



# ANÁLISIS DE LAS RETRANSMISIONES DEPORTIVAS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA

**TRABAJO FIN DE GRADO EN PERIODISMO.**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN,  
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.**

**AUTOR: AARÓN RODRÍGUEZ PERDOMO**

**TUTOR: LUIS FERNANDO ITURRATE CÁRDENES**

**CURSO ACADÉMICO: 2023/2024**

# ÍNDICE

<b>Resumen</b>	<b>Página 3</b>
<b>Abstract</b>	<b>Página 4</b>
<b>Introducción</b>	<b>Página 5</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>Página 8</b>
<b>Metodología</b>	<b>Página 17</b>
<b>Datos y resultados</b>	<b>Página 18</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>Página 29</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>Página 31</b>

## RESUMEN

Las retransmisiones en televisión, como todo en la vida, van evolucionando a lo largo del tiempo. En el deporte, esto no es una excepción. Con la vista atrás, podemos recordar la gran cantidad de ofertas que disponía TVE, por ejemplo, para las emisiones de eventos deportivos. En estos momentos, es un hecho que este catálogo ha menguado y que hay nuevos compradores y plataformas dispuestos a asumir este rol de emisor.

Este cambio de paradigma hace que, en este trabajo relacionado con el periodismo deportivo, se pretenda estudiar y analizar el paso del tiempo con respecto a la televisión y el deporte.

La audiencia tiene un valor importante en todo esto, pues sin ella y sin los amantes al deporte, carece de sentido todo lo escrito. Observando las tendencias de los espectadores, se puede albergar conclusiones que nos indican qué efectos han supuesto tener menos emisiones deportivas en abierto y más privadas.

**Palabras clave:** Retransmisiones deportivas, audiencia, espectadores, televisión, deporte.

## **ABSTRACT**

Television broadcasts evolve over time. In sports this is no exception. Looking back, we can remember the large number of offers that TVE had, for example, for broadcasts of sporting events. At this time it is a fact that this catalog has decreased and that there are new buyers and platforms willing to assume this role of issuer.

This paradigm shift means that, in this work related to sports journalism, we intend to study and analyze the passage of time with respect to television and sports.

The public has an important value in all this, because without it and without sports lovers, everything written has no meaning. By looking at viewer trends, conclusions can be drawn that indicate the effects of having fewer open and more private sports broadcasts.

**Keywords:** Sports broadcasts, audience, spectators, television, sport.

# 1) INTRODUCCIÓN

## 1.1) Justificación del tema

El fútbol, el baloncesto, el automovilismo... El deporte ha marcado y ha creado muchos sentimientos en los aficionados, que se adentran en una burbuja para desatascar sus problemas al ver grandes competiciones de sus atletas y equipos favoritos.

Disfrutar en vivo de un evento deportivo es lo más impactante que puede haber, pero, si no se da esta suerte, siempre se puede requerir a los medios de comunicación.

La radio te ofrece un producto en el cuál puedes imaginar lo que está sucediendo en el terreno de juego mientras escuchas la narración. La prensa escrita hace que te centres más en los detalles, con la posibilidad de leer grandes crónicas deportivas. En cambio, la televisión permite que estés más unido a la transmisión y se asemeja más a estar presencialmente en directo.

El fútbol es una actividad que mueve muchos millones de euros y donde hay muchos intereses. Desde los clubes vendiendo y comprando futbolistas como si fueran mercancías hasta los pequeños comercios deseando que el equipo de su ciudad vaya en buena dinámica deportiva para que más aficionados visiten sus locales con vistas a consumir en ellos.

En el siglo pasado, en el que la furia financiera no era la misma que en la actualidad por el deporte creado en Reino Unido, se podía disfrutar más en la televisión, donde se emitían los mejores partidos del momento.

Hoy en día, el mercado de los derechos televisivos han cambiado y ya no se usan los mismos medios para proyectar el deporte desde las pantallas. Por ello, este estudio buscar entender este otro enfoque desde el punto de vista de las televisiones y desde el espectador. No es fácil seguir las competiciones deportivas si no hay un recurso financiero para pagar las nuevas plataformas que lo emiten. Las grandes citas como los encuentros del Real Madrid o el FC Barcelona no se dan en las televisiones en abierto.

¿El público es más reducido ahora que hace diez años? Esta es una cuestión que nos da pie para hacer este análisis de la evolución de la simbiosis entre la televisión y el deporte.

## **1.2) Plan de trabajo**

### **1.2.1) Objetivos**

En este estudio hay varios objetivos por abarcar. El primero es hacer la comparativa entre las distintas épocas en las que los canales de televisión transmitían deporte. La sensación que corre por mi cuerpo es que la gente vivía y seguía mucho más estos tipos de eventos en décadas pasadas. Por ello, sería bueno comparar audiencias sobre deportes actuales con respecto a las temporadas anteriores.

La televisión pública ha visto un decrecimiento con los derechos para emitir acontecimientos deportivos. En cambio, las privadas y de pago se han hecho con la mayoría de cosas. Hay que entender el porqué de este suceso y el motivo por el cual ñas cadenas de pago han asumido toda la responsabilidad y todo el peso de los deportes más seguidos en el ámbito nacional.

Esta comparativa entre los canales en abierto y de pago va más allá de las audiencias. Encontrar los aspectos positivos y negativos de cada uno es otro foco al que mirar. Lo primero que se nos viene a la cabeza es que uno es “gratis” y otro va sujeto a una cuota mensual que interfiere en un sueldo de manera más directa. Además, hay cosas que no son beneficiosas a la sociedad como la aparición de la piratería o el desinterés en el deporte, que pueden aparecer si hay más dificultades para el acceso del consumo del mismo.

#### Objetivo 1:

Análisis comparativo entre las cadenas en abierto y las cadenas de pago. Estudiar sus ventajas y desventajas. Además, los motivos de su evolución y cambio de paradigma.

#### Objetivo 2:

Conocer el mercado televisivo deportivo en la actualidad. Así como sus nuevas plataformas y nuevos métodos de comunicación.

### **1.2.2) Hipótesis**

En concordancia con lo anteriormente mencionado, en este estudio se plantean varias hipótesis:

#### **Hipótesis 1:**

Desde que el fútbol es completamente retransmitido por canales de pago, hay menos interés por parte de los aficionados.

#### **Hipótesis 2:**

Hay un menor conocimiento sobre la actualidad deportiva en estos momentos con respecto a cuándo el deporte se veía en abierto.

## 2) MARCO TEÓRICO

### 2.1) ¿En qué medios se retransmitían los eventos deportivos antes?

La evolución de las retransmisiones deportivas por televisión, en España, constituye un fenómeno de gran relevancia tanto desde el punto de vista histórico como social y cultural. Desde sus inicios, la televisión ha transformado la forma en que los ciudadanos consumen y experimentan el deporte, convirtiéndose en un elemento esencial de la vida cotidiana y en un motor de cambio en el ámbito de los medios de comunicación.

La primera aparición de la televisión en España fue en 1956, con la primera emisión de TVE. Como recoge el doctorado en las ciencias de la información, Francisco Montes Fernández, en sus artículos y estudios sobre la historia de la televisión, la primera emisión regulada de TVE, del 28 de octubre de 1956, no tuvo más de tres mil receptores.

