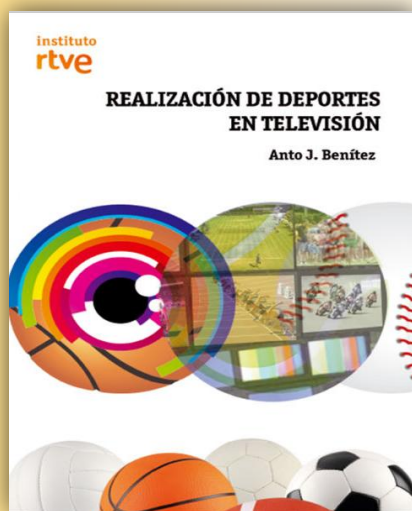




REALIZACIÓN DE DEPORTES EN TELEVISIÓN



BENÍTEZ, Anto J., Universidad Carlos III de Madrid, Ed. Instituto de Radio Televisión Española, Madrid, 2013
ISBN: 978-84-88788-89-4

Alberto García García

Profesor Contratado
Doctor. Facultad de
Ciencias de la
Información.
Universidad
Complutense de
Madrid, España

RESUMEN

La televisión sigue siendo, a día de hoy, el medio de comunicación de masas por excelencia. Y, a pesar, de todas las pantallas donde se puede disfrutar de todo tipo de contenidos audiovisuales, la televisión sigue siendo el medio de comunicación preferido por los espectadores y/o usuarios.

La televisión, al igual que la radio, cuenta con la retransmisión en directo como la principal garantía y elemento diferenciador respecto a otros medios. Probablemente, esa capacidad para trasladar el acontecimiento diario a cada pantalla de cada hogar, unida a la credibilidad del medio, fruto de tantos años de convivencia como canal fundamental de información, sea el soporte sobre el que se está sustentando. Y, es en este punto, donde las retransmisiones deportivas, juegan un papel crucial.

ABSTRACT

The mass media par excellence is, still, the Television. And, in spite of all the screens where you can enjoy all kinds of audiovisual content, television remains the preferred medium for viewers and / or users.

The Television live, like radio, is the main guarantee and differentiator over other media. Probably, this ability to carry the event to every screen each day, along with the credibility of the medium, is the result of many years of being a key channel of information, regardless of the medium on which it is sustaining. And it is at this point where sports broadcasts, will play a crucial role.

Palabras clave

Retransmisiones; televisión en directo; deportes; producción; patrocinio.

Key words

Broadcasting; live TV; sports; production; sponsorship.

1. Reseña

La televisión es puro espectáculo. Etimológicamente, la palabra espectáculo procede del latín *spectaculum*, apelativo nominal del verbo *spectare* 'mirar', 'contemplar', 'observar atentamente'. Y eso, era hasta ahora, la televisión. Y, en ese mirar, se podía aprender, viajar, informar, educar, contemplar, disfrutar,..., y en todo ello, las personas comprendíamos el mundo tal como nos lo presentaban. Y, en esa unión de intereses, admitimos lugares comunes de encuentro que se pudieron medir y transformar, de esta manera estadística, a las personas en masas. Y, es aquí, donde el deporte en televisión adquiere un rol crucial y determina las maneras en las que se aúnan todos los intereses individuales de una manera concreta en un evento determinado. Aquí, la televisión y la manera en la que nos presenta el evento se convierten en la principal herramienta de integración entre el medio y el espectador, o lo que es igual, aquel que contempla. Por tanto, conocer la manera en la que se narran estas historias puntuales que son capaces de articular discursos universales es, probablemente, el modo más eficaz de conocer la verdadera transcendencia y razón de ser del medio de comunicación de masas por excelencia.

Y, aunque pueda resultar increíble, el libro *Realización de deportes en televisión* de Anto Benítez, viene a cubrir un hueco que, inexplicablemente, existía en la publicación de textos referidos a la realización en televisión. Este libro, aborda dos aspectos fundamentales en el medio televisivo: el directo y el deporte. Ambos conceptos unidos, significan los mayores índices de audiencias que cada año se dan. Así, las Olimpiadas a escala mundial y cada cuatro años, o las retransmisiones de finales de fútbol, baloncesto, etc., cada año, son el punto de encuentro global más importante y donde las empresas de televisión invierten sus mayores esfuerzos económicos para

optar a los derechos de retransmisión, ya que la inversión publicitaria en cada uno de estos eventos siempre supera al esfuerzo económico empleado. La intensidad narrativa y la rentabilidad económica de estos eventos, procede de un lenguaje y una manera de gestionar los recursos independientes del resto de géneros televisivos. Con toda probabilidad, las retransmisiones deportivas son el punto de inflexión y de innovación en la forma de producir y narrar en televisión. De hecho, las Olimpiadas suelen servir para implantar nuevas herramientas tecnológicas de producción de contenidos para televisión, lo que influye, inevitablemente, en la realización televisiva. Y, todos estos conceptos fundamentales, están englobados en este libro que, seguro, se va a convertir en un referente tanto para profesionales de la televisión como de la educación y la formación.

