

**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



# Derecho a la información y deporte en la sociedad digital

TESIS DOCTORAL  
PRESENTADA POR:  
ANTONIO DOMINGO MUNOZ VELA

TESIS DIRIGIDA POR:  
DR. MIGUEL DE AGUILERA MOYANO  
Y  
DR. JOSÉ LUIS CARRETERO LESTÓN


**DOCTORADO INTERUNIVERSITARIO DE COMUNICACIÓN**

Málaga, 2016



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

AUTOR: Antonio Domingo Muñoz Vela

 <http://orcid.org/0000-0003-0571-4777>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): [riuma.uma.es](http://riuma.uma.es)



*A mis padres, Felisa y Domingo, por todo*



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

*A Gaspar Rosety, In Memoriam*

*“Está bien alguna dosis de fútbol. Pero ya tanto es intolerable. Y lo mismo digo de los demás deportes físicos. La prueba está en los periódicos [...] Son ya demasiadas las columnas y las páginas que dedican a los ejercicios corporales. Los muchachos no se ocupan con más fervor más que de su cuerpo y se están volviendo estúpidos.”*

(José Ortega y Gasset)

*"El deporte tiene el poder para cambiar al mundo. Tiene el poder para inspirar. Tiene el poder para unir a la gente de la manera en que pocas cosas lo hacen. Les habla a los jóvenes en un lenguaje que ellos entienden. El deporte puede crear esperanza donde antes solo había desesperación"*

(Nelson Mandela)



*Han sido tres años de dar gracias. Gracias a la vida por ponerme enfrente un reto tan apasionante, gracias por encontrar fuerzas cuando llegó la crisis del doctorando, gracias por equivocarme, por confiar en momentos de dudas, gracias por el regalo de sabiduría de las personas que tienen mucha “culpa” de este trabajo doctoral, gracias por la Biblioteca Nacional, por la Universidad de Málaga, por las noches junto al mar luchando contra la ignorancia.*

*Y gracias a las personas que me empujaron a este noble abismo de tres años. Después de leer muchas tesis de colegas que me precedieron en la aventura decidí que lo menos injusto era agradecer en orden cronológico. Así que a ello me pongo. Gracias a Gaspar Rosety, que no se conformó con contagiarme cuando era crío la radio y el fútbol, y me inculcó el Derecho y la lealtad entre micrófono y micrófono. Eso sí, no contaba con que me dejarías solo en nuestro final soñado, querido hermano, querido amigo, querido maestro. Al menos sé que leíste este trabajo. Aún así, estoy enfadado por tu marcha.*

*Gracias a José Luis Carretero, que activó mi ánimo para atacar este trabajo y luego aceptó codirigir esta tesis doctoral.*

*Gracias a Miguel de Aguilera Moyano, con el que las palabras no bastan, por sí solas, para expresar lo que siento. Es el mejor director que un doctorando libre pudiera tener, el mejor consejero ante las incertidumbres, el mejor apoyo en el miedo, el mejor moderador ante las ideas descabelladas, el mejor ánimo ante el error reiterado. Gracias, Miguel, por ser el mejor guía.*

*Y gracias, fuera de categoría, a Karina y a Sofía, que han animado el ritmo de mi doctorado hasta el final.*

Dr. D. Miguel de Aguilera Moyano, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, y Dr. D. José Luis Carretero Lestón, Profesor Titular de Derecho Financiero de la Universidad de Málaga,

HACEN CONSTAR

Que **D. Antonio Domingo Muñoz Vela** ha realizado, dentro del Programa de Doctorado Interuniversitario de Comunicación, el trabajo titulado **"Derecho a la información y deporte en la sociedad digital"**.

Revisado el presente trabajo, estimamos que reúne los requisitos necesarios para ser presentado como Tesis Doctoral, y ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

Para que conste y surta los efectos oportunos según la legislación vigente, **AUTORIZAMOS** a su presentación en la Universidad de Málaga,

Málaga, 18 de febrero de 2016



Fdo. Dr. D. Miguel de Aguilera Moyano



Fdo. Dr. D. José Luis Carretero Lestón

**RESUMEN DE LA TESIS DOCTORAL PRESENTADA POR  
ANTONIO DOMINGO MUÑOZ VELA  
BAJO EL TÍTULO  
“DERECHO A LA INFORMACIÓN Y DEPORTE EN LA SOCIEDAD DIGITAL”**

El trabajo “Derecho a la información y deporte en la sociedad digital” que se presenta dentro del Doctorado Interuniversitario de Comunicación en la Universidad de Málaga tiene su origen en un conflicto real al que se enfrentan las relaciones entre los medios de comunicación españoles y los clubes de fútbol profesional desde hace unos años, y que en distintos episodios se ha suavizado y recrudecido, afectando al derecho a informar que a priori tienen los informadores y poniendo en cuestión derechos de los privados que pueden ser explotados comercialmente. Todo ello, en un entorno, el de los medios y la sociedad, que está abocada de un tiempo a esta parte a una nueva revolución que protagonizan las tecnologías, y que en nuestro caso, se traduce en la mutación hacia lo digital de los medios y los profesionales de la comunicación.

El esquema formal que hemos seguido a la hora de acometer la investigación nos ha venido desde la estructura clásica marcada por lo académico: introducción, desarrollo y conclusiones. En la introducción de trabajo exponemos las líneas generales del objeto de estudio, así como las cuestiones de interés que se han derivado de este. Y todo con la intención de respondernos a una cuestión principal: ¿Cómo se articula el derecho a informar en relación con el mundo del deporte? Partimos de la hipótesis inicial de que sí existe ese derecho a informar pero la intuición de que debe modularse para ser efectivo y proporcionado nos lleva a acometer un estudio que trata de dar respuesta a la pregunta desde el mayor número de argumentaciones para llegar a un consenso sobre la materia, más allá de posturas personales partidistas. Y todo ello con la intención de confirmar o rebatir otra de las hipótesis de partida: la convicción de que existe un modelo de convivencia que puede potenciar las virtudes de la comunicación y el deporte y que permitirá salvar las dificultades que el entorno social del siglo XXI presenta a ambos mundos.

Al ser un conflicto afamado por los propios medios de comunicación y que ha llegado a la opinión pública debido a las consecuencias puntuales que en algún caso ha ocasionado la disparidad de criterios, las posturas del análisis científico de la cuestión han caído, a veces, de un lado u otro, defendiendo una de las dos posturas en conflicto. Yendo más allá, no es fácil encontrar un corpus consistente de investigaciones en relación con alguna de las materias que acometemos en nuestra tesis doctoral. Las relaciones entre el derecho a la información y el deporte apenas han sido tratadas por los investigadores. Sí han sido objeto de estudio por separado y, por ello, dentro del estado de la cuestión dejamos constancia de algunos de los trabajos que han acometido temáticas como el derecho a la información, o las relaciones entre los medios de comunicación y el deporte.

La metodología de investigación utilizada durante el proceso de creación del trabajo se articula en torno al concepto de triangulación metodológica: el uso complementario de distintas técnicas y métodos con el fin de profundizar en la realidad objeto de estudio y dar las respuestas más completas a las hipótesis planteadas. Esa triangulación tiene uno de sus lados en la investigación documental jurídica e histórica, que nos lleva a buscar en los archivos aquellos materiales que pueden aportar alguna luz a la cuestión. Además, el hecho de buscar respuesta teórica y científica a un conflicto vivo en la sociedad española nos ha dado la oportunidad de acercarnos a los protagonistas de dicha conflicto, quienes han podido expresar sus distintos y opuestos puntos de vista a través de entrevistas en profundidad. Por último, a la hora de acometer la tarea de responder a cómo los medios de comunicación españoles de hoy en día ejercen su derecho a informar, el análisis de contenido como técnica nos ha posibilitado diseccionar la realidad de los medios y extractar consecuencias que nos valdrán como base para las propuestas de futuro que dejamos en el capítulo de conclusiones.

Tras la introducción, esta tesis doctoral se desarrolla a partir de tres grandes ejes: la caracterización del fenómeno deportivo como una realidad con singularidad propia en los primeros años del siglo XXI dentro de nuestra sociedad; el estudio desde las raíces del ordenamiento jurídico español de



cómo se plasma el derecho a informar en relación con el mundo del deporte; y el análisis de la realidad de los medios de comunicación deportivos en pleno apogeo de la sociedad de la tecnología y la información digital.

Si el deporte es el objeto de la información cuyo derecho se discute, el fenómeno deportivo debe ser la primera parada de nuestro trabajo. La idea en el Capítulo I es dotar al deporte del mayor número de caracteres con el fin de conocer cómo es la realidad sobre la que los medios de comunicación reclaman su derecho a informar, y sobre la que los privados demandan sus derechos de explotación comercial. ¿Es espectáculo de masas, resultado de la iniciativa personal de sus promotores, o es una actividad personal que se mueve en la esfera de lo íntimo, si hablamos de las personas? ¿Es ocio, es cultura? ¿Es sólo negocio? En ese caso, ¿para quién lo es? ¿O hablamos de una realidad social sobre la que los poderes públicos tienen algo que decir?

Conocemos más de la realidad del deporte yendo al origen del término deportivo y con un breve paso por su pasado para detenernos en el siglo XIX, en el cual la industrialización y el desarrollo le dan parte de su forma actual al hecho deportivo: la asociación, la comercialización, la normalización, la profesionalización llegan entonces de la mano de la burguesía, justo antes de que los medios de comunicación se le unan justo cuando el deporte se populariza. En ese proceso, los intelectuales de la época se ocuparon de conocer más el deporte, y nos dejaron algunas reflexiones que recuperamos en nuestro trabajo. A continuación son los poderes públicos los que se interesan por una realidad que reporta variados beneficios a la sociedad y, entienden, también puede ser parte de las estrategias globales en el área política.

Su realidad es la de un fenómeno transversal y en consecuencia difícil de definir conceptualmente a través de unas pocas palabras, pero que abarca multitud de campos de la actividad humana. Es por ello que realizamos un estudio antropológico que nos dota de caracteres singulares del deporte en su relación más íntima con la persona. ¿Por qué los hombres y mujeres hacen deporte? En el siglo XXI, el deporte es en la mayoría de sus manifestaciones un hecho social, cultural, adaptada a los tiempos y que se manifiesta en la

esfera más personal pero también lo hace como seña de identidad de pueblos enteros. Desde el punto de vista económico, el deporte es ocio, es consumo, genera empleo y riqueza, es turismo. Pero también, a priori, es fuente de salud para sus practicantes y vía de educación para los jóvenes, las personas que quieren integrarse en sociedad llegando desde otras culturas e incluso herramienta de reinserción para colectivos con dificultades como puede ser el de las personas que cumplen condena en las prisiones.

Por todo ello, ya anticipamos que llamó la atención de los poderes públicos, que hoy se ocupan del deporte en distintos frentes. Ello nos lleva en este punto a intentar conceptualizar una separación entre lo que, en nuestra sociedad actual, es lo público y lo privado. Los actores del conflicto que enfrenta a parte del fútbol con el derecho a informar sobre él hablaron de “espectáculos privados” para definir la competición deportiva. Hemos, por ello, querido acercarnos a las esferas de lo público y lo privado, de manera conceptual.

Y lo hacemos a través de la visión y las definiciones que nos dejan los intelectuales, para concluir que en el siglo XXI, la esfera de lo privado se circunscribe a la actividad de las personas cuando esta no tiene trascendencia pública, repercusiones en la sociedad. Lo privado y lo público dejan de dibujarse en torno a las personas y los estados, en unas concepciones ancladas en la teoría política de décadas atrás. Hoy, distintas esferas se entremezclan haciendo complicado limitar una actividad en una u otra. Y más, en el caso del deporte, cuando hemos visto cómo es un fenómeno que implica a tantas aristas de uno y otro signo. Ya no es que el deporte haya sido utilizado por los poderes públicos y distintos regímenes políticos como herramienta de promoción de sus bondades, algo que es común de cien años hasta hoy, y en lo que nos detenemos para recuperar varios ejemplos concretos a lo largo de la historia reciente del mundo.

El deporte es cuestión de estado en la medida en que, al menos en el caso español, figura entre los asuntos de los que, por nuestra Carta Magna, deben ocuparse las instituciones que le dan forma. Por otro lado, que el

deporte reclame su autonomía de organización y desarrollo no significa que este deba insertarse en sociedad a través de los mecanismos y reglas que ella ha definido para el común de sus integrantes. En sentido contrario, las instituciones públicas tienen el mandato de la sociedad de establecer políticas deportivas eficaces, rentables y estables para beneficio de la ciudadanía y sus diferentes colectivos. Eso sí, el ámbito de lo público, entendido por lo administrativo, lo estatal, no es el único donde el deporte tiene potencial desarrollo: el mundo académico y el laboral son propuestos como entornos donde la implementación y promoción de actividades deportivas han ofrecido demostrados beneficios para sus públicos objetivos.

Y todo ello, en un entorno, el continental, donde la idea común de Europa desarrollada entre otras instituciones a través de la Unión Europea ha definido la importancia del deporte para la ciudadanía, y establece planes, programas, líneas directrices y recomendaciones para que los estados dirijan sus políticas en relación con el deporte de manera efectiva para las personas, y también para el negocio, para el fenómeno deportivo como hecho cultural reconocido en Europa. En ese sentido, las palabras del Parlamentario Europeo Santiago Fisas, autor del Informe sobre la Dimensión Europea del Deporte, uno de los documentos de base de los trabajos de la Unión sobre el deporte, nos aportan en nuestra tesis doctoral, algunas líneas de trabajo a futuro por parte de las instituciones políticas nacionales y europeas.

La visión europea del deporte la completamos en este capítulo sirviéndonos de la Encuesta de Hábitos Deportivos que publicó en 2016 el Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España, comparada en algunos aspectos con la realizada en 2010 y comentada por García Ferrando. A través de los resultados, extraemos una visión de importancia sobre el deporte, la que tiene el común de los ciudadanos. Y todo ello antes de adentrarnos en la zona jurídica de la tesis doctoral, que comienza al final de este primer capítulo con un viaje por el reconocimiento del fenómeno deportivo en la historia reciente de nuestro ordenamiento jurídico. Así, comprobaremos como el asociacionismo deportivo de finales del siglo XIX y principios del siglo XX y el crecimiento exponencial del interés por la práctica y la competición deportiva en todos sus

ámbitos son las que provocan en España que el poder público de la dictadura militar surgido tras la contienda bélica se interese por atraer al deporte hacia el ámbito de lo que interesa al estado. Con la llegada de la democracia, la tradición surgida en los años cuarentas del siglo XX la continúa la Constitución Española de 1978 y las distintas leyes de desarrollo surgidas desde entonces. ¿Podían haber optado por otras fórmulas de relación con el deporte? Sí, pero no lo hicieron, consagrando al fenómeno con un asunto de interés público, con todas las consecuencias ello acarrea.

Ya en el Capítulo II de nuestro trabajo abordamos la primera de las cuestiones troncales: ¿Existe un derecho a informar en relación con el mundo del deporte? Una respuesta rápida se nos antoja positiva por naturaleza, dado que el derecho a informar es universal y el deporte, como hemos visto, es un fenómeno cultural global que trasciende el ámbito de las personas en la mayoría de los casos. Sin embargo, la realidad y el caso concreto que nos ocupa se encarga de hacernos buscar matices y razonamientos para completar una afirmación sobre la base de argumentos, puesto que en el choque entre los clubes profesionales de fútbol en España y los medios de comunicación, una de las partes afirmó que no existe tal derecho en relación con el fútbol, al menos si no se paga por ejercerlos.

El capítulo arranca por un repaso histórico al reconocimiento del derecho a la información o la anterior libertad de prensa a nivel mundial. Desde el surgimiento de los actuales sistemas democráticos nacionales, las principales cartas de derechos reconocían en su articulado el derecho de las personas a la expresión y al uso de la imprenta para hacer públicas tales libertades. De la mano de la creación de la Organización de Naciones Unidas (ONU), la Declaración de los Derechos Universales del Hombre incluye referencia al derecho a la información y en la medida en que esta ha servido de base para posteriores normas constitucionales como es la española, el derecho a informar se ha instalado en el ordenamiento jurídico de las democracias modernas con fuerza propia. En el caso de España, la tradición constitucionalista no olvidó en ninguno de los textos desde principios del siglo XIX el reconocimiento a tal derecho, si bien la concreción real ha dependido del

signo y la realidad de los tiempos. Además, centrados en el caso español, el desarrollo del artículo 20 de la Constitución Española de 1978, actualmente vigente, ha dejado lagunas en su desarrollo legislativo, más allá del reconocimiento de tal derecho a máximo nivel legal. Esta realidad es la que ha dado lugar a una ingente producción normativa en forma de sentencias de los tribunales, a través de las cuales los jueces han dado solución a algunos de los conflictos suscitados en relación con el ejercicio real de tal derecho.

En ese marco es donde se sitúa el choque entre los clubes deportivos que conforman la Liga de Fútbol Profesional (LFP) en España y las emisoras de radio comerciales de nuestro país. En 2011, y como consecuencia del cambio normativo que introdujo la Ley 7/2010 General de Comunicación, los clubes de fútbol decidieron comercializar unos derechos radiofónicos, lo cual implicaba la obligación de pago por parte de las cadenas de emisoras para el acceso a los estadios de fútbol con el fin de informar sobre los partidos de liga tanto en Primera como en Segunda División. Esa pretensión, que años atrás había dado lugar a conflictos menores, provocó la prohibición de acceso de los medios de comunicación radiofónicos a los estadios durante casi una temporada deportiva completa, y un intercambio de demandas judiciales que a fecha de 2016 aún sigue viva. Así, el capítulo dedica parte de sus páginas a conocer la evolución legislativa que arrancaba con la Ley 21/1997 de Retransmisiones Deportivas y cambiaba el signo de la realidad en torno al derecho a comunicar información con la citada Ley General de Comunicación, que derogaba la anterior. La vigente en la actualidad ha sufrido distintas modificaciones como el Real Decreto 15/2012 que permitió el acceso de los medios de comunicación a los estadios de fútbol. Tras la intervención de la Comisión Nacional de la Competencia, lo jurídico nos deja a la espera de qué dice el Tribunal Supremo en relación con el último recurso presentado por la LFP.

Una vez analizado todo lo que dijeron y lo que dicen las leyes, y conocidos los contrapuestos puntos de vista a través de entrevistas en profundidad con voces autorizadas de las partes en conflicto, nuestra vocación en este trabajo es dar una respuesta proporcionada a la cuestión de si existe

un derecho a comunicar información por parte de los medios en relación con el deporte, y hasta dónde llega cuando se pone en una balanza con otros derechos como el de los privados a explotar comercialmente derechos que les pertenezcan.

Para ello, entendimos que la vía correcta era la profundización en la tarea de definir conceptualmente el derecho a comunicar información, lo que nos lleva a buscar la precisión en el término, para diferenciarlo de otros derechos que pueden resultar similares, pero que, o bien no existen, o bien se refieren a otras realidades distintas a la del ejercicio de informar. Así, tratamos de explicar la diferencia entre el derecho a comunicar información y los derechos de retransmisión, conceptos usados a veces de manera indistinta y que definen dos derechos distintos. Mientras la información es el objeto del primero, la comunicación pública de un producto (audiovisual, por ejemplo) es el objeto del segundo. Mientras un periodista radiofónico no transmite sino que informa, da noticias, a través de su voz (aunque el lenguaje común nos lleve a hablar de retransmisiones), una cadena de televisión transmite, comunica de manera pública un producto televisivo, como puede ser un partido de fútbol, una película o una obra de teatro. Mientras la información o la noticia son objetos de difícil comercio, los productos u obras son perfectamente explotables con el fin de conseguir una rentabilidad económica.

Y es así cuando la información y las noticias versan sobre asuntos de trascendencia pública. Esta realidad nos llevará en otra de las paradas en este segundo capítulo a dar contenido actual a conceptos como “interés general”, “interés público” u “opinión pública”. A través del estudio y caracterización de éstos, daremos forma a un derecho a comunicar información que tiene el máximo respaldo constitucional en España cuando versa sobre asuntos relevantes para la sociedad. Conocer qué es de interés general a efectos legales y qué lo es más allá de lo que dictan las normas nos llevará a definir lo trascendente para la ciudadanía. Será de interés conocer como la agenda de temas que componen la llamada opinión pública ya no tienen solo carácter político, sino que con la evolución de la sociedad, esos temas que interesan a la sociedad en su conjunto van más allá de la arena política. En la medida en

que comprobamos en el Capítulo I hasta dónde llega la importancia del deporte en la sociedad del siglo XXI, no es necesario en este punto detenerse a defender la inclusión del fenómeno deportivo, de manera conjunta, entre los asuntos de trascendencia para las personas.

Tras definir el derecho a comunicar información es momento de establecer unos límites, que nos llegarán a través de la doctrina formulada por distintos autores, así como por lo expresado en distintas sentencias de interés para el caso. Y es que, donde la ley no se ha expresado, sí lo hicieron los jueces, dando así forma más concreta al derecho a la información. Entendiendo que ningún derecho es ilimitado, ¿quién tiene el derecho a comunicar información en relación con el mundo del deporte? ¿Hasta dónde llega esa potestad?

Las respuestas a esas cuestiones las encontramos por la vía del establecimiento de unos límites que no son claros en según qué casos. Por ejemplo, a la hora de determinar los sujetos de la libertad de informar, y en la medida en que el derecho es universal y humano, es complicado establecer un límite. Precisamente por ello se ha eludido la tarea, que hubiera resultado bien útil, de definir un estatus especial para los profesionales de la información. No obstante, aunque el derecho es universal, la misión de informar, cuando revierte en la sociedad, tiene una especial protección si se realiza a través del llamado “vehículo institucionalizado” que es la prensa, ampliamente entendida. A los profesionales y a los medios se les dota de recursos máximos, lo cual no significa que esos recursos no los pueda invocar, en un grado inferior, cualquier persona que informa (dado que el derecho es universal). En estos tiempos, en los que la tecnología ha dotado a todos los ciudadanos de herramientas para poder ejercer de manera efectiva su derecho activo a informar, esa protección máxima para los profesionales se pone en cuestión. ¿Por qué los medios tienen protección máxima? Porque se entiende que su finalidad es servir al interés de la sociedad. A futuro, nada impide que cualquier ciudadano invoque que su información sirve a la comunidad, y por tanto, la protección máxima que reciben los medios no está libre de ser cuestionada.

Más interés que el quién, aunque la cuestión anterior abre muchas interrogantes que solo el tiempo resolverá, tiene para nosotros en este trabajo el qué. ¿Hasta dónde llega el derecho del profesional a informar? ¿Pueden los medios invocar su derecho a la información para acceder a todos los rincones de un club profesional de fútbol con la misión de dar noticias a la sociedad? Han sido los jueces los que, en su interpretación de las leyes y sentencias anteriores nos han regalado varios conceptos que sirven para determinar ese límite necesario. Una sentencia en relación con un conflicto de intereses entre un club gallego de fútbol y un medio de comunicación local marcó un “contenido mínimo” protegido por el derecho a informar. La determinación de ese contenido viene dada por su relación con el objeto de interés informativo. Todo lo que no está directamente relacionado con el hecho deportivo fue catalogado como “información de calidad”, y por tanto, en el deporte encontramos el límite que proponemos como protegible por el derecho a informar. Lo que es deporte, práctica deportiva, es susceptible de ser objeto de la información porque el deporte es el hecho de interés social para la comunidad. Todo lo demás, lo accesorio, es información de calidad y no merece esa protección máxima de la que habla la jurisprudencia. Ahí es donde puede empezar el derecho de los privados a explotar comercialmente parte del espectáculo deportivo.

Respondemos así a una de las interrogantes principales en el objeto de estudio de nuestra tesis doctoral. El deporte es el límite del derecho a comunicar información veraz a la sociedad. La libertad de empresa, como otro de los posibles límites que se podrían establecer al derecho a informar, cede cuando este se ejerce con la ciudadanía como público objetivo, con veracidad y sobre asuntos de interés para aquella. Otros posibles límites como los que han marcado distintas normas para las imágenes protegidas por derechos comerciales que se pueden ceder para que las cadenas de televisión emitan sin contraprestación (asunto de plena actualidad en 2016) son más que discutibles si de lo que hablamos es del derecho o la libertad de información.

Tras responder a la cuestión principal que nos ocupa en la tesis doctoral, iniciamos con el Capítulo III la tarea de saber cómo ejercen en la actualidad los medios de comunicación esa libertad de informar que la legislación y la sociedad les cede, al menos en parte. Para ello, lo primero es conocer cómo es la relación especial que han construido a lo largo de más de cien años los medios de comunicación y el deporte. Y es que la tradición fue uno de los argumentos de defensa de las emisoras de radio cuando los clubes de fútbol les impidieron el acceso a los estadios deportivos. ¿Cuenta la tradición en ausencia de una norma esclarecedora? La doctrina y la jurisprudencia dicen que sí, en la medida en que la encuadran en las fuentes supletorias del derecho. Por ello, echamos la vista atrás para conocer cómo se forjó la relación entre los medios y el deporte, en una asociación que, como vemos en nuestro trabajo, fue de interés mutuo para ambas partes. El deporte ya era un fenómeno de masas antes de que los medios pusieran su interés en él. Pero los medios de comunicación, desde entonces, han hecho mucho por el crecimiento exponencial de dicho fenómeno. En España, por otro lado, esa relación ha tenido especiales y beneficiosos ejemplos que se mantienen hasta nuestros días desde hace décadas.

Vista la importancia de esa tradición de beneficios mutuos entre el deporte y los medios, nos detenemos en conocer cómo es la realidad actual de la profesión periodística y de la industria de los medios de comunicación, especialmente afectados por una crisis económica global, pero que ha sufrido sus propios males endémicos, ajenos a las tendencias generales. Además, en los últimos años, se une la variable de la tecnología a la vida de la sociedad y, por supuesto, de los medios de comunicación. Esta ha obligado a un proceso de reconversión que ha dejado en el camino muchos de los hábitos anteriores y ha sumado, como ya anticipamos anteriormente, a nuevos potenciales actores en el proceso comunicativo. La realidad de inicios del siglo XXI es que, en relación con el deporte, todos los actores comunican: lo hacen los medios de información tradicionales adaptados a los nuevos tiempos, pero también lo hacen los protagonistas habituales de la información a través de sus propios canales, igual que los clubes y entes deportivos, e incluso los aficionados

tienen su voz en el mundo del deporte. Así, surgen nuevos competidores para el periodista en la tarea de informar con calidad.

En ese escenario nos preguntamos cómo cumplen los medios de comunicación con su tarea de informar sobre el deporte. Para ellos echamos mano de la técnica de investigación del análisis de contenido, centrado en siete de los diarios de información en prensa escrita con más tradición y seguimiento de España. A través de las noticias principales de los diarios impresos durante un periodo de siete días, nos preguntamos qué porcentaje de las mismas se centraban en lo que antes habíamos llamado “contenido mínimo informativo” y qué porcentaje se dedicaba a la “información de calidad”, para saber si los medios informan más sobre el hecho deportivo o sobre aquello que rodea al hecho deportivo pero no es estrictamente deporte. Además, en ese análisis catalogamos las disciplinas deportivas con más presencia en la información deportiva, y las más ausentes, además de determinar los protagonistas de las mismas para ver hasta qué punto el deporte profesional es mayoritario en las páginas de los diarios en relación con el deporte practicado por los aficionados, por la ciudadanía en general. Se analizaron otras cuestiones como la cara del deporte que presentaban las noticias (competición, salud, política, economía, integración, cultura, educación, etc.).

El análisis de contenido nos lleva hasta el capítulo de conclusiones de nuestra tesis, en las que damos respuesta a las preguntas que nos hacíamos en el apartado de objetivos principales y secundarios, además de confirmar la mayoría de las hipótesis planteadas. Entre ellas, y a modo de resumen, podemos afirmar con rotundidad que existe un derecho a comunicar información en relación con el mundo del deporte que tiene su límite de protección máxima en el propio hecho deportivo y cuando el hecho noticiable tiene destino en el interés de la sociedad. . Todo lo que está alrededor del deporte pero no es deporte es susceptible de ser explotado comercialmente, puesto que la protección máxima a la que se circunscribe el derecho a informar se ejercita cuando el objeto de la información es el deporte. Y esto es así porque el deporte es un fenómeno cultural de claro interés social en el siglo XXI, se enmarca en el abanico de temas que interesan a las personas en una u

otra faceta del mismo, tanto si es deporte profesional como si es deporte aficionado, de manera indistinta. Ni una ni otra manifestación del hecho deportivo merecen más o menos protección. Por otro lado, hemos concluido que informar es algo distinto a retransmitir, y lo que se protege por el derecho citado es la noticia, el hecho noticiable que se difunde a través de las vías que son propias de cada medio: la voz, la palabra escrita, la imagen o una combinación de las tres.

A pesar de todo lo anterior, nuestro análisis de contenido revela que la atención de los medios de comunicación en la actualidad está más cercana a la información de calidad (anexa al deporte) que al contenido mínimo (el hecho deportivo); y que pese al mandato que implica el ejercicio del derecho, los medios solo informan de una parte muy concreta y específica del deporte: el fútbol profesional y la competición deportiva.

Y todo en ello en una época en la que está por ponerse en cuestión el papel especial de los medios de comunicación en el proceso comunicativo. Cuando cualquier ciudadano, a los que hemos llamado en nuestra tesis doctoral el “informador espontáneo” puede ejercer de manera positiva el derecho a informar, y lo hace con diligencia, responsabilidad y con un resultado de interés para la sociedad, la protección máxima a los medios tradicionales se pondrá en cuestión. En ese escenario, los profesionales y los medios de comunicación se encuentran con un panorama inestable pero que ofrece algunas vías de desarrollo de interés, que exponemos en el final de nuestro trabajo a modo de propuestas: ruptura con los formatos tradicionales, atención a todo el deporte, potenciación de la marca personal a través de la formación y el conocimiento, vocación formativa para con la ciudadanía, iniciativa emprendedora respecto al mundo del deporte, etc. Dado que ya no están solos en el proceso comunicativo, los medios de comunicación tienen ventajas competitivas que deben explotar. Y al final, con la universalización de la libertad de información, el peso de las comunicaciones recae en el mensaje, en un contenido informativo a la altura de lo que espera un receptor cada vez más exigente. Por eso concluimos nuestro trabajo adaptando la afirmación de McLuhan para concluir que “el mensaje es el mensaje”.

La tesis doctoral se cierra con los apartados de referencias bibliográficas así como los anexos en los que se incluyen un listado de las referencias al deporte en las normas constitucionales de cincuenta países del mundo, así como las transcripciones de las entrevistas en profundidad efectuadas a las personas que se incluyen durante el trabajo.

# INDICE GENERAL

## **INTRODUCCIÓN ..... 27**

1. Justificación de la investigación
2. El objeto de estudio. Objetivos generales y específicos
3. El estado de la cuestión
4. Algunas hipótesis y resultados esperados
5. Metodología de la investigación
6. Estructura y fuentes

## **CAPÍTULO I. EL FENÓMENO DEPORTIVO EN LA SOCIEDAD ACTUAL ..... 51**

1. ¿Qué es deporte? Una perspectiva filosófico-antropológica
2. El deporte como actividad económica multisectorial
3. Las instituciones públicas y el deporte
4. El deporte, instrumento social
5. ¿Qué es el deporte para los ciudadanos?
6. El deporte en la historia del ordenamiento jurídico español

## **CAPÍTULO II. LA PROTECCIÓN DEL DERECHO A INFORMAR SOBRE EL DEPORTE ..... 128**

1. El derecho a informar a través de la historia
2. La libertad de información en las leyes fundamentales de España
3. El caso LFP vs. Radios en España
4. Derecho a informar y derechos de comunicación pública
5. Del interés general al interés social pasando por el interés público. La opinión pública.
6. Los límites del derecho a comunicar información
7. Otros límites del derecho a informar

## **CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN EN EL DEPORTE. ¿CÓMO EJERCEN LOS MEDIOS SU DERECHO A INFORMAR? ..... 223**

1. Análisis histórico de las relaciones entre los medios y el deporte en España

2. La situación actual de los medios de comunicación

3. Algunos rivales de los medios tradicionales en la carrera por la noticia

4. Análisis de contenido. ¿De qué informan los diarios en relación con el deporte?

## **CONCLUSIONES ..... 277**

## **REFERENCIAS ..... 303**

## **ANEXOS ..... 333**

Anexo 1. La referencia al deporte en las Constituciones de los países del mundo

Anexo 2. Transcripción entrevista Santiago Fisas, Parlamentario Europeo, autor del Informe sobre la Dimensión Europea del Deporte

Anexo 3. Transcripción entrevista Augusto Delkáder, presidente de la Asociación Española de Radios Comerciales

Anexo 4. Transcripción entrevista Miguel M<sup>a</sup> García Caba, asesor jurídico de la Liga de Fútbol Profesional

# INTRODUCCIÓN

1. Justificación e interés de la investigación
2. El objeto de estudio. Objetivos generales y específicos
  3. Estado de la cuestión
4. Algunas hipótesis y resultados esperados
  5. Metodología de investigación
  6. Estructura y fuentes

La tesis “Derecho a la información y deporte en la sociedad digital” tiene su punto de partida en el conflicto surgido en el mundo del deporte profesional español cuando se enfrentó al derecho a informar de los medios de comunicación frente a los intereses comerciales de las sociedades anónimas deportivas de fútbol. Aunque a continuación profundizaremos en nuestro camino y los objetivos en este trabajo, avanzamos que son nuestros tres fines troncales, por este orden, caracterizar el fenómeno deportivo en la actualidad, determinar si existe o no un derecho a la información en torno al deporte y analizar de qué modo están ejerciendo los medios de comunicación actuales ese derecho en relación con el deporte.

En los últimos años, y más concretamente desde 2011, el organismo que aglutina los intereses de los clubes deportivos profesionales de fútbol de España y los medios de comunicación han mantenido disputas que han derivado en distintas demandas, en la prohibición a determinados medios a acceder a los recintos deportivos, que llegó a extenderse durante casi una temporada deportiva completa, e incluso en la intervención de los poderes públicos para regular y condicionar el derecho a informar en el deporte. Todo ello como consecuencia de la pretensión de la Liga de Fútbol Profesional de comercializar unos derechos de radiodifusión a las cadenas de emisoras habituales en la cobertura informativa de los encuentros de fútbol de la liga española.

El último episodio con alguna conexión con nuestro conflicto principal se produjo en septiembre de 2015. Tras publicar el Gobierno de España el Real Decreto-Ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, los clubes que integran esos torneos de España exigieron a las televisiones no poseedoras de determinados derechos la firma de un compromiso en el que se obligaban a aceptar las nuevas condiciones marcadas por el Real Decreto y las modificaciones que establecía en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación. Alguno de los grupos de comunicación españoles se negaron a la firma

alegando que las nuevas normas atentaban contra su derecho a la información<sup>1</sup>. Por otra parte, no está resuelto el enfrentamiento entre las radios y los clubes, ya que tras la última sentencia judicial de 2015, los clubes de fútbol han interpuesto un recurso ante el Tribunal Supremo que en la fecha de finalización de esta tesis estaba en estudio.

Es este, por tanto, un documento vivo durante su elaboración, desde el inicio de nuestras investigaciones hasta la redacción de las últimas páginas de la bibliografía. El trabajo de este autor ha estado condicionado por la actualidad y las posibles novedades en el conflicto sin cerrar entre el deporte y los medios de comunicación que se encuentra en el fondo de este estudio. Nuestra anécdota de partida son esos choques, recurrentes en España desde los años ochentas, entre los medios y el fútbol profesional. El fondo, sin embargo, es otro.