Adentrados ya en los años 60, muchos países como Estados Unidos estaban consolidados con los televisores con sesenta millones de receptores, tal y como afirma José Carlos Rueda en su análisis. En España, en 1968, la media de televisores por cada mil habitantes era de 132. Además, en términos generales, las estadísticas oficiales nos indicaban que había, aproximadamente, entre los 3 y los 3,8 millones de televisores en España, según Manuel Palacios, en su libro *Historia de la televisión en España*.

El primer hito deportivo de la televisión, en España, fue la transmisión en directo de un partido de fútbol en 1959, un acontecimiento que marcó el inicio de una relación duradera y creciente entre el deporte y la televisión. Este encuentro fue entre el Real Madrid y el Barcelona, cuyo resumen se encuentra en los archivos de RTVE con la denominación de *En 1959, la primera transmisión desde Madrid a Barcelona: el partido más importante de la liga*.

A lo largo de las décadas, las retransmisiones deportivas han pasado de ser eventos puntuales a convertirse en una programación regular y esencial para las cadenas de televisión. Este proceso ha sido impulsado por diversos factores, entre los que se incluyen los avances tecnológicos, la profesionalización del deporte, y el aumento del interés del público.

El impacto de las retransmisiones deportivas en televisión va más allá del entretenimiento. Han influido en la economía del deporte, generando nuevas fuentes de

ingresos a través de los derechos de transmisión y la publicidad. Asimismo, han tenido un papel fundamental en la popularización de diversos deportes y en la construcción de una identidad cultural compartida. Además, el papel de la televisión en la cobertura de eventos deportivos, como dice Montes Fernández, ha fomentado la integración de España en el contexto global, al permitir el acceso a competiciones internacionales y acercar a los espectadores a los grandes eventos deportivos mundiales.

En los tiempos actuales, la llegada de Internet ha sido el determinante del cambio en el modelo convencional de la información deportiva. Antes solo se podía consumir deporte a través de la televisión. Sin embargo en la actualidad han nacido plataformas de pago que te permiten verlo desde tu dispositivo móvil o portátil. Entre estas plataformas está Dazn, Movistar +, GOL PLAY,...

Años atrás, los deportes se veían en las televisiones, públicas y privadas, de manera gratuita, en la que había una gran cantidad de eventos en abierto. En ese momento las cadenas de televisión se peleaban por tener el permiso para ser la que emitía el partido de fútbol, baloncesto o tenis, por ejemplo, y conseguir una gran audiencia.

Esto cambia con la llegada de canales privados de pago, que agruparon la mayoría de deportes que más seguidores tienen y que, pagando una mensualidad, lo puedes consumir.

El deporte rey, el fútbol, se ha podido disfrutar, a lo largo de la historia, en TVE. Hasta que Canal+ se introdujo en la apuesta por los derechos, el público consumía el producto de forma íntegra por la televisión pública.

Este hecho no solo va de la mano con el fútbol. El tenis, por ejemplo, ha sido condenado a verse por Movistar+ o Eurosport. Atrás quedan en el tiempo los partidos de Nadal, Federer o Djokovic en Teledeporte.

El fenómeno de Fernando Alonso revolucionó a España en los comienzos del siglo XXI. La primera victoria del asturiano en Fórmula 1 fue vista en La 1, pero poco tiempo después pasó a Telecinco, dónde se celebró los dos títulos mundiales con grandes audiencias. Tras pasar a Atresmedia por Antena 3 y La Sexta, los derechos cayeron para Movistar y nunca han vuelto a canales en abierto.

## 2.2) Canales de televisión deportivos

En España, hay muchos canales de televisión en los que se emiten partidos y competiciones deportivas. Principalmente, se diferencia por ser en abierto y accesible para todo el público, o por ser de pago.

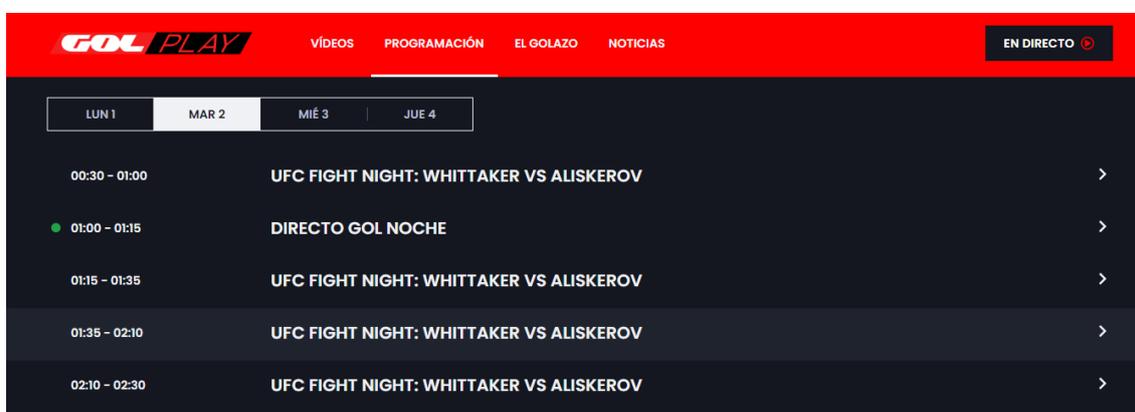
### 2.2.1) Canales en abierto

- RTVE: La televisión pública española ofrece muchos eventos en su catálogo. Principalmente, el canal Teledeporte está especializado en ello con encuentros de tenis femenino, balonmano, atletismo, ciclismo o natación.

En canales como La 1 o La 2 se emiten las grandes citas como la reciente Eurocopa 2024 o los próximos Juegos Olímpicos de París 2024. Actualmente, no hay partidos de la liga española de fútbol en RTVE. A pesar de ello, los partidos de la Selección se muestran en La 1 y de la Copa del Rey también. Cabe destacar que esto es así por ley.

- GOL PLAY: Este canal es reciente en la TDT. Está, como Teledeporte, especializado en deportes. En este caso, sí se cuenta con un partido semanal de la liga española de fútbol, pero no pueden retransmitir un choque en el que uno de los equipos esté disputando competiciones europeas, es decir, no pueden mostrar al Madrid, al Barça o al Atlético de Madrid, entre otros.

Por otra parte, se han dedicado a otros deportes minoritarios como el boxeo o la UFC en franjas horarias nocturnas.



La programación de Gol Play el martes, 2 de julio de 2024 Foto: web de Gol Play

- Mediaset: Es un grupo que abarca varios canales de TV como Telecinco, Cuatro o Be Mad. Actualmente no cubren competiciones deportivas en su totalidad, aunque en la temporada 2023/24 han emitido partidos de fútbol de la UEFA Europa League y la carrera de Fórmula 1 del GP de España.

### **2.2.2) Canales de pago**

- Movistar+: Es una plataforma de televisión de pago propiedad de Telefónica que ofrece una amplia gama de contenido, incluyendo series, películas, documentales, programas de entretenimiento y eventos deportivos. Lanzada en 2015 tras la adquisición de Canal+, Movistar+ se ha consolidado como uno de los principales proveedores de televisión en España.

La plataforma destaca por su extensa oferta de deportes en directo, especialmente fútbol, incluyendo competiciones como La Liga, la UEFA Champions League y otras ligas internacionales. Además, Movistar+ también ofrece acceso a canales de televisión en directo y a su servicio de vídeo bajo demanda, permitiendo a los usuarios disfrutar de contenido exclusivo y de calidad a través de diversos dispositivos como televisores, ordenadores, tablets y smartphones.