No podía ser de otra forma conociendo la trayectoria profesional del autor. Realizador de Deportes de Telemadrid durante muchos años, precisamente, aquellos en los que la cadena pública, junto a la Forta, tenía los derechos de la retransmisión de la Liga de Fútbol Española y la Liga de Campeones. También, fueron los años, en los que esta cadena pública basaba parte de su programación autonómica en la retransmisión de deportes no tan mayoritarios como el fútbol, que tenían su cabida gracias a que eran eventos que se realizaban en la Comunidad y que, sin este interés localista que respetaba la diversidad del ciudadano madrileño como razón de ser de la propia entidad, no hubieran sido retransmitidos debido al modelo de negocio basado en cadenas generalistas con base económica sustentado en grandes audiencias. Ejemplos de programas en los que trabajó el autor del texto, además de los citados Liga de Fútbol Profesional de Primera y Segunda División, así como Zona Champions, Liga ACB de Baloncesto, se compaginaban con programas como En Acción que atendía

a estos programas minoritarios. Por tanto, la experiencia profesional del autor está claramente demostrada y se puede apreciar durante toda la lectura. En todo momento se entremezcla el carácter formativo y teórico propio de la academia con la visión profesional que ensalza el detalle técnico y narrativo que se necesita conocer para poder realizar la retransmisión con éxito.

Pero, el autor, que actualmente es Profesor de la Universidad Carlos III, aborda la temática desde el análisis académico, producto de su trayectoria investigadora en la que ha colaborado activamente con entidades como el Consejo Superior de Deportes para abordar nuevas perspectivas sobre realización y medios tecnológicos que ayuden a mejorar todos aquellos aspectos necesarios de modificar para garantizar el éxito de las retransmisiones y, por extensión, del deporte mismo.

Es, por tanto, una lectura obligada para conocer los fundamentos necesarios de la producción y realización de una retransmisión deportiva, no sólo de deportes mayoritarios sino también minoritarios.

Así, el libro está estructurado en nueve capítulos que aborda, desde lo general a lo particular, todas las variables necesarias de conocer para aquellas personas que tienen o van a tener relación con las retransmisiones deportivas. El capítulo uno está dedicado a introducirnos en el universo de los grandes eventos deportivos, tratándolo como un género independiente en el que se definen, de manera precisa, tanto las inversiones e índices de audiencia como las características del formato de los principales eventos deportivos a escala mundial.

El capítulo dos está dedicado a la creación del guión narrativo dentro de las particularidades del medio televisivo y de las características del deporte a

retransmitir. Así, se introducen todos los elementos que es necesario valorar a la hora de crear una escaleta de programación en torno a un evento deportivo, tanto en lo que se refiere a la previa, la propia retransmisión y la fase posterior al propio evento.

El capítulo tres es fundamental para comprender todas aquellas variables que estructuran el modelo de negocio ligado a las retransmisiones deportivas. Conociendo todos estos factores que podemos encontrar en este capítulo, se puede llegar a comprender la importancia y la influencia de los aspectos económicos como factor determinante dentro de la estructura narrativa que condicionan las retransmisiones deportivas. La distribución, los patrocinadores, los derechos, etc., son los elementos más relevantes a la hora de entender el verdadero valor de lo que supone la retransmisión deportiva como negocio ligado a la financiación de las empresas de televisión que optan por este modelo de negocio.

Los siguientes tres capítulos nos acercan a la manera en la que se aborda una realización, desde el punto de vista tecnológico y el papel que desarrollan en este entramado los planes de producción y realización. Probablemente, estos capítulos sean los que tienen un carácter más profesional y, aquí, es donde la trayectoria profesional del autor del libro se encuentre más reflejada. Por otro lado, quizás sean los capítulos de los que menos referentes bibliográficos se encuentren, por lo que, pueden ayudar a consolidar unos conocimientos necesarios tanto para los profesionales actuales como los del futuro.

El capítulo siete se centra en conocer directamente lo que es una retransmisión deportiva en todos sus aspectos y, justo en el momento de producirse. Variables fundamentales y que hay que tener en cuenta que ocurren en un único momento, por

lo que es el instante en el que se refleja absolutamente toda la preparación previa. En todo ello, juegan un rol fundamental las figuras del productor y realizador que conoceremos con detalle en el capítulo ocho.

Pero, es quizás, el capítulo nueve el que un mayor valor académico y de formación tenga en este libro. Los casos que nos propone el autor como ejemplo de estudio copan absolutamente todas las modalidades deportivas necesarias de conocer y estudiar para poder ejercer con criterio el difícil arte de las retransmisiones deportivas. El golf, tenis, atletismo, rugby,..., son algunos de los casos específicos que nos propone el autor como modelo para conocer las maneras en las que debe abordarse la producción y realización de estos eventos. La aplicación práctica de todos los conocimientos anteriores, hace de este capítulo una pieza fundamental para poder estimular la formación en este género que es, de hecho, parte necesaria de la razón de ser del modelo televisivo actual.

Y es que la televisión está cambiando fruto de la integración de la multipantalla en el hogar. Las retransmisiones deportivas masivas son el mejor ejemplo para escenificar el nuevo escenario comunicativo en el que la integración entre plataformas de distribución y medios, convierten al espectador en usuario con capacidad de definir y configurar el modo en el que quiere ver los eventos. Es necesario, por tanto, replantearse la forma en la que se produce en la televisión cualquier evento para resituar su valor dentro de este nuevo escenario. Y, es aquí, donde este libro adquiere un especial valor pues ayuda a pensar y conocer desde dentro, es decir, desde la perspectiva del profesional que actúa y del profesional que reflexiona sobre su trabajo, las nuevas necesidades que parecen surgir para ubicar a la televisión, en su conjunto, en el nuevo espacio comunicativo.