¿Cómo es y cómo debe ser la relación entre los medios de comunicación y el deporte, cuando el derecho a informar de los primeros se pone en tela de juicio respecto a otros derechos? Trascender la anécdota, el mero hecho, es una de nuestras vocaciones, con el espíritu de intentar superar los vientos cambiantes de la polémica y la actualidad para asentar ideas estables en relación con nuestro objeto de estudio. Es un reto apasionante a la vez que una aventura sin destino final conocido. Pero la recompensa bien vale el atrevimiento, por lo que está en juego para todos.

Y es que, al amanecer del nuevo siglo, y una vez que parecen superadas las pesadillas del anterior, el hombre dibuja día a día una sociedad cada vez más común, en la que las fronteras más altas son internas. Es un *habitat* en el que puertas y ventanas están siempre abiertas y por tanto, las corrientes fluyen con libertad. Es un mundo de tendencias fugaces y efímeras, donde el ser humano es más que nunca un ser social, no tiene muchas oportunidades de ser por sí mismo, sin relación con el entorno que le rodea.

---

<sup>1</sup> El grupo Mediaset, que integran las cadenas de televisión Telecinco y Cuatro, afirmó en un comunicado que publica el sitio de internet lusport que “se están vulnerando los derechos de las televisiones privadas. Y probablemente también los derechos de los telespectadores [...]”. En España se podrá informar mejor de las ligas extranjeras que de Primera División” (Fecha de consulta: 01 de septiembre de 2015 en

En ese hogar donde todo pasa, los cimientos son más importantes que nunca, cuando el hombre no quiera vivir al amparo de los vientos cambiantes. Del siglo XX, nos queda la apariencia de que muchos de nuestros pilares morales éticos, legales, etc. están más que arraigados, si hablamos, por ejemplo, de los derechos de las personas. Nadie discutirá, en los primeros años del nuevo siglo, que todos los seres humanos tienen derecho a la vida, y a vivirla en libertad.

Y sin embargo, la concreción de los derechos de la personalidad nos deja episodios diarios de conflicto en torno a la dignidad más básica del hombre. La libertad de expresión, el derecho a emitir libremente juicios y opiniones, nuestra antigua libertad de prensa, que con los tiempos se ha transformado en el derecho universal a informar e informarse, sufre ataques constantes, más o menos graves, en distintos puntos del planeta. Frente a las dictaduras y regímenes autoritarios, el hombre ha alzado su voz, y lo hace hoy en día con más facilidad que nunca. Frente al poder y las injusticias, las personas gritan con fuerza, y son cada vez más y mejor oídas.

La necesidad de fijar cimientos se establece en todos los órdenes de la vida, más o menos trascendentes, más o menos prioritarios. Uno de los cimientos de la sociedad moderna es el Estado de derecho, del que las democracias modernas se dicen orgullosas. Usando términos deportivos, los Estados son de Derecho cuando la regla de juego máxima es que todos los ciudadanos se someten a las reglas de juego que ellos mismos han aceptado en un momento de su historia común.

Dentro de esos órdenes sociales del nuevo siglo, el deporte ocupa un lugar creciente. Desde el punto de vista estrictamente económico, y según un estudio de la UE a través de su Libro Blanco del Deporte (2007), el deporte como actividad generaba el 3,7% del PIB europeo en 2004. Es un fenómeno que nació y evolucionó por iniciativa de las personas, que lo dotaron de sus reglas propias. Hoy, como todos aquellos que quieran vivir en sociedad, el deporte debe también someterse a las reglas de juego que marcan los estados

y las comunidades internacionales. Eso es así porque el fenómeno deportivo reúne a distintos actores con diferentes y lícitos intereses políticos, comerciales, económicos, sociales, etc. Todos esos intereses, en la medida en que son derechos de la ciudadanía, deben ser puestos en común en una balanza que marque el peso de cada cual.

## 1. JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación en comunicación ha evolucionado en las últimas décadas hasta convertirse en un campo de producción científica prolijo por la cantidad y por la calidad de los estudios, ligados además a un entorno que cada vez más lo reclama y los necesita, por la importancia de lo comunicativo para el funcionamiento de lo social. Como afirma De Aguilera Moyano (1998) en su visión panorámica del tema, distintos campos dentro de la comunicación han centrado el interés de los investigadores: lo jurídico, las políticas de comunicación, los aspectos económicos y empresariales, los sociológicos y psicológicos o el análisis de las industrias culturales, entre otros. El deporte, fenómeno que podría participar en estudios en todos esos campos, llama hoy en día una atención creciente entre los investigadores.

En la relación entre el deporte y la información se enmarca el conflicto que da pie a nuestra tesis doctoral. ¿Existe un derecho a la información deportiva? Una pregunta a priori de respuesta rápida dio lugar a un intercambio de polémicas, denuncias, y a el cierre de las puertas de los estadios de fútbol españoles de Primera y Segunda División a los medios de comunicación durante la temporada deportiva 2011/2012.

Desde entonces, y tras varios cambios normativos, resoluciones judiciales y la intervención política del Gobierno de España, el conflicto mantiene heridas que sangran cada cierto tiempo, aunque alguna de las partes insista, en testimonio que este autor ha recogido para nuestro estudio, en que el acuerdo entre todos está armado. Esa es la pretensión de las emisoras de radio, que no comparten los clubes, inmersos como decíamos anteriormente en recursos ante la justicia. La realidad es que, como se ha comprobado en septiembre de 2015, no está claro el alcance del derecho a informar de los medios de comunicación en España cuando éstos se acercan al fútbol profesional.

Por tanto, la pertinencia y la oportunidad de una reflexión objetiva y ajena a los distintos puntos de vista en conflicto puede ayudar a sentar las bases para el entendimiento, más allá de los vaivenes que nos ofrece el día a día. Esa vigencia del conflicto que da origen a nuestro estudio le añade una frescura y una vocación de intermediación objetiva que quizá pueda no ser bien entendida por quienes están inmersos en la defensa de sus intereses. En ese sentido, las conclusiones tendrán la vocación de proponer un espacio de entendimiento cuyo final es el beneficio de la sociedad en su conjunto.

La vertiente pública del conflicto ha dado lugar, en los puntos en los que la erupción del choque se ha notado, a distintas manifestaciones instantáneas que por lo general han llevado implícita o explícita la adhesión a una u otra parte. Se ha escrito en distintos foros sobre el asunto, tratado desde varios ángulos, pero el análisis reposado y científico es escaso. En todo caso, en nuestra revisión bibliográfica daremos cuenta de las posiciones que ha dejado marcadas la doctrina en relación con nuestro objeto de estudio, además de recabar a través de distintos testimonios directos las posturas enfrentadas.

Los cambios legales no ayudan a fijar una situación estable. En los últimos años, las modificaciones de la normativa aplicable al caso han abierto y cerrado las puertas de las reclamaciones en torno al derecho a la información. La ley que regula la comunicación en España ha sufrido desde 2010 dos modificaciones sustanciales. En 2015, varias cadenas de televisión han tenido negado el acceso a las imágenes de los resúmenes informativos de acontecimientos de gran interés como son los partidos de fútbol de la liga profesional en España. Y la Liga de Fútbol Profesional mantiene en el Tribunal Supremo un recurso que podría variar la percepción jurídica de la cuestión. Da la sensación, en todo caso, que la discusión en torno a si los medios de comunicación tienen derecho a informar en relación con el deporte profesional quedó parcialmente relegada por los actores del conflicto, que plantean su pugna en otros escenarios distintos.

Por otro lado, la vida de los medios de comunicación está encaminada en el inicio del nuevo siglo hacia la adaptación de los ritmos que marcan las tecnologías de la información. Si hoy en día las redes sociales se han posicionado como estratégicas en el intercambio de contenidos informativos, nadie puede asegurar que en un tiempo esta realidad mute. Por otro lado, la crisis económica por la que atraviesan en España grandes y pequeños grupos y medios informativos es más que estacional. En ese escenario, se antoja necesario definir de manera estable el rol que ocupan los medios de comunicación en el arco de necesidades de la sociedad; y dentro de los medios, los profesionales que se dedican como actividad principal de su vida laboral a la comunicación y a la información, que con la universalización real del derecho a informar encuentran espacios de competencia en su día a día. ¿Pueden los profesionales del periodismo deportivo reclamar una posición prevalente en el ejercicio del derecho a informar? Y si fuera así, ¿para qué faculta y a qué obliga esa libertad? ¿Es distinta a la que tiene el común de la ciudadanía? ¿Hasta dónde llega?

## 2. EL OBJETO DE ESTUDIO. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

El objetivo principal de este trabajo es definir si existe un derecho a la información que ampare a los medios que quieren acercarse al mundo del deporte, establecer razones por las que ese derecho está amparado, o no, en la sociedad española y cuales son las potestades y las responsabilidades que conllevan, así como los posibles límites inherentes al derecho.

A partir de la respuesta a ese primer objetivo, el segundo será proponer cómo esos medios de comunicación se podrían relacionar con el deporte en la nueva era de las tecnologías de la información. Todo ello, buscando un equilibrio, hasta el momento sin conseguir, entre las partes que reclaman otros derechos igualmente defendibles en nuestro orden social, como el de los privados a explotar bienes y servicios que les pertenecen. Se trata, en el fondo, de presentar “una conclusión que se mantiene con razonamientos”, que es como define el diccionario de la Real Academia Española el vocablo “tesis”, en su acepción primera.

Antes, necesitaremos definir el mayor número de caracteres del fenómeno deportivo, por lo que otro de los objetivos específicos será respondernos si el deporte se enmarca, en la realidad del siglo XXI, en el ámbito de lo importante o de lo accesorio para la sociedad. Para ello, realizaremos una búsqueda desde los orígenes del deporte que nos lleve a definir qué es deporte y qué no lo es, en el ánimo de establecer si estamos ante una manifestación social de interés público, de interés general, o por el contrario, lo deportivo se encuadra en la esfera de lo privado.

Otro de los objetivos específicos será establecer la diferencia conceptual entre el derecho a la información y otros derechos en los que sigue abierta la pugna entre los medios de comunicación y distintos actores en el mundo del deporte. Antes, dejaremos constancia de cómo se inserta el derecho a informar en la sociedad española, desde sus orígenes hasta la actualidad. Será en ese sentido nuestra vocación conocer los soportes del derecho en el ordenamiento jurídico, para dar respuestas a distintas cuestiones: ¿Quién tiene derecho a

informar? ¿Hasta dónde llega tal derecho, y cuales son los deberes en relación al mismo?

Entre los objetivos específicos, por último, nos planteamos: si tienen derecho a informar en relación con el deporte, ¿de qué manera cumplen con el mismo? ¿Cómo es el escenario de los medios en relación con el deporte en la nueva sociedad de la tecnología de información? El fin es conocer algunas fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas a los medios en su tarea de informar sobre el deporte y ser rentable.

### 3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Como ya hemos anticipado, la investigación científica en el campo de la comunicación ha evolucionado en los últimos treinta años hacia una diversificación temática que ya auguraba De Aguilera Moyano (1998) y que ha puesto en valor el ámbito de estudio en torno a la información y los procesos comunicativos en los que vive inmerso día a día el hombre.

En este trabajo doctoral unimos tres áreas de estudio e investigación científica con peso propio como son el deporte, el derecho a la información y los medios de comunicación. Los autores que han posado su interés en las interrelaciones entre esos campos no han sido muchos. Sí, sin embargo, hay una extensa producción de análisis por separado, que han permitido superar por fortuna parte de las reservas que alejaban al deporte de los temas de interés en el ámbito de lo académico.

Los tratados y manuales que acercan al estudiante e incluso al profesional métodos y procedimientos para el más correcto desarrollo de la información en el deporte han dejado notables aportaciones a la comunicación deportiva en los últimos años: Castañón Rodríguez (2005), Rojas Torrijos (2005), Alonso Pascual (1996), Marín Montín (2005) o Paniagua Santamaría (2003) analizan el lenguaje del periodismo especializado en el deporte, las influencias llegadas desde el exterior, el tratamiento de la información deportiva que se realiza en determinados medios de comunicación de referencia o el caso específico de las transmisiones deportivas a través de televisión no solo en España sino en distintos países del mundo.

Antes, maestros de la comunicación y el periodismo nos han dejado una extensa producción. En sus estudios aplicados al deporte, De Moragas (1992) se ha ocupado con especial interés de la comunicación en torno al movimiento olímpico, desde su responsabilidad en el Centro de Estudios Olímpicos; o de las implicaciones que conlleva lo digital y la tecnología en su influencia a futuro en el mundo del deporte y la información (1999). De igual manera, Alcoba López (1980, 1987, 1993, 2001) ha dejado manuales de estudio obligado para

quienes se acercan a la comunicación en torno al mundo del deporte. En los últimos años, muchos de esos estudios han tomado la deriva de las nuevas tecnologías, y las implicaciones que su irrupción supone en el proceso de información tradicional. Esta línea de investigación da la sensación de ser la más prolija en la última década.

En este punto queremos destacar los trabajos realizados en la Universidad de Sevilla con el objetivo de analizar la información deportiva en un ente público como la Radio Televisión de Andalucía (RTVA), que aborda en su tesis doctoral Vega Jiménez (2013) o el análisis de la crónica deportiva como género periodístico en torno a los partidos de máxima rivalidad entre Real Madrid CF y FC Barcelona que realiza en la Universidad de Málaga Naranjo Arcos (2011). Antes, González Ramallal (2004) había puesto en relación sociedad y deporte en su tesis para la Universidad de A Coruña. Estos estudios realizan un acercamiento en la investigación científica a la información deportiva especializada.

La escuela de investigación que se ha movido a medio camino entre lo jurídico y lo comunicacional sí nos acerca desde hace años a la conceptualización interna del derecho a la información desde distintas e interesantes ópticas que contribuyen a darle forma actual. La línea que abrieron autores como Desantes Guanter (1977, 2004) la han continuado Escobar de la Serna (1997, 1998, 2000), Azurmendi Adarraga (1997), Villaverde Menéndez (1995) o Magdaleno Alegría (2006), por citar algunos.

El derecho a la información ha sido analizado en relación con otros ámbitos de su extensión: con la información oficial y pública y el derecho de acceso de la ciudadanía frente a los poderes públicos (Sánchez de Diego Fernández de la Riva, 2008); en el ámbito de la empresa o de los derechos de los consumidores (Pérez Amorós, 1993; García Murcia, 2001) o cuando se ha enfrentado a otros derechos de la personalidad como la intimidad (Medina Guerrero, 2005), la propia imagen, el honor (Plaza Penadés, 1996) o la vida privada, como límites del desarrollo de la información (Romero Coloma, 2000;

García Castillejo, 1995). El derecho a rectificación de las personas (Benito García, 2001) y en relación con los medios de comunicación públicos (Montoro Fraguas, 2007), o la cláusula de conciencia y el secreto profesional (Mosch Borrero, 2010) como elementos moduladores del derecho a comunicar información también han ocupado el interés de los científicos en la comunicación.

Las relaciones entre el derecho y el deporte han dado lugar a una ingente actividad científica, que aunque excede nuestro ámbito de estudio, refleja el interés social del fenómeno deportivo cuando se asocia con materias diversas: las relaciones laborales y con la administración, todo el entramado sancionador y disciplinario, dopaje, turismo, empleo, medio ambiente e incluso marketing, publicidad y patrocinios. Pocos autores, sin embargo, han abordado las relaciones entre el deporte y los medios de comunicación. Jones (2006) no encuentra explicación a la ausencia de análisis científico en torno al fenómeno deportivo:

“El claro desinterés de las revistas teóricas del campo de la comunicación por los diferentes aspectos de los fenómenos deportivos de masas (semióticos, culturales, políticos, sociales, económicos) no parece tener una explicación convincente, sobre todo cuando se publican miles de títulos en los diferentes ámbitos en los que se han ido especializando este tipo de publicaciones, y cuando muchas veces se aprecian repeticiones o análisis de temas socialmente poco relevantes” (pp. 142-143).

Los escasos trabajos que se han publicado para poner en conexión el derecho a la información con el deporte en los medios de comunicación surgieron al abrigo del interés mediático que produjo el choque entre los clubes profesionales de fútbol en España con los medios de comunicación en distintas etapas de los últimos cuarenta años. Dada la escasez de investigaciones que interrelacionen los tres ámbitos de nuestro estudio doctoral, es mercedor destacar la dedicación de autores como Terol Gómez (2002, 2009), Rodríguez

Ten (2001), Díez Bueso (1999) o Bermejo Vera (1997), que atacaron en su momento y desde la óptica científica, con especial detenimiento en su vertiente jurídico-legal, el análisis del conflicto que presentamos en estas páginas. Todos ellos aportarán a nuestro trabajo distintos puntos de vistas sobre los que articular un acercamiento objetivo a la compleja realidad que estudiamos.

#### 4. HIPÓTESIS Y RESULTADOS ESPERADOS

La primera hipótesis que plantear como respuesta a la pregunta de si los medios tienen derecho a informar nos llevaría por defecto a una rotunda afirmación, quizá por un sentimiento de defensa a ultranza de un derecho humano aparentemente asentado como es el de la información. Aún así, en el momento que esa misma pregunta se le hizo a los clubes de fútbol profesionales de nuestro país, la respuesta de muchos fue negativa o positiva con multitud de restricciones, en virtud de los derechos de los privados a explotar sus productos comerciales, entendiéndose el fútbol como uno de ellos, y la información como otro, siempre en el mundo del deporte.

En este punto, dejemos constancia de que nuestra posición de partida fue más cercana a los defensores del no a la información gratuita e ilimitada en relación con los negocios de los privados en el deporte. Dicha idea se asentaba en casi veinte años de ejercicio del periodismo deportivo profesional en distintos medios de comunicación radiofónicos, y trabajos en el área de comunicación en distintas entidades deportivas como el Real Madrid Club de Fútbol o la Real Federación Española de Fútbol. Podemos decir que hemos batallado en ambos frentes de la contienda, y teníamos nuestras opiniones sobre la cuestión, basados siempre en la experiencia acumulada durante el ejercicio profesional y, antes, años de formación académica en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

En todo caso, la intuición de que algo quedaba por decir en la relación entre los medios y el deporte, y más si estaba por medio el derecho a la información, fue básica para iniciar nuestras investigaciones. En ese sentido, partimos de la base jurídica de que ningún derecho es absoluto, y que deberíamos encontrar un equilibrio entre los que se ponen en juego. La segunda de nuestras hipótesis de partida es que ese equilibrio existe en las leyes y normas que cimientan nuestro ordenamiento jurídico español, y que una interpretación justa y razonada puede dejarnos una base estable de convivencia.

Pero más allá de las leyes, el presente y futuro cercano de los medios de comunicación está condicionado por una serie de factores que marcarán, a medio plazo, la supervivencia de algunos y el cierre de otros. La crisis económica mundial se ha hecho notar en las cifras de negocio de todos los medios de comunicación y de los grandes grupos multimedia a nivel planetario. Esa crisis ha sido especialmente virulenta cuando se ha tratado de periódicos, emisoras de radio o cadenas de televisión modestas que trataron de sobrevivir en medio de una bajada significativa de los ingresos comerciales por publicidad y por ventas.

En ese escenario, es nuestra tercera hipótesis, es necesario encontrar un modelo que potencie las virtudes del periodismo con el fin de sacar a flote proyectos periodísticos que cumplan con las misiones que la sociedad les encomienda. Pretendemos ir más allá de la descripción de la realidad cambiante y viva que nos ofrece el objeto de estudio.

Nuestra vocación es proyectiva, y por ello trataremos de proponer unas posibles reglas de juego en la relación entre los medios de comunicación y el mundo del deporte. Todo ello, después de conocer las normas que perfilan la misión de informar, normas que no sólo se traducen en derechos sino también en obligaciones. No nos bastará con describir algunas de las debilidades y amenazas que rondan al escenario de los medios de comunicación o a los profesionales de la información, sino que ahondaremos en las ventajas y oportunidades de estos, en un escenario en el que, gracias a las nuevas tecnologías, el flujo de información es casi inabarcable y todos somos comunicadores y receptores constantes de contenido noticioso.

## 5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Investigar en Ciencias Sociales significa acometer un proceso ordenado en el que se aspira a formular respuestas a unas determinadas preguntas con el fin de aportar nuevos conocimientos a los ya existentes. Abordamos la tarea de responder cuestiones que están de actualidad, y que generan frentes, opiniones encontradas, e incluso cambios legales. Tanto es así que durante nuestra investigación hemos debido abordar realidades y situaciones que no estaban escritas ni previstas en el punto de partida de esta tesis.

Las diferentes herramientas que nos ofrece la investigación científica en comunicación han sido incorporadas conforme detectamos su utilidad para llegar hasta el final. A decir verdad, nos ha ocurrido como expresó en su día el físico Julius Robert Oppenheimer: pagamos la entrada de la investigación y en nuestro viaje hemos ido encontrando nuevos campos de exploración. En ese sentido, Ander-Egg (1983) habló de la metodología como una caja de herramientas, en la que se toma lo que sirve para cada caso y para cada momento, y explicó que el método “es una guía, un camino, un modo de aproximación y no un conjunto de certezas apodícticas [...]. Ningún método es un camino infalible; y más aún, es necesario cambiar de método para el progreso científico” (p. 42).

En el proceso de hallazgos personales que supone esta tesis, hemos echado mano de una práctica más que recomendada en Ciencias Sociales: la triangulación metodológica. Se antoja una vía más que idónea, como afirma Gómez-Diago (2010), por su utilidad en aras de la profundización en los estudios en el ámbito de la Comunicación.

Autores como Martínez Nicolás (2006) hablan de la situación de crisis en las investigaciones sobre periodismo por, entre otras razones, el recurso exclusivo a las técnicas cuantitativas o, cuando las fuentes están accesibles, los análisis que se basan en los documentos y se quedan en lo que dicen estos:

“Hacer investigación empírica no es recoger datos, sino fundamentar la exploración de la realidad en el *corpus* de los conocimientos disponibles y derivar de él hipótesis de trabajo plausibles. Esa es la forma en que los estudios empíricos contribuyen al progreso de los saberes en un campo determinado” (p. 165).

De ahí que no nos hayamos querido quedar en el trabajo deductivo que sigue a la investigación histórica y documental, sino que hayamos querido ir más allá de la mano de esa idea de metodologías cruzadas o complementarias, sobre la que Mariño (2006) propone una definición:

“Es un proceso de contraste entre las técnicas de investigación que permite comparar y completar los resultados de cada una de ellas sobre un objeto de estudio común, con el objetivo de perfeccionar la validez y fiabilidad del conjunto del trabajo” (p. 3).

Este trabajo doctoral tiene una parte importante de vocación hermenéutica, en la medida en que parte de las respuestas que buscamos deberían llegar como fruto de la interpretación de los textos, leyes y demás fuentes que nos ofrece el ordenamiento jurídico español y los complementos que llegan desde la Unión Europea. La cercanía al mundo del derecho deportivo hizo aprender a este autor que para una pregunta entre juristas la respuesta siempre debe encontrarse en la ley, o en las distintas fuentes que completan un ordenamiento jurídico. ¿Por qué un futbolista recibe una sanción de cuatro partidos sin jugar después de insultar a un árbitro? Porque lo dice una norma. Sin el soporte legal, muchas cuestiones del orden social no se soportarían. Igual ocurre en el deporte. Y por ello buscaremos en la ley hasta determinar qué dicen y que no dicen los textos sobre nuestro conflicto de partida.

Conocer el mayor número de puntos de vista posibles sobre lo que han aportado quienes se han acercado al fenómeno desde uno u otro lado será el comienzo para desentrañar respuestas a las preguntas que nos ocupan. No se

trata sólo de realizar un estudio de lo que nos deja el Derecho respecto al tema en cuestión. Nuestro objetivo, en este orden de cosas, será realizar una investigación jurídico-descriptiva, en la que la observación de la realidad y sus repercusiones en el marco normativo serán de interés para llegar a buen puerto, siempre desde la base de una extensa investigación documental y bibliográfica que se realiza a través de la consulta de bases de datos en la red como *Scholar*, *Teseo*, o los buscadores de jurisprudencia y material legal que ofrece el Boletín Oficial del Estado y el Consejo General del Poder Judicial, además de la consulta de libros y manuales en distintas bibliotecas como la Biblioteca Nacional de España.

En sus normas, sentencias y comentarios doctrinales, el mundo de las leyes ha trazado algunos caracteres del fenómeno deportivo. Para darle forma a nuestro objeto de información, sin embargo, superaremos el ámbito jurídico y conoceremos cómo es el deporte más allá del choque entre la información y el fútbol profesional en España. Presentar el mayor número de caras del deporte, desde ámbitos sociales, económicos, políticos o incluso antropológicos a través de un proceso deductivo que parte desde los trabajos de los estudiosos pero que extracta caracteres propios del deporte menos afamados será otra de los propósitos con los que usaremos las distintas herramientas metodológicas.

Como complemento a la investigación histórica, jurídica y documental sumamos la recopilación de testimonios directos a través de entrevistas en profundidad a ciertos actores claves. Es difícil ponderar la validez o el alcance de las opiniones formuladas por las partes en conflicto. Pero teniendo entre manos el estudio de un problema actual, en el que el presente diario nos ofrece cambios y nuevos episodios, recabar la postura de los actores principales, fijar sus reflexiones con el objeto de confrontarlos y dejar constancia de la visión de todos ellos nos resultó de interés para este documento, más aún cuando tuvimos la posibilidad y la fortuna de conseguir la atención directa y personal de los protagonistas. Así, serán incluidos en este trabajo el testimonio recogido a través de una entrevista telefónica de Santiago Fisas, parlamentario Europeo, antiguo Secretario de Estado para el deporte y autor del Informe sobre la

Dimensión Europea del Deporte para la Comisión Europea. Y por otro lado, nos acercaremos a los puntos de vistas de los actores en conflicto en el pulso que mantienen las emisoras de radio en España con los clubes de fútbol profesional con dos de sus voces autorizadas. Por un lado, realizamos una entrevista con el asesor jurídico de la Liga de Fútbol Profesional, Miguel María García Caba; y por otro, mantuvimos un encuentro con el presidente de la Asociación Española de Radios Comerciales y presidente de Prisa Radio, Augusto Delkáder. En ambos casos, la entrevista se mantuvo de manera personal entre el autor de esta tesis y los personajes citados, se realizó una grabación sonora y las transcripciones se pueden consultar entre los documentos adjuntos de esta tesis.

La entrevista como herramienta en la investigación científica es un recurso que aporta, como indica Vargas Jiménez (2011) intimidad y flexibilidad y permite al investigador presentar preguntas abiertas, sin categorías preestablecidas, “de tal forma que los participantes suelen expresar sus experiencias” (p. 124). Además, según Merlinsky (2006), “es una herramienta de carácter comunicativa que se propone captar significados que de ningún modo son hechos puros o simples, están mediados por la construcción que hacen los propios sujetos en base a su experiencia” (p. 250). Por su parte, López Estrada y Deslauriers (2011) recuperan distintas definiciones de la entrevista como herramienta metodológica en la investigación social, señalándola como el instrumento “más utilizado” (p. 3).

Por último, a la hora de conocer cómo es la realidad de los medios de comunicación en relación con las preguntas que nos formulamos, recurrimos a la técnica del análisis de contenido. Esta se configura como una vía, que si bien es recurrente en el universo de las Ciencias Sociales, y más en la investigación en comunicación, no puede ser más idónea para nuestros fines.

El análisis de contenido busca, a través de la combinación de distintas categorías, la interpretación de lo que se dice a través de los medios, pero también de lo que no se dice. Como afirma Piñuel Raigada (2002) recuperando ideas de Bardin (1995):

“El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la emergencia de aquel sentido latente que procede de las prácticas sociales y cognitivas que instrumentalmente recurren a la comunicación para facilitar la interacción que subyace a los actos comunicativos concretos y subtiende la superficie material del texto” (p. 4).

Igartúa y Humanes (2004) identifican la idoneidad del análisis de contenido como herramienta “eficaz” a la hora de “romper el juguete para saber cómo funciona” (p. 8). Y siempre, a la búsqueda de las ideas contenidas en las unidades de análisis: “La unidad de análisis es el mensaje”, afirma Igartúa (2004, p. 520), citando a Neuendorf (2002). Otros autores apuntan la idoneidad de esta técnica ya que “el análisis de contenido está cobrando especial relevancia en lo que se refiere a la medición de la motivación” (López Noguero, F., 2002, p. 174). Mariño (2006) señala que el análisis de contenido permite “examinar científicamente tanto los significados como los significantes de cualquier texto” (p. 6).

Teniendo en mente la finalidad del análisis de contenido, elegimos un universo que se restringía a los medios de comunicación impresos y diarios de España. Fueron seleccionados los periódicos As, Marca, El Mundo Deportivo, Sport, El País, El Mundo y Sur. Con esas siete publicaciones se representan los distintos modos y formas de acometer la información deportiva. Cuatro de ellos son diarios especializados con vocación nacional y dos, diarios de información general con sus secciones de deportes. Por último, elegimos un diario de información general local, con su sección de deportes. El periodo de tiempo que analizamos estos diarios fue de siete días entre el 20 y el 26 de abril de 2015. La razón de efectuar el análisis durante siete días es que una semana reproduce el esquema habitual informativo en relación con el mundo del deporte, en el que durante la temporada deportiva marca ritmos de competición más o menos semanal. Y dentro de los diarios, se prestó atención a la información principal en cada página de los periódicos, con el objeto de analizar la prioridad de los editores a la hora de informar. Todo ello hasta extraer un total de 1.334 piezas informativas para realizar el análisis de

contenido en 49 ediciones de diarios de información en papel. Sobre cada una de ellas planteamos una categorización que se estableció con base en cinco variables (modalidad deportiva, deporte profesional o aficionado, protagonista, valor principal en el noticia y contenido mínimo o información de calidad).

Así, el análisis de contenido, las entrevistas en profundidad y la investigación histórica-documental componen un triángulo metodológico que entendemos completo y adaptado al fin que perseguimos, y que nos llevará hasta las conclusiones finales.

## 6. ESTRUCTURA Y FUENTES

En el capítulo I nuestro interés se centrará en el deporte. La justificación en esta parada está en la necesidad de dibujar de manera lo más completa posible toda la inmensidad del océano deportivo, partiendo desde la orilla más conocida para buscar en sus profundidades y determinar hasta donde llega el fenómeno deportivo en su relación con el hombre y la sociedad de hoy en día. El objeto de estudio es el derecho a la información en relación con el mundo del deporte, y en el conflicto que nos da pie al estudio las caracterizaciones del deporte han podido simplificar la esencia y complejidad del mismo. Por fortuna, es extensa la bibliografía que analiza el fenómeno desde sus orígenes hasta nuestros días, ocupándose de cada una de sus caras respecto a la sociedad que lo alberga como una de sus señas de identidad. Aspiramos a trascender la superficialidad en un mundo, el del deporte, que tiende a ella cuando se abre el debate entre aficionados, y más cuando es difícil hoy en día encontrar personas que se reconozcan ajenas al mundo del deporte, en una u otra versión social.

En el capítulo II serán las leyes y las fuentes jurídicas de nuestro país las que tomen el protagonismo. Será el momento de conocer lo que aquellas dictaron y dictan en relación con el mundo del deporte y la información. Tendremos la oportunidad de hacer un viaje por lo que dicen las leyes y, sobre todo, ante la ausencia de normas claras, por lo que nos puedan aportar otras fuentes que nos ofrece el ordenamiento jurídico español: las sentencias de los tribunales y la doctrina más específica sobre el tema tratado. En este punto, será el momento de encontrar algunas respuestas a las preguntas estructurales que nos planteamos. Nos detendremos a actualizar el sentido de conceptos como los interés general u opinión pública, ambos importantes para encontrar una solución final al conflicto.

En el capítulo III será el momento de establecer cómo han sido las relaciones en España entre el deporte y los medios de comunicación desde que ambos emergieron con fuerza inusitada en la sociedad del siglo XIX. Partiremos de una contextualización que acerca el deporte a la costumbre, en

la medida en que establece formas de actuar asentadas en nuestro país, hábitos que se mantienen y se dan por buenos por estar aceptados socialmente desde tiempo atrás. Todo, hasta llegar a una realidad en la que los medios de comunicación buscan emerger tras una crisis económica mundial que ha tocado de lleno a las empresas informativas, y cuando estas buscan modos para adaptarse a las tecnologías de la información y a las nuevas posibilidades que tienen para comunicarse con las personas.

En este punto veremos cómo acometen los medios su derecho a informar en relación con el deporte, para establecer algunas pautas de cómo podría ser el mano a mano entre deporte y medios en los años próximos. En la última parte, buscaremos entre algunas de las pautas que marcan a día de hoy las nuevas tecnologías de la información, singularizando en la comunicación en torno al deporte. El objetivo es ver cómo estas condicionan los procesos comunicativos para establecer un espacio propio para los medios y los profesionales de la información en el presente.

Llegados al capítulo de conclusiones, será el momento de presentar la serie de respuestas que encontramos durante el proceso de investigación a las hipótesis planteadas en el inicio del estudio. Además, dejaremos las puertas abiertas a distintas cuestiones que nos han planteado dudas, con el objetivo de dibujar algunas vías de investigación que a nuestro juicio pueden ser de interés para el mundo académico y profesional en torno a la comunicación y la información.

# CAPÍTULO I. EL FENÓMENO DEPORTIVO EN SOCIEDAD, HOY

1. ¿Qué es deporte? Una perspectiva filosófico-antropológica
  2. El deporte como actividad económica multisectorial
    3. Las instituciones públicas y el deporte
      4. El deporte, instrumento social
5. ¿Qué es el deporte para los ciudadanos?
6. El deporte en la historia del ordenamiento jurídico español

Definió el fútbol Miguel de Unamuno, citado por Morell (2013) en un artículo que este autor recupera del olvido, como un juego “espontáneo y más libre y menos intervenido, más educador y más... divertido” (p. 26), en un artículo periodístico en el que ponía en valor la libertad frente a la disciplina de quienes alzaban el brazo y lanzaban proclamas que se anticipaban políticas, en vísperas de tiempos convulsos.

Los grandes humanistas de nuestra historia reciente, en los dos últimos siglos con mayor intensidad, se han ocupado del deporte, al igual que sociólogos, educadores, economistas, médicos e incluso políticos. El deporte ha hecho crecer la curiosidad entre los investigadores de diferentes áreas por su irrupción en las vidas de las personas desde temprana edad, no solo por lo que tiene como fenómeno de masas sino también por reivindicarse como un elemento que caracteriza a la sociedad.

Atendiendo al interés de la sociedad en general, el deporte ha reclamado la mirada de los medios de comunicación casi desde el nacimiento de estos. Paralelamente a ese crecimiento exponencial el deporte se ha erigido como centro de controversias. Estas han dado lugar a conflictos, como el del derecho a informar contra otros supuestos derechos económicos. ¿Es el deporte negocio y actividad económica?, ¿es cultura?, ¿es el deporte de todos y para todos?, ¿es de quien lo fomenta?, ¿existen obligaciones respecto de su promoción?

En este primer capítulo de nuestro trabajo de investigación el objetivo será trazar cierto número de singularidades del deporte, desde los estudios de investigación científica que han realizado distintos autores a lo largo de la historia hasta llegar a conocer más sobre un fenómeno que se ha magnificado como caracterizador de la sociedad de los últimos cien años. Y desde la intuición de que este ya no tiene un carácter homogéneo, y que su realidad actual no se puede explicar desde una sola mirada. No hay más que recuperar el pensamiento de Dorothy V. Harris, citada por Antonio Alcoba (1987) que dice:

“Nadie ha sido capaz de decir lo que es deporte.