- DAZN: Es una plataforma de streaming dedicada a la retransmisión de eventos deportivos en directo y bajo demanda. Fundada en 2015, DAZN ofrece una amplia gama de deportes que incluyen fútbol, boxeo, MMA, MotoGP, Fórmula 1, baloncesto y más. Con una suscripción mensual o anual, los usuarios pueden acceder a contenido deportivo en alta calidad a través de múltiples dispositivos como smartphones, tablets, ordenadores y televisores inteligentes.

DAZN se ha posicionado como una alternativa a las tradicionales cadenas de televisión de pago, proporcionando una opción más flexible y asequible para los aficionados al deporte.

### **2.3) El poder de Movistar+**

Movistar+ es una plataforma de televisión de pago en España que ha mantenido un monopolio de facto en las retransmisiones deportivas, especialmente en el fútbol, durante muchos años, siendo objeto de controversia y debate por su impacto en los consumidores, la competencia y el mercado de los derechos televisivos.

Movistar+, propiedad de Telefónica, se consolidó como el principal proveedor de retransmisiones deportivas en España mediante la adquisición de los derechos de diversas competiciones deportivas, tanto nacionales como internacionales. En 2015, Telefónica compró Canal+, lo que le permitió acceder a una amplia gama de derechos deportivos que este canal ya poseía, siendo esta adquisición clave para fortalecer su posición en el mercado.

La Entidad ha conseguido asegurar los derechos de retransmisión de La Liga, la Copa del Rey y la Supercopa de España y además ha adquirido derechos para competiciones internacionales como la UEFA Champions League y la UEFA Europa League. Además del fútbol, esta plataforma también ha adquirido derechos de otras competiciones deportivas, como la Fórmula 1, MotoGP, la NBA, el tenis (Grand Slams, ATP 1000, entre otros), y diversas ligas y eventos de baloncesto y ciclismo.

El dominio de Movistar+ en el mercado de retransmisiones deportivas ha tenido varios efectos significativos. La falta de competencia le ha permitido establecer precios elevados para sus paquetes de televisión que incluyen deportes, lo que ha sido una queja recurrente entre los consumidores. Al centralizar la mayoría de los derechos de retransmisión, ha reducido las opciones para los espectadores que buscan ver deportes, ya que deben suscribirse a Movistar Plus para acceder a una amplia gama de eventos deportivos.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en España ha intervenido en varias ocasiones para intentar regular el mercado y fomentar la competencia, incluyendo medidas para obligar a Movistar Plus a compartir algunos de sus contenidos con otros operadores, aunque el impacto de estas medidas ha sido limitado.

En los últimos años, ha habido algunos intentos de romper el monopolio. DAZN, una plataforma de streaming, ha adquirido algunos derechos de retransmisión, especialmente en deportes como MotoGP, la Premier League inglesa, y algunas competiciones de boxeo y artes marciales mixtas. Otros operadores como Vodafone y Orange han intentado

ofrecer paquetes que incluyan contenido deportivo, en algunos casos llegando a acuerdos con Movistar Plus para poder ofrecer ciertos eventos a sus clientes.

A pesar de estos esfuerzos, Movistar+ sigue siendo el actor dominante en el mercado de retransmisiones deportivas en España y su posición parece segura en el corto plazo debido a la amplitud y exclusividad de sus derechos deportivos.

## **2.4) Efectos negativos del producto de pago**

### **2.4.1) Piratería**

La piratería es una encrucijada que afecta directamente al deporte. Muchas páginas ofrecen enlaces en línea para seguir los eventos deportivos de forma ilegal. Javier Tebas, el presidente de La Liga, ha sido muy duro con esta problemática, queriendo acabar con ella de forma inminente. Actualmente, hay páginas web que permiten consumir deporte de forma pirata.

Una de las principales causas de la piratería es el alto coste de los servicios de transmisión. Muchos aficionados al deporte no pueden o no están dispuestos a pagar las altas tarifas que las plataformas de suscripción como Movistar+ o DAZN cobran por acceder a eventos deportivos en vivo. La falta de opciones asequibles y flexibles lleva a muchos a buscar alternativas ilegales.

Lógicamente, para las ligas y los equipos, representa una pérdida significativa de ingresos. Los derechos de transmisión son una fuente crucial de financiación, y la piratería erosiona este flujo de ingresos, afectando la capacidad de las organizaciones deportivas para invertir en otros aspectos.

### **2.4.2) Precios**

En los últimos años, los precios de los servicios de televisión por suscripción han sido un tema recurrente de debate entre los consumidores. Movistar+, una de las principales plataformas de televisión de pago en España, ha generado un particular descontento debido a los altos precios asociados a sus paquetes que incluyen contenido deportivo. Este fenómeno se debe a varias razones, entre las que destacan los elevados costes de los derechos de transmisión, la competencia en el mercado de los servicios de streaming y las estrategias comerciales de la empresa.

En primer lugar, los derechos de transmisión de eventos deportivos, especialmente de ligas de fútbol como La Liga y la UEFA Champions League, son extremadamente costosos. Las cadenas de televisión y las plataformas de streaming deben desembolsar sumas millonarias para asegurar la exclusividad de estos derechos. Movistar+ no es la excepción y ha invertido grandes cantidades de dinero para ofrecer estos contenidos a sus abonados. Este gasto se traduce inevitablemente en precios más altos para los consumidores, quienes deben asumir una parte del coste a través de sus tarifas mensuales.

Además, la competencia en el mercado de servicios de streaming ha contribuido a la subida de precios. Con la entrada de nuevos jugadores como DAZN, Amazon Prime Video y Disney+, la oferta de contenido deportivo y de entretenimiento se ha diversificado. Movistar+ ha tenido que adaptarse a esta nueva realidad, invirtiendo en contenido exclusivo y mejorando sus servicios para mantenerse competitivo. Esta inversión en innovación y en la adquisición de nuevos derechos también ha influido en el incremento de las tarifas.

Las estrategias comerciales de Movistar+ también juegan un papel crucial en la configuración de sus precios. La plataforma ha adoptado un modelo de negocio que busca maximizar los ingresos mediante la creación de paquetes de contenido que incluyen servicios adicionales. Los usuarios interesados en deportes a menudo se ven obligados a contratar paquetes más amplios que incluyen canales y servicios que no necesariamente desean, lo que eleva el coste total de la suscripción. Esta estrategia ha sido criticada por ser poco flexible y por no ofrecer opciones más económicas y personalizadas para los aficionados al deporte.

El descontento de los consumidores es palpable, con numerosas quejas en foros y redes sociales sobre la falta de accesibilidad de los precios. Muchos abonados consideran que los precios son desproporcionados en relación con la calidad y la cantidad de contenido deportivo ofrecido. Esta percepción negativa puede tener consecuencias a largo plazo, como la pérdida de suscriptores y el fortalecimiento de la competencia que ofrece alternativas más económicas.



**24 €/mes**  
Sin permanencia

**Contratar**

Todo el deporte que te da la vida en un solo lugar.

