *Agenda-setting and mass communication theory*. *Gazette International. Journal for Mass Communication Studies* (Vol XXV, Nº 2).
- Soengas, X. (2008). *El enfoque informativo. Los puntos de vista de una noticia en televisión*. Madrid: Editorial Laberinto Comunicación.
- Teleespectadors Associats de Catalunya. (2010). *Estudio sobre los informativos de televisión*.
- Warren, C. (1974). *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona: ATE.
- Yonet, P. (1978). *Juegos, modas y masas*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Zimbardo, P. (23 de junio de 1988). *El espectador protagonista*. Madrid: El País.
- Zuloaga, C. (12 de septiembre de 1993). *El poder y la gloria*. Madrid: El País.

Tesis doctorales

- Arenas, A. (2012). *La radio temática deportiva: implantación, modelos y panorama internacional*. Universidad Complutense. Director: Manuel Fernández Sande.
- Bonaut, J. (2006). *Televisión y deporte. Influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)*. Universidad de Navarra. Director: José Javier Sánchez Aranda.
- Díaz, C. (2004). *La lengua especial del deporte en los informativos de Telemadrid*. (Trabajo para la obtención del DEA). Madrid. Directora: Amalia Pedrero González.
- González, M.E. (2004). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*. Universidade da Coruña. Director: Vicente González Radío.
- Martín, M.D. (2011). *Deporte y Sociedad: los departamentos de prensa en las federaciones deportivas españolas*. Universidad Rey Juan Carlos. Director: Juan Jesús Menor Sendra.
- Martín, R.M. (1999). *La organización informativa y los procesos de producción de la noticia. La información diaria en Euskal Telebista*. Universidad del País Vasco. Director: José Vicente Idoyaga Arrospide.
- Mata, D. (1997). *Etnografía del deporte. Aproximación antropológica a través del modelo de los horizontes: deporte central Vs marginal*. Universidad Complutense de Madrid. Director: Juan Pedro Garrido Roiz.
- Naranjo, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: La crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C Barcelona*. Universidad de Málaga. Director: Bernardo Díaz Nosty.
- Tsoumita, S. (2013). *Sports Television Programming: Content Selection, Strategies and Decision Making. A comparative study of the UK and Greek markets*. Universidad de Stirling. Directores: Richard Haynes y Wray Vamplew.
- Vara, M.A. (2001). *La influencia de los partidos políticos en la construcción de la agenda mediática y el rol de los periodistas como mediadores sociales. Aproximación teórico-práctica a las teorías de la agenda setting y de la agenda building*. Universidad de Pamplona. Director: José Javier Sánchez Aranda.
- Vega, R.A. (2013). *La información deportiva en Canal Sur: una aproximación a su tratamiento en la Radio Televisión de Andalucía*. Universidad de Sevilla. Director: José Manuel Gómez y Méndez.

Consultas online

- Caminos, J.M., Marín Murillo, F. y Armentia Vizueté, J.I. (2006). "Las audiencias ante los cambios en el ciberperiodismo", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 61, en línea en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200607Caminos.htm> (26.10.2008).
- Campos, F. (2008). "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 63, en línea en www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html (20.02.2008).
- García, M.T. (2006): "Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 62, en línea en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.htm> (21.10.2008).
- Moragas, M., García, E. y Gómez, M. (1994). "El deporte en las televisiones españolas: un papel creciente en la programación", en *Revista Telos*, en línea en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central3.html (junio-agosto 1994).
- Guerrero, C. (1999). "Contenido y audiencia de los informativos: Canal Sur TV y TVE en Andalucía. Una aproximación metodológica", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 15, en línea en www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/119guerrero.htm (20.02.2008).
- Marrero, L. (2008). "El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 63, en línea en http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/Liliam_Marrero.html (01.10.2008).
- PEJ (Project for Excellence in Journalism). (2008). *The State of the News Media, An Annual Report on American Journalism*, en línea en www.journalism.org (08.10.2008).
- Renó, D. (2007). "YouTube, o mediador da cultura popular no ciberespaço", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 62, en línea en http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm (05.05.2008).
- Tuggle, Ch., Rosengard, D. y Uffman, S. (sd). (2008). "Going Live, as viewers see it. A comparison study of live and taped reports", en *Newslab*, en línea en <http://www.newslab.org/research/liveshot.htm> (28.01.2008).