Pero la vida sería difícilmente la misma sin él [...].

El deporte no lo es todo para todo el mundo. Pero hoy es algo en muy distintos modos para más gente de lo que nunca había sido antes.

Es juego para muchos y trabajo para pocos.

Es algo que nadie tiene que hacer, pero casi todo el mundo quiere hacer [...].

El deporte no es arte, ni religión, morales o ideales.

Pero con todos ellos comparte valores que son, por lo menos, humanamente altos y siempre altamente humanos. El deporte es un mundo maravilloso” (p. 34).

Más que quitarle la razón a Harris, se trata de trascender una visión parcial del deporte, en el ánimo de alejarnos de algo que señala Vázquez Medel (2005) cuando habla de las múltiples caras del fenómeno:

“Nos encontramos, pues, en un terreno especialmente sensible, que no debe ser juzgado desde el desprecio pseudoelitista por el deporte (que niega así en él alguna de las dimensiones más profundas y positivas de la condición humana), ni desde la mirada complaciente y acrítica de quien se deja arrastrar por los flujos o corrientes dominantes, con su tremendo potencial falseador, de simulacro, y en el fondo destructivo. Una vez más, como señalara Umberto Eco en los años sesenta, ni apocalípticos, ni integrados ante fenómenos de tan hondo calado en las colectividades humanas de la hora presente” (p. 15).

Nuestra finalidad, por tanto, será conocer cómo es el viaje del hecho deportivo desde la esfera íntima, individual y personal hasta la social, colectiva y pública, para posicionar el debate respecto a la naturaleza del deporte en su conjunto. En la discusión sobre si el deporte es un hecho privado, cuestión de las personas y sólo de las personas, u hoy en día es un fenómeno público que

interesa a la generalidad de la sociedad, encontraremos una de las razones de ser de nuestro estudio, siempre en relación con el derecho a informar que reclama la profesión periodística y la misión de los medios de comunicación en sociedad. Para posicionar la respuesta, habrá que preguntarse desde cuándo el deporte es deporte.

La investigación en este capítulo se completará con la entrevista con Santiago Fisas, autor del Informe sobre la Dimensión Europea del Deporte (2011), documento de objetivos base de la Comisión Europea que sirve de inspiración común para los países de la UE, y fuente de la percepción pública continental sobre el fenómeno.

En una tarea que no es fácil, dibujar algo tan estudiado desde diferentes ángulos, también nos apoyaremos en varias encuestas y estudios sociológicos, que nos servirán para testar la percepción actual que la sociedad otorga al deporte, e intentar distinguir, si es que es posible, los distintos modos deportivos. Se trata, en este primer capítulo, de dar un paso inicial antes de posicionar el debate en torno al derecho a informar en relación con el deporte, algo que nos ocupará en la segunda parte de nuestra tesis: ¿Qué es deporte? ¿Qué no lo es? ¿Cuáles son las notas que definen la práctica deportiva? ¿Qué protagonismo tiene en la sociedad moderna el llamado deporte-espectáculo?

## 1. ¿QUÉ ES DEPORTE? UNA PERSPECTIVA FILOSÓFICO-ANTROPOLÓGICA

El Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) del Gobierno de España publicaba en febrero de 2015 los resultados de un estudio realizado por sus investigadores sobre el uso, miles de años atrás, de distintas herramientas que se entendían de caza por parte del hombre neolítico en la zona en la que hoy se ubica el territorio peninsular español<sup>2</sup>. Los autores afirmaban, a partir del hallazgo en Girona de unos restos fósiles de arcos datados con una antigüedad de entre 4.000 y 7.000 años, que “la alimentación no era el principal objetivo de la elaboración de objetos de caza. La arqueología neolítica podría haber tenido una importante función social y de colectividad, además de aportar prestigio social a la actividad física a los individuos involucrados en ella”. La hipótesis de estos investigadores del CSIC nos vale para apuntar la dificultad de establecer un “minuto cero” del hecho deportivo.

Desde los tiempos más remotos<sup>3</sup>, el deporte en sus distintas manifestaciones es objeto de reflexión de los más grandes pensadores, y en ese sentido, no nos atreveremos a concluir algo distinto a los que aquellos afirmaron sobre un fenómeno tan esencialmente humano. La búsqueda de una respuesta a la pregunta “¿Qué es el deporte?” da lugar a una intensa producción investigadora desde diferentes y complementarios puntos de vista que analizan y caracterizan el juego, la actividad física y el deporte en cuanto que actividad del hombre, o no sólo del hombre. Mandell (1984) plantea en su *Historia Cultural del Deporte* la posibilidad de que el deporte sea anterior al hombre: “Si se admite que el deporte precede al hombre, debe admitirse implícitamente que el hombre es de esencia animal y no una creación divina excepcional y distinta” (p. 4). No entraremos en esa discusión teológica ya que

<sup>2</sup> El artículo de investigación fue publicado en la revista científica *Journals of Archaeological Science* y distintos medios de comunicación se hicieron eco de la nota de prensa publicada por el CSIC. Para más detalles, el diario *El Mundo* de 8 de febrero de 2015 publicaba un artículo de título “El deporte social del neolítico” (Recuperado el 23 de abril de 2015 en <http://www.elmundo.es/ciencia/2015/02/08/54cf7b89268e3edb478b4584.html>)

<sup>3</sup> Manuel Hernández y otros presentan en sus trabajos un compendio completo de obras y autores que, en distintas etapas de la historia, y en distintas civilizaciones, han analizado el fenómeno deportivo. Ver “*Antropología del deporte en España*” (2003), del citado autor.

partimos del hecho de que el deporte, su organización, sus reglas, son algo humano, distinto al juego animal espontáneo.

Sí que nos detendremos en varios razonamientos etimológicos en torno al origen del vocablo. Según el avance de la 23ª edición del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, “deporte” es:

“1) Actividad física ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas.

2) Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”.

García Blanco (1994) asocia el término al idioma latín: “Hallamos que ‘deportare’ es el infinitivo del verbo Deporto, are, avi, atum (de, porto). En su acepción de derecho dice: ‘der.: deporte, placer, entretenimiento’. El origen de la palabra deporte es, como vemos, latino” (p. 65).

En sus estudios sobre el fenómeno, del que Ortega y Gasset (1960) se ocupó con bastante interés como a continuación citaremos, el filósofo español marca otra posible fuente del término en cuestión:

“La palabra ‘deporte’ ha entrado en la lengua común procedente de la lengua gremial de los marineros mediterráneos, que a su vida trabajosa en la mar oponían su vida deliciosa en el puerto. ‘Deporte’ es ‘estar de portu’. Pero la vida en el puerto no es sólo el marino plantado en el muelle [...]. Hay, ante todo, los coloquios interminables en las tabernas portuarias entre marinos de los pueblos más diversos. Esas conversaciones han sido uno de los órganos más eficientes de la civilización. En ellas se transmitían y chocaban culturas dispares y distintas. Hay, además, los juegos deportivos de fuerza y destreza. En la cultura trovadoresca de provenza aparece ya recibida la palabra, y con frecuencia en esta pareja, *deports* e *solatz*, donde, al revés que ahora, *deport* es, más bien, el juego de conversación y

poesía, mientras solaces representa los ejercicios corporales: caza, cañas, justas, anillos y danzas. La pareja, pues, resume el eterno repertorio felicitario” (p. 112).

Otra corriente de pensamiento asocia el fenómeno deportivo al florecer de las sociedades modernas, en el siglo del desarrollo del librepensamiento y la industrialización, y localiza las raíces del deporte en Inglaterra, donde en torno a las tabernas se dio forma al “sport”. Norbert Elias (1992) señala cómo en determinados países se acuñó el anglicismo sin siquiera normalización al idioma del lugar. En su ensayo “La génesis del deporte como problema sociológico” explica que en Alemania se apropió del término sin casi adaptación a la lengua germana. Y para el caso francés cita el Larousse du XIXeme Siecle que “definía el término “sport” como sigue: “Palabra inglesa derivada del francés antiguo desport, placer, diversión...” (p. 158). Mandell (1984) hace el camino en sentido contrario, cuando afirma que “aunque derivada del francés normando, la palabra `sport` significó y se refirió sobre todo a la caza y a las carreras de caballos hasta finales del siglo XIX”. (p. 272)

Toda la vida ha habido competición, afán de superación y lucha por el ser más alto, más fuerte, más rápido. El niño que lanza la pelota al padre lo quiere hacer cada vez mejor, igual que el deportista que consigue premios astronómicos cuando supera una marca. El joven que esprinta por delante o detrás de sus amigos aspira al premio del reconocimiento, al igual que el mensajero Filípides, que corrió hasta la muerte para anunciar la victoria en una guerra, muchos siglos atrás. Deporte ha habido a lo largo de la historia en multitud de formas<sup>4</sup>. Siempre existieron unas normas por las que se rige el juego deportivo y siempre se han escrito crónicas de las gestas deportivas. Aún así, no es pacífica la cuestión en torno al nacimiento estricto del fenómeno deportivo. Lagardera Otero (1990) defiende que hubo juegos o prácticas competitivas en las sociedades antiguas, pero que el deporte “es un fenómeno

---

<sup>4</sup> Elias y Dunning datan los orígenes en Inglaterra de un juego llamado fútbol en el siglo XIV, si bien es cierto no confían en que fuera el mismo que el actual. Aún así, en su interesante artículo “El fútbol popular en Gran Bretaña durante la Edad Media y a principios de la Edad Moderna”, ya rescatan una proclama contra la violencia en el fútbol dictada por el rey Eduardo II. El artículo está incluido en su libro “Deporte y ocio en el proceso de la civilización” (1992)

social característico de las sociedades contemporáneas urbano-industriales” (p. 412), y distinto de otras manifestaciones similares que cumplían funciones de otra índole que nada tienen que ver con la misión del deporte moderno.

¿Qué llega en el siglo XIX? La formalización del hecho deportivo en torno a asociaciones, la institucionalización de las competiciones, la mercantilización y profesionalización de deportistas y estructuras, la reflexión y estudio del fenómeno desde distintas escuelas de pensamiento.

En esa línea se situó Ortega y Gasset, cuya producción filosófica sobre el hecho deportivo demostró el interés que este generó en su época de pensamiento. Un estudio de sus Obras Completas (1983) nos lleva a ver cómo el filósofo español analizó el hecho deportivo hasta llegar a un punto en el que distinguió los deportes de lo que llamó “la exageración de los deportes”:

“Contra ésta sí hay mucho que decir. Es uno de los vicios, de las enormidades contra la norma de nuestro tiempo, es una de sus falsificaciones. Está bien algo de fútbol. Pero ya tanto es intolerable. Y lo mismo digo de los demás deportes físicos. La prueba está en los periódicos, que por su naturaleza misma son el lugar donde más pronto y más claramente se manifiesta lo falso de cada época (un tema que otro día habrá que tratar: el periódico como expresión y fomento de la falsedad de ‘nuestro tiempo’ y enemigo de su autenticidad. Una de las grandes reformas europeas tiene que ser la de su Prensa. Si no..., al foso). Son ya demasiadas las columnas y las páginas que dedican a los ejercicios corporales. Los muchachos no se ocupan con fervor más que de su cuerpo y se están volviendo estúpidos” (pp. 730-731).

El pensador madrileño dibujó con profundidad el deporte desde sus orígenes hasta lo que él entendía como perversión, y le dio una importancia vital en la sociedad, llegando a remontar el origen del Estado al deportista:

“No ha sido el obrero, ni el intelectual, ni el sacerdote, propiamente dicho, ni el comerciante quien inicia el gran proceso político; ha sido la juventud, preocupada de feminidad y resuelta al combate; ha sido el amator, el guerrero y el deportista” (p. 619).

Ortega, que como comenta Hernández Pérez (2006), supone la invención de la filosofía “por unos viejos sonrientes en conversación con los muchachos que salían del gimnasio triscando delante de sus ayos o ‘pedagogos’” (p. 123), atribuye el origen del Estado a la vitalidad de la juventud y las ansias de competición entre los hombres. Entiende la vida como un esfuerzo, y distingue entre los obligados y los superfluos. Entre los primeros cataloga el trabajo y entre los segundos, el deporte: “Vida propiamente hablando es sólo la de cariz deportivo, lo otro es relativamente mecanización y mero funcionamiento” (p. 122). En su estudio de la concepción orteguiana del deporte, Hernández Pérez destaca que:

“La originalidad que la diversión del deporte nos aporta viene dada, tanto por la ruptura que supone con el ámbito de la necesidad, como por su proyección en el campo de la creatividad. Frente a la vida rutinaria y utilitaria, la práctica deportiva nos lanza hacia una nueva faceta de la vida que gira en torno a la creatividad. Cuando nos sumergimos en la actividad deportiva, nos adentramos en un microuniverso diferente que nos va a permitir, y exigir, nuestra personal aportación en todos los ámbitos. El marco normativo en el que nos movemos, las originales relaciones sociales que se establecen y la exclusiva implicación física que se produce nos brinda un campo de expresión personal que nos incita a la acción, libre de las ataduras rutinarias de la vida corriente” (p. 130).

Contemporáneo de Ortega, Miguel de Unamuno se acercó al fenómeno desde la óptica del juego, y por lo que el juego tiene de herramienta para educar. Así, en un artículo que recupera Gallego Morell (2013), ya citado anteriormente cuando hablaba del “foot-ball”, el pensador español escribe que:

“El juego es lo más educador, y por eso los pedagogos se preocupan por él y estudian el modo de introducir entre los niños juegos... educativos. Sin pensar que lo son todos y tanto más cuanto más espontáneos y menos intervenidos por los mayores” (p. 28).

Y entre los juegos de niños destacaba el fútbol y las excursiones de boy-scouts. Frente al rigor y disciplina “militar” de estos, escribió sobre el balompié:

“Un juego sin protección de R.O., sin pedagogos profesionales, sin tendenciosidad de patriotismo de trapo y no de fibra viva, sin otra disciplina que la que surge del juego mismo. Y como más espontáneo, más libre y menos intervenido, más educador y más... divertido” (p. 26).

Por otro lado, en su Antropología del Deporte en España, Hernández Vázquez (2003) analiza como este se ha manifestado en las distintas sociedades a lo largo de la historia y lo traza con distintos rasgos. Por ejemplo, deja un punto de vista de interés en torno a la recurrente discusión sobre si el deporte es manifestación cultural o no:

“Sencillamente la cultura es lo que nos distingue a los humanos del resto de los animales. En un mínimo de palabras la cultura son comportamientos que se adquieren dentro del grupo social en el que nos ha tocado vivir. El juego deportivo es también por tanto una manifestación cultural que adquirimos a través de la relación que mantenemos con nuestra cultura de origen y que reúne por ello todas las características de la propia cultura” (p. 417).

Hernández Vázquez propone una clasificación de distintas manifestaciones del deporte en función de la finalidad del deportista: deporte recreativo, deporte educativo y deporte como profesión. Y recoge las diferencias establecidas por Kendall Blanchard y Alyce Cheska entre deporte, juego, ocio y recreación. El deporte es juego, aunque sea algo más que un

juego, entre otras cuestiones, porque como se señala en la definición del término por la Real Academia Española de la Lengua, el deporte supone un entrenamiento. Y tiene entre sus objetivos la superación personal. Además, el deporte implica una actividad motriz, y se genera por un impulso lúdico-competitivo.

En algún tiempo de la historia el deporte fue una manifestación de culto religioso, una forma de tributar homenaje a los dioses. Y más allá, tenía y tiene fines utilitaristas, o puede tenerlo: hubo épocas en las que ser el más alto, el más fuerte o el más rápido salvaba a la persona de un destino fatal. Hoy en día, como veremos más adelante, es una forma de escalada social para quienes alcanzan el éxito.

Otra característica del deporte es su dinamismo. Se adapta a las circunstancias sociales de cada época. El valor ritual de las sociedades más primitivas se ha perdido en gran parte en las culturas contemporáneas, o se ha transformado. A modo de ejemplo, valga el caso del fútbol americano u otros deportes en Estados Unidos. Nadie dudará de que estos forman parte de la identidad cultural de una sociedad moderna como es la de norteamericana, hasta el punto de que en la Biblioteca del Congreso en Washington se pueden observar pinturas sobre escenas deportivas de beisbol o el mismo fútbol compartiendo protagonismo con representaciones de otras artes. Lo expresa Arens (1975), citado por Kendall y Cheska:

“Aunque solo se trate de un juego, el fútbol ayuda mucho a comprender la personalidad americana, y si un antropólogo de otro planeta nos observara, quedaría atónito ante el fanatismo que demuestran los americanos por este juego [...]. Algunos símbolos importantes son la clave de la interpretación de una cultura... Y el fútbol es uno de esos símbolos” (p. 37).

El deporte implica un proceso de aprendizaje en el que el deportista asimila las normas y procedimientos, las técnicas y formas para desempeñarse

en la disciplina. Por tanto, tiene un cariz simbólico, puesto que implica unos códigos que el deportista y quienes se acercan a él tienen que conocer y compartir.

Y tiene un componente agonístico, supone una confrontación contra otros o contra uno mismo, en el que la vocación de superación es fundamental. Por esa misma vía, tiene incertidumbre y emoción, y es irrepetible, y en ese sentido cumple una función social, porque la victoria y la derrota fomentan el sentimiento de pertenencia a un grupo.

Todos los autores citados analizan las dificultades de fijar una definición del deporte desde el punto de vista antropológico, y de diferenciarlo de otras manifestaciones de la actividad humana, y repasan los estudios de distintos pensadores sobre la cuestión. En ese sentido, afirman que el deporte moderno requiere para ser tal deporte una serie de condicionantes: ser respaldado por la autoridad política o social, que fomenta la popularización de la disciplina, lo cataloga en una categoría distinta a la del ocio; marca las pautas organizativas y funcionales, y establece las normas oficiales. Sólo a través de esos cuatro pasos, la sociedad acepta el deporte como tal, según Blanchard y Cheska (p. 141).

Maestro de pensadores en torno a la realidad deportiva, dirigente y deportista, José María Cagigal<sup>5</sup> se acercó al fenómeno desde todas las miradas posibles en su época. Cagigal quiso estudiar el deporte como actividad del hombre y como una realidad imparable en la sociedad “del desarrollo”, usando el adjetivo que más se le ajustaba el autor en el final del siglo XX.

Para Cagigal (1975), hay tres conceptos que definen de manera conjunta el deporte. A saber: juego, ejercicio físico y competición. Precisamente, alinea las ideas de juego y deporte, a los que caracteriza como libres, espontáneos, desinteresados, divertidos, sujetos a reglas, con tensión,

---

<sup>5</sup> Para conocer la completa y variada importancia de Cagigal como político, profesor, deportista, dirigente y pensador en el mundo del deporte, es de interés la recopilación que se realiza en el artículo “José María Cagigal, su contribución al humanismo deportivo”, de Olivera Beltrán (2006).

lucha o competición. Lo único que diferencia a juego y deporte como afirma Olivera Betrán (2006), citando a Cagigal, es el componente físico del segundo (p. 11). Para el pensador bilbaíno existen dos deportes: el deporte-práctica y el deporte-espectáculo. Son notas características del primero el ocio activo, la higiene-salud, el desarrollo biológico, el esparcimiento, la educación, la relación social, la superación y la pausa en el tecnicismo. Mientras que definen al deporte-espectáculo el ocio pasivo, el contacto social, la profesión, el trabajo, el rendimiento y la política. Aún así, Cagigal entendió que:

“Es muy difícil, probablemente imposible, establecer la línea divisoria entre uno y otro. ¿Dónde, en qué momento, en qué categoría, un jugador de fútbol pasa de ser un practicante del espontáneo deporte individual o de pequeño grupo al deporte-espectáculo? ¿En tercera división nacional? ¿En primera categoría regional? Es un gran aficionado; le gusta jugar, es decir, juega por afición; pero a los partidos de su equipo acuden ya centenares e incluso miles de espectadores. Ya hay un negocio económico alrededor de la práctica deportiva. Recibe algún dinero. Se ve sometido a la asiduidad de los entrenamientos, que ya no realiza por espontánea afición. ¿A cual de los dos deportes pertenece?” (p. 41).

De hecho, Cagigal entiende que el deporte primero es el deporte-“praxis”, que tiene un componente espectacular en la medida en que el hombre se dispone a forzar y superar sus límites. De la práctica surge el espectáculo. Y de este, el deporte-resultado que reclama el espectador y el deporte-profesión. En este punto, en el significado y alcance concretos de determinados términos, la doctrina no tiene una opinión uniforme.

Por eso, y dado que será importante señalar en nuestra tesis dentro del conflicto legal y jurídico que nos ocupará en la segunda parte qué no es deporte, recuperamos la opinión de Hernández Vázquez, en el sentido de que el llamado deporte-espectáculo no puede ser catalogado dentro de una clasificación que lo una al deporte practicado:

“El deporte espectáculo, como cualquier otra diversión, como por ejemplo el teatro o los festivales de música moderna, son formas de participación activa para los que ejecutan la obra, es decir, para los que actúan y formas de participación pasiva o receptiva para los espectadores. No se puede decir de ninguna manera que ir a ver un encuentro es lo mismo que ir a practicar un deporte. Por lo mismo, no se puede confundir a la hora de hacer una clasificación el deporte-práctica, con el deporte-espectáculo, uniéndolos como si fueran términos similares” (p. 114).

Jean-Jacques Barreau y Jean-Jacques Morne (1991) aúnan en su “Epistemología y antropología del deporte” las confrontaciones de distintos estudiosos en torno a dos ejes temáticos, el hecho deportivo y la experiencia corporal, para llegar a la conclusión de una “imposible definición del deporte” (pag. 92). Y aún así, son notas que caracterizan al deporte el “riesgo” del que habla Pierre De Courbetin, la noción de “marca” (G. Hérbert), o la importancia de la “competición” que destaca M. Bouet. Para éste, sólo si la competición esta “organizada” es verdaderamente deporte (p. 93).

Por otro lado, ponen encima de la mesa discusiones sobre si todo el juego es deporte o el juego necesita de algo más para ser deporte. Respecto a su carácter espectacular, recuperan los autores la opinión del Barón de Coubertin, cuando se mostraba hostil a las multitudes. Y se preguntan por qué, si no eran deseadas en los terrenos de juegos, las masas han llegado hasta ellos: ¿La respuesta? Por su carácter dramático:

“El deporte es esencialmente una lucha, individual o colectiva, contra una dificultad o contra un adversario en la que nunca se podrá señalar al hombre o equipo que saldrá vencedor. En el teatro, emocionados por la intriga y captados por la interpretación de los actores, sabemos sin embargo que ya nada puede modificar el desenlace de la obra. El resultado del combate que se desarrolla en el

estadio es imprevisible; el espectáculo deportivo será con frecuencia una tragedia, nunca será cómico” (p. 94).

Los dosieres que componen la antropología de Barreau y Morne dejan distintas visiones del fenómeno deportivo como un hecho universal:

“Universal en el tiempo y en el espacio, ha encontrado una adhesión permanente, porque de hecho responde a ciertas exigencias fundamentales del hombre. Porque es juego de lucha, recrea un mundo donde no se realizan más que peleas voluntariamente aceptadas y en el cual el individuo puede evadirse de la jerarquía soportada con gran frecuencia, progresar y realizarse en el esfuerzo. Porque es también ocasión de movimiento y de participación social, porque exige del practicante, en un marco determinado, a la vez excitación y dominio de su agresividad natural, el control más constante de sus reacciones, permite al hombre conocerse mejor y situarse exactamente con relación a los demás, con relación al mundo exterior” (p. 74).

También destacan, citando a Baquet, la vertiente creativa del deporte:

“Con la práctica de juegos y deportes colectivos se aprende desde la infancia a lo que uno se expone si no obedece la ley, tanto las del juego como la de la vida [...]. El deporte debe ser una escuela de disciplina individual o colectiva” (pp. 75-76).

Además, recuperan a Laguillaumie para destacar, como haremos nosotros posteriormente, su capacidad política: “El deporte no solamente es una de las manifestaciones de la coexistencia pacífica, sino que contribuye a mantenerla” (p. 79).

Incluso hablan de Maheu y de su opinión a cerca de la importancia de las satisfacciones personales como esencia del deporte:

“El acto deportivo considerado en sí mismo no se explica por ninguna finalidad utilitaria, y no tiene otra razón que la satisfacción que el sujeto experimenta o que proporciona al espectador [...]. Pero la gratuidad así comprendida no quiere decir que el valor emotivo del acto deportivo (especialmente en competición), su belleza espectacular, hasta el simple hecho de su singularidad (el récord) no pueden ser objeto de una explotación económica” (p. 85).

En una mirada a la sociedad del presente, la antropología ha resaltado la identificación de valores entre el deporte y el conjunto social. Sánchez Martín (2003) establece la confluencia de caracteres entre sociedad y deporte:

“El sistema deportivo, a partir de sus características estructurales modernas, permitía la traducción y transmisión lúdica de los valores básicos de las sociedades modernas: la idea de civilización ligada a la idea de modernización y calidad de vida; la mejora de la salud, tanto individual como colectiva; el concepto de progreso como superación constante, la estima al trabajo ordenado y sistemático como clave para conseguir el éxito; el afán competitivo unido al desarrollo de competencias; el desarrollo de la igualdad, donde cualquier puede practicar pero la competición debe ser entre iguales; la noción de justicia como ajuste a los propios estatutos, reglamentos y leyes; y la búsqueda de victoria y éxito” (p. 51).

El deporte forma parte de la cultura del hombre, y como esta, evoluciona y transforma sus pautas de comportamiento a lo largo del tiempo y de las épocas. Es decir, el deporte, como cualquiera otra de las manifestaciones culturales, cambia y se adapta a los tiempos con el fin de hacer mejor y más completa la existencia del ser humano. Es lo que Escalera Reyes (2003) llama la “cultura físico-deportiva” y que engloba distintos escenarios, finalidades y destinos de la práctica deportiva: la socialización y la familia, la asociación y los grupos no formalizados, la salud de la tercera edad o en la infancia y la juventud, los grupos discapacitados, la educación, la atención a grupos marginales, el mundo de la empresa y el trabajo, los medios rurales y urbanos,

la política y la simbología que ella implica, la actividad física colectiva y los grandes espectáculos, etc.

El deporte es socialización y asociación, y a la par, actividad espontánea: “Las actividades físicas deportivas se convierten en unos de los campos que de manera más clara y amplia propician la participación social de los individuos” (p. 37). Escalera Reyes defiende que en la mayoría de los casos, la actividad deportiva da forma a fenómenos de asociación no formales, contra la opinión extendida de que el deporte se realiza en torno a la competición, los clubes, las normas, etc.

Pero además, el deporte es cómplice de una sociedad que quiere transmitir determinados valores: modernización, civilización, salud, progreso, trabajo, igualdad, justicia, éxito (Sánchez Martín, 2003, p. 51). En una época histórica en la que se tiende a la individualización, en la que la persona toma decisiones por sí misma, el deporte es factor de cohesión social, de creación de identidad colectiva. Un ejemplo sin rigor científico: ¿Cuántas veces escuchamos a en los medios a los políticos y los periodistas, y a nuestros vecinos en la barra del bar, afirmar que la Selección Española de Fútbol hizo en un mes del año 2010 más por la unión en torno a los colores de España que muchos años de esfuerzo por otros actores sociales? Savater (2014) lo expresó de la siguiente manera: “Los ciudadanos han llegado a reconocer su vinculación interna como país solamente en casos de triunfos deportivos (¡La Roja!) o de catástrofes accidentales de envergadura” (p. 52).

Y es una actividad voluble, que se adapta a los tiempos y agarra las marcas sociales para reinventarse. Una constatación de esta realidad la tenemos en la cantidad de modalidades y disciplinas deportivas que han emergido en los últimos tiempos y que, como señala Sánchez Martín (2003), han ido en detrimento de las licencias de deportes tradicionales en España como el balonmano o el baloncesto, por citar algunos. Ello, como consecuencia de determinadas cualidades de la sociedad, que se transmiten al deporte de hoy: individualización y personalización de las prácticas, combinación de

distintas modalidades deportivas, deslocalización, ecologismo, igualdad de sexos, inserción de la tecnología y aumento del sentido de aventura, “deportivización” de los espacios públicos.

Feixa Pàmpols (2003) apunta la idea de “hecho social total”, aquel que pone en movimiento de manera articulada a la totalidad de instituciones de una sociedad, y afirma, concretando en el deporte fútbol, que:

“Considerar las culturas del fútbol como un ‘fenómeno social total’ supone no segregar la diversidad de aspectos contradictorios que lo componen. ¿Cómo separar al aficionado del profesional, al practicante del espectador, el juego del espectáculo, el deporte del negocio, el pasatiempo del trabajo, la pasión de la burocracia, el fair play de la violencia, como a menudo hacen los periodistas, dirigentes deportivos o discursos publicitarios? En el deporte se entremezclan elementos heterogéneos, constituyendo un universo corporal y simbólico dotado de una lógica interna, con un significado global relativamente autónomo respecto del sistema social; al mismo tiempo, el deporte está estrechamente vinculado a las condiciones históricas generales, refleja de manera dramatizada la naturaleza de las instituciones centrales de la sociedad en cada momento histórico, las formas de ejercicio de la hegemonía cultural y las resistencias frente a esa hegemonía” (p. 78).

Hay otras características que los estudiosos del deporte le asignan especialmente cuando buscan diferencias entre los juegos antiguos y los juegos modernos. Por ejemplo, el grado de violencia que se les supone a los primeros en contraposición con el civismo de los segundos. Elias y Dunning (1992) se preguntan: “¿Acaso la diferencia entre estos juegos que la gente disfrutaba antes del siglo XVIII y los que proporcionaban gozo en los años de la Revolución Industrial era simplemente una cuestión de grado en cuanto a su ‘violencia’? ¿Tal vez por el hecho de ser los últimos menos salvajes eran más ‘civilizados’?” (p. 163).

La referencia al fútbol y otros deportes como reflejo de identidades en sociedad e incluso como productor de identidades en ese mismo entramado social es otra de las ideas que asocian cualidades destacables a determinadas disciplinas deportivas. De igual manera ocurre con la posición social del deportista, que no parece distinguir el primer deporte del actual. Si en la antigüedad el deportista exitoso ganaba fama y ascendía en la escala de clases, en la actualidad no puede decirse que esto no sea así en multitud de casos. Así, parece definida una cuestión: el deporte es algo cultural, humano, propio del hombre e integrante de la persona en sociedad. Pero, además, para el hombre, es fuente de progreso.

## 2. EL DEPORTE COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA MULTISECTORIAL

Trascendamos a continuación el significado y la idea más superficial de lo que ya se ha llamado en este trabajo el deporte-espectáculo para acercarnos a algunas magnitudes de la vertiente económica del deporte. Es una actividad espontánea e individual pero también ha sido fuente de negocio desde que es deporte. Y se ha configurado como un sector productivo de manera paralela al crecimiento de la sociedad industrializada, hasta ocupar hoy en día un porcentaje variable pero no insignificante en el Producto Interior Bruto de los países y las economías de referencia mundial.

Algunas cifras nos dan una idea de la magnitud del deporte como factor económico y generador de riqueza para otros sectores anexos en la sociedad actual. El Mundial de Baloncesto 2014, cuya sede fue España, generó ya antes de celebrarse una estimación de impacto económico de en torno a 300 millones de euros, según dato publicado por el diario digital El Confidencial (2014). Por otro lado, según un estudio realizado por la consultora Nielsen que publicaba la agencia de noticias Europa Press (2013) sobre la experiencia previa de los triunfos de España en 2010 y 2012 en fútbol, el aumento del consumo en los hogares españoles en caso de una victoria de la Selección Española en el Campeonato del Mundo de Brasil 2014 hubiera sido de 75 millones de euros:

“Durante las tres semanas que duraron los tres campeonatos internacionales en los que venció el combinado nacional (las dos Eurocopas de 2008 y 2012 y el mundial de 2010) se produjo en el país un repunte en el consumo en el hogar de determinados productos que supuso un crecimiento en el gasto, cifrado por Nielsen en 75 millones de euros”.

Dando un salto sobre la crisis económica vivida en el primer decenio del siglo XXI, el deporte va a más: la Unión Europea de Fútbol (UEFA) dobló sus ingresos de la temporada 2010/2011 a la temporada 2011/2012, de 1384 millones de euros a 2795 millones de euros. La mayor partida de ingresos

correspondió a derechos de televisión, seguida de derechos comerciales y entradas. Yendo más allá, el Reporte de Transferencias de Futbolistas que publica cada año la Federación Internacional de Fútbol (FIFA) ofrece respecto de 2014 el dato de 4.060 millones de dólares de movimiento entre los clubes del mundo en fichajes de jugadores, siendo España el país que más dinero recibió por traspasos con un total de 667 millones de dólares.

Ginesta Portet (2011) analiza cómo los dos grandes clubes de fútbol españoles se han convertido en referentes económicos a nivel mundial, y no sólo por su modelo deportivo, sino por configurarse como empresas generadoras de productos diversos, a veces relacionados muy colateralmente con el deporte, y acercarse a lo que el autor llama “multinacionales del ocio” (p. 163). El informe Football Money League que publica anualmente la empresa consultora Deloitte (2014) recoge los porcentajes de ingresos de los principales clubes de fútbol del mundo. De las tres fuentes principales, los ingresos que corresponden a lo que llaman el “matchday”, y que engloba todo lo que se genera en torno al partido de fútbol, suponen menos del 25% de su presupuesto total de ingresos, ocupando los mayores porcentajes los ingresos por derechos de televisión y otros ingresos de actividades comerciales (p. 11).

Al otro lado del Atlántico, en Estados Unidos, bandera del otro modelo deportivo del mundo, la Super Bowl<sup>6</sup> de 2014 entre los Seattle Seahawks y los Denver Broncos fue la emisión televisiva más vista de la historia con 111,5 millones de telespectadores (Europa Press, 2014). En la edición de 2015, el precio de cada anuncio de 30 segundos en la cadena de televisión que emitió la final rondaba los 4,5 millones de dólares (Cadena Ser, 2015).

En todo caso, si sólo analizásemos en este trabajo el negocio del fútbol pensando en Europa (se ha demostrado en infinidad de ejemplos en los últimos años que no es tanto negocio), o formulásemos una propuesta sobre la base de las grandes ligas de Estados Unidos de América y diéramos como buena la parte para caracterizar el todo, dibujaríamos una cara del deporte incompleta,

---

<sup>6</sup> La Super Bowl es la final del campeonato nacional de fútbol americano, una de las grandes citas deportivas anuales en los Estados Unidos.

superficial. Existen muchos más eventos deportivos que, cada cual en su escala, son negocio rentable a nivel territorial o mundial. Y también existen ejemplos reconocidos de empresas deportivas cuyo objeto social principal es la práctica deportiva, y de hecho, su forma asociativa es la del club deportivo (tienen ventajas fiscales por poder configurarse como tales) que en su historia se han ido desarrollando hasta convertirse en multinacionales con áreas de negocio diversificadas que nada tienen que ver con la práctica deportiva.