- Todo el baloncesto  
Liga Endesa, Euroliga y NBA en exclusiva.
- Todo el Motor  
Toda la Formula 1ª y MotoGP™.
- La temporada completa de Tenis  
Desde los 4 Grand Slam: Open Australia, Roland Garros, Wimbledon y Open Usa hasta los torneos de la ATP Tour.
- Los torneos de golf más importantes  
Cada jornada de la Ryder Cup, US Open, British Open, Masters de Augusta, Championship de la PGA y el Liv Golf.

*Uno de los paquetes de deportes de Movistar Foto: Página web de Movistar*

## 2.5) Nuevas plataformas de retransmisión

En ocasiones, hay competiciones que, por un motivo u otro, no es de interés televisivo para ninguna empresa. La Copa América, torneo de selecciones de fútbol, tuvo una gran peculiaridad en el año 2021 en España.

Tras la pandemia, la Copa América, que tenía que disputarse en 2020, se organizó al año siguiente en Brasil. Es el mayor evento de selecciones del continente, lo que equivale a la Eurocopa en Europa.

La mayor atracción en ese momento era la anfitriona, Brasil, y Argentina, con Leo Messi como estandarte y con la espina de no haber ganado un título defendiendo a su país. A pesar de ese atractivo, ninguna cadena apostó por los derechos televisivos del torneo organizado por la Conmebol.

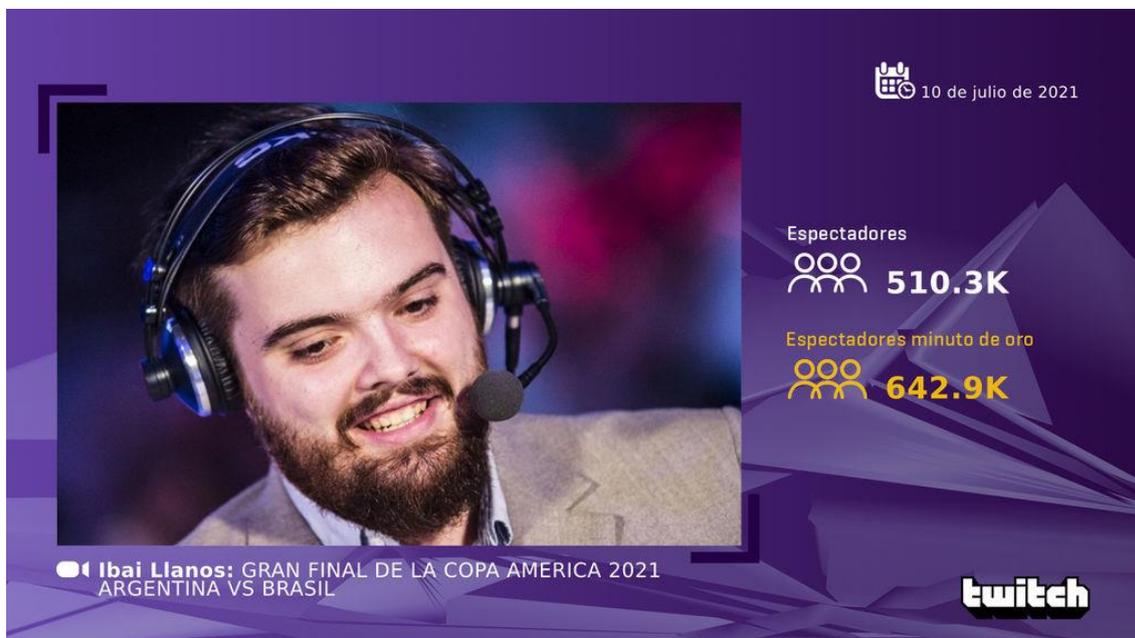
En un acuerdo entre Kosmos, empresa comandada por Gerard Piqué, y el creador de contenido en internet, Ibai Llanos, se decidió que la Copa América se viese gratis en el canal de Twitch del *streamer* para toda España.

Este hecho fue novedoso ya que jamás se había emitido un evento de esta índole en un canal de Twitch. En total, se retransmitieron 21 partidos de los 27 que hubo en la competición.

Como es habitual, el partido de la final tiene más tirón por parte del espectador porque está en disputa el título. El duelo entre Argentina y Brasil recogió una media de 510.000

personas siguiendo el partido, aproximadamente, según las estadísticas oficiales de la plataforma. El minuto de oro registró a más de 642.000 espectadores.

Ibai Llanos pujó, este verano, por los derechos de la Copa América 2024, pero finalmente se los llevó Movistar+ de manera íntegra.



*Datos de audiencia de la final de la Copa América 2021 en Twitch Foto: Twitch*

### **3) METODOLOGÍA**

Esta investigación pretende descubrir y comparar las audiencias de las retransmisiones deportivas de distintos años, por lo que será un análisis de datos cuantitativos. Como hay muchos deportes en distintas etapas, se priorizará el fútbol como la base principal de este estudio en el siglo XXI, que fue cuando las cadenas privadas tomaron el mayor control de las retransmisiones deportivas.

Para arrancar, observaremos los datos de audiencia de la temporada 2023/2024 de La Liga, comparando, además, los partidos de Movistar+ con Dazn y GOLPLAY. Recordemos que en cada jornada futbolística se da un partido en abierto en el último canal mencionado.

Analizado eso, haremos lo mismo con los datos de temporadas pasadas, donde La Liga se podía disfrutar en canales abiertos como La Sexta. Además, el fútbol tiene muchas competiciones y no es solo de clubes, si no de selecciones. Por lo tanto, la Eurocopa 2024 y la Eurocopa 2008 también sufrirán este análisis de datos. Ambas han sido en abierto, la primera en TVE y la segunda en Cuatro.

Tras el fútbol, mediremos algunos datos comparativos en otros deportes, como el baloncesto o el tenis, y se realizará una pequeña encuesta para que el análisis de datos sea más competente y nos indiquen con más solidez si las hipótesis de este estudio se refutan o no.

## 4) DATOS Y RESULTADOS

### Temporada 2023/24 de La Liga

El partido de La Liga con más audiencia en la temporada 2023/24 fue el Real Madrid contra el FC Barcelona de la jornada 32 de competición. Los datos de La Liga y Movistar+ recogen que el partido fue visto por 2.164.000 de espectadores y un 15,9 % de share.

Es, con diferencia, el partido más visto del año superando al segundo por 500.000 espectadores, aproximadamente. El choque más visto de los diez partidos de la jornada ronda el millón de receptores, según La Liga.

Fecha	Partido	Canal	Espectadores	Share
11/08 - 19:30	Almería - Rayo Vallecano	M+ LALIGA TV	170.000	2,3%
11/08 - 22:00	Sevilla - Valencia	DAZN LALIGA	305.000	3,6%
12/08 - 17:00	Real Sociedad - Girona	DAZN LALIGA	201.000	2,4%
12/08 - 19:30	Las Palmas - Mallorca	GOL PLAY	317.000	4,4%
		DAZN LALIGA	131.000	1,8%
12/08 - 21:30	Athletic - Real Madrid	M+ LALIGA TV	525.000	6,3%
		Movistar Plus+	147.000	1,8%
13/08 - 17:00	Osasuna - Celta	M+ LALIGA TV	178.000	2,2%
13/08 - 19:30	Villarreal - Betis	M+ LALIGA TV	288.000	3,8%
13/08 - 21:30	Getafe - Barcelona	DAZN LALIGA	752.000	8,0%
14/08 - 19:30	Cádiz - Alavés	DAZN LALIGA	116.000	1,7%
14/08 - 21:30	Atlético - Granada	M+ LALIGA TV	267.000	3,0%

*Jornada 1 de la temporada 2023/24 Fuente: La Liga*

En la tabla superior están las audiencias de cada partido de la primera jornada de liga de esta temporada. El partido más visto fue el Getafe contra el Barcelona, que obtuvo un 8% de share y fue visto por 752.000 espectadores. Fue emitido por DAZN a las 21:30 de un domingo.