Por ello, en aras a nuestro objetivo final, debemos trascender el análisis de los ingresos por explotación de derechos televisivos en el fútbol profesional de Europa<sup>7</sup>, o las dificultades de las federaciones deportivas españolas en tiempos de crisis y cuando el Estado ha tenido que reducir de manera drástica las subvenciones públicas que sustentaban tradicionalmente sus presupuestos<sup>8</sup>. El deporte es más que esas grandes cifras. Según el Resumen del Anuario de Estadísticas Deportivas realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España (2016), el gasto total de los hogares en bienes y servicios deportivos representa el 0'9% del gasto total de las familias en bienes y servicios (p. 3). Si hablamos del deporte como actividad económica, hoy en día es difícil no asociar al fenómeno la explotación comercial de bienes y servicios que son anexos al deporte pero que no son estrictamente deporte. Por reiterar un ejemplo: el visionado de espectáculos deportivos y el pago por estos se contabiliza como actividad económica del deporte y sin embargo quienes pagan por ver deporte no hacen deporte. Como tampoco lo hacen quienes participan de juegos de apuestas relacionados con eventos deportivos. O quienes generan millones de dólares en ingresos por la creación y comercialización de videojuegos de temática deportiva.

En el ideario social en torno al deporte ocupa mucho más espacio el conglomerado de números que alumbra un deportista como Cristiano Ronaldo,

---

<sup>7</sup> La Premier League de fútbol inglés firmó un contrato de cesión de derechos de televisión a la empresa Sky en febrero de 2015 que supondría entre 2016 y 2019 unos ingresos para los clubes participantes de más de 7.000 millones de euros (El Mundo, 2015)

<sup>8</sup> El Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España cifró en febrero de 2015 la deuda global de las federaciones deportivas españolas en un total de 68 millones de euros, con una bajada de ingresos totales en el período 2007-2014 del 14% y una reducción de las subvenciones públicas del 41,25%

aunque sus cifras de negocio solo están asociadas en parte a la práctica deportiva, que los resultados de la actividad ordinaria anual de la multinacional francesa Decathlon. El gasto de una unidad familiar asociado a un fin de semana de esquí, montañismo o ciclismo y actividades similares es más “deportivo” que el gasto de una familia cuando decide ir a presenciar un partido de fútbol. Y ambos engrosan los números de la economía del deporte.

Heinemann (1990) caracteriza las razones del interés económico del deporte como un sector dinámico y en crecimiento en la actualidad, y lo asocia a la especificidad del deporte como fuente de beneficios para la personas: por un afán de control y mantenimiento de la salud y el bienestar personales, por la variedad de aspiraciones que satisface (forma física, diversión, relajación, etc.); por su unión con otros elementos del tiempo libre o por el hecho de su liberalización, cada vez menos sujeto a los espacios privados y las normas rígidas. Hoy, el deporte se adapta a todas las personas y todas las circunstancias (pp. 49-52). Y al final fueron un total de 3.501.707 personas quienes tuvieron licencia deportiva en España en 2015, es decir, los deportistas que practican o pueden hacerlo en competiciones oficiales federadas, según cifras oficiales del Consejo Superior de Deportes (Anuario de Estadísticas Deportivas, p.100).

Así las cosas, es momento de preguntarnos: ¿Quién, desde el punto de vista económico, hace deporte? Los estudios del deporte como sector productivo tienden a analizar de igual manera distintas manifestaciones del hecho. Cuando una ciudad invierte con cargo a la opción de albergar un acontecimiento deportivo, ¿en qué invierte?, ¿es rentable en términos “deportivos” para la institución pública unos Juegos Olímpicos?, ¿y una maratón popular?, ¿cómo se fomenta el deporte de manera más efectiva?, ¿quién gasta en deporte y quién trabaja para el deporte?

En Andalucía, Villalba Cabello (2010) ofrece datos que muestran la magnitud del sector económico para la Comunidad Autónoma:

“El conjunto del sector deporte dio lugar a una producción efectiva de 3.360 millones de euros y un valor añadido bruto de 1.624 millones de euros, y generó un empleo de 51.471 personas con un nivel de voluntariado de 30.488 individuos. La cifra de 3.360 millones de euros de producción efectiva que corresponde a la oferta del sector deporte en 2008 en Andalucía equivale a un 2,2% del PIB regional, y los 51.471 empleos al 4,1% del total del empleo regional” (p. 12).

Definamos a continuación algunas características del deporte en tanto en cuanto es consumo, es ocio y práctica, turismo o trabajo para muchas personas.

### **El deporte es consumo**

El deporte reclama casi en el cien por cien de los casos de una inversión económica: aún en los casos más simples como podría ser una simple carrera por la ciudad o el campo, el material deportivo que requiere el corredor implica consumo de productos específicos para la práctica de la modalidad deportiva concreta. Heinemann (1993) identifica distintos productos del deporte: centros e instalaciones deportivas, ropa y material deportivo, espectáculos deportivos y ofertas de diversión anexas e infraestructuras necesarias para la práctica deportiva (p. 50).

Según el Instituto Nacional de Estadística (2015), el gasto en bienes y servicios vinculados al deporte en España en el año 2013 ascendió a 4.257,9 millones de euros, siendo el gasto medio por hogar de una media de 233,8 euros, “y el gasto medio por persona se situó en 92,3 euros” (p. 17). Las cifras son algo inferiores a las de años anteriores pero dan muestra de la importancia del deporte en los hogares españoles.

A efectos de nuestras futuras conclusiones, es interesante destacar la distinción que hace la Encuesta de participación y gasto deportivo en Andalucía (2009), que separa el gasto del deporte activo (material, cuotas de abono a

instalaciones, desplazamientos, recuperaciones y mantenimiento médico, etc...) y el gasto del deporte pasivo (pago por eventos transmitidos, abonos deportivos, desplazamiento a eventos, etc..). En el año 2008, el gasto total en deporte activo de los andaluces fue de 2.002 millones de euros, mientras que el gasto pasivo de deporte llegó a los 2.098 millones de euros (p. 17).

### **El deporte es turismo**

Escribía el periodista Santiago Carbonell (1972) que “el fútbol y el turismo han hecho muchísimo por la divulgación de la geografía, las bellas artes, la historia, el folklore y el costumbrismo” (p. 24). No parece claro que esa labor uniera a ambos, a fútbol y turismo, pero quede la reflexión periodística como muestra de las posibilidades que ya hace más de cuarenta años se intuía a ambos sectores.

Distintos autores han reflexionado y definido el “turismo deportivo” (Secall, 1991; Knopp, 1999) con la idea de delimitar cuándo los dos conceptos van de la mano. Hay quienes defienden que el turista deportivo solo lo es si tiene la motivación principal de competir (Latiesa y Paniza, 2006). Estos mismos autores repasan las corrientes de estudio para dar como buena la definición de Gammon y Robinson (1997), que caracteriza el fenómeno por la intencionalidad: hablamos de turismo deportivo cuando la principal motivación del viaje es el deporte.

Sin detenernos a profundizar en los matices de las distintas teorías, sí es preceptivo reiterar que el hombre de hoy entiende el deporte en un concepto amplio que implica, en opinión de Nasser (1995), una democratización en el acceso y una dispersión de las motivaciones para definirlo como una “cultura del movimiento que incluye actividades desde la recreación deportiva hasta los deportes específicos (p.e. tenis o baloncesto). Esta amplia definición nos permite incluir en el deporte también, p.e., el senderismo, natación recreativa o la animación deportiva en la playa” (p. 482).

En una clasificación que no es exhaustiva de las modalidades turístico deportivas, Nasser (p. 488) habla de los viajes a eventos deportivos que incluyen participación pasiva o activa de los espectadores (maratones populares en las principales ciudades del mundo, el descenso del Sella, deportes de mar en Tarifa, etc...), pero además cita el deporte como vacaciones (juegos de naturaleza o aventura, golf o caza como motivo principal), el deporte como juego complementario a las mismas (animación lúdico-deportiva, piscinas o salas de gimnasia en los hoteles), el deporte como salud y rehabilitación o el turismo escolar deportivo (colonias de verano).

Latiesa y Paniza (2006) recuperan datos del informe presentado en la I Conferencia Mundial de Turismo y Deporte para señalar entre las actividades deportivas preferidas de los países europeos estudiados el esquí, el senderismo/excursionismo o el submarinismo (p. 143). En la comparación con las preferencias de los estadounidenses, estos se decantan por el rafting/kayaking, el submarinismo, la bicicleta de montaña, la caminata o el ciclismo (p. 144).

Entre las conclusiones de su trabajo, los autores dibujan un perfil del deportista que cada día tendrá cada vez más contacto con la naturaleza (la concienciación ecológica forma parte de infinidad de estudios sobre el desarrollo del turismo asociado al deporte), aunque también aumentan las actividades realizadas en entornos artificiales; será un deportista dedicado a una práctica deportiva suave (caminata, natación) y que demanda cada vez mayor especialización y calidad en los servicios que recibe (p. 148).

Según datos recogidos por distintas instituciones de gestión turística, el turismo deportivo supone la motivación del 2,6% de los viajes realizados en España, “generando una cifra de negocio de 523 millones de euros” (ABC, 2014). Los datos del Anuario de Estadísticas Deportivas del CSD apuntan en esa línea que el gasto total en viajes de turistas internacionales que realizan actividades deportivas en España generó casi 11,5 millones de euros en 2014 (p. 92).

## El deporte es empleo

Que el deporte es trabajo y empleo para los deportistas que le dedican su vida como actividad principal, recibiendo por ello una remuneración estable, no deja de ser una obviedad, igual que lo es para sus entrenadores o sus preparadores físicos. El deporte es empleo para los médicos y fisioterapeutas que cuidan a los deportistas de élite, pero también para aquellos profesionales de la medicina que se especializan en el campo deportivo desde el estudio y la reflexión.

El deporte es sector de empleos para aquellos licenciados en Derecho que derivan su carrera profesional al asesoramiento de los grandes clubes deportivos, pero también para quienes forman parte de los entramados legales que conlleva el deporte, la competición, y sus reglas de juego, o la defensa de los intereses de quienes participan en ella de una u otra manera (representantes, intermediarios).

Es trabajo para los maestros y profesores de educación física en los colegios, pero también para multitud de licenciados universitarios que se dedican a la actividad física y que hacen su profesión de la guía al deportista, desde distintas organizaciones que fomentan el deporte pero también con la iniciativa privada desde empresas que organizan actividades deportivas de todo tiempo y que potencian el deporte desde la oferta al practicante, incluida la ya analizada de turismo deportivo.

Podríamos seguir ampliando el abanico de quienes se vinculan a la actividad deportiva, en sus distintas manifestaciones, en su quehacer diario. Alrededor de un partido de fútbol profesional dedican su ocupación laboral un sinnúmero de personas: deportistas, entrenadores, árbitros, empleados que acondicionan las instalaciones (vendedores, personal de taquilla, de seguridad, de limpieza, etc...), quienes guardan el buen desarrollo del espectáculo (fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, personal sanitario complementario), vendedores ambulantes, comerciantes, trabajadores de

servicios públicos de transporte, informadores, publicistas, personal de las operadoras de telecomunicaciones,...

Esta enumeración, sin ser exhaustiva, da la razón a Puig Barata y Martínez del Castillo (1998) cuando hablan del deporte como “un mercado abierto”, difícil de analizar por cuanto es transversal e implica a sectores tradicionales de distintos ámbitos de negocio. Aún así, consiguen estos autores recuperar datos de estudios que contabilizan el número de empleos relacionados con el deporte (diferencian la actividad deportiva y actividades relacionadas con el deporte) en una estimación realizada en el año 1999 de en torno a los 2 millones de personas que trabajaban para el deporte en Europa (p. 297).

Datos más cercanos en el tiempo que extraemos del Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 que edita el Consejo Superior de Deportes apuntan que en 2015, el empleo vinculado al deporte en España ascendía a 184.600 personas, lo que supone en términos relativos un 1,0% del empleo total” (p. 44). Los estudios de años anteriores, por ejemplo el de 2013, destaca que “el empleo vinculado al deporte se caracteriza también por una formación académica superior a la media, presentando tasas superiores de educación secundaria o superior a la observada en el conjunto nacional” (p. 15). Por otro lado, el número de empresas cuya actividad principal es deportiva ascendió a 31.139 en el año 2015 (p. 48).

El Instituto Nacional de Empresa (2006) apuntaba que casi el 20% de las empresas dedicadas al sector “ocio” en nuestro país se dedicaban a actividades deportivas (p. 2).

Respecto al comercio exterior de España de bienes vinculados con el deporte, el Anuario de Estadísticas Deportivas 2016 apunta que las importaciones en España supusieron una cifra de 1.524 millones de euros frente a las exportaciones que se cifraron en 823 millones de euros, repartidos

en artículos y equipamiento deportivo, ropa y calzado para ocio y deporte y yates y demás barcos y embarcaciones de recreo o deporte (p. 83).

Las cifras relacionadas con el empleo y los negocios en el sector deportivo no hacen más que crecer como han mostrado los estudios estadísticos y como ya anticipaba el informe del Consejo Superior de Deporte titulado El Deporte Español ante el Siglo XXI (2000). En éste ya se apuntaban algunos desafíos como la lucha contra el empleo oculto en el deporte o la temporalidad y la falta de regulación específica, y hablaba de la tendencia al crecimiento del deporte “auto-gestionado” frente al estancamiento del deporte profesional o espectáculo (p. 154).

### El deporte es ocio y práctica

El deporte como opción para pasar el tiempo libre de las personas compite, con éxito más que demostrado en los últimos tiempos, con otras formas de ocio.

**Tabla 1. Participación cultural 2007. Al menos una vez en los últimos doce meses (% población)**

	España	Media Unión Europea 27
Ver cultura TV/radio	79	78
Leer un libro	59	71
Visitar un monumento histórico	50	54
Ir al cine	56	51
Visitar algún museo o galerías de arte	38	41
Ir a un concierto	34	37
Ir a una biblioteca pública	29	35
Ir al teatro	25	32
Ir al ballet o la ópera	12	18

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Eurobarómetro especial 278.

En la anterior tabla, la asistencia a eventos deportivos en el año 2007 se situaría con un 37%, sumando quienes han asistido a alguno o a varios

espectáculos deportivos, aunque como ya hemos defendido anteriormente, asistir a un evento deportivo no es lo mismo que practicar deporte. Según el mismo estudio, y en los años en que éste se realizó, en torno al 37% de la población practicaba deporte de manera regular.

Desde la perspectiva del consumidor, el deporte también podemos relacionarlo con la publicidad, los patrocinios o los derechos de retransmisión televisiva, y sumar las ideas que contienen este epígrafe al que refería las características del deporte como consumo. Los anunciantes, las marcas publicitarias y los medios de comunicación se han acercado al fenómeno deportivo cuando han detectado lo que explican Elías y Dunning (1992): el control de las emociones en las sociedades contemporáneas es mayor que en las antiguas, y en ese sentido, las actividades recreativas “miméticas”, entre las que se encuentran el deporte, el cine, el teatro o los juegos de rol son aceptadas como formas de demostración pública de la emoción<sup>9</sup> y como huida de la rutina:

“Las actividades recreativas son una clase de actividades en las cuales, más que en ninguna otra, la contención rutinaria de las emociones puede hasta cierto punto relajarse públicamente y con el beneplácito social. En ellas puede hallar el individuo la oportunidad de sentir emociones placenteras de mediana fuerza sin peligro para él y sin peligro ni compromiso constante para los otros, mientras que en otras esferas de la vida, las actividades acompañadas de efectos poderosos y profundos, o bien comprometen a la persona más allá del momento en el que se produjo la excitación de sus emociones, o bien la exponen a serios peligros y riesgos [...]. En las actividades recreativas, el respeto por uno mismo y, sobre todo, por la propia satisfacción emocional, en forma más o menos pública y al mismo tiempo aprobada socialmente, puede tener prioridad sobre todas las demás consideraciones” (p. 126).

<sup>9</sup> En su libro “Deporte y ocio en el proceso de civilización”, estos autores recuperan los estudios aristotélicos del ocio para poner en valor, como lo hacía el filósofo griego, la naturaleza curativa en el ser humano de las actividades recreativas.

Ya hemos anticipado algunos datos de las cifras económicas que el deporte practicado de manera activa o pasiva generan desde el punto de vista económico. El aumento del gasto familiar asociado a grandes acontecimientos deportivos o las audiencias millonarias de espectáculos como los Juegos Olímpicos, las finales de la Copa Mundial de la FIFA o de manera más localizada, la Super Bowl, nos mostraron la magnitud económica del deporte.

Siendo importante el consumo de deporte como parte del tiempo de ocio de las personas, el deporte en su versión práctica aumenta sus cifras en los últimos años. Cada vez son más altas las cifras de población que realiza deporte, y con más frecuencia. En el año 2015, según la Encuesta de Hábitos Deportivos del Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España, el 46% de los encuestados practicaba deporte, frente al 37% del año 2010 (p. 147). Y además, cada vez se practica más deporte por libre, sin adscripción a club o federación deportiva, hasta llegar a un porcentaje de tres de cada cuatro deportistas haciendo deporte por cuenta propia (el 16,1% de las personas que practican deporte tienen una licencia deportiva en vigor). El porcentaje de personas que realizan deporte en el entorno escolar o laboral sigue siendo poco significativo, no llegando al 2% el porcentaje de quienes practican deporte en su centro de trabajo.

Y mientras el consumo de práctica deportiva aumenta en términos globales, el deporte espectáculo en España trata de mantener su atractivo como opción para los ciudadanos en su tiempo libre. A modo de ejemplo, los estadios de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) en España sufrieron durante los últimos años un descenso en la asistencia de espectadores, descenso en el inicio de la temporada 2014/2015 trataba de remontar, con un éxito del aumento del 4,4% de espectadores como media para los partidos del Campeonato Nacional de Liga en Primera y Segunda División. En situación similar se encuentra, como veremos en el tercer capítulo, el tiempo de ocio que destinan las personas a “consumir” deporte a través de los medios de comunicación en todas sus versiones. Mientras ese tiempo aumenta, las cifras

de venta de los diarios tradicionales se estancan, cuando no decrecen, en una tendencia preocupante para el sector. Como explican García Ferrando y Durán González (2009):

“Con ser importante la participación de los medios de comunicación en la economía del deporte, no deja de ser sólo una parte del intrincado complejo negocio que es en la actualidad el deporte. La financiación del deporte proviene de diversas fuentes, entre las que se pueden citar los participantes y los consumidores, el Estado, las instituciones escolares y educativas, las corporaciones públicas locales y regionales, fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro, y una gran variedad de empresas privadas” (p. 229).

El ocio, en nuestro país, ocupa protagonismo con el deporte en la Constitución de 1978 (“las autoridades facilitarán la adecuada utilización del ocio”). Yendo más allá, como defiende García Ferrando (2010), se ha convertido en nuestra sociedad actual en una necesidad que satisfacer una vez que han sido cubiertas las básicas, y en “un hecho político” (p. 31). Parte del ocio lo emplea el ciudadano en el deporte, en todas sus manifestaciones, y en el otro lado de la balanza económica, quienes detectan la magnitud de esas necesidades, tratan de satisfacerlas y hacen de esa actividad su modo de vida. Lo que para los privados es el negocio, para el poder público es obligación, y así se configura una actividad económica de magnitudes considerables en nuestra sociedad del siglo XXI.

### 3. LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y EL DEPORTE

En un posterior repaso histórico por la legislación de base sobre el deporte comprobaremos cómo el deporte moderno nació de la iniciativa privada pero pronto se asoció con el poder público en un pacto de interés mutuo, a priori, para ambos. El asociacionismo deportivo privado necesitaba de las estructuras públicas, y los dirigentes políticos detectaron la potencialidad del deporte para empatizar con la ciudadanía, y para la promoción del propio ideario político particular o general. Es por ello que, en este punto es de interés establecer de manera concreta algunos ejemplos de esos nexos de unión, esos escenarios de entendimiento entre el deporte y la política, para ver si lo público y lo privado tienen su propia senda con estos dos protagonistas en escena, o hay un camino común y entrelazado.

#### **Una conceptualización de lo público y lo privado**

Si nos ceñimos a la realidad española del deporte, ya hemos comprobado a lo largo de nuestra investigación que no es fácil poner una línea que marque la frontera entre lo público y lo privado. Un ejemplo claro y concreto lo tenemos en las instalaciones deportivas de nuestro país. Según el CSD, el 65,5% de las 79.059 instalaciones censadas en el año 2005 eran propiedad del sector público, frente al 60% del censo de 1997. El mismo organismo público ofrece datos de una realidad: sólo dos de cada diez consultados realiza práctica deportiva en instalaciones o gimnasios privados, frente a la mayoría, que usa las instalaciones o lugares públicos como los parques, las calles o el campo (Consejo Superior de Deportes, 2010).

Sin ir más lejos, un repaso por la titularidad de los estadios de fútbol de clubes que participan en la Liga de Fútbol Profesional, en Primera y Segunda División, nos ofrece el resultado de que la mayoría de esos estadios, que explotan casi en régimen de exclusividad clubes que son entidades privadas, son propiedad de la administración pública, bien porque esta tuvo la iniciativa de construirlos, bien porque, dadas las deudas contraídas por los clubes en los

años ochenta y noventa del siglo pasado, no quedó más opción que una compra de los terrenos por los gobiernos municipales o regionales que aliviara las cuentas de los clubes y las inquietudes de sus aficionados.

**Tabla 2. Titularidad de los estadios deportivos de los equipos de fútbol de Primera y Segunda División en España (temporada 2014/2015)**

CLUB	NOMBRE RECINTO	TITULARIDAD
UD Almería	Juegos del Mediterráneo	Público (Ayuntamiento de Almería)
Athletic Club	San Mamés	Público/Privado (Club, Ayuntamiento, BBK, Diputación, Gobierno Foral)
Atlético de Madrid	Vicente Calderón	Privado
RC Celta de Vigo	Estadio de Balaídos	Público
Córdoba CF	El Arcángel	Público (Ayuntamiento de Córdoba)
Deportivo de la Coruña	Riazor	Público (Ayuntamiento de A Coruña)
SD Eibar	Ipurúa	Público (Ayuntamiento de Eibar)
Elche CF	Martínez Valero	Privado (confirmar)
RCD Espanyol	Cornellá-El Prat	Privado
FC Barcelona	Camp Nou	Privado
Getafe CF	Coliseum	Público (confirmar)
Granada CF	Los Cármenes	Público (Ayuntamiento de Granada)
Levante UD	Ciutat de Valencia	
Málaga CF	La Rosaleda	Público (Ayuntamiento, Diputación y Junta)
Real Madrid CF	Santiago Bernabéu	Privado
Real Sociedad	Anoeta	Público (Ayuntamiento de San Sebastián)
Rayo Vallecano	Estadio de Vallecas	Público (Ayuntamiento de Madrid)
Sevilla FC	Ramón Sánchez Pizjuán	Privado
Valencia CF	Mestalla	Privado
Villarreal FC	El Madrigal	Público (Ayuntamiento de Villarreal)
Deportivo Alavés	Mendizorroza	Público (Ayuntamiento de Vitoria)
Albacete Balompié	Carlos Belmonte	Público (Ayuntamiento de Albacete)
AD Alcorcón	Estadio Municipal Santo Domingo	Público (Ayuntamiento de Alcorcón)
Girona CF	Montilivi	Público (Ayuntamiento de Girona)
UD Las Palmas	Estadio de Gran Canaria	Público (Cabildo Gran Canaria)
CD Leganés	Estadio Municipal Butarque	Público (Ayuntamiento de Leganés)
UE Llagostera	Camp D'Esports	Público (Ayuntamiento de Llagostera)
CD Lugo	Ángel Carro	Público (Xunta Galicia)

RCD Mallorca	Son Moix	Público (Ayuntamiento de Palma de Mallorca)
Mirándes	Estadio Municipal Anduva	Público (Ayuntamiento Miranda de Ebro)
CD Numancia	Los Pajaritos	Público (Ayuntamiento de Soria)
CA Osasuna	El Sadar	Público (Gobierno de Navarra)
Ponferradina	El Toralín	Público (Ayuntamiento de Ponferrada)
Real Betis Balompié	Benito Villamarín	Privado
Racing Santander	El Sardinero	Público (Ayuntamiento de Santander)
Recreativo Hueva	Nuevo Colombino	Público (Ayuntamiento de Huelva)
Sabadell	Nova Creu Alta	Público (Ayuntamiento de Sabadell)
Sporting Gijón	El Molinón	Público (Ayuntamiento de Gijón)
CD Tenerife	Heliodoro Rodríguez López	Público (Cabildo Insular de Tenerife)
Real Valladolid	José Zorrilla	Público (Ayuntamiento de Valladolid)
Real Zaragoza	La Romareda	Público (Ayuntamiento de Zaragoza)

\*No se incluye el FC Barcelona B, que militó en Segunda División durante la temporada 2014/2015, por ser filial del FC Barcelona. Datos consultados en las páginas oficiales de los clubes o de las instituciones públicas de cada ciudad.

A nivel continental, los datos son parecidos, puesto que sólo el 24% de los equipos que participaron en competiciones de UEFA en el año 2011 tenían estados deportivos de su propiedad (55). El 53% de los estadios en los que se jugaron partidos europeos eran de propiedad municipal o estatal (124 estadios). En el caso de las instalaciones de entrenamiento y trabajo, los porcentajes se movían en los mismos rangos puesto que sólo uno de cada tres clubes, de los 232 censados, poseía en propiedad sus campos de entrenamiento diario cuya titularidad corresponde a organismos públicos en casi la mitad de los casos.

Nos resulta de interés en este punto realizar un acercamiento al análisis conceptual de lo público y lo privado, para entenderlos en relación con el deporte, puesto que en el segundo capítulo de nuestro trabajo será necesario tener claros ambos conceptos a la hora de abordar las implicaciones jurídicas en ambas esferas, en relación con el derecho a la información y el deporte. Y más aún teniendo en cuenta que existe un espacio común que pactan lo privado y lo público en relación con lo deportivo y que no es más que ejemplo de una tendencia social generalizada, en la que el Estado no monopoliza el

interés público pero la sociedad en abstracto, tampoco (Bresser y Cunill, 1998, p. 30). Este pacto no es ajeno a pulsos. Lipovetsky (1993) analiza ambos espacios en lo que él llama “la era posmoderna” y resalta como carácter de esta “una nueva cultura individualista”, donde la persona hace deporte:

“Ante todo para uno mismo, para estar en forma y por la salud, para superarse, para progresar a título personal, por placer [...]. El deporte sale de los lugares convencionales y funcionales –estadios, clubes, salones- y la ciudad misma se transforma en lugar de prácticas deportivas: el *jogger*, el *roller*, el *skater* se apropian de las banquetas y adaptan la ciudad en beneficio de sus prácticas individualistas” (p. 4)

Une el apego a lo individual con la tendencia al desapego de las creencias colectivas intensas, como la religión o las ideologías. Y por eso entiende Lipovetsky que el fenómeno asociativo cobra fuerza: los lazos que reclama la asociación deportiva no implican un compromiso pleno, se generan más por placer que por obligación (p. 7). Cercano al individualismo están ideas desarrolladas por Keane (1997) en la interpretación de los textos de Habermas, cuando habla del “egoísmo moral” de una sociedad en la que se invierte demasiado tiempo en el trabajo y poco en la discusión sobre los asuntos públicos. Keane, cuando escribe sobre las transformaciones de la esfera pública, destaca teorías que apuntan a los medios de comunicación como foros en los que se produce esa discusión de los temas de interés para la sociedad, algo que no valora como positivo el autor (p. 49).

En todo caso, ese individualismo extremo colisiona con otra realidad, y es que el deporte puede ser en muchos de los casos, deporte social. El individuo practica en solitario, en el escenario en que hoy en día se ha transformado la ciudad. Lo hace por placer, por superación personal. Pero tiende cada día más a compartir los retos, las marcas e hitos conseguidos con quienes forman parte de su entorno. Más aún teniendo en cuenta que si entendemos lo público por lo que ocurre en la plaza, donde se deciden los asuntos de todos, hoy es global, se proyecta al mundo entero.

Garzón, citado por Lifante Vidal (2007), nos regala una clara diferenciación entre lo íntimo, lo privado y lo público. Así, lo íntimo, en lo que no es justificable una intervención de terceros, lo enlaza al escenario privado y la ausencia de relevancia social. A partir de ahí:

“El ámbito de lo ‘privado’ podría ser aquel que englobaría lo que hacemos en un escenario público (la calle, un bar...) pero que no tiene relevancia social, y por tanto, no debería ser legítima su divulgación, por mucho que sea realizado en un espacio de libre accesibilidad. Y por último tendríamos el ámbito de lo público, aquello que ha de estar expuesto a la libre accesibilidad de las personas en sociedad, que sería el ámbito de aquellos actos que –realizados bien en espacios públicos, bien en espacios privados- poseen relevancia social legítima” (p. 132).

También parece superado el planteamiento en el que lo público se correspondía con lo estatal mientras que, en sentido económico, lo privado se correspondía con el mercado. De hecho, se configura un espacio intermedio entre ambos, estado y mercado, el de lo público no estatal del que hablan Bresser Pereira y Cunill Grau (1998), “que se vincula a la atribución por parte de la sociedad de una responsabilidad en la satisfacción de necesidades colectivas, mostrando que tampoco en este campo el Estado y el mercado son las únicas opciones válidas” (p. 36). La diferencia entre lo privado y lo público no estatal es que este último se establece con el objetivo de atender a fines sociales, no al interés o lucro personales, y tiene como efectos una pluralización de la oferta de servicios sociales, una flexibilización de la gestión social y el mayor grado de responsabilidad por parte de los participantes en la organización (p. 16). Y aquí es donde encuentran su sitio organizaciones sin ánimo de lucro: son instituciones que cumplen funciones públicas delegadas, como las federaciones deportivas en el caso español, figuras asociativas que gozan de ventajas legales por su objeto social.

Siguiendo semejante idea, Keane cita a Fiske (p. 60) cuando habla de “microesferas públicas” que sustituyen a los antiguos cafés, juntas municipales

o círculos literarios, pero que cumplen su función como lugar de debate de los ciudadanos sobre los asuntos que le competen. Es el lugar donde se asientan los movimientos sociales, con la particularidad de ser invisibles a ojos de la globalidad, según el autor, y se completan con las mesoesferas y las macroesferas públicas. Tras su estudio de la esfera pública, concluye que:

“No están ‘alojadas’ exclusivamente en los medios de comunicación de servicio público dependientes del Estado, como tampoco (contrariamente a Habermas) están de alguna manera ligadas, *per definitionem*, a esa estrecha zona de la vida social ceñida entre el mundo del poder y el dinero (Estado/economía) y las agrupaciones pre políticas de la sociedad civil” (p. 69).

Y propone un modelo de sociedad democrática sana como aquella en la que:

“Diversos tipos de esferas públicas se desarrollan, sin que ninguna de ellas detente el monopolio en las disputas públicas sobre la distribución del poder. Por el contrario, un régimen dominado por talk shows o por la transmisión de eventos espectaculares comprometería la integridad de sus ciudadanos” (p. 72).

Así las cosas, y dando por bueno lo que Keane entiende como una tendencia de nuestra sociedad global actual, ¿puede el deporte reclamar lo que Cazorla Prieto (1978) llama su “autonomía deportiva”?:

“Este es uno de los conceptos más escuchados en el lenguaje de las gentes del deporte. El deporte -se dice- debe gozar de autonomía para el mejor logro de sus auténticos intereses. Pero, ¿puede un fenómeno tan cercano a la política y tan de la mano del Estado como es el deportivo pretender una auténtica autonomía respecto del resto de los sectores políticos y sociales de la comunidad nacional? ¿A qué responde el reclamo de la autonomía del deporte? ¿Es algo justificado y posible a la luz de su importancia creciente en nuestra sociedad, o

más bien responde a intereses no del todo manifestables?” (pp. 208-209).

Tras la caída del Muro de Berlín en 1989 y el enfriamiento de los conflictos ideológicos del siglo XX, hay quien entiende que la politización del deporte ha cedido ante la explotación comercial del fenómeno, pero es una realidad que los sistemas deportivos crean moldes de vida en paralelo con las líneas de la organización socio-política de los países (el modelo de gestión privada, con matices, de los Estados Unidos frente a la concepción mixta privado-pública de España). Esa vía la intuía José María Cagigal (1975), en los albores del vigente periodo democrático español, cuando hablaba del “exhibicionismo político”:

“Las victorias deportivas de una nación se han convertido en síntomas de su progreso como país. Los políticos lo han descubierto [...]. El diálogo deportivo internacional es frente de prestigio. Pero como no se puede entablar un diálogo deportivo decoroso sin grandes campeones, surge la urgencia por cultivarlos. Y aparecen las fábricas y “cuadras” de campeones, subvencionados, segregados a una vida más o menos artificial, con todas sus consecuencias psicológicas y sociológicas. El campeonismo deportivo de nuestro tiempo está directamente alimentado por este poder político que se ha descubierto en el deporte” (p. 16).

Con o sin espacios físicos por medio, en estadios cerrados o en las calles de las ciudades, el diagrama de Venn que forman lo público y lo privado en el deporte se dibuja con una intersección real, como el día a día se encarga de confirmarnos con multitud de ejemplos.

## El deporte como instrumento para la propaganda

Muchos han sabido detectar y usar, con distintos fines y objetivos, las bondades del deporte como herramienta canalizadora de los sentimientos populares o para reforzar procesos políticos de distinto signo a través de variados entramados propagandísticos. La propaganda la define Toursinov (2012) como:

“La transmisión de una ideología (cualquiera) en una situación comunicativa concreta (debates políticos y religiosos, campañas proselitistas, artículos de opinión, etc.) por medio del discurso que, en función de su contexto e intencionalidad, llamamos discurso político o ideológico” (p. 1).

Afirmó Fullerton Gerould, citada por Young (1995) que “la propaganda es una buena palabra que ha tenido mala suerte” (p. 95). Por sí sola, debemos entenderla desprovista de matices negativos. Como explica Méndiz Noguero (2007), el término nace en el título de una bula del papa Gregorio XVI en 1622 que tenía por misión extender la fe católica en los territorios de ultramar (p. 53). Con el tiempo, el concepto deriva hacia la arena política hasta concretarse como un tipo de comunicación persuasiva cuya base son las ideas.

El rugby por la unión en la lucha contra el Apartheid en Sudáfrica, los Juegos Olímpicos para la Alemania de Hitler, el deporte estatalizado en la Rusia soviética y en la Cuba de Castro, o el fútbol en pleno mando de la Junta Militar de Videla en Argentina, son ejemplos más que analizados de cómo personajes políticos o regímenes de distinto signo han fomentado el deporte con fines propagandísticos.

Diferentes estudios y análisis han confrontado, en la arena ideológica del siglo XX, el deporte capitalista contra el deporte comunista (Cazorla Prieto, Deporte y Estado, 1979). Más allá, usando la expresión de Karl Marx, se ha caracterizado al deporte como “el opio del pueblo” que contribuye a adormilar y pacificar su descontento en cuanto que clase trabajadora inmersa sin salida en una sociedad industrializada y mecanizada. Es en el estadio deportivo donde el

ciudadano, sin conciencia crítica, y minusvalorado en estos planteamientos, recibe “pan y circo”, o “pan y fútbol”, en la versión más actual del famoso comentario de Juvenal.

En la cara amable del deporte, ser espacios de acercamiento y concordia internacional es una de las aspiraciones del olimpismo moderno. Y sin embargo, los Juegos Olímpicos han sido escenario de enfrentamientos políticos y reivindicaciones sociales: México 1968 y el *Black Power* o los atentados de Munich en 1972 son dos ejemplos, como lo es, fuera del arco olímpico, el enfriamiento de las relaciones entre China y Estados Unidos a través de la conocida como diplomacia del *ping pong*. El régimen comunista cubano transformó sus victorias en el terreno deportivo en grandes éxitos frente al llamado imperialismo norteamericano. Y cuando, recientemente, se ha iniciado el histórico acercamiento entre ambos países, ha sido el deporte vía principal a la hora de acometer tareas de “deshielo” para alegría de la ciudadanía. El club de fútbol Cosmos de Nueva York visitó el 2 de junio de 2015 la isla para disputar un amistoso ante la selección del país meses después de que se retomaran las relaciones diplomáticas entre ambos territorios.

González Calleja (2004) recuerda que, por esa instrumentalización con fines partidistas, el Barón de Coubertin era contrario a incluir deportes de equipo en los Juegos Olímpicos:

“Porque temía los efectos de la excitación patriótica en la lucha de dos selecciones nacionales. Así sucedió, por ejemplo, en Melbourne en 1956 en el sangriento partido de waterpolo librado entre las selecciones de Hungría y la URSS pocos meses después de la revolución de Budapest, “la guerra del fútbol” librada en julio de 1969 entre Honduras y El Salvador tras un partido de calificación para el mundial que éste último país ganó por 3-0, o la famosa final de jockey sobre hielo entre Estados Unidos y la URSS en los Juegos de Invierno de Lake Placid de 1980” (p. 103).

La FIFA intenta promover un acercamiento deportivo entre palestinos e israelíes con un programa de trabajo que integran los representantes de las federaciones de ambos desde el año 2013. El fútbol expresó la rivalidad entre comunidades religiosas en Escocia, donde en la misma ciudad, y hasta que lo económico pudo con uno de los dos clubes, pugnaron en los terrenos de juego el Celtic de Glasgow, el equipo de los católicos, y el Glasgow Rangers, equipo de los protestantes.

Y en una versión más actual y a priori menos cargada de ideología política partidista, tenemos reciente el ejemplo de la potenciación de la “Marca España”<sup>10</sup> a través del deporte y, específicamente, a través de los éxitos deportivos de la Selección Española de Fútbol en la primera década del siglo XXI.

El deporte también ha dotado de herramientas de comunicación política personal a aquellos que desempeñan labores públicas. Ha sido recurso fácil de los altos mandatarios de distintos países presentarse ante la opinión pública como buenos deportistas practicantes. En todo caso, no es objeto ni intención de este trabajo juzgar la intencionalidad de quienes se acercan al deporte con fines partidistas o personales, en relación con su actividad pública. Sí lo es, sin embargo, marcar hasta donde llega esa iniciativa política respecto al deporte.

### **La iniciativa administrativa en España**

¿Hasta dónde llega la acción decidida y consciente del poder político en relación con el deporte? ¿Se limita la administración pública a legislar y subvencionar y construir instalaciones deportivas, o va su papel y su misión más allá de las leyes y el dinero a fondo perdido, en muchos casos?

---

<sup>10</sup> “Marca España” es un Alto Comisionado del Gobierno de España creado por el Real Decreto de 998/2012 cuyo fin es “la planificación, el impulso y la gestión coordinada de las actuaciones de todos los organismos públicos y privados encaminadas a la promoción de la imagen de España” (de su página web oficial [www.marcaespana.es](http://www.marcaespana.es), consultada el 8 de enero de 2015)

Echando la vista atrás en la búsqueda de ejemplos concretos, el uso que hacía del deporte el régimen de Franco ya se intuye en el análisis de la legislación de la época, donde se refleja cómo ésta promovió la “publicación” del deporte y de las instituciones deportivas. Shaw (1987) ha diseccionado los distintos usos que el poder político ha querido dar al deporte ya desde antes del franquismo: como catalizador de reivindicaciones nacionalistas o regionalistas, como animador del pueblo, como arma de lucha frente a regímenes políticos contrarios y como exportador al mundo de las bondades del país. Destaca Shaw, en contraposición con la importancia que se le daba a los éxitos deportivos, la escasa gestión pública de la práctica deportiva:

“El rasgo más significativo del deporte español en el periodo franquista, pues, era el contraste entre la enorme popularidad del fútbol como deporte de públicos masivos y la pobre situación de la infraestructura deportiva” (p. 29).

Shaw pone en paralelo la capacidad del régimen para gritar con altavoces los éxitos del deporte español (el fútbol con el Real Madrid CF o el tenis con Manuel Santana, por poner dos ejemplos), con la necesidad de los jóvenes de hacer deporte en las calles, sin apenas medios ni materiales para una práctica mínimamente correcta. Simón Sanjurjo (2012) ha analizado la utilización del cine en tanto en cuanto forma cultural de moda en la época del franquismo para poner en valor a los héroes de los que se apropió la dictadura. Nos ofrece el ejemplo de cómo a través de “Los ases buscan la paz” se quiso ensalzar la figura de Ladislao Kubala, deportista capaz de huir del comunismo de su país para triunfar en España con su club, y con la Selección Española de Fútbol.

De manera más reciente, y ya en democracia, el Ayuntamiento de Bilbao adelantaba la firma de un convenio de colaboración que en ese momento no estaba previsto para que el club de baloncesto Bilbao Basket, perteneciente a una de las ligas profesionales en España, pagara las nóminas de sus trabajadores:

“Es la segunda ocasión en la que las instituciones salvan el problema de liquidez acuciante del Bilbao Basket por el mismo método: la Diputación adelantó al club en abril 5,2 millones, el dinero de un convenio a tres años, aunque la mayor parte, 3,7 millones, no fue en metálico sino para abonar la deuda con Hacienda” (El Mundo, 2014).

La noticia daba luz a la justificación del Ayuntamiento de Bilbao en los siguientes términos: “El consistorio pretende así consolidar el proyecto deportivo de un club ‘arraigado en nuestra ciudad y que cuenta con un destacado apoyo social’”. Caso similar se producía en Sevilla, donde en julio de 2015 se organizaba una manifestación de seguidores del Baloncesto Sevilla, club con su futuro comprometido a causa de las deudas. La respuesta del alcalde de la ciudad fue: “Sevilla no se va a quedar sin baloncesto” (Diario As, 2015). Unos meses antes, otra noticia se leía en los teletipos de las agencias informativas: “Ayuntamiento y Valencia CF firman el acuerdo que salda las deudas del club” (Agencia EFE, 2015). Se daba cuenta del pacto de ambas entidades para recortar una deuda cifrada en más de veinte millones de euros: “Se trata del mejor acuerdo para los intereses tanto de la ciudad como del club”, afirmaba la por entonces alcaldesa de la ciudad valenciana.

Tiempo atrás, pasó por los tribunales el patrocinio deportivo del Ayuntamiento de Marbella al Club Atlético de Madrid. De la Plata Caballero (2010) recupera la Sentencia del Tribunal Supremo de 2002, en la que se juzgaba un presunto delito de prevaricación. En el texto se hablaba sobre la asignación de fondos públicos al patrocinio de una entidad deportiva privada sin “conocimiento del Pleno del Ayuntamiento ni del Interventor, careciendo de dotación presupuestaria específica que amparase los pagos que asumía, y sin previa formación de expediente alguno” (p. 185). El autor, en su estudio de las figuras del patrocinio y el mecenazgo deportivo, realiza un análisis de la incentivación de los mismos desde la administración pública, antes de repasar el carácter de los patrocinadores de los equipos de las principales ligas deportivas de España (pp. 187-192), y proponer distintos modos de patrocinio

público: la financiación directa, el trasvase de fondos públicos a entidades deportivas y el fomento financiero, con medidas fiscales que aporten beneficio al deporte y que suponen una ausencia de ingreso de fondos hacia la administración (p. 194).

Yendo más allá, la Formula 1, y la implicación del gobierno de la Comunidad Valenciana en la organización de grandes premios en un circuito urbano por la ciudad de Valencia forman parte de las investigaciones de uno de los casos de presunta corrupción que los tribunales han tenido que abordar en los últimos años. En otro caso que está pendiente de valoración, la Unión Europea ha hecho públicas en varias ocasiones las etapas de la investigación que está llevando a cabo en relación con la presunta financiación pública irregular de determinados clubes de fútbol españoles: “A la Comisión le preocupa que estas medidas confieran ventajas significativas a los clubes beneficiarios, en detrimento de aquellos que deben funcionar sin esa ayuda” (Comisión Europea, 2013). A finales de octubre de 2015 veía la luz una información que publicaba el diario El País (2015), citando un informe de la Comisión en el que se apuntaba la posibilidad de que hubieran existido ayudas públicas al Real Madrid CF.

En relación con alguno de esos casos, Martínez Gutiérrez (2012) analiza varias operaciones urbanísticas en las que clubes y asociaciones deportivas han pactado con los gobiernos municipales el cambio de uso o la cesión de terrenos públicos para su explotación por parte de esos organismos privados. En tanto en cuanto no hay resoluciones firmes de los tribunales ni de las autoridades públicas europeas, no tenemos por qué dudar del beneficio de las operaciones para el común de la ciudadanía, pero como afirma este autor:

“Sería deseable que la ‘bendición social’ y ciudadana de las operaciones urbanístico-deportivas en general fuera acompañada de rigor por parte de los poderes públicos en el ejercicio de sus funciones administrativas, pues gran parte de la problemática suscitada en estos

asuntos podría haberse solventado con mayor análisis jurídico y menor celeridad a la hora de culminar las operaciones” (pp. 187-188).

### **Las políticas deportivas en la actualidad**

Visto lo anterior, relegar a lo negativo o a un uso meramente propagandístico el papel de la política en el deporte sería quedarse a mitad de camino en una catalogación de sus relaciones. En España, la obligación del fomento del deporte es mandato constitucional y la legislación de desarrollo estatal ha sido completada con leyes del deporte en todas las comunidades autónomas, como intermediarias entre el Estado y la ciudadanía, a la que llega la obligación de fomento del deporte en un tercer paso, empezando por lo nacional y siguiendo por lo autonómico hasta pisar la arena en lo municipal.

En este punto es necesario constatar que la obligación constitucional que tuvieron y tienen los poderes públicos no obligaba a estos a hacerlo a través del camino elegido de sus leyes del deporte, delegando en las federaciones deportivas, o el Comité Olímpico Español, que son en ambos casos asociaciones privadas, a cambio de una subvención pública y el mayor o menor control estatal en función de las circunstancias políticas. Podían haber establecido otros mecanismos, cauces, vías e instituciones para cumplir con su mandato. En ese sentido, hay entornos en el que la práctica del deporte se asume como algo ajeno o accesorio. Más allá de la política educativa, de lo que marca el Estado o las Autonomías para las asignaturas de Educación Física en los centros escolares, no se atisba una acción decidida para el aumento de la práctica deportiva voluntaria (ajena a los planes de estudios) entre los escolares españoles. El deporte universitario en España tiene protagonismo secundario, en contraposición con otros casos como el de Estados Unidos o Canadá, donde el deporte en la Universidad no es solo materia de interés sino objeto económico de magnitudes de importancia. El Estudio Diagnóstico sobre el Deporte Universitario Española que realizó la Universidad de Cádiz (2011) con el aval del Consejo Superior de Deportes cifró en 206.991 el número de usuarios de las Unidades de Deportes de las

universidades encuestadas (51 universidades públicas y privadas españolas) sobre un total de 1.226.323 personas que componían la comunidad universitaria de las universidades que respondieron a la encuesta (pp. 422-428). Menos de dos personas de cada diez que forman la comunidad universitaria hacen deporte en su entorno.

Por otro lado, se constata en el estudio de los hábitos de práctica deportiva de la población que el entorno laboral es otro de esos lugares donde el deporte está casi olvidado, aún cuando está más que estudiado y reconocido que la práctica deportiva puede mejorar el rendimiento laboral al, por ejemplo, reducir los costes sanitarios y médicos de los trabajadores<sup>11</sup>.

Centro educativos y empresas podrían asumir, en nombre del Estado, el fomento del deporte. Son dos ejemplos de vías de explotación por parte de la iniciativa administrativa que podrían ofrecer frutos de interés. En cualquier caso, la acción pública en el fomento del deporte tiene buenos ejemplos, principalmente asociados a los entes locales. Escalera Reyes (2003) apunta como factor determinante del aumento de la práctica deportiva en la sociedad la acción de las administraciones públicas locales:

“Desde principios de los años ochenta han venido favoreciéndolo creciente y masivamente, instituyéndose concejalías del deporte, muchas veces compartidas con otras áreas como juventud, salud o servicios sociales. Se apoyaron actividades deportivas de amplia repercusión entre la población como maratones y carreras populares, *gymkhanas* urbanas, días de la bicicleta, que si bien constituyen elementos de animación y potenciación de la práctica deportiva, se ven fuertemente marcados por la financiación política, propagandística o comercial que adquieren estas manifestaciones” (p. 40).

<sup>11</sup> El Plan Integral para la Actividad Física y el Deporte del CSD recoge en uno de sus documentos diferentes estudios sobre la correlación entre el deporte practicado en el ámbito laboral y la mejora del rendimiento en el trabajo.

Se intuye además que, tras una crisis económica que ha obligado al rigor en la administración pública de los dineros de todos, esta aplicará criterios más estrictos y objetivos a la gestión del asunto deportivo en todas sus manifestaciones. La eficiencia en la administración y el rendimiento de las instalaciones construidas o el control del gasto de las entidades privadas subvencionadas son algunas de las vías que ya han marcado como prioritaria los gobiernos.

### **La concepción europea del deporte, limitada por sus competencias**

Europa fijó el deporte como asunto de trascendencia a máximo nivel en la revisión del Tratado que se firmó en Lisboa (2007), al incluir en su articulado el siguiente texto, que hablaba de que la Unión contribuirá a fomentar los aspectos europeos del deporte, teniendo en cuenta “sus características específicas [...], y su función social y educativa”, y encaminando su acción a:

“Desarrollar la dimensión europea del deporte, promoviendo la equidad y la apertura en las competiciones deportivas y la cooperación entre los organismos responsables del deporte, y protegiendo la integridad física y moral de los deportistas, especialmente de los más jóvenes” (art. 165).

Hasta entonces, las iniciativas de las instituciones europeas respecto del deporte habían dado lugar a la proliferación de comisiones, recomendaciones y conferencias de distinto tipo, pero no a una acción decidida de definición del fenómeno deportivo como estratégico desde sus múltiples caras a nivel global para todos los asociados.

Diez años antes de Lisboa, en uno de los anexos del Tratado de Amsterdam (1997), la Unión marcaba su idea sobre el valor múltiple del deporte:

“Declaración sobre el deporte. La Conferencia pone de relieve la importancia social del deporte, y en particular su función a la hora de forjar una identidad y de unir a las personas. Por consiguiente, la

Conferencia insta a los organismos de la Unión Europea a escuchar a las asociaciones deportivas cuando estén tratándose cuestiones importantes que afecten al deporte. A este respecto, debería prestarse una atención especial a las características específicas del deporte de aficionados” (Punto 29).

En los años siguientes, el Consejo de Niza (2000) aprobó una Decisión relativa a las características específicas del deporte y a su función social en Europa. La Decisión del Parlamento y el Consejo de Europa (2003) estableció el Año Europeo de la Educación a través del Deporte para 2004. Tras ese Año Europeo del Deporte, en 2006, se aprobó otra Declaración del Consejo que debía tenerse en cuenta a la hora de aplicar políticas comunes.

Y tras la inclusión en el Tratado de Lisboa, llegaron los documentos de referencia para los trabajos de la Unión en materia deportiva: el Libro Blanco del Deporte de 2007 y el Informe sobre la Dimensión Europea del Deporte que firmó el español Santiago Fisas, Parlamentario en el Consejo de Europa, y con el que mantuvimos una entrevista en relación con la visión actual del deporte en la Unión Europea.

La entrevista como técnica en el proceso de investigación ofrece interés en la medida en que permite la posibilidad de acercarnos a personajes y fuentes que han tenido mucho protagonismo en la discusión que nos lleva a realizar nuestro trabajo doctoral. Poder conocer de primera mano los puntos de vista sobre la validez de la acción europea en torno al deporte, los retos pendientes y las opciones que maneja en su trabajo para las próximas décadas, tiene un interés especial. Y más cuando el entrevistado incluye en su currículum la experiencia de haber dirigido políticas deportivas públicas tanto a nivel regional como nacional y, en la actualidad, continental.

Fisas fue Secretario de Estado para el Deporte del Gobierno de España entre 1998 y 1999 y Consejero de Cultura de la Comunidad de Madrid, con competencias en materia deportiva, entre 2003 y 2009. Vinculado al deporte en

su labor política, copreside desde diciembre de 2014 el Intergrupo sobre deporte creado en el Parlamento Europeo<sup>12</sup>. Durante la conversación, Fisas nos ayuda a entender las dificultades de la misión de Europa respecto del deporte:

“Cuando estaba elaborando el Informe, me di cuenta de que, en los temas genéricos de promoción del deporte femenino, o escolar, corresponde la facultad más a los Estados miembros, o incluso en el caso de España, a las Comunidades Autónomas, su promoción. Pero hay una tarea necesaria de coordinación que corresponde a la Unión Europea. El Informe no es legislativo, pero marca lo que el Parlamento piensa respecto del deporte. Ahora veremos que ocurre en la actualidad. A esta Comisión le gusta menos legislar que a la anterior. Personalmente estoy en contacto con quienes están trabajando sobre el deporte para ver si hay otro informe, que esta vez sí sería legislativo, o se va a trabajar sobre vertientes concretas del deporte y ver qué soluciones se dan [...]. Cuando elaboré el informe, tenía muy claro que había dos fronteras. Una es el principio de subsidiariedad. La UE no lo debe hacer todo, hay unos límites que son las competencias de los Estados miembros y, en este caso, de las comunidades autónomas. Y en segundo lugar, la autonomía del deporte. Ésta se tiene que estudiar de forma muy detenida. Tiene que haber una autonomía en la regulación propia del mundo deportivo, pero el deporte no puede estar fuera de las leyes europeas. Pueden haber excepciones, que hay que estudiar caso por caso. El deporte no es un mundo aparte que hace lo que quiere. Tiene una singularidad en muchas cosas, que hay que estudiar. Las excepciones tienen que ser puntuales y estudiadas caso por caso”.

En ese sentido, los textos europeos hablan de la necesidad, a la hora de fomentar el deporte, de “escuchar a las asociaciones”. Planteamos la duda a

---

<sup>12</sup> El Parlamento cifra en 15 millones los puestos de trabajo que genera el deporte a nivel europeo, así como en 407.000 millones de euros el valor añadido anual del sector deportivo.

Santiago Fisas de si la UE no hizo o hace por poner en marcha iniciativas ajenas al mundo federativo y asociativo del deporte:

“Se puede fomentar el deporte al margen de estas asociaciones, por ejemplo, el deporte de base en los colegios y otras asociaciones que promueven el deporte para todos y que tienen un papel relevante. El deporte no es sólo el deporte de competición, es algo más amplio. En el Parlamento Europeo se ha creado un intergrupo del deporte, del que soy copresidente. Y hay muchos temas que se quieren tocar: todo lo que afecta al deportista, el deporte escolar, el deporte como factor de integración... Que son temas que están al margen de las federaciones y de las estructuras oficiales del deporte [...]. También soy autor de un informe sobre los aspectos de la nutrición y la importancia de la buena alimentación en las escuelas para inculcar a los niños las normas de una correcta alimentación, al tiempo que unos hábitos de ejercicios físico. En estos tiempos han desaparecido prácticas como que los niños jugaran en la calle o fueran al colegio andando, y esa actividad física hay que suplirla en los colegios. No tiene que estar reglada, o sí, pero es algo importante. El problema que tenemos en la mayoría de los temas es que sólo podemos hacer recomendaciones, pero no tenemos una competencia directa para imponer nada. Hay gente que critica a la Unión Europea porque se mete en demasiadas cosas y sin embargo otros nos critican porque nos metemos en pocas. Tenemos que encontrar el término medio pero en este caso sólo podemos hacer recomendaciones”.

La Unión Europea habla en sus diferentes textos de un “modelo europeo del deporte”, que ponemos en contraposición durante esta entrevista con el llamado modelo estadounidense. Fisas avala las bondades del modelo continental de Europa, siempre contando con las estructuras pre establecidas por el deporte desde el punto de vista asociativo (el deporte existía mucho antes que la Unión). También se habla en los distintos documentos de la “solidaridad financiera” entre las diferentes versiones del deporte, el profesional

y el aficionado, o la importancia del deporte como factor de creación de una identidad europea. En ese sentido, Fisas reconoce que la elaboración del Informe sobre la Dimensión Europea del Deporte le costó “algún que otro disgusto”. Esa vocación europeísta choca con sentimientos nacionales muy arraigados en la historia del continente, y aún así el parlamentario europeo se muestra orgulloso de algunas iniciativas como la Semana Europea del deporte. Y a pesar de las dificultades, los trabajos para potenciar el fenómeno deportivo siguen su avance. Estas son algunas de las claves de Fisas:

“Por primera vez, el deporte figura en el nombre de un Comisario Europeo. Es una competencia que antes daban a quien se ocupaba de Cultura, pero ahora es una competencia clara, prueba del interés que hay en Europa. Debemos intentar resolver una serie de problemas como los ya citados: Fair Play financiero, las apuestas ilegales, el tema del dopaje que está ya analizado, la violencia en el deporte... No debemos olvidar, aunque sea a base de recomendaciones, el deporte y la salud, lo que puede suponer de ahorro para la sanidad, el deporte como vehículo de integración (ha dado pruebas el deporte de ser un vehículo de integración de la inmigración), el deporte para los mayores en los parques. La Unión Europea debería analizar las buenas prácticas que se están llevando a cabo en distintos lugares del continente y hacer unas recomendaciones en ese sentido. No tenemos posibilidad legal de actuar pero sí de demostrar un camino y aconsejar”.

Los retos que se marcan desde la vida política para con el mundo del deporte son muchos y variados, una vez que desde las instituciones se activen programas de acción futuros, y cuando se discute cada vez menos el papel de cada actor en el mundo del deporte. No parece incompatible que los poderes públicos aparezcan en primera línea cuando el deporte élite ofrece éxitos con una acción política que potencie las iniciativas de fomento de la práctica deportiva con criterios justos, rigurosos y objetivos y en una asociación equilibrada con la iniciativa privada en beneficio de los ciudadanos.

#### 4. EL DEPORTE, INSTRUMENTO SOCIAL

En los capítulos anteriores se han señalado algunas implicaciones del deporte en relación con su papel como agente socializador y cultural. Si aceptamos el concepto de “sociedad deportivizada” que usó García Ferrando (2008) será por lo inserto que está el deporte en nuestra cultura, en nuestro día a día, en nuestro crecimiento como personas y como parte de nuestro bienestar y en nuestras relaciones sociales. El deporte forma parte de la cultura del ser humano, contribuye a formar la personalidad en muchos sentidos.

En ese sentido, y siguiendo con una caracterización del fenómeno desde distintas aristas, veremos ahora cómo el deporte interactúa con distintas formas de expresión artística. Ya dimos cuenta del maridaje del cine y el deporte cuando la finalidad política era la principal motivación. En distintas épocas, el mano a mano con el deporte nos ha dejado obras maestras de la historia del cine como *Evasión* o *Victoria*, *Carros de Fuego*, *Invictus* o *Million Dólar Baby*<sup>13</sup>. Fútbol entre rehenes para removerse ante el captor, atletismo como carrera por vencer los prejuicios sociales o pasión por el boxeo a pesar de las barreras sociales que le tocan superar a la mujer son ejemplos de historias del deporte que se escribieron para la gran pantalla.

También hay en la literatura multitud de ficciones escritas alrededor del deporte<sup>14</sup>, como el deporte ha sido la temática escogida por pintores y escultores desde hace más de dos mil años. Los nombres de Mirón, con su lanzador de disco, o más cercanos en el tiempo Monet, Renoir, Delaunay están asociados a obras que recogen bellas escenas deportivas. Queda para el recuerdo la unión de ambas, por ejemplo, en los carteles promocionales de cada una de las sedes del Campeonato del Mundo de fútbol celebrado en

---

<sup>13</sup> *Evasión* o *Victoria* fue dirigida por John Houston en 1981. También del mismo año, *Carros de Fuego* la dirigió Hugh Hudson, y consiguió el Óscar a la Mejor Película. Ésta fue parodiada treinta y un años después en la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. La obra de Clint Eastwood *Million Dólar Baby* (2004) también se llevó el Óscar a Mejor Película, y el actor, el premio a Mejor Director.

<sup>14</sup> El artículo titulado “El deporte como fenómeno cultural en la literatura española” (Maximiliano Trapero, 1980) hace un interesante viaje por la historia de escritos que, de una o otra manera, tienen en el deporte su tema principal o recurrente, desde los clásicos al Quijote, pasando por los Once cuentos de fútbol de Cela hasta llegar a los contemporáneos.

España en 1982. Autores como Joan Miró, Eduardo Chillida o Antonio Tapiès firmaron las imágenes promocionales de las ciudades para el torneo. La arquitectura también nos daría para escribir un capítulo aparte con la evolución de las instalaciones deportivas desde los ancestros hasta nuestros días.

En el lado opuesto, mucho se habla y se escribe, incluso se legisla en la actualidad sobre la violencia en el deporte. En el empeño por ser estrictos en este trabajo doctoral, pasaremos de puntilla por este asunto, puesto que esa violencia socialmente rechazada es mayoritariamente violencia de grupos de personas que se asocian al deporte generalmente como espectadores en las gradas de los estadios, y que, como ya hemos resaltado en varias ocasiones, presencian deporte pero no hacen deporte. Usan el deporte como bufanda con la que taparse la cara para perpetrar actos delictivos y salir impunes. El deporte toma medidas desde siempre por expulsarlos de la vida diaria de los espectáculos, y con ese fin están unidas las autoridades públicas y los promotores privados, intentando actualizar las políticas preventivas para erradicar esta lacra social. Hoy en día parecen minimizados los episodios violentos en los recintos deportivos, si bien es cierto que los radicales siguen aprovechando su oportunidad cuando pueden más en otros lugares del mundo que en Europa, y también en nuestro entorno más cercano siguen dándose ejemplos de sucesos lamentables<sup>15</sup>.

En las perversiones del deporte están la violencia en los espectáculos deportivos o el fenómeno del dopaje, que citamos aquí no tanto por su finalidad competitiva, sino por cuanto supone la utilización de medios artificiales para potenciar las cualidades corporales atenta contra la salud de quien se dopa, más allá de la búsqueda de resultados.

---

<sup>15</sup> En España, el año 2014 nos dejó un episodio de enfrentamiento callejero entre bandas que se distinguían por su apoyo al Deportivo de la Coruña y al Atlético de Madrid de fútbol y que terminó con la muerte de una persona perteneciente a uno de los bandos, después de que los contrarios lo arrojaran al río Manzanares. Otro ejemplo de violencia en el deporte nos llegó desde Egipto, donde el 7 de febrero de 2015 murieron treinta aficionados jóvenes pertenecientes a un grupo radical de la capital antes de un partido de liga de su primera división de fútbol.

## El deporte es salud

A día de hoy, y desde el “mens sana in corpore sano” de común aceptación ya en la Grecia y la Roma clásicas, la percepción social es que el título del epígrafe no tiene discusión. Sin embargo, la cuestión no es pacífica entre quienes han analizado de forma científica el asunto. Un informe del Consejo Superior de Deportes (1996) elaborado sobre la base de diferentes estudios médicos puso en cuestión la objetividad de tal convicción social (en la medida en que no hay certezas científicas de muchas de ellas). Aún así, recomendaba atender esa percepción social, en relación con las políticas deportivas que deben llevar a cabo las administraciones públicas:

“Antes de decidir tal o cual medida, convendrá, por tanto, tener en cuenta ciertas percepciones subjetivas que, sin estar científicamente demostradas, no reflejan elementos menos reales y plantearse si es posible que se equivocan o mientan tantas personas cuando afirman, como lo ponen de manifiesto numerosos sondeos, que se sienten mejor física, moral y socialmente desde que practican con regularidad una actividad física recreativa para distraerse. Precisamente, esos beneficios subjetivos y las sensaciones vividas les empujan a continuar” (p. 26).

Es una realidad el aumento de la práctica deportiva entre las personas mayores, un fenómeno particular de los últimos tiempos. De igual manera, las políticas públicas en relación con la infancia y la juventud utilizan la práctica deportiva como herramienta complementaria de otras (los hábitos saludables de alimentación) para prevenir tendencias de nuestro tiempo como son el sedentarismo, o la obesidad detectada en niños y cómo esta influye de manera negativa en su salud a lo largo de sus vidas. En esa línea, y de manera contraria a quienes no certifican la validez de los beneficios del deporte en la salud, Ramírez, Vinaccia y Suárez (2004) recopilan estudios sobre los beneficios de la práctica deportiva como forma de prevención en caso de determinadas patologías o trastornos como son el estrés, la ansiedad o la depresión, como vía para el aumento de la autoestima, en la mejoría de “los

procesos cognitivos que tienen su origen en el cerebro” (p. 69) o en los tratamientos de drogodependencia. Incluso, de manera puntual, se utilizan los recuerdos asociados al deporte, al fútbol, para trabajar con la memoria de enfermos de alzheimer<sup>16</sup>.

En la cara quizá más oculta del deporte, los excesos de la práctica deportiva están llevando a ponderar cada vez más el cuidado en la educación de los jóvenes, que caen en situaciones de abuso o adicción al deporte, quizá como consecuencia de una interpretación errónea de las bondades de la práctica.

### **El deporte es herramienta educativa**

En íntima relación con la salud, y sumando a lo ya citado anteriormente en relación con la actividad educativa en los niños y los jóvenes, diferentes estudios avalan los beneficios de la actividad física y el deporte en cuanto que potencian las capacidades de concentración y la apertura a nuevos procesos de aprendizaje. Calzada Arija (2004) señala la necesidad de orientar la actividad física de manera que los estudiantes adquieran habilidades y destrezas varias, y conozcan diferencias disciplinas deportivas, sin desterrar la competición, pero sin clonar los vicios del deporte de élite (pp. 46-47). Gutiérrez Sanmartín (2004) destaca la importancia del deporte en la formación integral de las personas desde su nacimiento y pasando por todas las etapas de su vida (pp. 106-107).

Consideramos ya superada la discusión respecto de si la actividad física y el deporte deben o no figurar en los programas de estudio de los alumnos desde sus primeros pasos. Sin embargo, acertar con la planificación de los mismos y la orientación del deporte en el proceso educativo no es fácil. La preocupación por canalizar las pasiones deportivas de los jóvenes ha llevado a analizar el papel de los profesores, los entrenadores y los padres en relación

---

<sup>16</sup> El portal de noticias digital Yahoo publicaba el 21 de septiembre de 2015 la información “El fútbol como terapia contra el alzheimer”, en el que daba cuenta de los trabajos de la Universidad Autónoma de Barcelona y su Fundación Salud y Envejecimiento con el fin de despertar los recuerdos de los enfermos usando reportajes sobre distintos episodios en la historia del fútbol español.

con la educación deportiva de los menores. Y todo ello porque la ambición de la competición ha generado excesos que podrían ser asumibles cuando de la actividad personal de los adultos se trata, o más aún si del deporte profesional hablamos, pero no así cuando están inmersos niños y jóvenes. Entre esos excesos apuntan Cruz Feliú, Boixados Anglès, Torregrosa Álvarez y Mimbrero Palop (1996) la conducta de los entrenadores orientadas al éxito como valor supremo, la pasión fanática de padres y espectadores en el deporte infantil, el deficiente sistema de sanciones para las infracciones, o el aumento de las recompensas y los premios en el deporte infantil. Estos autores, citando a Lombardo (1982), apuntan a:

“La existencia de una tendencia clara en los entrenadores de niños a imitar los sistemas de entrenamiento y a copiar los objetivos del deporte profesional. Esta realidad propicia que los jugadores van adquiriendo progresivamente una actitud cada vez más profesional, caracterizada por conceder una mayor importancia a la victoria, un menor interés por la diversión y una mayor permisividad ante el juego duro” (p. 127).

Durán González (2006) pide que los profesores encuentren en su maestría un equilibrio a la hora de enseñar valores y técnica deportiva con el fin de “superar como objetivo prioritario el rendimiento, la competición, los logros o el detectar talentos” (p. 17). En ese sentido, señala a los medios de comunicación como valedores de un modelo de deporte “selectivo y excluyente” (p. 15).

En el proceso educativo, las experiencias de la derrota y la victoria deben moderarse en un trabajo que no parece fácil. Se trata de encontrar un equilibrio entre el aprendizaje de valores y la adquisición de hábitos positivos en el desarrollo de la personalidad y el disfrute del éxito deportivo. No se trata de minusvalorar el éxito, sino ponerlo en valor en una balanza que también fomenta la importancia de superar la derrota. Rubio (2005) lo explica citando a Cagigal cuando afirma que:

“Superar la derrota representa un enriquecimiento personal. En una personalidad preparada, esta antítesis infunde nuevas energías, descubre habilidades imprevistas, abre horizontes, genera una reorganización de los mecanismos y enriquece las diferencias a partir de las que se fortalece la personalidad” (p. 7).

El “olvido de los perdedores” del que habla Rubio viene de la exaltación en nuestra sociedad de valores como la competitividad y el éxito, que lleva a que, en una prueba deportiva, quien consigue la plata o el bronce, tenga sensación de derrota. Salvo que el deporte se entienda como:

“Un productor de autoestima, aunque esto sólo ocurre si se transforma en un objeto de mérito. En otras palabras, el orgullo de los logros deportivos no reside solo en la victoria, sino en la percepción que tiene el atleta de sentirse entre los mejores” (p. 10).

En este sentido, el deporte de alta competición arrastra una responsabilidad en tanto en cuanto prioriza el valor de la victoria, por contraposición al deporte práctica o aficionado, que promueve otros valores. Igual ocurre cuando se habla de la responsabilidad de los distintos tipos de deporte en la educación integral de las personas. Al deporte profesional se le asocian la exaltación de la competitividad, la violencia, el dopaje, etc.

Y sin embargo, cuando los jóvenes se acercan a uno u otro deporte, en un alto porcentaje de los casos, lo hacen por una vocación de imitación de sus ídolos, por más que los estudios y encuestas que han preguntado a los niños y jóvenes sobre sus motivaciones ignoren la importancia de este aspecto<sup>17</sup>. Aunque el niño tenga claro que no practica deporte “para ser famoso”, hay una motivación de copia. Por ilustrarlo de un modo gráfico, y poco estudiado en la bibliografía analizada: el joven pide la camiseta de su equipo de fútbol y por lo general, con el nombre de su deportista favorito. Pocas veces sella en su

---

<sup>17</sup> Entre muchos, destacamos un estudio que analiza las motivaciones de los escolares europeos para hacer deporte (Fraile y De Diego, Revista Internacional de Sociología, Vol. LXIV, mayo-agosto, p. 85-109, 2006). Con base en las preguntas realizadas a los escolares, los autores minimizan como motivo para la práctica deportiva de los jóvenes el “deseo de ganar y ser famoso en el deporte”.

espalda el nombre de su entrenador, o de sus profesores, ni siquiera de sus amigos, padres o hermanos, aunque todos estos sean sus referentes educativos diarios y más cercanos. El deportista profesional es responsable de lo que ocurre en la práctica deportiva aficionada en la medida en que es modelo para quienes crecen en su disciplina, porque es fuente de buenos ejemplos para los más jóvenes, es un espejo de los valores positivos y negativos que transmite el deporte a la sociedad. Si el deportista-estrella es solidario, respetuoso, deportivo en la victoria y la derrota, mandará un mensaje distinto a si exalta primordialmente una vida dedicada al culto al cuerpo y a la ostentación del más alto, el más fuerte, más rápido, el más rico y el más musculado<sup>18</sup>.