El encuentro menos visto fue el del Cádiz frente al Alavés con 116.000 seguidores. El partido semanal en abierto fue Las Palmas contra el Mallorca con 317.000 en Gol Play. Este choque fue el tercero con más espectadores, solo por detrás del Madrid y el Barcelona.

Fecha	Partido	Canal	Espectadores	Share
24/11 - 21:00	Alavés - Granada	M+ LALIGA TV	101.000	0,8%
25/11 - 14:00	Rayo - Barcelona	DAZN LALIGA	524.000	6,2%
25/11 - 16:15	Valencia - Celta	M+ LALIGA TV	219.000	2,3%
25/11 - 18:30	Getafe - Almería	DAZN LALIGA	169.000	1,8%
25/11 - 21:00	Atlético - Mallorca	M+ LALIGA TV	353.000	3,1%
		Movistar Plus+	85.000	0,7%
26/11 - 14:00	Villarreal - Osasuna	M+ LALIGA TV	103.000	1,1%
26/11 - 16:15	Real Sociedad - Sevilla	DAZN LALIGA	313.000	3,1%
26/11 - 18:30	Cádiz - Real Madrid	M+ LALIGA TV	835.000	7,5%
26/11 - 21:00	Betis - Las Palmas	DAZN LALIGA	383.000	2,7%
27/11 - 21:00	Girona - Athletic	GOL PLAY	745.000	5,3%
		DAZN LALIGA	350.000	2,5%

Estos datos son de la jornada 14 de la Primera División. El Madrid y el Cádiz obtienen los mejores resultados en su enfrentamiento dado en Movistar+. No obstante, el Girona y el Athletic albergan una gran audiencia con los 745.000 espectadores en GOL PLAY. Fue el tercer mejor dato de la temporada para el canal en abierto y duplicó en cifras a DAZN.

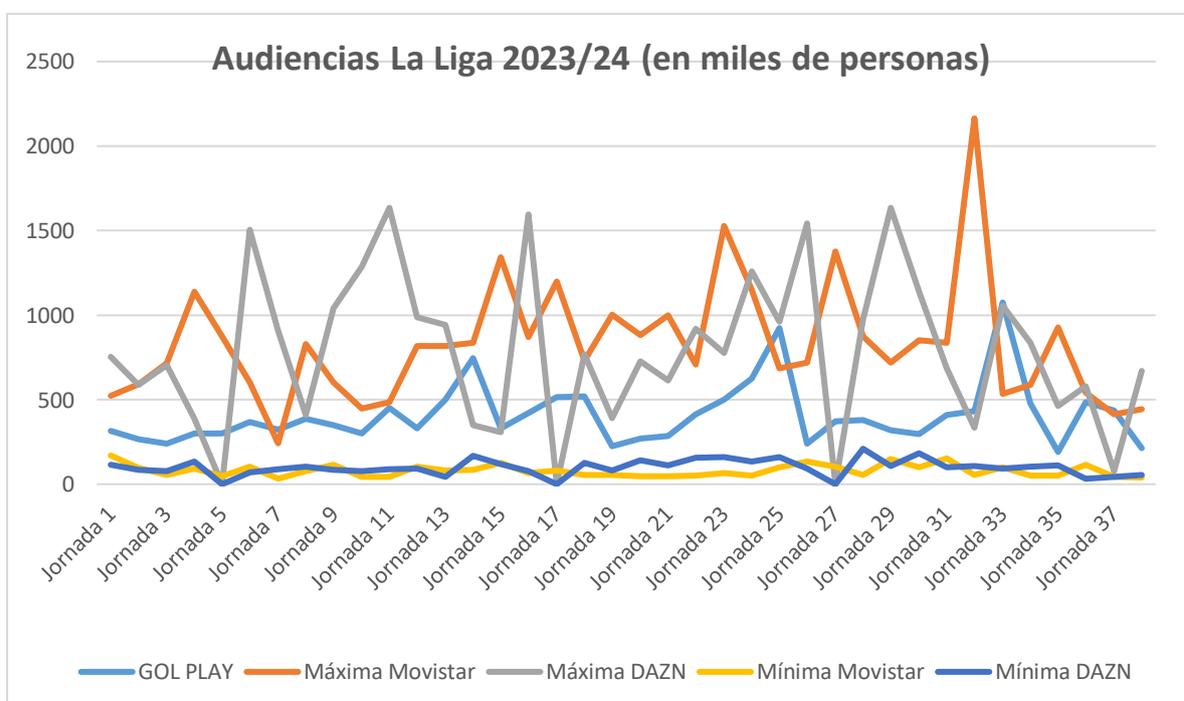


Gráfico de elaboración propia según los datos de Fútbol en la TV y La Liga

El gráfico anterior tenemos cinco categorías para estudiar las audiencias de cada canal. La primera es sobre el canal GOL PLAY y el partido semanal de liga que ofrecen. Las siguientes van relacionadas sobre Movistar+ y DAZN, que se reparten los partidos que restan de cada jornada. Sobre cada televisión se refleja la audiencia más alta y la más baja.

Comenzando por el canal en abierto, GOL PLAY, se puede observar que es muy regular con sus cifras. La mayoría de ellas rondan los 300.000 espectadores, pero han tenido algunos éxitos acercándose al millón en varias ocasiones, incluso superándolo en una.

Centrándonos en las mínimas, los datos de DAZN y Movistar+ se asemejan bastante. El partido, con la peor audiencia de cada semana, oscila entre los 30.000 y 210.000 receptores. Los partidos en abierto superan estas cifras con creces.

Por último, las máximas audiencias de Movistar+ y DAZN son muy superiores al resto. El hecho de tener a los equipos más seguidos de La Liga, en los canales de pago, como el Barcelona y el Real Madrid, según sus redes sociales, hace que GOL PLAY se quede atrás en liderar este gráfico. El partido más visto del año fue 'el clásico' entre ambos conjuntos mencionados anteriormente con más de 2,1 millones de espectadores.

### **La Sexta y los éxitos de audiencia**

El derbi madrileño es el enfrentamiento de fútbol entre los dos equipos más importantes de Madrid, el Real Madrid y el Atlético de Madrid. Este partido es uno de los más esperados y emocionantes de la temporada en el fútbol español, debido a la intensa rivalidad entre ambos clubes y sus respectivas aficiones.

En 2007, ambas escuadras disputaron su partido correspondiente de la competición doméstica de la temporada 2006/07. El desarrollo del mismo fue emitido por La Sexta y fue seguido por 4,4 millones de personas y un 28,6% share, según los datos de AS y La Sexta.

Comparándolo con los datos de esta temporada, según Fútbol en la TV y La Liga, el derbi madrileño tuvo 1,5 millones de televidentes tanto en el partido de la primera vuelta como en de la segunda.

Lo curioso es que, este mismo año, el Atlético y el Madrid se vieron las caras en Copa del Rey. El partido se televisó en La 1 con 4,8 millones de espectadores.