El deporte profesional, el llamado deporte espectáculo, por estas y por muchas razones más que tratamos de exponer en esta tesis, no puede desentenderse del deporte aficionado, del deporte práctica, no es una isla sin puentes al resto de la sociedad en el siglo XXI. El educador tiene el reto de instalar el deporte en la cartera de valores estables del alumno, de manera que se consiga descender el abandono de la práctica deportiva entre los jóvenes y quienes llegan a la edad adulta, una tendencia muy notable observada en los estudios de hábitos deportivos de la población.

En esa tarea, es injusto e ineficaz dejar el papel protagonista único al profesorado, o a los padres en el ambiente familiar del niño. De nada sirve la labor de los maestros de escuela, o de los entrenadores en el equipo del barrio, si el mensaje en el hogar, a través de los medios de comunicación, o el que llega vía directa de los referentes profesionales (hoy día el trato entre la estrella deportiva y el aficionado tiende a ser directo a través de las redes sociales) es distinto y choca con las ideas clave de una política educativa en torno al deporte. Se trata de armar un “modelo ecológico” (Gutiérrez Sanmartín, 2004, p. 119) que sea eficaz en el objetivo de trasladar los valores positivos del deporte a la educación integral de las personas.

---

<sup>18</sup> El diario El País (2002) publicó un artículo titulado “Dopaje en el gimnasio” donde explicaba las prácticas cada vez más populares entre los jóvenes en relación con el uso de sustancias que contribuyen a mejorar el aspecto físico, y sobre las cuales la Comisión Europea mostraba su preocupación.

## **El deporte como vía de inserción social**

Siguiendo a Heinemann (2002), pondremos sobre la mesa su afirmación de que no hay evidencia científica de que el deporte fomente la integración social de los colectivos inmigrantes en sociedades receptoras. El alemán ha analizado en distintos trabajos cómo el deporte por sí solo no se ha demostrado canalizador de la integración total de las personas en nuevas culturas. Más al contrario, Heinemann pone sobre la mesa evidencias de percepciones culturales distintas respecto del hecho deportivo en una misma sociedad. Por otro lado, las políticas activas de uso del deporte para la inserción social de las personas requieren de esfuerzos inversores en recursos de todo tipo, y en la mayoría de los casos sólo los afrontan las administraciones públicas. La medición del éxito de dichas políticas no es tarea sencilla.

Por eso, en este epígrafe no hablaremos del valor del deporte como factor integrador, pero sí de los intentos desde el mundo del deporte por ayudar a que las personas que tienen que incluirse en un colectivo social distinto al que les ha tocado en suerte, o personas con dificultades por circunstancias personales diversas, tengan más facilidad a la hora de formar parte de su sociedad.

El deporte, como herramienta para que aquellos grupos que tienen problemas para seguir los ritmos y estándares de la sociedad, goza entre sus bondades la ya analizada de ser “universal”. Por ejemplo, como vía de intento de inserción de colectivos de inmigrantes no necesita de un proceso de asimilación por estos. Los códigos del deporte son conocidos del mismo modo por todos, y en ese sentido, se configura como una vía de fácil entendimiento entre personas con raíces culturales diferentes.

Es por ello que en el título de este epígrafe preferimos utilizar el concepto “inserción” o “inclusión” al de “integración”. Según Kenneth, De Moragas, Sagarzazu y Cerezuela (2006), la exclusión social es “un proceso

multidimensional que implica una combinación de factores que afectan a cierto grupos al margen de la sociedad” (p. 15). En su informe para el Consejo Superior de Deportes, los autores explican cómo la “integración” implica un intercambio de asimilaciones entre los colectivos de inmigrantes y la sociedad que los acoge. Integrar supone que la sociedad receptora valide como buenos rasgos culturales de los colectivos que llegan desde otras sociedades, y viceversa (hay pocos ejemplos de disciplinas deportivas de una sociedad, de una cultura, que se trasvasen a otra). El deporte es aprehendido fácilmente por quienes llegan a él: sus reglas son conocidas habitualmente más allá de fronteras y no requieren de cesión o asimilación por ninguna de las partes. Además, como también explica Heinemann (2002), el deporte no requiere del idioma como elemento importante para practicarse, abre su oferta a todos los grupos sociales, es campo de socialización, y “la competencia se basa en la igualdad y tiene como consecuencia final la desigualdad, pero este proceso suele ser distinto al que de hecho se produce dentro de la sociedad” (p. 24). Aún así, para que sea eficaz, el intercambio de culturas en una sociedad, en el plano deportivo, ha de ser de doble vía.

Molina (2010) habla de “interculturalidad”, cuando esa influencia entre dos culturas que se encuentran es recíproca. En el objetivo de perseguir ese enriquecimiento, el de una cultura que no es un modelo fijado sino vivo y cambiante, el deporte y el juego pueden desempeñar un papel importante, como productores de calidad de vida, tanto en la versión “práctica” como en la “espectáculo” (p. 170).

Así, el deporte como herramienta de inserción social nos deja varios ejemplos singulares: los Juegos Paralímpicos que organiza de forma paralela el Comité Olímpico Internacional (COI) junto a los Juegos Olímpicos son una de las manifestaciones más claras e institucionalizadas para que los discapacitados muestren al mundo, y a sí mismos, que las barreras que la vida les pone no son tan altas como pueden parecer. En esa línea, el deporte adaptado genera cada día ejemplos de la utilidad de la práctica deportiva para el bienestar de determinados colectivos.

En otro plano, el deporte es vía de las instituciones públicas como herramienta para la reinserción social de quienes cumplen condena en las cárceles españolas. Lejos de entenderlo simplemente como una forma de pasar el tiempo libre, la Secretaria General de Instituciones Penitenciarias del Ministerio del Interior del Gobierno de España desarrolla un programa deportivo en colaboración con distintos organismos privados y federaciones deportivas que busca la “reeducación y reinserción social” a través de la participación de los internos en actividades deportivas con carácter competitivo y/o formativo<sup>19</sup>. Superando las dificultades de la tarea, como explican Gómez y Pernas (2013), los programas ofertados “tienen como principal objetivo normalizar la convivencia de los presos, aliviando las tensiones que provoca el sistema carcelario, al tiempo que se procura atenuar las consecuencias negativas que el paso por la cárcel puede dejar en sus vidas” (p. 41). En ese objetivo, recuperan los autores una resolución del Congreso Mundial de la Educación (Berlín, 2006) donde se incluye el deporte y la actividad física entre los componentes de la educación en las cárceles (p. 42).

El deporte profesional no es ajeno a prácticas de lo que en el mundo de la empresa se denomina responsabilidad social corporativa. Un ejemplo de ello son la creación de escuelas deportivas en países en vías de desarrollo que han llevado a cabo clubes de élite de nuestro país, o desde otro ámbito, determinadas federaciones deportivas españolas.

---

<sup>19</sup> En su página web oficial la Secretaria General de Instituciones Penitenciarias habla de la importancia del deporte como “elemento clave en la preparación para su futura vuelta a la vida en libertad”.

## 5. ¿QUÉ ES EL DEPORTE PARA LOS CIUDADANOS?

Para redondear la forma al fenómeno deportivo en esta caracterización que estamos acometiendo desde distintos ángulos de interés es preceptivo pulsar la imagen que tiene el ciudadano del hecho en sí, más allá de los rasgos que hemos dibujado del deporte hasta el momento. Para ello, usamos como base los resultados que ofrece el Estudio nº 3029 de junio de 2014 del Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), organismo dependiente del Gobierno de España, y que mide mensualmente el estado de la llamada opinión pública a través de aproximadamente 2.500 encuestas.

Además, completamos la interpretación de cómo se comportan los ciudadanos respecto del deporte en su distintas formas con datos que nos ofrecen las Encuestas de Hábitos Deportivos realizadas por el Consejo Superior de Deportes en 2016 y anteriormente en 2010, esta última analizada por García Ferrando.

Algunos rasgos característicos del fenómeno deportivo, a raíz de los resultados que ofrecen estos trabajos, son:

1) En su tiempo libre, el ciudadano medio practica más que ve deportes, pero el deporte no es ni mucho menos su primera ocupación ya que actividades como estar con la familia o con los amigos, leer libros o revistas, navegar por internet o consultar redes sociales o escuchar música son opciones más frecuentes. Eso sí, cada vez se hace más deporte, destacando ya en 2010 como positivo García Ferrando (p. 53) la incorporación a la actividad física de las personas mayores. En las cifras de 2015, el 27% de las personas que se incluyeron en la encuesta mayores de 65 años realizan alguna actividad deportiva semanal (p. 149).

2) Aunque el interés por el deporte es alto, seis de cada diez encuestados reconocía en 2010 no asistir nunca a espectáculos deportivos, y de los que sí lo hicieron, la mitad compraron entradas para asistir a un partido de fútbol, siendo la asistencia a otros deportes como baloncesto, motociclismo,

automovilismo, tenis o atletismo residual en comparación con el balompié. En los datos actualizados de 2015, el 37,1% de la población encuestada había asistido a algún espectáculo deportivo (p. 163).

3) Entre quienes lo practican, la motivación principal para hacer deporte es estar en forma, como diversión o entretenimiento o por motivos de salud y para relajarse. El deporte como forma de relación social o practicado por afán de superación personal o competición es residual en porcentajes en la última encuesta.

4) El deporte más practicado por los encuestados es la gimnasia, seguida por la carrera a pie y por el ciclismo. El fútbol es el sexto deporte más practicado y su práctica ha caído en los últimos años en casi un punto porcentual, estando por delante otros deportes como la natación o la musculación y el culturismo. El otro deporte en el que existe competición profesional en España por ley, el baloncesto, está en las preferencias de los practicantes por detrás de otras disciplinas como el pádel, el atletismo u otras actividades físicas con música (p. 148).

5) Aunque el deporte no está entre los motivos de preocupación de los ciudadanos y estos parecen mantener una postura, como se citó durante este capítulo, de “suave compromiso” respecto del fenómeno, hay una identificación importante del común de la ciudadanía con el día a día del fenómeno como algo propio. De hecho, casi el 90% de los encuestados se sentía muy orgulloso o bastante orgulloso en 2010 cuando un deportista o una selección española realizaba una buena actuación en un campeonato deportivo.

6) Respecto de la información, el deporte ocupa un espacio destacado en el día a día de las personas según el Barómetro del CIS (2014), puesto que aunque los encuestados reconocen que tratan de estar informados con mayor interés de asuntos relacionados con la política, la salud o la medicina, al tiempo reconocen que el deporte es el área en el que se consideran mejor informados,

y el tercer tema de conversación con amigos o compañeros pegado a la política, la economía y el trabajo (p. 8).

Da la sensación de que la información deportiva es algo con lo que se encuentran de manera espontánea, puesto que en torno a seis de cada diez participantes en el estudio afirma que nunca o casi nunca escucha programas deportivos en la radio, ni lee periódicos deportivos o secciones deportivas en los periódicos generalistas, y tan sólo parece tener más atención de los ciudadanos la información deportiva a través de la televisión (sólo tres de cada diez reconocen no ver nunca noticias a través de este medio).

7) A tenor de los datos de 2010 que no se reflejan en la Encuesta de 2015, existe la percepción popular de que el deporte profesional recibe mayor apoyo por parte de las instituciones que el deporte aficionado o el deporte para todos, a pesar de que las políticas administrativas respecto del deporte práctica están mejor valoradas que las que se llevan a cabo en España respecto del deporte espectáculo, que ha devenido durante los últimos treinta años en sociedades deportivas y mercantiles con problemas financieros de todo tipo. García Ferrando (2010) no acierta a tener una respuesta al porqué de esa tendencia, pero explica que:

“No parece que existan muchas dudas de que hay un cierto conflicto de intereses de los que buena parte de la población solo percibe las manifestaciones externas, ya que los poderosos intereses económicos y mediáticos que subyacen al funcionamiento del deporte mercantilizado son tan profundos, tanto en España como en el resto de las sociedades más avanzadas, que difícilmente pueda vislumbrarse un cambio real, más allá de buenos deseos y promesas, en la distribución de los recursos que se destinan a cada uno de estos tres tipos de deportes” (p. 132).

8) Cada vez más, el ciudadano realiza la actividad deportiva por su cuenta, hasta llegar a un punto en el que el 75% opta por esa vía, lo que está

llevando a un descenso del deporte practicado a través de asociaciones, federaciones o clubes o ligado a la actividad laboral o docente (en el trabajo o en el colegio, instituto o universidad). De hecho, esos mismos tres de cada cuatro ciudadanos reconocen no haber pertenecido nunca a clubes deportivos, asociaciones o haber tenido licencia federativa. Y en los datos de 2015 de la Encuesta de Hábitos Deportivos, el 16,1% de las personas que practican deporte disponen de una licencia deportiva en vigor.

Conviene en este punto atender a algunos datos que nos deja el consumo de deporte pasivo, poniéndolo en relación con otras actividades culturales del ser social. Para ello, tomamos los datos de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2014-2015 que publica el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Entre los resultados que ofrece el informe destaca que el 27,5% de los encuestados declara haber asistido a espectáculos deportivos, frente al 19,9% que ha visitado un Centro Cultural o el 15,0% que ha estado en un Parque de Atracciones. Por tanto, la asistencia a espectáculos deportivos es la primera actividad cultural o de ocio de los encuestados, de la muestra que representa a la población española. En cuanto a la práctica activa de actividades culturales destacamos algunos de los resultados que ofrece la encuesta, que no incluye entre las opciones la práctica de disciplinas deportivas:

“Los resultados de la encuesta indican que las actividades culturales más frecuentes, en términos anuales, son escuchar música, leer e ir al cine, con tasas del 87,2%, el 62,2% y el 54%, respectivamente.

Estas actividades son seguidas en intensidad por la asistencia a espectáculos en directo, 43,5%, destacando entre ellos los conciertos de música actual, 24,5% y el teatro, 23,2%. Con menor frecuencia se encuentran la asistencia a conciertos de música clásica, 8,6%, espectáculos de circo, 7,7%, ballet o danza, 7%, ópera, 2,6%, o zarzuela, 1,8%.

Cada año, un 41,4% de la población investigada visita monumentos, un 16,6%, yacimientos arqueológicos, en conjunto el 42,8%. Por lo que respecta a la asistencia a museos, exposiciones o galerías de arte, las tasas anuales se sitúan en el 39,4% de la población analizada.

El 25,6% de la población acude cada año a una biblioteca o accede virtualmente a ella. Las visitas a archivos son realizadas anualmente por el 5,6% del colectivo objeto de estudio.

La encuesta investiga asimismo las prácticas culturales activas, qué tipo de actividades artísticas son realizadas anualmente por las personas objeto de estudio. Destacan por su frecuencia las relacionadas con las artes plásticas tales como hacer fotografía con un 28,9% o pintura o dibujo 13,7%. Son seguidas por la afición por escribir 7,8%, las vinculadas a las artes musicales -un 7,8% toca algún instrumento y el 2,4% canta en un coro- y por las relacionadas con las artes escénicas, el 2,2% hace teatro y el 4,9% ballet o danza” (p. 5).

## 6. EL DEPORTE EN LA HISTORIA DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO ESPAÑOL

La preocupación de los poderes públicos por el fenómeno deportivo tiene fecha inicial más o menos concreta en el calendario del siglo XIX y llega hasta nuestros días. El Derecho nos ocupará más adelante en una parte significativa de la investigación, y por ello no nos detendremos ahora en el análisis jurídico sobre si existe o un derecho al deporte protegido a máximo nivel constitucional en la España de nuestros días. Distintas autoridades en el mundo de las leyes han aportado punto de vistas contrapuestos, y aún la opinión no es uniforme. A este respecto, resulta de interés la ponencia de Camps Povill (1994) en las X Jornadas Unisport sobre Derecho deportivo: “La Constitución y el Deporte”. En esta, analiza el artículo 43.3 de la Constitución Española para concluir que existe un derecho al deporte que, aún no teniendo el máximo amparo constitucional en España, requiere de la acción positiva de los poderes públicos.

Sí creemos necesario perfilar cómo las leyes del deporte, en este período histórico, se ha ido insertando en las bases de la sociedad desde los cafés donde se definieron las primeras reglas de juego hasta las normas constitucionales de un número significativo de ordenamientos jurídicos nacionales y supranacionales<sup>20</sup>.

En España, y durante un período histórico de muchos cambios políticos y sociales, se aprobó el primer texto legal con base en materia deportiva en 1883: la Ley de creación de la Escuela Central de Profesores y Profesoras de Gimnástica (Gaceta de Madrid nº 69, de 10 de marzo). En sus ocho artículos, la norma esbozaba materias que debían integrar el aprendizaje de los profesores, “teórica y práctica”, y dentro de esta última:

---

<sup>20</sup> En el Anexo 1 realizamos un acercamiento a las constituciones y leyes fundamentales de los cincuenta países que ocuparon el medallero en los Juegos Olímpicos de Londres 2012, con el objeto de analizar la presencia que ocupa el deporte en las normas principales de esos países

“La enseñanza práctica comprenderá: ejercicios libres y ordenados sin aparatos, lectura en alta voz y declamación, ejercicios acompañados de música y canto, ejercicios de la visión para apreciar distancias, medir alturas y juzgar de la diversidad de matices, ejercicios del oído para apreciar también por este órgano las distancias, así como la dirección e intensidad del sonido, su ritmo y tonalidad, natación, equitación, esgrima de palo, sable y fusil y tiro al blanco, ejercicios con aparatos” (art. 2).

La Ley anticipaba que el Gobierno fijaría los criterios en los que la enseñanza de gimnástica sería obligatoria en escuelas e institutos. En primera instancia, otorgaba al deporte, a su enseñanza y a determinadas prácticas deportivas emergentes un carácter estratégico que requería la atención del poder público. Llegaba este texto legal casi treinta años después de que en 1859 se creara en Madrid el primer gimnasio, Vignolles.

Cuatro años y varios cambios de Gobierno y forma política del Estado después, los clubes deportivos encontraron en la Ley de Asociaciones de 1887 (Gaceta de Madrid nº 193, de 12 de julio) un apoyo legal para desarrollarse. Aunque el texto no habla expresamente del fenómeno deportivo, sí acoge a aquellas asociaciones que tengan “fines benéficos y de recreo, o cualesquiera otros lícitos que no tengan por único o exclusivo objeto el lucro o la ganancia” (art. 1).

Fueron esos años en los que los clubes tomaron protagonismo como lugar de encuentro del deporte, y seno de normas y competiciones propias que venían a cumplir con el deseo de los deportistas. La creación de la primera asociación deportiva con forma federativa data de 1895, cuando se aprobaron los estatutos y se formó la primera junta directiva de la Unión Velocipédica Española. En este entorno, y ya en el siglo XX, las federaciones nacionales asumieron su función como asociaciones gestoras del día a día de las diferentes disciplinas deportivas, una función creciente en actividades y relevancia social.

**Tabla 3. Las veinticinco federaciones deportivas españolas con más licencias en 2015 y año de fundación oficial**

Federación	Año de Fundación
Real Federación Española Fútbol	1909
Federación Española de Baloncesto	1923
Federación Española de Caza	1913
Federación Española de Golf	1932
Federación Española de Montaña y Escalada	1922
Federación Española de Judo	1965
Federación Española de Balonmano	1941
Federación Española de Tenis	1909
Federación Española de Ciclismo	1896
Federación Española de Atletismo	1920
Federación Española de Karate	1978
Federación Española de Natación	1922
Federación Española de Pesca y casting	1942
Federación Española de Tiro Olímpico	1900
Federación Española de Voleibol	1925
Federación Española de Hípica	-----
Federación Española de Patinaje	1946
Federación Española de Padel	1994
Federación Española de Vela	1998
Federación Española de Taekwondo	1976
Federación Española de Actividades Subacuáticas	1947
Federación Española de Gimnasia	1899
Federación Española de Triatlón	-----
Federación Española de Rugby	1923
Federación Española de Surf	-----

Fuente: Elaboración Propia. Las fechas de fundación publicadas constan en las páginas web oficiales de cada una de las Federaciones Deportivas.

Y todo ello en un escenario social convulso, inmerso en conflictos políticos y bélicos en los que las partes, como más adelante recordaremos, echaron mano del deporte como arma de propaganda.

No fue ajena a esa realidad la contienda bélica española sufrida entre 1936 y 1939, de la que surgió el orden político franquista de los siguientes cuarenta años. Aún en plena guerra, los militares dictaron distintas normas. Entre ellas, el Fuero del Trabajo (BOE nº 505, de 10 de marzo) cita al deporte como asunto de preocupación de las instituciones públicas. A partir de ahí, en la normativa posterior de desarrollo se decretó la apropiación de las funciones y tareas del Comité Olímpico Español, creando el Comité Nacional de Deportes, al que se le daba la titularidad de representación del deporte español (BOE nº 60, de 29 de agosto). Era 1938 y el punto de partida de la tutela pública del deporte, en la medida en que el Comité respondería desde entonces al Ministerio de Educación Nacional y, en virtud de esa ley, debería a partir de ese momento:

“Proponer las normas para la reorganización deportiva nacional en todos sus aspectos y modalidades, así como las pruebas, concursos y certámenes de carácter nacional y los internacionales que deban celebrarse en España y en el extranjero a los que deba asistir nuestra representación, justificando los motivos de las respectivas propuestas y las solicitudes de apoyo del Estado” (art. 5).

Las atribuciones de la norma dictada en 1938 se ampliaron en los primeros años de la dictadura militar de Franco con el Decreto por el que se creaba la Delegación Nacional de Deportes dependiente del partido único que soportaba la ideología impuesta por el régimen (BOE nº 64, de 5 de marzo de 1941). Y es que el deporte era “uno de los principales instrumentos para la entera educación del hombre español”. Y por ello:

“Al Partido, como intermediario político entre la sociedad y el Estado, corresponde, mejor que a cualquiera otra institución, la

empresa de animar y dirigir todas las formas del deporte, cuidando, no sólo del perfeccionamiento de las que sus propias secciones desarrollan, sino también de coordinar todas las actividades del deporte federativo, conservando cuanto hay de sano y aprovechable en la iniciativa de Agrupaciones que cuentan con una brillante historia de servicios al deporte español” (Preámbulo).

En virtud de esas prerrogativas, la Delegación Nacional dependiente del partido asumía las tareas de representación ante las instituciones deportivas internacionales, así como la fiscalización de las normas, estatutos, reglamentos y presupuestos de las federaciones deportivas nacionales, nombrando a sus presidentes y autorizando o rectificando la organización de calendarios y competiciones deportivas, e incluso los bienes y servicios del Comité Olímpico Español.

Lo que era una realidad de hecho desde 1941 se fijaba con la Ley 77/1961, de 23 de diciembre, sobre Educación Física, que no dejaba margen a interpretaciones. Dicha ley se convirtió en la norma de referencia hasta el final de la dictadura militar en España:

“De esta manera se asienta de modo definitivo la educación física como parte fundamental de la educación española y se contempla la práctica del deporte como su proyección natural, liberando el concepto de cualquier matiz restringido o privado para revertirlo hacia la plena sociedad española” (Preámbulo).

La transición democrática supuso una nueva oportunidad histórica para definir el papel del Estado respecto del deporte. En plena reordenación de las instituciones que habían manejado los asuntos públicos durante la etapa franquista, un Real Decreto (RD 596/1977, de 1 de abril) marcaba la adscripción de lo deportivo a la Presidencia del Gobierno. Se creaba, dentro de los órganos dependientes de aquella una Dirección General de Educación Física y Deportes a la que correspondería “la planificación y desarrollo de la

política del Gobierno en relación con la educación física y las actividades deportivas de todo orden, así como la coordinación entre los órganos de la Administración y las Entidades sociales de carácter deportivo” (art. 8). En esta redacción se dejaba para más adelante la calificación de dichas entidades sociales de carácter deportivo. Sucedió igual unos meses más tarde cuando el Real Decreto 2258/1977, de 27 de agosto, daba estructura y funciones al Ministerio de Cultura y Bienestar. De este, como órgano autónomo, pasaría a depender el Consejo Superior de Deporte, cuya naturaleza y tareas se definían en el artículo 14. En dicho artículo se hablaba de una “coordinación con las entidades deportivas, así como la relación con el Comité Olímpico Español”.

Seguido en el tiempo, los ponentes constitucionales también dejaron abierta la interpretación del papel que debería asumir en el deporte el poder público. Eso sí, obligaron a este a no dejarlo en la esfera privada, al redactar el que sería artículo 43.3 de la futura Constitución Española del literal siguiente: “Los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio”.

Los ponentes no se detuvieron mucho en la discusión sobre el artículo, dentro del capítulo dedicado a los Principios Rectores de la Política Social y Económica. Más allá de cuestiones de estilo, solo una enmienda de las recogidas por la Comisión de Asuntos Constitucionales y Libertades Públicas del Congreso de los Diputados, la 760, proponía suprimir el apartado que cita el deporte en el artículo finalmente aprobado y convertir ese apartado en un artículo distinto con la siguiente redacción: “Los poderes públicos tienen la obligación de fomentar y facilitar el desarrollo de la actividad física y el deporte, así como la adecuada utilización del tiempo de ocio” (p. 355). Esta opción hubiera evitado la discusión sobre si el deporte que deben fomentar los poderes públicos es sólo el que va con cargo a la salud de las personas. La Ponencia final no aceptó la enmienda 760.

El mandato de la nueva constitución se tradujo, dos años más tarde, en la Ley 13/1980 General de Cultura Física y del Deporte (BOE nº 89, de 12 de abril), que comenzaba reconociendo que:

“La actividad deportiva se ha venido produciendo en la época contemporánea como manifestación de iniciativas sociales espontáneas, al principios libres de todo tipo de intervención por parte de los poderes públicos, sin perjuicio de su natural sujeción a medida de política general, sobre todo en materia de orden público” (Preámbulo).

En sus primeras líneas hacía historia y crítica para hablar del “progresivo intervencionismo público en el ámbito del deporte” que llevó a la aprobación de la primera Ley del Deporte en 1961, una ley que se califica en el preámbulo de la de 1980 como innovadora pero inadecuada por la “explicable pero indebida vinculación a las instancias políticas imperantes en el momento de ser aprobada”.

Si bien es cierto que la Constitución Española de 1978 desvincula el deporte de cualquier intencionalidad partidista, tanto el 43.3 como sus leyes de desarrollo siguen la estela “publicadora” del deporte marcada por el régimen anterior. Un fenómeno que había nacido de la iniciativa privada, de los clubes sociales y de las tabernas ciudadanas del siglo XIX, se fijaba como un asunto de Estado a finales del siglo XX a través de las leyes fundamentales de nuestro país.

La evolución legislativa de base en España en materia deportiva, en el momento de este trabajo, se cierra con la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte (BOE nº 249, de 17 de octubre), en la que el poder público pasa de catalogar el deporte como una manifestación social espontánea, a definirlo como una de las actividades sociales de mayor arraigo y capacidad de movilización y convocatoria, elemento fundamental del sistema educativo, factor corrector de desequilibrios sociales, o actividad que fomenta la

solidaridad, constituye una manifestación cultural y puede ser actividad libre y espontánea, y que presenta aspectos diferenciados:

“-La práctica deportiva del ciudadano como actividad espontánea, desinteresada y lúdica o con fines educativos y sanitarios.

-La actividad deportiva organizada a través de estructuras asociativas.

-El espectáculo deportivo, fenómeno de masas, cada vez más profesionalizado y mercantilizado” (Preámbulo).

En un ejercicio por mantenerse entre dos orillas, a medio camino entre quienes defenderían el fenómeno deportivo como algo perteneciente a la esfera privada de los hombres y quienes publicitan hacia lo estatal o público la actividad deportiva, el legislador insiste en la importancia del deporte como parte de la educación integral de las personas, y dedica el articulado a legislar sobre las asociaciones deportivas, las federaciones deportivas, el deporte profesional, o la lucha contra el dopaje, por señalar algunas cuestiones. Afirma la naturaleza privada de las federaciones deportivas pero las vincula a lo público:

“Corolario del reconocimiento de la naturaleza privada de las Federaciones deportivas y de su papel de organismo colaborador de la Administración, es la declaración directa y genérica de utilidad pública que la Ley efectúa. El sello de oficialidad que, por habilitación estatal, ostentan las Federaciones deportivas españolas, encuentra aquí su manifestación más visible y, al tiempo, justifica la tutela y control del Estado sobre las mismas” (Preámbulo).

Habla de oficialidad, de la representación de la nación española en competiciones de carácter internacional y amplía el cartel de utilidad pública para el Comité Olímpico Español, asociación privada cuyo objeto es el desarrollo del movimiento olímpico y difusión de sus ideales.

Otras normas legales específicas sobre distintas materias han desarrollado los preceptos de la Ley del Deporte de 1990. Son los casos del Real Decreto 1835/1991 sobre Federaciones Deportivas Españolas y Registro de Asociaciones Deportivas u otros textos de diferente rango que afectan al sector deportivo y que mantienen pugnas abiertas entre actores del deporte<sup>21</sup>.

En definitiva, y después de repasar cómo el deporte se insertó en las normativa legal de nuestro país, nos asalta una pregunta: ¿Quién llamó antes a la puerta de quién? ¿El Estado al deporte o el deporte al Estado? Miquel Pascual (1992) entiende, hablando de la evolución del deporte en el siglo XIX, que:

“Mientras pudo organizarse y conseguir fondos el llamado mundo del deporte se organizó por sí mismo, pero en cuanto comenzó a adquirir cierta relevancia todas las miradas se volvieron hacia los poderes públicos para obtener fondos sin dejar que estos mismos que aportaban los fondos necesarios para su supervivencia se inmiscuyeran en su organización” (p. 146).

Y sin embargo, en un análisis de la evolución de las relaciones entre deporte y Estado, destaca Pascual como los regímenes de distintos signo político se atribuyeron “funciones deportivas” por diferentes motivaciones, hasta un punto actual en el que la intervención pública en materia deportiva es uniforme desde la base legislativa pasando por la concepción diaria que tienen los dirigentes políticos. En otra visión autorizada del tema, Cazorla Prieto (1979) afirma:

“El deporte que se incorpora a la Constitución es el deporte de y para todos los ciudadanos; es el deporte como elemento diario en la

---

<sup>21</sup> En el inicio del año 2015 se han producido diferentes paros del fútbol modesto en la mayoría de las Comunidades Autónomas de España a raíz de las consecuencias de la reformada Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a emprendedores y su internacionalización del Gobierno de España, que de manera directa afecta a quienes se ocupan de distintas tareas en el deporte de base.

vida de toda persona en condiciones para practicarlo, que es el que de mejor y de modo más directo se conecta con la salud individual y colectiva, como ha reconocido el Tribunal Supremo en la sentencia de la Sala 3ª, de 23 de marzo de 1988. Es el deporte activo o deporte-práctica, y no el pasivo o deporte espectáculo. El deporte espectáculo y el deporte profesional no gozan de respaldo constitucional al no constituir en esencia un instrumento directo al servicio de la práctica deportiva, sino un medio para la extensión del deporte como espectáculo. Esto no significa que el deporte-espectáculo y de alta competición no deban contar con la protección de los poderes públicos; pueden y deben contar con tal protección, pero no por mor de la declaración constitucional” (p. 12).

Y al final, más allá de debates ideológicos y doctrinales, se puede afirmar que en España, el deporte no puede abstraerse, pese a sus orígenes, de la normativa legal y las políticas públicas que tratan de darle forma. La ley estatal que define las bases del hecho deportivo se ha traducido en diecisiete normas autonómicas, y estas obligan a todos los poderes en los diferentes niveles a tomar parte en el dibujo del fenómeno que tratamos de elaborar en esta tesis. Bajando a la realidad práctica, dejamos un ejemplo: algo tan básico como la elaboración del calendario de una competición deportiva, que a priori parece competencia propia de las organizaciones deportivas, de las personas que gestionan su deporte, ha requerido la intervención a máximo nivel de la autoridad pública en 2015 tras el conflicto entre las partes en el fútbol español<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Tras la aprobación del calendario deportivo de Primera División en la Asamblea General de la RFEF de julio de 2015, la Liga de Fútbol Profesional modificó las fechas de finalización del mismo, retrasándolo en alguna semana. Esta modificación la respaldó el Consejo Superior de Deportes instando a la aprobación de dicha modificación y tuvo que ser el sindicato de futbolistas quien mediara con una propuesta para disputar una jornada de liga en Navidades de 2015 y mantener el final de liga en mayo de 2016.

# CAPÍTULO II. EL DERECHO A INFORMAR SOBRE EL DEPORTE

1. El derecho a informar a través de la historia.
2. Recorrido histórico del derecho a informar en España.
  3. El caso LFP vs. Radios en España.
4. Los puntos de vista de las partes en conflicto a través de la opinión de sus voces autorizadas.
  5. Derecho a informar y derechos de comunicación pública.
  6. Del interés general al interés social pasando por el interés público. La opinión pública.
7. Los límites del derecho a comunicar información.

El tema central sobre el que se basa la discusión objeto de nuestro estudio es el derecho a la información y, por tanto, lo escrito en las leyes y normas que componen el ordenamiento jurídico español y europeo es fuente de autoridad. Por ello, la metodología en este punto nos acerca mucho a la investigación documental e histórica y a la interpretación de lo que se dice y, quizá más importante, lo que no se dice o se dice entre líneas en las sentencias manadas de los tribunales de justicia. En una cuestión controvertida, sobre la que aún no se ha cerrado un dogma de aceptación común, lo que ha escrito la doctrina también nos valdrá como punto de partida para una definir una de las tesis personales de nuestro trabajo.

La investigación y el estudio de las fuentes jurídicas que tienen algo que decir sobre el caso se completa con la constatación para nuestro estudio de los puntos de vista de las partes. Al ser un conflicto vivo, cuyo penúltimo capítulo lo escribió la Audiencia Nacional con una sentencia en 2015, la posibilidad de recabar el testimonio directo de las partes nos pareció de interés académico máximo.

El capítulo comienza con un recorrido histórico por la formación a nivel mundial y española del derecho a la información, para a continuación recuperar la historia de la pugna entre los clubes de fútbol y las emisoras de radio en España. A partir de ahí, el estudio de lo escrito y lo dicho nos aportará la base para definir y dibujar el contenido del derecho a la información en un nivel práctico y en relación con el mundo del deporte. En ese camino, intentaremos aclarar conceptos que parecen confusos cuando han sido utilizados por la doctrina e incluso por la jurisprudencia: ¿Es lo mismo derecho a información que derecho a transmitir? ¿Son ideas similares las que llevan de fondo el interés general y el interés público? ¿De qué hablamos cuando hablamos de opinión pública?

## 1. EL DERECHO A INFORMAR A TRAVÉS DE LA HISTORIA

### Origen y definición del derecho a la información desde el Siglo XIX

Para acercarnos a nivel teórico y práctico a una caracterización futura de la sociedad que forman el derecho a la información, el deporte y los medios de comunicación, procede un repaso histórico al origen y gestación de uno de los “socios”: el derecho a la información. Antes de acometer una aclaración sobre las posibilidades, deberes, obligaciones y límites que lo moldean en relación con el deporte, es preceptivo realizar un repaso por su generalidad, con el objetivo de darle forma y peso histórico a través de documentos y demás cartas magnas de derechos a nivel mundial. Esta recopilación de algunas de las fuentes del Derecho que abrieron senda a nivel internacional hace doscientos años nos servirá para comprobar cuál es el grado de reconocimiento y protección explícita del derecho a la información a máximo nivel legislativo. Veremos si ha sido refrendado o no a posteriori por un desarrollo normativo específico y uniforme que evite desencuentros intelectuales y resuelva disputas, por ejemplo, entre quienes lo defienden frente a quienes lo atacan cuando se coloca en contacto con derechos comerciales o de explotación.

Desde finales del siglo XVIII, el reconocimiento de la libertad humana para expresarse e informar están presentes como arma contra los antiguos sistemas totalitarios de gobierno de la época. Aunque no de modo expreso, baste citar en este punto que la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano francesa (1789) apunta que:

“La libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; todo ciudadano puedes, pues, hablar, escribir, imprimir libremente, a reserva de responder del abuso de esta libertad en los casos determinados por ley” (art. XI).

Nótese que en este primer reconocimiento al derecho de las personas no aparece el término “información”. Eran épocas en las que la fuerza creciente de quienes encontraron en la imprenta el modo para expresar libremente sus pensamientos para que llegaran a la sociedad chocaban con el interés de los regímenes políticos por controlar que esos pensamientos libres fueran favorables a su causa. La libertad de prensa y de imprenta fue precursora del derecho o libertad de información, que tampoco aparece en la Declaración de Derechos de Estados Unidos (1791). Es la prohibición de tomar cualquier medida que coarte la “la libertad de palabra o imprenta” (art. 1) la que se enlaza con otras libertades como la de reunión o la de manifestación.

Ya en el siglo XX, la Asamblea General de las Naciones Unidas (1946) estableció que:

“La libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a que la ONU está consagrada [...]. La libertad de información implica el derecho a recopilar, transmitir y publicar noticias en cualquier parte y sin restricción alguna y como tal es un factor esencial en cualquier esfuerzo serio para fomentar la paz y el progreso del mundo” (Resolución 59.1).

De aquí podría extraerse una posible definición de lo que es informar, en los intentos por parte de la ONU de poner un punto de partida a una definición del derecho que nos ocupa. Esos esfuerzos siguieron en la Conferencia sobre Libertad de Información que se celebró en la primera de 1948 en Ginebra (Suiza). De esta salieron tres borradores de proyecto: los dos primeros fueron aprobados, por no así el tercero, necesario para que los tres se ratificaran en conjunto por los países asociados. Desde entonces, varias sesiones del organismo mundial de estados han estudiado el asunto, y se han aprobado varios puntos del tercer borrador. Por otro lado, se diseñó un proyecto de declaración sobre la libertad de información en 1959, proyecto que fue remitido a la Asamblea General. A día de hoy no ha habido pronunciamiento de esta respecto de dicho proyecto.

En todo caso, hay que referirse a la mención que hace la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), fuente de inspiración de leyes a nivel mundial. En su artículo 19 aparece de manera expresa el término “información”, desligado, además, del similar concepto de “opinión”:

“Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Posteriormente, en el seno de las Naciones Unidas se han realizado esfuerzos que fueron pioneros en el desarrollo y, sobre todo, la protección de este derecho humano. El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1976) amplía el acercamiento al derecho a la información:

“1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

2. Toda personas tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por ley y ser necesarias para: a) asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás; b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas” (art. 19).

Más cerca en el tiempo, es digno citar la creación del Relator Especial para la Libertad de Opinión y Expresión, que fue instaurado por Resolución de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU en 1993 y que centró sus esfuerzos en dar pautas de actuación ante las novedades que el mundo de la comunicación presenta a diario. Por otro lado, denunció aquellos casos en que los profesionales, el derecho a la información o más ampliamente la libertad de expresión han sido cercenados por discriminaciones, presiones políticas, sociales, etc.

En su intento por definir el derecho a la información, el relator centró sus esfuerzos en asegurar la libertad de los ciudadanos a recibir información en relación con los Estados y en denunciar los abusos cometidos por distintos regímenes estatales contra la libertad de los informadores.

En su resolutoria “Protección y Promoción del Derecho a la libertad de Expresión y Opinión” (1994), el comisionado abordó la tarea de definir conceptos como “libertad”, “opinión” e “información”, pero lo hizo con principios que pueden servir como inspiración u orientación, pero no como concreción específica que obligue a ser aceptada. Como afirma Abid Hussein (E/CN.4/1995/32, de 14 de diciembre):

“El derecho a recibir informaciones es uno de los elementos esenciales de la libertad de expresión. Tal libertad no sería efectiva si las personas no tienen acceso a la información. Ésta es básica para una forma de vida democrática” (Punto 35).

Yendo más allá, el relator realiza una conceptualización de “información”. Eso sí, la definición llega en relación con los organismos públicos y el derecho de acceso a la información de los ciudadanos. Sirva esta mención tan solo para apuntar que ese derecho, distinto al que se estudia en este trabajo, sí ha tenido concreción específica, quizá por la obligación de definir de la relación entre los ciudadanos y el poder político, y los derechos de acceso de los primeros respecto de la información que es de todos, pública y oficial.

Así las cosas, y pasado el tiempo, es justo destacar en este punto lo que de inspiradora, pionera y precursora tiene la Declaración Universal de Derechos del Hombre, en tanto en cuanto supone la fuente de la que han bebido numerosos tratados internacionales, constituciones nacionales (como la española) y leyes internas de multitud de países.

### **El reconocimiento del derecho a la información en Europa**

Bajando un escalón desde lo universal a lo más cercano, la construcción de Europa como unidad más allá de lo económico que se inicia con el Consejo de Europa recoge una protección del derecho a la información en su Convenio Europeo de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales, que ya marca en su artículo 10 alguno de los límites a los que se puede someter, no así una definición conceptual de tal derecho o el mandato para un desarrollo y concreción del mismo. Veremos más adelante que la vía de los límites será la forma más aproximada de definir el concepto de “información”.

Desde mediados del siglo XX, Europa ha crecido como unidad económica y política. Su evolución se ha reflejado en los distintos Tratados, como el que da nacimiento a la Unión Europea en 1992, firmado en Maastricht. En este no se hace mención expresa al derecho a la información, más allá de la protección del ya citado derecho de acceso que tienen los ciudadanos en relación con la información pública. La Carta de los Derechos Fundamentales de Niza, de diciembre del año 2000, reconoce la libertad de expresión y de información, “derecho que comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas...” (art. 11).

Entretanto las instituciones políticas europeas han afinado en el acercamiento al derecho a la información, ha sido el Tribunal Europeo de Derechos Humanos quien en sus distintas sentencias ha tratado de conceptualarlo de manera más nítida. Maíllo (2011) recupera dos sentencias de especial interés por afectar a casos españoles y donde se colocan algunos

límites a la libertad de expresión. Antes, Azurmendi Adarraga (1997), al hablar del interés público informativo (en el que más adelante nos detendremos como referencia clave para definir la información), afirma que “el Tribunal no define qué es el interés público informativo, pero sí ofrece pautas para comprenderlo como elemento integrante de cualquier valoración de la comunicación desde una perspectiva de lo justo” (p. 73).

Más concretas en su enunciado y objetivos, las Directivas, de obligada y progresiva aplicación para todos los países de la Unión, se han acercado al fenómeno del derecho a la información desde ópticas comerciales y con prioridad a la regulación de aspectos como la publicidad, la protección del menor, etc. Eso sí, han centrado su atención prioritaria en lo que se define como “servicios audiovisuales”. Se excluye de manera explícita al resto de medios de información, incluidos las versiones electrónicas de periódicos y revistas, cuando en su Directiva 2010/13/UR, de 10 de marzo, de Servicios de Comunicación Audiovisual, aclara que:

“A los efectos de la Directiva, el término “audiovisual” debe hacer referencia a las imágenes en movimiento, acompañadas o no de sonido, por lo que comprende las películas mudas, pero no la transmisión de audio ni los servicios de radio” (art. 23).

La mencionada Directiva es referencia para la legislación española y anticipa en este punto conceptos que más adelante trabajaremos en relación con el objeto de estudio. Así, se definen en ella términos como “programa”, “responsabilidad editorial”, “emisión televisiva”, “publicidad televisiva”, “televenta”, etc... Pero no existe nuestra reclamada definición del derecho a la información, o más específicamente, del concepto “información”, aunque la Directiva sí protege expresamente tal derecho:

“Los derechos de radiodifusión televisiva de acontecimientos de gran interés para el público pueden ser adquiridos por los organismos de radiodifusión televisiva con carácter exclusivo. Sin embargo, es

esencial fomentar el pluralismo mediante la diversidad de programación [...] y respetar los principios reconocidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea” (art. 48).

A continuación se habla de eventos deportivos como acontecimientos nacionales o no nacionales de gran importancia para la sociedad:

“Es fundamental que los Estados miembros tengan capacidad para adoptar medidas encaminadas a proteger el derecho a la información y a garantizar un amplio acceso del público a la cobertura televisiva de acontecimientos nacionales o no nacionales de gran importancia para la sociedad, tales como los Juegos Olímpicos, el Campeonato del Mundo de fútbol y el Campeonato Europeo de fútbol” (art. 49).

Reclama a los estados que protejan el derecho a la información, pero nunca se aborda la tarea de definirlo o conceptualizarlo. Quizá no es la misión de la Directiva, que se detiene en otros conceptos de mayor interés para el legislador. En un articulado que aspira a la generalización, atiende a la particularidad del hecho deportivo cuando en relación con el derecho a la información señala que:

“Para proteger la libertad fundamental de recibir información [...], quienes gocen de derechos exclusivos de radiodifusión televisiva sobre un acontecimiento de gran interés para el público deben conceder a otros organismos de radiodifusión televisiva el derecho a utilizar extractos breves [...]. Tales extractos breves podrían utilizarse en emisiones de radiodifusión que alcancen todo el territorio de la UEFA por cualquier canal, incluso los canales dedicados a los deportes, y no deben superar los 90 segundos” (art. 55).

Volveremos a la Directiva, así como al resto de normativa europea que es fuente e inspiración para la española, pero en este repaso por las

referencias al derecho a la información a nivel mundial y desde sus orígenes, hagamos ahora mención a otro nivel de textos que no forman parte estrictamente de la jurisprudencia pero que nos pueden servir como guía para seguir en el camino hacia la definición de los términos objeto de nuestro estudio.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) publicó unos “Principios Universales de Ética Profesional en el Periodismo” (1983), que reconocían “el derecho de la gente a la información veraz. La gente y los individuos tienen derecho a adquirir una visión objetiva de la realidad por medio de información exacta y comprensiva” (Principio I).

El Consejo de Europa adoptó un Código Europeo de Deontología del Periodismo (1993) en el que, al hablar de la información, afirma:

“La información constituye un derecho fundamental, reconocido por la jurisprudencia de la Comisión y del TEDH [...], así como por las Constituciones democráticas”. Más adelante, en su punto 18 cita “la importancia de la información, en particular de la radio y de la televisión, en la cultura y la educación” (Punto 8).

La referencia a distintos códigos éticos y deontológicos propuestos por entes como la UNESCO o el Consejo de Europa no es gratuita, puesto que las definiciones que éstos aportan en sus distintos documentos han sido consideradas como ley por una referencia como es el Tribunal Europeo de Derechos del Hombre (Suárez Espino, 2007)<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> En referencia al artículo 10 del Código Europeo de Derechos Humanos, afirma que “la jurisprudencia del TEDH ha considerado leyes a estos efectos [...]: b) El Código Deontológico de un Colegio Profesional”.

## 2. RECORRIDO HISTÓRICO DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN EN ESPAÑA

Las citadas en el punto anterior son algunas de las fuentes llegadas desde el orden global que han marcado la historia y el crecimiento del derecho a la información, obligando unas más que otras como principios inspiradores a las legislaciones estatales. A continuación, es momento de comenzar la búsqueda de lugares en los que dar forma a ese derecho cuestionado en nuestro caso de estudio concreto cuando la Liga de Fútbol Profesional (LFP) española y los medios de comunicación radiofónicos de nuestro país chocaron en intereses en 2011.

Para ello, es oportuno sentar bases sobre las que se cimienta la discusión que nos ocupa: los operadores de radio invocaron el derecho a la información como garantía de su facultad para acceder a los estadios de fútbol españoles de Primera y Segunda División con el objeto de dar cuenta de lo que sucedía en los encuentros deportivos. Con el propósito de ser rigurosos en el uso de términos, citamos lo que la Sala Primera de lo Civil del Tribunal Supremo (STS 8683/2011, de 7 de noviembre) matizó en su día:

“No existe un derecho fundamental a la información, sino a comunicar y recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión; se trata, como expresa el artículo 20.1. d) de la CE, de un derecho doble que se concreta en comunicar la información y recibirla de manera libre en la medida en que la información sea veraz” (FJ 3º).

Por tanto, a partir de este punto, la pregunta que nos haremos no es si las emisoras, cualquier medio de comunicación o cualquier persona, tienen derecho a la información en relación con los encuentros de fútbol o de cualquier otro deporte, sino si aquellos tienen derecho a comunicar información veraz, etc...

De igual manera que hicimos a nivel mundial, realizaremos un breve acercamiento a la definición del derecho a la información a través de la historia

reciente de España y desde el último tercio del siglo XIX. Como antes se apuntaba, el crecimiento de las libertades de las personas pugnó durante ese periodo histórico con regímenes que trataban de marcar el ritmo de ese crecimiento, en todo el mundo y en España. El reconocimiento en las variadas leyes fundamentales de nuestro país de la libertad de expresar ideas e imprimirlas para difundirlas compitió con las salvedades que establecían distintos órdenes políticos más o menos temerosos de aparcar su histórico control de las libertades. Al tiempo que nacían las asociaciones de periodistas y los colegios profesionales, surgían las oficinas de censura.

La historia constitucional española arranca en 1812 y lo hace con una matizada libertad para expresar opiniones: “Todos los españoles tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anterior a la publicación, bajo las restricciones y responsabilidad que establezcan las leyes” (art. 371, CE 1812, de 19 de marzo). A partir de entonces, los textos constitucionales siguen la línea marcada por los ponentes de Cádiz.

En 1837, la norma constitucional incluye la mención expresa a la libertad de difundir ideas, con sujeción a las leyes y sin censura previa, y expresa que “la calificación de los delitos de imprenta sólo corresponden a los jurados” (art. 2, CE 1837, de 18 de junio). Esta última idea desaparece en la Constitución Española de 1845, y en la de 1869 se mantiene la misma línea: “Tampoco podrá ser privado ningún español del derecho de emitir libremente sus ideas y opiniones, ya de palabra, ya por escrito, valiéndose de la imprenta o de otro procedimiento semejante” (art. 17, CE 1869, de 7 de junio). Del mismo modo ocurre con la Constitución que se aprueba siete años más tarde: “Todo español tiene derecho de emitir libremente sus opiniones, ya de palabra, ya por escrito, valiéndose de la imprenta o de otro procedimiento semejante, sin sujeción a la censura previa” (art. 13, CE 1876, de 2 de julio).

El mandato de 1876 se ampliaría con la Ley de Prensa e Imprenta de 1883, que aún con modificaciones y períodos de suspensión, se mantuvo vigente hasta bien entrado el periodo de posguerra. La Constitución Española

de 1931, que incidía en la pauta marcada por los textos constitucionales del siglo anterior, respetó aquella ley aunque adaptándose a los tiempos:

“Toda persona tiene derecho a emitir libremente sus ideas y opiniones, valiéndose de cualquier medio de difusión, sin sujetarse a la censura previa. En ningún caso podrá recogerse la edición de libros y periódicos sino en virtud de un mandato de juez competente. No podrá decretarse la suspensión de ningún periódico sino por sentencia firme” (art. 34, CE 1931, de 9 de diciembre).

Ya en el período de guerra entre 1936 y 1939 se dictó la Ley de Prensa de 1938, que fue la referencia legal tras el final de la contienda y mantuvo su vigencia hasta la promulgación de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966.

De ahí, hasta la norma vigente en la actualidad. El artículo 20.1. de nuestra Constitución Española de 1978 es el punto de partida del camino que tomó el derecho que analizamos. La redacción del ponente constitucional lo acercó mucho a la mencionada Declaración Universal de Derechos del Hombre, tal y como se reclama en el artículo 10.2. de la CE<sup>24</sup>. Al incluirse en el Título I, se dota al derecho de la máxima protección y garantías jurisdiccionales (como la tutela de los tribunales ordinarios con preferencia y sumariedad y los recursos de amparo ante el Tribunal Constitucional). La redacción literal y completa del artículo es la siguiente:

“1. Se reconocen y protegen los derechos:

a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.

---

<sup>24</sup> El art. 10.2. de la CE dice: “Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España”.

c) A la libertad de cátedra.

d) A comunicar o escribir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.

2. El ejercicio de estas libertades no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.

3. La Ley regulará la organización y control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.

4. Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y la infancia.

5. Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial”.

El análisis simple del literal del artículo nos lleva a extraer las prioridades del constituyente con vistas al posterior desarrollo legislativo: se anticipa la preocupación por regular las cláusulas de conciencia y el secreto profesional, así como por marcar el control de los medios de comunicación dependientes del poder público. Y establece límites del derecho a comunicar en el respeto a otros derechos reconocidos en el Título I.

El desarrollo legislativo posterior nos deja como referencias de algunas de las cuestiones planteadas en el artículo la LO 2/1997, de 19 de junio,

Reguladora de la Cláusula de Conciencia, la LO 2/1984, de 26 de marzo, Reguladora del Derecho a Rectificación, o las distintas leyes y estatutos que han regulado sobre los medios de comunicación de titularidad pública (televisión y radio). Además, se protegió el Derecho al Honor, la Intimidad y la Propia Imagen con la L.O. 1/1982, de 5 de mayo.

Pero, como afirma Azurmendi (1997) tras su estudio del Anteproyecto de la Ponencia Constitucional y de las Actas de las sesiones de discusión y aprobación de enmiendas, no se entró a discutir cuestiones doctrinales de ninguno de los derechos reconocidos en el artículo 20. Y aún así, los anexos de aquellas sesiones muestran cómo, en el espíritu, hubo una preocupación por definir y concretar más el contenido del artículo.

En los votos particulares de los representantes de los partidos políticos se enfrentaron posturas en relación con la posibilidad de citar como objeto particular de la cláusula de conciencia y en el secreto profesional a la figura del periodista, del profesional de la información. Mientras unos abogaban por redactar el apartado d) del 20.1. del siguiente modo: “La ley regulará el derecho de los periodistas a la cláusula de conciencia”; otros defendieron la no inclusión del término “periodistas”. Ésta última fue la postura que se impuso y, a nuestro modo de entender, excluyó a la figura del profesional de la información de una posición relevante desde el punto de vista constitucional. Esa mención, quizá, hubiera obligado al legislador a una regulación de la profesión que no se ha acometido, amén de alguna proposición de ley que presentaba un estatuto del periodista cuya tramitación caducó en septiembre de 2011, según consta en los expedientes de Congreso de los Diputados.

Ese tratamiento especial al profesional de la información se ha dado en posteriores sentencias de los tribunales, e incluso en el desarrollo legislativo de las materias sobre las que sí hubo mandato constitucional. La prueba es que la ley orgánica que desarrolla la cláusula de conciencia lleva por título “Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información”.

La realidad es que no se ha regulado sobre la figura del profesional de la información ni, como se afirma en la sinopsis del Congreso sobre el artículo 20 de la Constitución Española (González Escudero, 2011), tampoco sobre el secreto profesional (es posible que la dificultad sea responder a la pregunta de quién es “el profesional”) o la libertad de cátedra, ni se encuentra en las leyes una definición de “información”. Esta tarea se ha obviado aún más que la de intentar acometer una regulación de la profesión periodística que establezca quien es periodista y las condiciones de acceso al ejercicio laboral, algo reclamado por parte de la doctrina (Gay Fuentes, 1991):

“No sería por lo tanto imposible, a pesar de mantener que en la práctica profesional del periodismo se hace ejercicio del derecho constitucional y general a comunicar, que se establecieran determinadas condiciones que hicieran devenir esta profesión, desarrollada hoy en régimen de libertad, en una profesión sujeta a ciertos condicionamientos concretos para su ejercicio” (p. 391).

Sin embargo, cuando se trata del sector audiovisual, se puede leer en la sinopsis que publica la misma Cámara Baja:

“Superando la dimensión estrictamente constitucional del derecho a la creación de medios de comunicación, hay que recordar la espectacular evolución que ha sufrido el sector audiovisual en los últimos tiempos, a través de una amplia batería de leyes, sujetas a modificaciones, y finalmente derogadas, para quedar resumidas en tres normas fundamentales: la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal y la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Este marco normativo es el resultado de un importante esfuerzo de racionalización de un sector que, hasta ahora, se había caracterizado por la falta de una ley general, por la dispersión normativa y por la proliferación de leyes dictadas en atención a dos criterios: el sistema técnico de transporte de la señal y el ámbito de cobertura”.

Es decir, la atención y la preocupación se centra en el “sector”. Y mientras sí hay una Ley General de la Comunicación Audiovisual, no se creó una Ley General de Comunicación o de Información, sin apellidos, que fije bases cuando del mundo de la comunicación y la información se trate; ni existe un estatuto de la profesión periodística que no fuese el desarrollado en 1967 tras la preconstitucional Ley 14/1966 de Prensa e Imprenta.

Así las cosas, el marco normativo sobre el que nos moveremos en este estudio se apoyará en la jurisprudencia manada de los tribunales, así como en las leyes y normas que llegaron desde Europa, y fundamentalmente, en la Ley General de la Comunicación Audiovisual, reformada casi *ex profeso* a raíz del conflicto de 2011 entre los clubes de fútbol españoles y las emisoras de radio. Como veremos a continuación, no sería la última vez que se tapa la herida de un conflicto particular con la venda de una ley manada, como todas, del poder público.

### 3. EL CASO LFP VS. LAS RADIOS EN ESPAÑA

Es momento de hacer historia y poner en relación todo lo escrito con el conflicto que se originó en el verano de 2011 y que puso en disputa a la Liga de Fútbol Profesional (LFP) con las empresas radiofónicas de España. Anotemos aquí que la LFP es una entidad con personalidad jurídica propia constituida por los clubes que participan en las competiciones profesionales de fútbol de España (Primera y Segunda División). Aunque legalmente depende de la federación deportiva correspondiente, la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), tiene “organización y funcionamiento interno autónomo y le corresponde, en coordinación con la RFEF, organizar las competiciones”(art. 41, Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte), entre otras asignaciones.

Apenas un mes antes de que comenzara oficialmente el Campeonato Nacional de Liga en Primera y Segunda División de la temporada 2011/2012, la asociación de clubes profesionales hacía pública tras su Asamblea General y por acuerdo de esta una comunicación a los operadores de radio sobre el canon radiofónico.

Se anunciaba en ese comunicado la intención de comercializar unos “derechos de retransmisión radiofónica” de los encuentros de fútbol que los equipos de fútbol disputarían a partir de la temporada que estaba a punto de arrancar: "El objetivo de esta comercialización es el desarrollo de la explotación de los derechos exclusivos propiedad de los organizadores de los Encuentros con efectos en la primera jornada del Campeonato de Liga" (LFP, 2011).

Se establecían varios paquetes de servicios, a distintos precios y con distintas posibilidades (retransmisión, ubicación en diversas zonas de los estadios, acceso a entrevistas exclusivas, etc...) y se indicaba: “Los operadores radiofónicos interesados deberán remitir su oferta con indicación de a qué servicios optan [...] ofreciendo precio [...]. Las ofertas recibidas y adjudicaciones en su caso serán válidas para las temporadas 2011/2012, 2012/2013 y 2013/2014”.

No tardaba mucho en responder la Asociación de Radios Públicas y Privadas<sup>25</sup>, que emitía un comunicado durante el mes de agosto anunciando que se oponía al pago, "en la convicción de que el actual modelo de convivencia entre radios y clubes es desde hace muchas décadas el más conveniente para ambas partes" (AERC, 2011), y presentando una serie de argumentos para justificar su rechazo, entre los que se aducía lo inoportuna de la decisión de la LFP por la crisis económica generalizada, la implicación de las radios en la creación y fomento del espectáculo, "con beneficio de los clubes", y además, algo trascendente desde la óptica de nuestra investigación:

"1. En la retransmisión radiofónica [...] los oyentes no reciben el espectáculo que tiene lugar en el campo a través de las imágenes de lo que está ocurriendo, sino a través de la versión subjetiva y personal del profesional que relata el partido [...]. La radio se posiciona así mucho más cercana a la prensa escrita, cubierta asimismo por el derecho a la información, que a la televisión [...].

3. Las radios consideran que el quehacer radiofónico está así cubierto por el derecho a la información de los ciudadanos, consagrado en el art. 20 de nuestra Constitución, mientras que el art. 19 de la Ley General de Comunicación Audiovisual recoge el derecho a la información exclusivamente en televisión" (AERC, 2011).

El inicio del Campeonato Nacional de Liga consagró la postura de los clubes, que impidieron de diversos modos el acceso de las emisoras de radio a los estadios, salvo excepciones puntuales de algún club como el Sevilla FC, que permitió la entrada a su estadio de los informadores, o los que tenían contrato con entes autonómicos de radiotelevisión<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Formado por las cadenas de emisoras Onda Cero, SER, COPE, Radio Marca y las cadenas de la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA).

<sup>26</sup> Las emisoras de radio guardaron un minuto de silencio en sus emisiones en protesta por las pretensiones de la LFP, como se detalla en la noticia publicada por el diario digital 20 Minutos (2011).

El conflicto llegó a una clase política en plena precampaña electoral, hasta el punto de que varios miembros del Gobierno mostraron su disposición para cambiar la Ley General de Comunicación Audiovisual, y políticos de distinto signo, ideario y siglas se posicionaron del mismo lado: el Gobierno de España a través de su portavoz aseguraba que las radios estaban amparadas por el derecho a informar “en directo de un acontecimiento deportivo de máximo interés para los aficionados y que contribuye a la difusión de un deporte que concita el interés de un mayoritario número de ciudadanos” (Cadena Ser, 2011). El principal partido político de la oposición, a través de su secretario de comunicación, declaraba que la pretensión de cobro para el acceso “atenta contra el derecho a la información” (Europa Press, 2011).

No tratamos un conflicto sin precedentes. Durante los años noventa del siglo pasado se escenificó la pretensión de algunos clubes de cobrar a los medios informativos. Fueron causas personales en algunos casos<sup>27</sup> y comunitarias en otros: no era la de 2011 la primera vez en que la Liga intentaba cobrar por el acceso a los estadios a las emisoras de radio, el llamado "canon digital". La cadena de televisión Telecinco demandó a la LFP y a la Real Federación Española de Fútbol invocando su derecho a informar para acceder a los estadios y grabar sus propias imágenes de los encuentros de fútbol de Liga de manera gratuita. En 1996, la Audiencia Provincial de Madrid dictó sentencia autorizando el acceso a los estadios a la cadena y marcando líneas que a continuación seguiremos en relación con la definición del derecho a informar.

En el verano de 2011, la asociación de clubes, en nombre del operador que detentaba unos supuestos derechos para la transmisión, decidió poner precio a esos derechos por los que nunca se había abierto puja, ni se habían comercializado. Tras impedirseles el acceso a los estadios de fútbol, las emisoras de radio inventaron alternativas para seguir ofreciendo la narración en directo de los encuentros de liga profesional en sus programaciones de fin

<sup>27</sup> Jesús Gil quiere cobrar a los medios informativos por acceder al Vicente Calderón, informaba el diario ABC de septiembre de 1992.

de semana: el relato de los partidos a través de la televisión, el alquiler de grúas para poder ver los encuentros desde fuera de los estadios o la opción de los informadores dentro del mismo, en una localidad general, y contando vía teléfono móvil las novedades que se iban dando durante los partidos. La situación se prolongó durante toda la temporada deportiva 2011/2012.

Mientras, se produjeron elecciones generales en el país y hubo cambio en el Gobierno de España. Uno de los candidatos que había prometido solucionar el conflicto realizó la modificación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual para instar a las partes a ponerse de acuerdo. Si no lo hacían, como efectivamente sucedió, sería la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) quien pondría precio al acceso de las emisoras de radio a los estadios de fútbol.

La CMT dictó resolución marcando cauteramente un precio de 98 euros por emisora y partido que cobraría la Liga en nombre del poseedor de los derechos, y en su escrito definitivo rebajó la cuantía en 13 euros (al valorar en 4 euros la amortización del mobiliario que usan los informadores en el estadio) para dejar el pago en 85 euros por partido y emisora. La decisión de la Comisión fue recurrida por la Liga de Fútbol Profesional ante la Audiencia Nacional, solicitando que el pago fuera de 142 euros. Dicho tribunal dictó sentencia en enero de 2015 sobre la base de un informe pericial que subió a 100 euros la compensación económica que las emisoras deben abonar a la LFP por “consumo eléctrico, limpieza, seguridad, mantenimiento general, accesos y acreditaciones” (Punto 5, sentencia de la Sección 8 de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional nº 51/2013, de 28 de enero de 2015).

A la espera de conocer el fallo del Tribunal Supremo en relación al recurso de casación presentado tras la sentencia de la Audiencia Nacional, recurso que fue admitido a trámite y se encuentra en estudio en enero de 2016, las partes no desistieron de defender sus argumentos, pero la pugna se enfocó hacia la cantidad que los operadores debían pagar por el acceso y uso de

instalaciones. Aquellos que pretendían obtener una rentabilidad económica a derechos que poseen porque han adquirido previo pago de un precio se conformaron temporalmente con 100 euros por partido y emisora. Y las emisoras de radio aparcaron su defensa del derecho a la información como bandera para acceder a los estadios de fútbol de manera gratuita. No se resolvieron, sin embargo, una serie de interrogantes en la relación entre los medios de comunicación y otros actores en el mundo del deporte. Buscamos a continuación respuestas en las leyes españolas que afectan al conflicto.

### **La Ley 21/1997 de Retransmisiones Deportivas**

Antes de analizar la resolución dictada por la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, así como la posterior sentencia de la Audiencia Nacional y la norma actual en lo que nos afecta al estudio, que no es otra que el Real Decreto Ley 15/2012, de 20 de abril, que modifica el régimen de administración de RTVE así como la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010, nos detendremos en la precursora de estas: la Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. Fue la llamada “ley del fútbol” o “ley Cascos”, en referencia al ministro bajo cuyo mandato se aprobó. Aquella ley es fuente de las posteriores y la actual y, como afirma Díez Bueso (1999), introdujo novedades conceptuales y jurídicas:

“Es una Ley novedosa en el tratamiento del derecho a la información: se sitúa plenamente en la perspectiva del destinatario de la información, superando la tradición de proteger al emisor de la misma como medio para proteger al receptor; no conformándose con ello, deriva nuevos derechos de los dictados del art. 20.1.d de la Constitución, el derecho de crónica gratuita y el derecho a recibir en abierto ciertos acontecimientos deportivos” (p. 14).

La regulación de un derecho fundamental como es el que tienen todos los ciudadanos a comunicar información veraz es inexistente más allá del mandato constitucional. A pesar de ello surge en el año 1997 una ley

específicamente dirigida a un ámbito puntual de la comunicación. Esa norma es la reacción a un conflicto no jurídico, un afamado choque de intereses a finales de los años noventa. El 12 de abril de 1996, la Liga de Fútbol Profesional, reunida en Asamblea General, otorgaba libertad a sus asociados, los clubes de Primera y Segunda División del fútbol español, para negociar individualmente la cesión a terceros de sus derechos audiovisuales. A partir de aquí, cada uno de los clubes se adscribió a la oferta de un grupo de comunicación de los dos que pujaban por tales derechos. Aquello ocasionó lo que se dio en denominar “la guerra del fútbol”.

No es materia de este estudio entrar en las razones de aquella disputa, ni en los porqués o los “cómo”, pero sí conviene apuntar que la respuesta del Gobierno de entonces al “choque de trenes” entre los dos grupos de comunicación más potentes del país, y la intención de uno de ellos de explotar en régimen exclusivo de pago por visión los derechos adquiridos, fue la Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de Emisiones y Retransmisiones Deportivas<sup>28</sup>.

La Ley, que sólo analizaremos en aquellos puntos que nos motivan el estudio arrancaba en su exposición de motivos explicando que:

“La importancia social de las retransmisiones audiovisuales de los acontecimientos deportivos de especiales relevancia dota a los mismos de un indudable interés público, que exige garantizar, sobre apoyos constitucionales explícitos, los legítimos derechos de los consumidores a acceder a dichas retransmisiones, así como la eficaz protección de los diversos intereses deportivos y mercantiles afectados [...]. Desde el punto de vista estrictamente deportivo, tales situaciones de restricción de mercado y de concentración de derechos exclusivos pueden condicionar el normal desarrollo de la competición y pueden afectar a la

---

<sup>28</sup> Citamos aquí el completo y documentado estudio de Terol Gómez “Fútbol, Televisión y Derecho a la Información (a vueltas con la Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos)”, publicado en la Revista de Administración Pública, num. 158, mayo-agosto 2002.

estabilidad financiera e independencia de los clubes” (Exposición de Motivos).

En una lectura objetiva, sin prejuicios ni datos colaterales, extrañaría que se otorgue por parte del legislador tanta relevancia a los acontecimientos deportivos, e incluso al normal desarrollo de la competición. Más aún cuando no se trataba de toda la competición, sino “con carácter restrictivo, por referencia a las competiciones o acontecimientos deportivos oficiales, de carácter profesional y de ámbito estatal, o que correspondan a las selecciones nacionales de España”.

Con el propósito de apuntar los orígenes de las discusiones que nos ocupan seguiremos extrayendo algún párrafo de la exposición de motivos de la Ley:

“El derecho a la información deportiva se recoge en la Ley estableciendo, en primer lugar, la libertad de acceso de los medios de comunicación social a los estadios y recintos deportivos. En segundo término, a través de los siguientes criterios: gratuidad de la emisión de noticias o imágenes en telediarios, diarios radiofónicos o espacios informativos de carácter general, y la prohibición de restringir el derecho a la información en los supuestos de cesión de los derechos de retransmisión o emisión” (Exposición de Motivos).

En su articulado, el texto dictaba la posibilidad de una contraprestación económica para las transmisiones por televisión, siempre que no excluyeran el acceso de otros operadores; además fijaba el acceso de los espectadores a los acontecimientos de interés general y citaba la legislación europea para excluir del pago por visión a determinados eventos. En especial, los partidos de fútbol:

“Por lo que a nuestro país se refiere, con continuidad desde 1963, se ha consagrado, como tradición arraigada, la práctica de retransmitir

cada sábado o domingo, en emisión abierta, el partido de fútbol de 1.<sup>a</sup> división de mayor interés deportivo dentro de cada jornada, elegido libremente por los operadores. Al aparecer los sistemas de retransmisión codificada, se ha seguido manteniendo el derecho preferente de elección en favor de los operadores que emiten en abierto, continuando así una tradición que se remonta ininterrumpidamente a más de tres décadas. La presente Ley, atendiendo al interés general, viene a confirmar la continuidad, la legitimidad y la preferencia de este derecho de elección del encuentro de liga o de copa más interesante de cada jornada de competición” (Exposición de Motivos).

Si quisiéramos responder a alguna de las cuestiones que nos ocupan en este estudio sobre la base de dicha Ley, ya podríamos hacerlo, y realizaremos el ejercicio a modo de prueba con el objetivo de hacer constar cómo las leyes y sus modificaciones a lo largo de estos últimos años han ido cambiando el signo de las repuestas. Por ejemplo, ¿se podía, en virtud de los derechos de retransmisión adquiridos por un operador, impedir el acceso al resto de medios informativos de la competencia a los estadios de fútbol? Encontramos la respuesta negativa en el artículo 2 de la Ley, que señalaba que “para hacer efectivo (el derecho a informar) los medios de comunicación social dispondrán de libre acceso a los estadios...”. ¿Estaban obligados a pagar un precio los medios informativos? La respuesta sería “depende”:

“Cuando se trate de la obtención de noticias o imágenes para la emisión por televisión de breves extractos, libremente elegidos, en telediarios, no estarán sujetos a contraprestación económica [...]. La emisión de dichos extractos tendrá una duración máxima de tres minutos por cada competición. Los diarios o espacios informativos radiofónicos no estarán sujetos a las limitaciones de tiempo y de directo contempladas en el párrafo anterior” (arts. 2-3).