<b>Partido</b>	<b>Canal</b>	<b>Año</b>	<b>Espectadores</b>
Barça - Madrid	La Sexta	2007	7,2 millones
Barça – Madrid	La Sexta	2008	8,7 millones
Madrid - Barça	La Sexta	2010	8,8 millones
Barça - Madrid	DAZN	2023	1,6 millones
Madrid – Barça	Movistar+	2024	2,1 millones

*Datos de audiencia de los clásicos Fuente: FormulaTV, La Sexta y La Liga*

El cuadro muestra los datos de varios partidos entre el Barcelona y el Real Madrid entre los años 2007 y 2024. De esos cinco partidos, tres fueron emitidos por La Sexta, uno por DAZN y el último por Movistar+.

Las retransmisiones de La Sexta, en abierto, superaron los siete millones de audiencia y rozaron los nueve millones en 2010. Trece años después, las cifras han disminuido considerablemente en las emisiones de pago. Las diferencias entre 2010 y 2024 es de 6,7 millones de televidentes menos.

### **Fútbol de selecciones: La Eurocopa**

<b>Partido</b>	<b>Espectadores</b>
Suiza – República Checa	1,9 millones
Alemania - Polonia	3,2 millones
Países Bajos – Italia	4,5 millones
España – Rusia	5,8 millones
Portugal – Alemania	5,1 millones
Croacia – Turquía	3,3 millones
Países Bajos – Rusia	4,2 millones
España - Italia	11,5 millones

*Datos de la Eurocopa de Austria y Suiza 2008 Fuente: Formula TV*

La Eurocopa 2008 fue clave para el fútbol español, que acabó ganando el torneo. La afición pudo vivirlo a través de Cuatro. En la tabla hay ocho partidos, los cuatro de

cuartos de final y cuatro de fase de grupos. El España – Italia es el más destacado en audiencias.

<b>Partido</b>	<b>Espectadores</b>
Suiza – Italia	2,3 millones
Alemania – Dinamarca	3,1 millones
Inglaterra – Eslovaquia	3,3 millones
España - Georgia	9,0 millones
Francia – Bélgica	2,4 millones
Portugal – Eslovenia	4,6 millones
Rumania – Países Bajos	1,6 millones
Austria - Turquía	3,3 millones

*Datos de la Eurocopa de Alemania 2024 Fuente: TVE*

Las ocho eliminatorias de la estadística del cuadro de arriba corresponden a los octavos de final de la Eurocopa 2024 emitida en TVE. El partido de España, como en 2008, muestra una superioridad al resto. El resto de los partidos, con diferencias, las cifras se parecen a las del 2008.

### **El público en el tenis y el baloncesto**

El Madrid Open es el mayor torneo de tenis en España. En 2024, Rafael Nadal y Carlos Alcaraz, dos tenistas nacionales, han competido en el torneo. A continuación, se presentan algunas de las audiencias de los partidos transmitidos en TV durante la competición, según TVE:

#### **1. Cuartos de final: Alcaraz vs. Rublev (La1)**

- **Share:** 13,1%
- **Espectadores:** 1.389.000
- Este partido fue el más visto del torneo.

2. **Cuarta ronda: Nadal vs. Lehecka (La1)**

- **Share:** 10,6%
- **Espectadores:** 1.312.000
- Fue el último partido de Rafa Nadal en Madrid.

3. **Segunda ronda: Nadal vs. De Miñaur (La1)**

- **Share:** 12,2%
- **Espectadores:** 1.170.000

4. **Tercera ronda: Nadal vs. Cachín (La1)**

- **Share:** 10,4%
- **Espectadores:** 926.000

5. **Final: Rublev vs. Aliassime (La1)**

- **Share:** 5,9%
- **Espectadores:** 552.000
- La final masculina, aunque menos vista que los partidos anteriores de Nadal y Alcaraz, aun así logró captar la atención de más de medio millón de espectadores.

6. **Cuarta ronda: Alcaraz vs. Struff (Teledeporte)**

- **Share:** 5,9%
- **Espectadores:** 501.000
- Alcaraz también mantuvo una buena audiencia en Teledeporte.

7. **Tercera ronda: Alcaraz vs. Seyboth (Teledeporte)**

- **Share:** 4,6%
- **Espectadores:** 480.000

#### 8. **Primera ronda: Nadal vs. Blanch (Teledeporte)**

- **Share:** 3,7%
- **Espectadores:** 286.000
- Incluso en Teledeporte y en una ronda inicial, Nadal consiguió atraer a una considerable cantidad de espectadores.

#### 9. **Segunda ronda: Alcaraz vs. Shevchenko (Teledeporte)**

- **Share:** 2,9%
- **Espectadores:** 269.000

#### 10. **Final femenina: Sabalenka vs. Swiatek (Teledeporte)**

- **Share:** 2,4%
- **Espectadores:** 203.000
- La final femenina tuvo una audiencia más reducida, comparado con el torneo masculino.

#### 11. **Semifinal: Fritz vs. Rublev (Teledeporte)**

- **Share:** 1,8%
- **Espectadores:** 163.000
- La semifinal entre Fritz y Rublev registró la menor audiencia.

Las estadísticas en los partidos de Nadal y Alcaraz suben en TVE. El hecho de ser españoles es de peso para la afición nacional que ve los partidos en la televisión pública. Las cifras de Alcaraz en Madrid difieren un poco con las del propio tenista murciano en Wimbledon.

Partido	Canal	Torneo y Ronda	Espectadores
Alcaraz vs Shevchenko	TDP	2ª Ronda de Madrid	269.000
Alcaraz vs Seyboth	TDP	3ª Ronda de Madrid	480.000
Alcaraz vs M.Lajal	Movistar+	1ª Ronda de Wimbledon	71.000
Alcaraz vs A.Vukic	Movistar+	2ª Ronda de Wimbledon	70.000

*Datos de audiencia de Alcaraz Fuente: TVE y Movistar+*

El baloncesto español ha vivido una de sus mejores épocas en el siglo XXI. En la liga nacional, el Barça y el Madrid han predominado en estos últimos años en cuantos a títulos conseguidos.

En la Copa del Rey de baloncesto participan ocho equipos, los cuales son los que tienen mejores posiciones en la clasificación de la Liga ACB al final de la primera vuelta de la temporada regular. El torneo es corto y a eliminatorias directas.

En Barça y el Madrid disputaron la final de 2010, la que llegó a más de 2,4 millones de usuarios por La 2, de TVE, tal y como afirma AS. Además, la segunda final más vista desde 1995 hasta ese mismo año fue la de 2005, con 2.1 millones de espectadores.

La final de 2023, con los datos de Movistar+, no se acerca a la de hace trece años. La audiencia cae hasta los 351.000 televidentes.

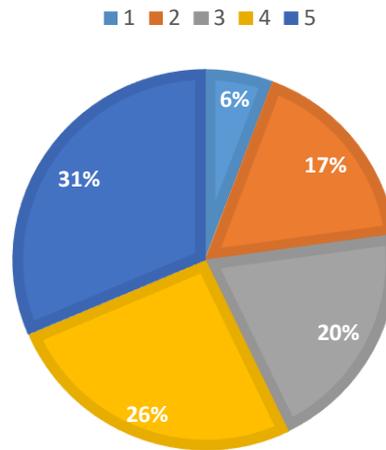
## **Encuesta**

Para conocer más las sensaciones de la gente, esta encuesta nos ayudará a entender mejor el porqué de este estudio. La encuesta conlleva cinco preguntas:

1. ¿A qué nivel definirías que sigues el deporte actualmente?
2. ¿Sigues más el deporte que hace 10 años? ¿O menos?
3. ¿Pagas para ver deporte?
4. ¿Sueles ver los eventos deportivos que se retransmiten en canales en abierto?
5. ¿A qué nivel seguías el deporte hace diez años?

La encuesta tuvo 105 repuestas de personas de 16 hasta 50 años de edad, de ambos sexos.

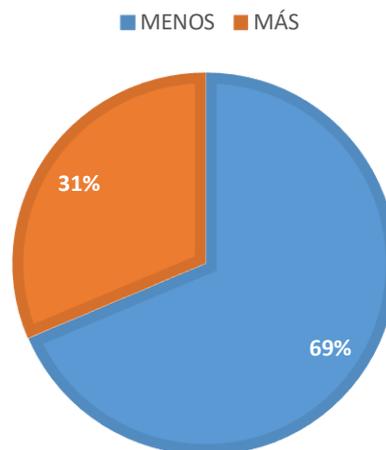
### ¿A QUÉ NIVEL DEFINIRÍAS QUE SIGUES EL DEPORTE ACTUALMENTE?



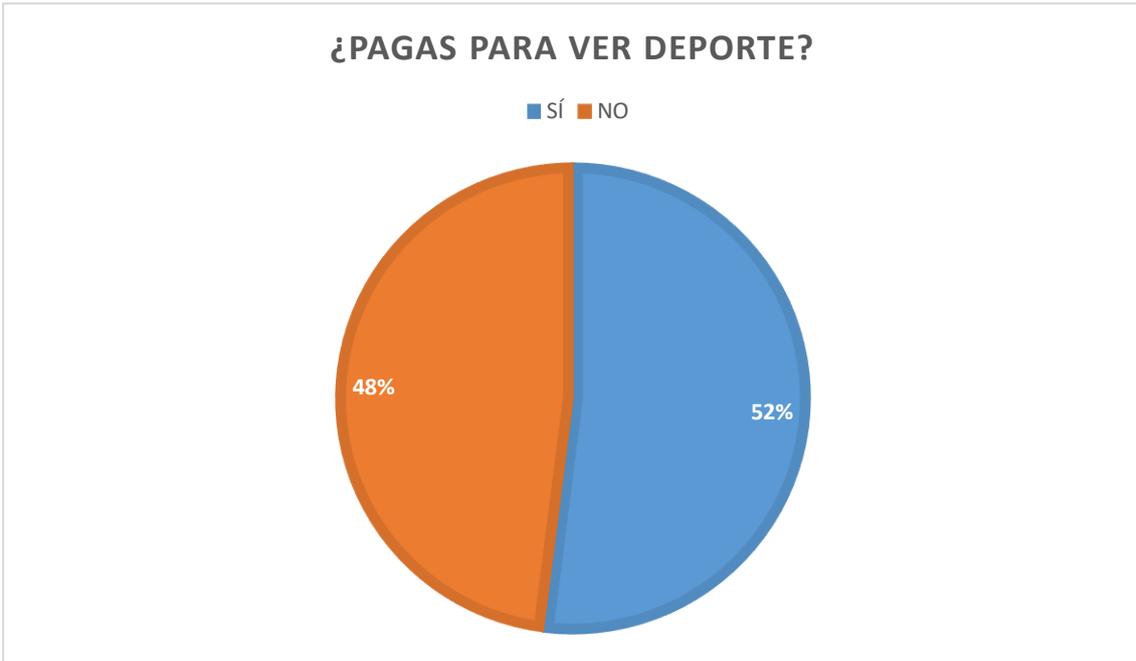
La primera pregunta tenía cinco opciones como respuesta, del 1 al 5. El 1 es el nivel más bajo en el que sigue el deporte y el 5 el más alto.

El 31% considera que sigue bastante el deporte en la actualidad, mientras que el 6% no consume nada.

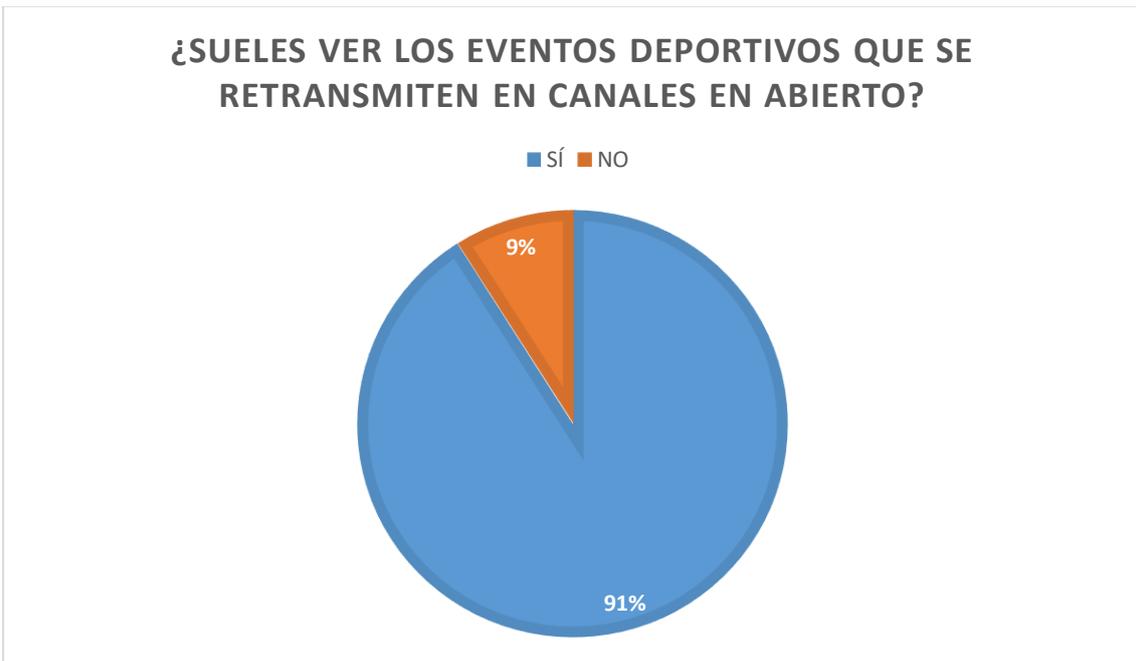
### ¿SIGUES MÁS EL DEPORTE QUE HACE 10 AÑOS? ¿O MENOS?



El 69% afirma que sigue el deporte menos que hace 10 años.



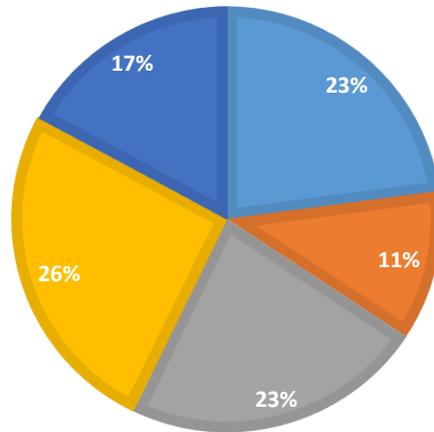
Esta pregunta está muy pareja entre los encuestados. El 52% paga para ver deporte y el 48% no.



La gran mayoría (91%) ven deporte cuando se emite en abierto.

### ¿A QUÉ NIVEL SEGUÍAS EL DEPORTE HACE DIEZ AÑOS?

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5



La última pregunta tenía cinco opciones como respuesta, del 1 al 5. El 1 es el nivel más bajo en el que sigue el deporte hace diez años y el 5 el más alto.

## CONCLUSIONES

Los datos mostrados anteriormente nos permiten sacar algunas conclusiones para evidenciar si nuestras hipótesis están en lo cierto o no.

Con respecto a la primera hipótesis, “desde que el fútbol es completamente retransmitido por canales de pago, hay menos interés por parte de los aficionados”, hemos reflejado que GOL PLAY tiene una audiencia sólida en los partidos semanales de La Liga. Hay semanas que están cerca o, incluso, superan a Movistar+ y DAZN, pero no llegan a sus cifras más altas. Aun así, los partidos en abierto de GOL PLAY tienen una gran repercusión, tal y como se muestra en las páginas 18 y 19.

Además, comparando el partido más grande de España, el clásico entre Barcelona y Madrid, vemos un decrecimiento en audiencias de millones de espectadores desde cuando se retransmitía en La Sexta hasta ahora. Esto es un gran indicativo de la falta de accesibilidad que hay hacía las televisiones de pago. Lo mismo ocurre con el derbi madrileño entre Madrid y Atlético.

Donde hay más semejanzas es en la Eurocopa 2024 con respecto a la de 2008. Las dos han sido emitidas en abierto con grandes números y cuotas de pantalla.

Haciendo una valoración al completo y dándonos cuenta que en abierto se sigue viendo deporte y que en los canales de pago bajan considerablemente las cifras, podemos confirmar nuestra primera hipótesis es cierta.

En cuanto a la segunda hipótesis, “hay un menor conocimiento sobre la actualidad deportiva en estos momentos con respecto a cuándo el deporte se veía en abierto”, comprobamos que en deportes como el tenis o el baloncesto pasa lo mismo que en el fútbol.

Las cifras de espectadores en los partidos de Carlos Alcaraz en TVE y en Movistar+ no se igualan para nada. Por otra parte, la diferencia entre la final de la Copa del Rey de baloncesto 2010 y la del 2023 es de gran magnitud. La primera fue por TVE y la segunda por Movistar+, con 2,1 millones menos de espectadores la del año pasado.

Con todo ello y con las encuestas realizadas, que indican que hay un 68% de personas que siguen menos el deporte que hace 10 años y que solo un 9% paga para ver las retransmisiones de pago, podemos afirmar que hay un menor conocimiento sobre la

actualidad deportiva en estos momentos con respecto a cuándo el deporte se veía en abierto.

## BIBLIOGRAFÍA

Martínez Montes, J. M. (2020). *Evolución de la accesibilidad web de las universidades públicas andaluzas*. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/101836>

Hinojosa-Pareja, E. F. (2017). *El método de casación como técnica de aprendizaje en derecho procesal*. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/79347>

Escrivà Chordá, I. (2016). *Eficiencia y productividad en los sistemas de salud europeos: el caso de los hospitales públicos españoles*. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/163511>

Gutiérrez Martín, A. (2016). *Estudio sobre la brecha digital en Castilla y León: situación y perspectivas*. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/22442>

Albala-Bertrand, J. M. (2015). *Una revisión crítica de la teoría y la práctica de la cooperación internacional*. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/162087>

Serrat Piñana, J. (2017). *Llenguatge jurídic: criteris per a la seva simplificació i adequació a l'ús comú*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/record/169937?ln=ca>

Casado, F. (2021). *Evaluación del impacto económico del turismo en la ciudad de Sevilla*. Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/126184>

Rodríguez Rodríguez, Sergio y Rodríguez Ávila, Nuria (2021). «El rol de la televisión en los hogares españoles». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 174: 129-146. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.174.129>

Ginés Escrivá, Á. (2021). *Análisis de la calidad del aire en la ciudad de Palma* [Trabajo de fin de grado, Universitat de les Illes Balears]. [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/159299/Gin%C3%A9s\\_Escriv%C3%A1\\_%C3%81lex.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/159299/Gin%C3%A9s_Escriv%C3%A1_%C3%81lex.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rosell Sebastiá, S. (2015). *Evaluación de la eficiencia en la gestión hospitalaria: Un análisis comparativo* [Trabajo de fin de grado, Universitat Jaume I]. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/163511/TFG\\_2015\\_rosellS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/163511/TFG_2015_rosellS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fernández García, M. (2016). *Estudio de la brecha digital en Castilla y León: Análisis y propuestas* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22442/TFG\\_F\\_2016\\_225.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/22442/TFG_F_2016_225.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Encinas Gil, A. (2014). *Impacto de la crisis económica en el sector turístico de Extremadura* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Extremadura]. [https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/2147/1/TFGUEX\\_2014\\_Encinas\\_Gil.pdf](https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/2147/1/TFGUEX_2014_Encinas_Gil.pdf)

Pageplace. (2020). *La nueva economía digital: Retos y oportunidades*. [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788418193347\\_A39649638/preview-9788418193347\\_A39649638.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788418193347_A39649638/preview-9788418193347_A39649638.pdf)

Serrat Piñana, J. (2017). *Llenguatge jurídic: criteris per a la seva simplificació i adequació a l'ús comú*. Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, 32, 45-60. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n32/02112175n32p45.pdf>

RTVE. (1959). Primera transmisión desde Madrid-Barcelona, el partido más importante de la liga [Video]. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/programa/1959-primera-trasmision-desde-madrid-barcelona-partido-mas-importante-liga/427920/>

Futbol en la TV. (2023). Audiencias de fútbol 2023-24. <https://www.futbolentv.es/noticias/audiencias-futbol-2023-24>

AS. (2007, febrero 27). *El fútbol femenino en España: Un crecimiento imparable.* [https://as.com/futbol/2007/02/27/mas\\_futbol/1172561236\\_850215.html](https://as.com/futbol/2007/02/27/mas_futbol/1172561236_850215.html)

FormulaTV. (2008). Todas las audiencias de la Eurocopa 2008 en Cuatro. <https://www.formulatv.com/noticias/7813/todas-las-audiencias-de-la-eurocopa-2008-en-cuatro/#:~:text=Eurocopa%20de%20F%C3%BAtbol%202008&text=Han%20conseguido%20batir%20varios%20r%C3%A9cords,9%25%20de%20cuota%20de%20pantalla.>

AS. (2010, febrero 22). *La ACB y su lucha por la audiencia televisiva.* [https://as.com/baloncesto/2010/02/22/mas\\_baloncesto/1266793212\\_850215.html](https://as.com/baloncesto/2010/02/22/mas_baloncesto/1266793212_850215.html)

RTVE. (2024, julio 3). *Sigue líder de audiencia (15,7%) con los últimos partidos de octavos de la Eurocopa 2024.* RTVE. <https://www.rtve.es/rtve/20240703/1-sigue-lider-audiencia-157-con-ultimos-partidos-octavos-eurocopa-2024/16172347.shtml#:~:text=La%20Eurocopa%202024%20se%20puede.horas%20y%20lider%C3%B3su%20franja.>