Es decir, para ejercer el derecho a comunicar información en espacios definidos como “informativos” en las parrillas de programación, las emisoras de radio disponían de “libre acceso”, y podían informar sin limitaciones de tiempo. ¿Qué ocurría con otro tipo de programas, como los llamados “carruseles”? Quedaba a voluntad del dueño de los derechos comerciales, ya que según el artículo 3 de la ley, “los titulares de los derechos de explotación audiovisual [...] podrán autorizar las emisiones y retransmisiones por radio y televisión de programas deportivos especializados no comprendidos en el artículo 2.2”.

¿Podía exigir una compensación económica por la autorización quien fuera poseedor de los derechos? Sí, pues la ley explicaba que los programas no informativos “se realizarán sobre la base de las imágenes o noticias obtenidas, directa o indirectamente en los recintos donde se celebren los acontecimientos deportivos y darán derecho a una contraprestación económica a favor de los correspondientes titulares” (art. 3.3).

A partir de esta norma, no había discusión sobre el aceptado derecho de acceso libre a los estadios deportivos para ejercer su derecho a comunicación información veraz, sin límite de tiempo, pero sólo en los espacios señalados (¿por quién?) como “informativos” dentro de su parrilla de programación. En el caso de otros programas no señalados como estrictamente informativos, entre los que se podrían enmarcar a los llamados programas “carrusel”, el poseedor de los derechos tenía la posibilidad de autorizar o no y de exigir pago o no.

Y estas posibilidades para el informador y el poseedor de derechos lo serían, según el artículo 1 de la ley, cuando se tratase de competiciones deportivas oficiales, profesionales y estatales (las que organiza la LFP y la Liga ACB de baloncesto, según señala la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte); las correspondientes a las selecciones nacionales de España o cualesquiera otras siempre que “tengan especial relevancia y trascendencia social”.

Por otro lado, ¿para qué facultaba la ley al informador? Para “obtener noticias” (art. 2.2), y a difundirlas, se entiende, aunque no se cite textualmente. ¿Cuántos informadores podían acceder al estadio para cumplir con su tarea? No se especifica en la ley, más allá del “libre acceso” que marca el artículo 2.1.

Hacer ficción sobre las posibilidades de la ley si hubiera tenido continuidad en el tiempo es un ejercicio vano, pero en este punto dejaremos constancia de algunas cuestiones de interés. Por ejemplo, el texto consagra un derecho a la información deportiva, que no es más que una versión especializada del derecho constitucional a comunicar información veraz que no está avalada más que por esta ley.

Por otro lado, la ley abría la posibilidad de defender que el profesional sólo pudiera obtener información y comunicarla en función del tipo de programa o producto de comunicación al que se dedicase. ¿Es el derecho constitucional a comunicar información veraz menos protegible si el formato radiofónico es un carrusel que si el formato radiofónico es un noticiario? El artículo 20.1. de la CE reconoce y protege el derecho a comunicar o escribir libremente información veraz “por cualquier medio de difusión”. No nos detendremos en este punto a defender si tenía o no base esa diferenciación.

Hubiera resultado útil definir en esta u otra norma qué es “noticia”, en relación a la protección constitucional de los derechos a comunicar información y a expresar opiniones libremente. En el conflicto entre las emisoras y los clubes por el pretendido “canon radiofónico” se propuso en algunos foros de discusión sobre el tema que el informador accediera al recinto deportivo, presenciara los encuentros e informase solamente sobre goles, alineaciones, inicio y final del partido, así como los datos habituales de la llamada “ficha técnica”. La doctrina y la jurisprudencia española y europea nos acercarán al término “noticia”, y nos ayudarán a decidir si información y opinión pueden o no ir de la mano, y si dar noticia de un gol está protegido por el derecho a informar pero no así expresar una valoración personal sobre, por ejemplo, la buena o mala disposición táctica de una escuadra.

En todo caso, todo lo que era como explicamos desde 1997 dejó de serlo con la aprobación de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual, que derogaba la Ley 21/1997 y que a partir de entonces establecía las bases del marco audiovisual español, con especial incidencia a lo referido a acontecimientos deportivos.

### **La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual**

La penúltima palabra de la ley sobre el conflicto entre las emisoras de radio y la LFP se dijo en abril de 2012, con un Real Decreto Ley que modificó la 7/2010 y que sentó las bases del pacto de no agresión entre las partes. No obstante, en el intento por entender los vaivenes de las leyes que afectan al caso, nos detenemos en este punto a analizar cómo la Ley de 2010 cambió los planteamientos de la de 1997, en relación con la información radiofónica deportiva.

Y lo haremos desde un presupuesto inicial, la realidad de que esta ley, así como las anteriores, atendían menos a materias relacionadas con la comunicación o la información que a lo que la misma ley denomina “el sector” o “la industria”. Definía conceptos relacionados con estos y atendía al ciudadano sólo en parte. Ya en su preámbulo hablaba de la industria y la calificaba de trascendente, y “cada vez con mayor peso para la economía”. Tanto es así que la posible discusión sobre si la ley debía ser tramitada como orgánica u como una ley ordinaria (en función de si trataba o no sobre derechos fundamentales), la zanjó el Consejo de Estado en su Dictamen 1387/2009 cuando explica que:

“La materia objeto de la ley proyectada no entra propiamente en el ámbito reservado a la ley orgánica, pues su finalidad es regular aspectos relativos a los servicios de comunicación audiovisual en tanto que instrumentos de comunicación pero no la determinación de elementos “esenciales” para el ejercicio del derecho constitucional citado. A la luz de lo anterior, habida cuenta del contenido de la norma y de que con ella se modifican otras normas del mismo carácter y

rango, puede considerarse adecuada la configuración del anteproyecto como ley ordinaria” (Punto III.2.).

El texto de la ley marcaba entre sus objetivos el de adaptarse a los nuevos tiempos tecnológicos, el de trasponer la Directiva Europea de 2007 sobre la materia y “dar seguridad jurídica a la industria y posibilitar la creación de grupos empresariales audiovisuales con capacidad de competir”. Además, aspiraba a regular los entes públicos de comunicación estatales y proteger los derechos de los ciudadanos en materias como la publicidad, o los derechos del menor, la pluralidad lingüística, la igualdad de géneros, etc.

En su Título I definía productos comerciales y canales de negocio, fundamentalmente. En el Título II atendía a “los derechos del público” (del espectador, se entiende, no del ciudadano), y dentro de estos distinguía, definía y protegía la pluralidad, el respeto, la veracidad, la diversidad cultural y lingüística, los derechos del menor y de las personas con discapacidad, y una mezcla de asuntos varios: “Todas las personas tienen derecho a ser informados de los acontecimientos de interés general y a recibir de forma claramente diferenciada la información de la opinión”.

Más adelante, en el artículo 6, dedicado al derecho a una comunicación transparente, se incluía el derecho de la ciudadanía “a conocer la programación televisiva con antelación suficiente” (art. 4.6).

El Capítulo II de este Título se dedicaba a “los derechos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual”. En este se abordaban la autorregulación, el derecho de acceso a la prestación del servicio, los derechos a crear canales de comunicación comercial y asuntos diversos relacionados con la publicidad.

Es en la Sección 3ª del Capítulo II del Título II, dedicado a la normativa básica, donde encontramos los enunciados que se refieren a “la contratación en exclusiva de la emisión por televisión de contenidos audiovisuales”. Aquí es donde las “eliminaciones” que implantó la ley de 2010 respecto del texto de la

ley de 1997 pudieron abrir la puerta a los clubes de fútbol para exigir a las emisoras de radio españolas el “canon radiofónico”, el pago por informar. Estando vigente la primera ley, la discusión hubiera versado, como veíamos anteriormente, sobre si los “carruseles” son espacios con un componente informativo, o informan y entretienen, o sólo entretienen. Pero la situación tras aprobarse la ley de 2010 se tornó de distinto color. Es por ello que nos detenemos en un estudio comparado de ambas leyes.

Así, mientras en la Ley 21/1997 señalaba que: “Para hacer efectivo tal derecho, los medios de comunicación social dispondrán de libre acceso a los estadios y recintos deportivos” (art. 2); el título de la Sección 3ª de la Ley de 2010 restringió lo que se dictara en dicha sección al medio televisivo, y abordaba los temas, siempre, desde el punto de vista de los derechos del prestador de servicios. La frase anterior, eliminada en la ley de 2010, se sustituyó por el literal: “Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual pueden acceder, en la zona autorizada, a los espacios en los que se celebre tal acontecimiento” (art. 19.3.).

El referido artículo 2.2. de la ley de 1997 se refleja en la ley de 2010 en el artículo 19.3., donde en términos similares, se obliga a quienes posean derechos de retransmisión de acontecimientos de interés general a permitir un breve resumen informativo para programas de información general, y siempre que se emitieran en un informativo, en diferido y con una duración inferior a tres minutos. En la redacción de 2010 se eliminaba la referencia específica de 1997 para el caso de las emisoras de radio: “Los diarios o espacios informativos no estarán sujetos a las limitaciones de tiempo y de directo contempladas en el párrafo anterior” (art. 2.2. de la Ley 21/1997). También desaparecía en su totalidad lo dispuesto en el artículo 3 de la anterior ley, donde se explicitaba la posibilidad de los dueños de los derechos para autorizar retransmisiones por radio y televisión de programas deportivos especializados, y la posibilidad a voluntad de los adjudicatarios de derechos de una contraprestación económica a favor de los correspondientes titulares.

Así las cosas, se eliminaba la posible discusión mencionada anteriormente sobre los programas informativos y los programas “magacín”, o el derecho específico para los informadores de radio de informar en directo, sin limitaciones de tiempo, y “desde la zona autorizada en el espacio donde se celebra el evento” (lo que en la anterior ley era “con libre acceso a los estadios y recintos deportivos”).

El resto del articulado de la Ley 2010 se dedicaba “a la regulación y coordinación del Mercado de Comunicación Audiovisual”, ofreciendo reglas para un mercado competitivo, condiciones para acceder a las licencias cuando éstas son necesarias, así como una nueva regulación de los entes públicos de comunicación y del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

En esta ley que, insistimos, regulaba fundamentalmente el negocio, una curiosidad. Justo después de hablar de los acontecimientos de interés general (a efectos solo televisivos), y cuando abordaba el régimen jurídico de los servicios de comunicación “como servicios de interés general”, desplegaba un artículo donde se lee:

“Los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos, televisivos y conexos e interactivos son servicios de interés general que se prestan en el ejercicio del derecho a la libre expresión de ideas, del derecho a comunicar y recibir información, del derecho a la participación en la vida política y social, y del derecho a la libertad de empresa, y dentro del fomento a la igualdad, la pluralidad y los valores democráticos” (art. 22.1).

Igual merecería la pena detenerse a investigar qué pretendía el legislador con este artículo de “asuntos varios” en el que se mezclan tantos conceptos distantes entre sí, y dentro del Capítulo que se titula “Régimen jurídico básico de la prestación de servicios de comunicación audiovisual en un mercado transparente y plural”. Pero no es este objeto de nuestra tesis. Aún así, vemos cómo la Ley regula muchas cuestiones relativas al mercado, pero

pocas relativas a la comunicación, a la información, en definitiva materias que ampliaran el alcance de lo dictado en el artículo 20 de la Constitución Española.

### **La “solución” del Gobierno al conflicto entre emisoras de radio y clubes de fútbol: el Real Decreto Ley 15/2012**

Pero si la Ley de 1997 abría una discusión, y la Ley de 2010 la cerraba para dejar paso a las reclamaciones de la LFP, el Real Decreto Ley 15/2012, de 20 de abril, de modificación del régimen administrativo de la Corporación RTVE, previsto en la Ley 17/2006, de 5 de junio, es el que soportó el estado del conflicto hasta mediados de 2015 con la modificación normativa que a continuación referimos.

Con el ánimo de zanjar el asunto en la medida en que alguna de las partes reclamaba hacer efectivas las promesas electorales, el partido político que tomaba turno en el Gobierno legisló por a golpe de decreto dadas “las circunstancias de extraordinaria y urgente necesidad que exige el artículo 86 de la CE”<sup>29</sup>. Para ello, se modificaba el mencionado anteriormente título de la Sección 3ª del Capítulo II del Título II para eliminar la expresión “por televisión” y que quedara del siguiente modo: “La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales”.

Y se incluía el siguiente nuevo apartado:

“Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual radiofónica dispondrán de libre acceso a los estadios y recintos para retransmitir en directo los acontecimientos deportivos que tengan lugar en los mismos, a cambio de una compensación económica equivalente a los costes generados por el ejercicio de tal derecho.

<sup>29</sup> Rodríguez Ten explica en su artículo “Comentario de urgencia al RD 15/2012, de 20 de abril, que modifica la Ley general de comunicación incidiendo en el conflicto entre la LFP y las emisoras de radio”, publicado en el portal Iusport en abril de 2012, algunas dudas jurídicas sobre la idoneidad de la utilización por parte del Gobierno de un Real Decreto para modificar la ley.

La cuantía de la compensación económica será fijada mediante acuerdo de las partes. En caso de discrepancia sobre dicha cuantía, corresponderá a la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones resolver el conflicto mediante resolución vinculante, a solicitud de alguna de las partes y previa audiencia de las mismas” (art. 19).

En el real decreto ley, el legislador se decantaba de una de las partes, apuntando al déficit de la Ley General de la Comunicación cuando solo “regula la emisión de contenidos audiovisuales a través de la televisión sin hacer mención alguna a la radiodifusión sonora”. Se defendía sin posibilidad de discusión alguna el derecho a la información como garante para el acceso de las emisoras a los estadios de fútbol. A partir de entonces, si hubiera existido algún acuerdo del organismo que reúne a los clubes de fútbol con algún grupo de comunicación para la venta de unos derechos de retransmisión, este quedaba en papel mojado:

“Es necesario que la legislación audiovisual reconozca expresamente el derecho de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual radiofónica a comunicar información sobre acontecimientos deportivos y de este modo proteger el derecho a la información de todos los ciudadanos como derecho prioritario” (Exposición de Motivos).

A continuación encontraba remedio a las pretensiones de los clubes de fútbol fijando una compensación económica por los gastos que ocasionan las emisoras durante su tarea informativa en los estadios.

Si no se ponían de acuerdo las partes, sería la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones la que fijaría dicha compensación. No lo hicieron. La LFP cifró esa compensación en 456.000 euros para el acceso a los estadio de Primera División y 252.000 euros para el acceso a los de Segunda. Las emisoras de radio no aceptaron esa cifra y en junio de 2012 las partes

renunciaron a seguir negociando. A finales de julio, y dada la urgencia de que la temporada deportiva arrancara con una solución, la Comisión dictó medidas cautelares y 98 euros de compensación por partido de fútbol y emisora. Y el 29 de noviembre de 2012 (Reunión 42/12 del Consejo) dictaba la Resolución definitiva en la que rebajaba la cuantía y afirmaba:

“El debate sobre el alcance del derecho de acceso reconocido en el artículo 19 de la Ley Audiovisual para ejercer el derecho a la información es ajeno al ámbito competencial reconocido a esta Comisión en virtud de dicho artículo, por lo que deberá ser la jurisdicción competente quien lo determine, a la que deberán aducir las partes en aras a delimitar su ámbito de aplicación” (p. 11).

Es decir, la Comisión instaba a las partes a resolver el debate de fondo en la instancia adecuada. De hecho, insistía en su Resolución en que en ningún caso “la determinación de los costes prejuzga la extensión del derecho fundamental a la información”. Las partes tenían un plazo para recurrir la Resolución, algo que sí hizo la LFP con un recurso ante la Audiencia Nacional. Esta, en su sentencia de la Sala Contencioso-Administrativa, Sección 8, sobre el recurso nº 51/2013 mantuvo la línea de lo dictado por la Comisión, cuando explica que los “derechos de retransmisión radiofónica” nunca han sido objeto de explotación comercial y que tradicionalmente en España ninguna emisora ha realizado pagos por el “derecho a retransmitir”, puesto que:

“La distinta naturaleza entre una retransmisión radiofónica y una retransmisión televisiva hace que la primera esté protegida por el derecho a la información consagrado en la Constitución Española, en su artículo 20, y por tanto no ha lugar a tener que pagar ninguna contraprestación” (FJ 3º).

A fecha de 2016, este es el estado del conflicto desde el punto de vista jurídico. La Liga de Fútbol Profesional presentó un recurso de casación ante el Tribunal Supremo por su desacuerdo con la cantidad de cien euros que

estipuló la Audiencia Nacional en concepto de gastos por el acceso, y quizá de mayor calado, por entender que el real decreto ley es inconstitucional. La conceptualización del derecho a comunicar información parece haber quedado aparcada. Todo lo sucedido durante el verano de 2015, con modificaciones de la Ley General de la Comunicación Audiovisual incluida, afecta en poco a la deriva que el derecho a informar pueda tener respecto del fenómeno deportivo profesional en España.

#### 4. LOS PUNTOS DE VISTA DE LAS PARTES EN LITIGIO A TRAVÉS DE SUS VOCES AUTORIZADAS

Como hemos señalado anteriormente, el conflicto jurídico que nos ocupa tiene vida mientras acometemos las distintas etapas de la investigación, y es posible que no se cierre cuando este trabajo esté finalizado. Es por ello que entendemos que la oportunidad de conocer y plasmar los distintos puntos de vista de las partes, a través de las voces autorizadas de sus representantes, tiene máximo interés académico y científico. A través de sendas entrevistas, hemos tenido la oportunidad de enfrentar las opiniones de la Asociación Española de Radios Comerciales (AERC) y de la Liga de Fútbol Profesional (LFP).

En nombre de la AERC entrevistamos a su presidente, Augusto DelKáder, que era en 2015, además, presidente de Prisa Radio. En una larga carrera profesional, ejerció el periodismo en distintos medios de comunicación, siendo, miembro fundador del diario El País, o director de informativos y director general de la Cadena Ser. Por parte de la Liga de Fútbol Profesional recabamos la opinión del doctor Miguel María García Caba, asesor jurídico desde 2005, profesor universitario, y experto acreditado en derecho del deporte desde sus distintas facetas.

Aunque la conversación con cada una de las partes derivó por distintos derroteros, el planteamiento inicial de este autor fue plantear las mismas cuestiones a ambos entrevistados, con el fin de confrontar los puntos de vida de las partes en litigio. Mientras que el encuentro con Delkáder se produjo en abril de 2015, la cita con García Caba fue en octubre de 2015. Los meses transcurridos entre una entrevista no alteran sustancialmente el escenario, salvo en el hecho de que cuando se produjo la entrevista con el asesor jurídico de la Liga de Fútbol Profesional, este ya nos confirmó la interposición por parte del ente de clubes de un recurso de casación ante el Tribunal Supremo contra la sentencia de la Audiencia Nacional de 2015, recurso que estaba en trámite al final de este trabajo doctoral. Las transcripciones completas de ambas entrevistas se pueden consultar en sendos anexos a este trabajo doctoral.

Respecto de la pregunta de si existe un derecho a informar sobre el deporte, la opinión de Delkáder gira en torno a la particularidad del trabajo de las emisoras de radio:

“Lo que se cobra en televisión por los partidos de fútbol es por una reproducción, y por tanto hay un derecho de imagen. Las radios, en los campos de fútbol, están ejerciendo el derecho a la información, la narración del partido no es una reproducción de la imagen del partido, es la versión subjetiva, la creación intelectual de varios periodistas que hacen la narración. No es lo mismo escuchar el partido por la COPE, que por la SER. Al ser una creación subjetiva del periodista, está sujeto al derecho a la información, y éste no se puede limitar. Los clubes pueden poner una barrera de entrada, y cobrar. Ahí empieza una negociación mercantil, pero no por el derecho a la información. Los periodistas de radio tenemos el derecho a entrar a los estadios. El mundo del fútbol sabe y comprende muy bien que la radio es la que hace que permanezca durante toda la semana activamente todo lo que es la afición al mundo del fútbol. Y eso es un beneficio para el fútbol. Un acuerdo como el anterior cuando estaba Baró o como el que tenemos ahora es lo mejor para todos”.

Por su parte, el asesor jurídico de la Liga de Fútbol Profesional habla de los matices con los que hay que entender ese reconocido derecho a informar, con un papel importante en sociedad:

“Creo que tiene un papel fundamental, el problema es que creo que el derecho a la información no puede abarcar todo. Estás afectando a otros derechos fundamentales como son la propiedad privada y la libertad de empresa. Yo pongo el circo, los enanos, te metes en mi circo y no pones nada para el circo. Si mañana te permiten transmitir el concierto de música, la obra de teatro o la película y te dejo entrar gratis, ¿qué ocurre? ¿Los periodistas no pueden entrar a transmitir un concierto? No tiene sentido que haya barra libre. Se informa del hecho noticiable, el resultado, si ha habido

expulsiones, si ha habido incidencias de la afición. Eso es derecho a la información. Montar un carrusel, un programa que dura muchas horas y que no sé si a efectos de comunicación es un programa informativo o de entretenimiento, no está abarcado por el derecho a la información. Una cosa es el hecho noticiable, y que lo des, como pasa con los resúmenes informativos de televisión. Y otra cosa es que establezcas un programa que no es solo informativo. Hay una explotación comercial con base en un producto en el que no has contribuido. Te estás valiendo de un negocio organizado por la Federación y la Liga para crear un negocio paralelo al que no aportas nada más allá de los gastos marcados. Se está enriqueciendo a costa de un negocio que no es suyo, ni colaboras. Es como si tuvieras vía libre para retransmitir un evento cultural por el que todo el mundo paga. Lo extraño que yo veo es que no haya una definición clara del derecho a la información a efectos radiofónicos. Personalmente, esperaba que el nuevo Real Decreto, igual que ha modificado el artículo 19.3. de la LGC con los resúmenes de televisión, modificara el 19.4”.

Respecto del papel del deporte y los medios de comunicación en la sociedad del siglo XXI en España, las posturas también encuentran matices. Delkáder afirma que “el deporte forma parte de la actividad cotidiana, del ocio y el entretenimiento de la gente. La información no sólo debe ser política: la hay cultural, de deporte... Y puede ser objeto de explotación”, valora así la función de los medios y la particular relación en el caso español:

“Los medios, que son los intermediarios sociales de la información, están en un momento en el que su papel se diluye por la irrupción de los medios sociales. Estamos en un mundo en el que hay oferta y demanda. Los medios tienen que responder a esa multiplicidad de ofertas, y convivir con el hecho de que hay muchas oportunidades de acceso a la información a través de la red. Ahora bien, los medios de comunicación siempre existirán. Ahora los medios de distribución de la información son más sencillos para la radio, y será más profunda para la prensa [...]. España tiene un modelo con algunas

singularidades en la información deportiva. En lo fundamental, hay modelos similares. La experiencia particular mía me dice que en países como Panamá, Costa Rica, Estados Unidos, México, Chile, etc... donde tenemos emisoras, hemos exportado formatos y son un éxito. La radio deportiva española es pionera en ese sentido. Fuera de España, eso sí, la radio nocturna no existe. Existen en horas más tempranas, pero no algo igual”.

Para Miguel M. García Caba, la función de los medios de comunicación en España tiene importancia, pero también unos límites que expresa del siguiente modo:

“Es verdad que tienen un papel fundamental, y que ellos contribuyen a crear valor, a expandir la importancia del deporte y del fútbol en particular, y deben tener facilidades para su labor informadora, pero de ahí a dejarles vía libre total... En cualquier otro país de nuestro entorno más cercano, en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, se paga por los derechos radiofónicos. Nuestras cadenas de emisoras pagan cuando van a estos países y en otros eventos deportivos como la Fórmula 1. No hay un derecho a la información tan amplio que pueda abarcar todo, gratis. Si quieres retransmitir, y hacer un programa específico sobre determinados productos tienes que contribuir. Las radios tienen un papel fundamental en comunicar sobre el deporte, en generar más atracción, pero creo que en sus justos términos, porque también se benefician del espectáculo. Esto no ocurre en otro país, sobre todo en fútbol profesional. En Inglaterra sólo escuchas la narración del partido en la BBC, otra cosa es que pongas cualquier cadena y te digan los resultados, pero no tienen todas los derechos. En España pasó con la Fórmula 1, cuyos derechos los compró la RAC1 de Cataluña. El resto podían informar, pero el derecho a la información no abarca el derecho al entretenimiento, y creo que el legislador del 2010 estaba pensando en esto. Cuando se tramitó el Real Decreto y se le quitó el derecho, por ejemplo, a RAC1, no sé por qué no dijeron nada. De hecho, nosotros empezamos a comercializar

los derechos después de la LGC, antes del Real Decreto de 2012, y nadie se rasgó la camisa”.

## 5. DERECHO A COMUNICAR INFORMACIÓN VERSUS DERECHOS DE TRANSMISIÓN

Antes de continuar hacia la interpretación de las leyes y la jurisprudencia, en el ánimo de fijar un criterio al margen de los que las normas cambiantes puedan dictar sobre los asuntos que nos ocupan, resulta de interés realizar un ejercicio de precisión, a fin de entender sobre qué estamos reclamando orden.

Como hemos tenido oportunidad de comprobar en las páginas precedentes y en la lectura de la legislación citada, existe una mezcla importante de términos, que afecta de manera directa a la consideración de los hechos que estudiamos. El derecho protegido en el artículo 20.1. de la Constitución Española es el derecho a comunicar información veraz. Las leyes estatales y europeas, y más aún, la doctrina y la jurisprudencia que han tratado sobre la materia hablan indistintamente del derecho a informar, del derecho a retransmitir, de los derechos de emisión, de derechos radiofónicos, de derechos de transmisión radiofónica, derechos de crónica gratuita (Díez Bueso, 1999), etc.

Y aunque los anteriores, algunos de ellos, se reconocen como derechos distintos, apenas ha habido esfuerzos por diferenciarlos. Al contrario, de la actuación de algunas de las partes florecen confusiones importantes. La solución política-legal al conflicto entre las emisoras de radio en España y los clubes de fútbol se zanjó con un pago por el uso de instalaciones, no se entró a valorar derechos que tuviera el organizador del evento en relación con los operadores radiofónicos. Mientras, la Ley 7/2010 avala la existencia de un negocio en el caso de la radiodifusión al afirmar que “el Título III finaliza con un conjunto de artículos destinados a garantizar el pluralismo y la libre competencia en el mercado radiofónico y televisivo...” (Preámbulo). Por otro lado, la Resolución del Parlamento Europeo B4-326/96 en la que se inspiró la Ley de 1997 reconoce explícitamente la existencia de unos “derechos de retransmisión por radio” (Considerando 9) que, según la recomendación del

Parlamento, se deberían vender de manera individual, y separados de los derechos televisivos (para promover la competencia y maximizar el acceso del público al deporte). Y aquella ley ya derogada de 1997 siguió la misma línea desde su exposición de motivos, mezclando sin distinción un presunto “derecho a la información deportiva” con “derechos de retransmisión de determinados acontecimientos deportivos”, “legítimos derechos de los consumidores a acceder a retransmisiones” o un “derecho de elección”. Al menos, en su articulado, la ley especificó que los derechos de retransmisión no “pueden limitar el derecho a la información” (art. 2), que es la línea a la que han querido acercarse con mayor o menor fortuna los textos legales españoles.

En otro nivel, la Decisión de la Comisión Europea 2003/778/CE relativa a la venta conjunta de los derechos comerciales de la Liga de Campeones de la UEFA reconoce la existencia de unos derechos de radio, al señalar: “Tanto la UEFA como los clubes de fútbol pueden vender licencias para la retransmisión radiofónica en directo de los partidos de fútbol de la Liga de Campeones de la UEFA sobre una base no exclusiva” (Punto 3.4.5). El caso de las competiciones de UEFA, como otros, es singular, dado el soporte que ofrece la legislación de referencia para ese organismo, que es la suiza. Por citar otro caso, el Consejo de Europa hablaba en su Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza de que las leyes debían evitar que la venta de derechos exclusivos impidieran el acceso de los ciudadanos a la retransmisión de eventos declarados como de interés general (desconocemos si quería decir a la información que generan esos eventos, si su afán era proteger esa información y a la ciudadanía o por el contrario solo protegía las transmisiones televisivas).

En el documento de base para el grupo de trabajo de las Primeras Jornadas Europeas del Deporte (1999), la Comisión Europea se planteaba la importancia del crecimiento del sector audiovisual en relación con los acontecimientos deportivos y afirmaba:

“Un aspecto que no debe olvidarse es el del derecho a la información de los ciudadanos. Al haberse convertido la venta de derechos exclusivos en la primera fuente de financiación, el ciudadano europeo, acostumbrado a recibir gratuitamente imágenes de los grandes acontecimientos deportivos, podría verse obligado a pagar para tener acceso a ellos. La Directiva ‘Televisión sin fronteras’ permite a los Estados miembros ‘reservar’ algunos grandes acontecimientos para su transmisión en abierto” (p. 2).

A nivel doctrinal, distintos autores han intentado desliar esta madeja de derechos y han hablado de “derechos de titulares de eventos deportivos” (Descalzo González, 2011). Palomar Olmeda (2013) apunta a “la confusión material entre el derecho de información y el de utilización de los productos y derechos adquiridos por la vía de las limitaciones derivadas del interés general” (p. 6).

Echemos mano del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, para establecer con precisión el significado de cada término. La acepción 1. del término “informar” dice: “Enterar, dar noticia de algo”. Cuando un informador accede a un estadio de fútbol lo hace con el propósito de ofrecer noticia de lo que ocurre durante el encuentro deportivo. Las formas y códigos que use para informar de los hechos dependerá del medio de comunicación para el que trabaje. A nivel legal, el Tribunal Constitucional de España (STC 56/2004, de 15 de abril) entró a reforzar esta evidencia en relación con un recurso por el acceso de los medios de comunicación a las salas donde se celebran juicios:

“Nada distinto de lo declarado para los periodistas que cumplen su función mediante el escrito hay que decir para las informaciones que se valen de otros medios técnicos para obtener y transmitir la noticia, como los de grabación óptica, a través de cámaras fotográficas o de radiodifusión visual. El art. 20.1. d) CE garantiza el derecho a comunicar libremente información veraz ‘por cualquier medio de

difusión', sin distinción entre las diferentes modalidades de éstos en lo que se refiere al contenido constitucionalmente garantizado del derecho. Por eso debe afirmarse que forma parte de dicho contenido tanto la utilización de esos cauces técnicos para la obtención y difusión de la noticia en la fuente informativa de acceso general (y las audiencias públicas lo son), como la instalación, instrumentalmente necesaria, de los aparatos técnicos precisos allí donde la noticia se produce. En esta línea, ha de destacarse que la imagen enriquece notablemente el contenido del mensaje que se dirige a la formación de una opinión pública libre" (FJ 4º).

No debería ofrecer discusión que si un periodista informa para una emisora de radio, necesitará el soporte de la voz y el sonido. Si informa para un periódico o un medio digital, usará, básicamente, el soporte de la palabra escrita junto a la fotografía. Y si trabaja para una televisión, necesitará inevitablemente la imagen y el sonido, como sentencia la Audiencia Provincial de Madrid (Sentencia de la Sección 10ª, núm. 204/1996 de 30 de marzo): "La toma de imágenes [...] es inherente a la naturaleza misma de la televisión" (FJ 5º). Eso sí, siempre dentro de los límites marcados por otros derechos como el de la imagen propia, etc.

Informar es una cosa, y acceder al estadio deportivo para "extraer" un producto y mostrarlo tal cual entero o por partes al público general a través de cualquier medio o herramienta de comunicación parece algo distinto. Pongamos un ejemplo con vocación esclarecedora: un informador de radio puede acceder al Teatro Real para dar cuenta de un concierto de ópera, e informar sobre él si a juicio del medio de comunicación o el periodista hubiera un hecho merecedor de dar como noticia a su potencial público objetivo. O puede acceder, instalar sus equipos de radio, y transmitir el sonido del concierto, en parte o completamente. Incluso puede hacerlo sin informar de lo que está sucediendo.

Otro caso: cualquier aficionado puede, desde su teléfono móvil, usar sus cuentas en redes sociales e informar del resultado de un evento deportivo. O puede grabar los goles, con mejor o peor calidad, y publicarlos al instante, sin siquiera dar el marcador o los goleadores, etc. Informar y transmitir son dos acciones distintas. La confusión puede estar justificada, con base en el uso de términos que pueden tener varios significados. Porque, efectivamente, la RAE nos dice que “transmitir”, en su acepción 2. está aceptada como: “Dicho de una emisora de radio o televisión: difundir noticias, programas de música, espectáculos, etc.”.

La noticia es la consecuencia natural del ejercicio del derecho a la información. Se informa para dar noticias. Un entrenador es libre de ofrecer sus impresiones en forma de entrevista o conferencia de prensa. Es más, puede ofrecer declaraciones y no hacer públicos en ese momento contenidos de interés que podrían conformar una noticia, guardárselas para publicarlas en su cuenta personal de cualquiera de las redes sociales de moda. En primera instancia, el informador tiene la misión de determinar qué es noticia y qué no lo es, no el club, ni el entrenador, ni el jugador. Pero, ¿quién puede atribuirse la posesión o titularidad de hechos noticiosos que se generan directamente durante un partido de fútbol? ¿La noticia de que el árbitro muestra una cartulina amarilla es un bien propiedad del organizador del partido, del organizador de la competición, del propio árbitro? Podríamos seguir en esta línea de argumentación, pero preguntarnos de quien es la noticia de un gol sería lindar el territorio del absurdo: ¿es la noticia del gol del autor, del guardameta que no puede impedirlo, del organizador del partido o la competición?

Parte de la justificación de los actuales departamentos de comunicación de cualquier empresa o institución está en producir situaciones en las que consiga establecer qué es noticia (en función de sus intereses) y hacerla llegar al público mediante los medios de comunicación. La conformación de una noticia, de un hecho noticioso, necesita de la puesta en común de varios actores. El mensaje es noticia si así lo determina, en primer lugar, el comunicador o intermediario del hecho, y en última instancia, el público

receptor. La valoración primera de qué es noticia y qué no lo es no corresponde por lo general al emisor, y una vez conocida, al receptor. Y habitualmente la noticia es tal noticia cuando la integran hechos de actualidad, novedosos, con interés y veracidad, expresados en los modos y formas que marca la corrección, etc.

Parece evidente que el producto que ofrece un canal de televisión que programa a sus telespectadores un partido de fútbol es algo distinto a dar una o muchas noticias sobre ese partido de fútbol<sup>30</sup>. Un partido de fútbol que ofrece un canal de televisión es un contenido, un producto, que genera unos derechos que tienen por ende un dueño. Este puede venderlos o regalarlos, o ni venderlos ni regalarlos. Pero, ¿quién es propietario de la información? ¿Es la noticia de un penalti o de un gol propiedad de alguien? ¿Es el árbitro el propietario de la información que se produce sobre las expulsiones? ¿O el jugador sobre las acciones que terminan en gol o en fallo clamoroso?

Para aclarar la diferencia de conceptos, y hacer ver que lo protegido a máximo nivel por la Constitución Española es el derecho a comunicar información y no otros derechos parecidos, nos pueden valer definiciones que aporta la Ley de Propiedad Intelectual. Y eso, aunque la justicia nos dice que no se puede entender un partido de fútbol como una obra que genere derechos de autor. Así lo marcó la Gran Sala del Tribunal de Justicia de la Unión Europea cuando el 4 de octubre de 2011 dictó sentencia en relación con el uso de decodificadores comprados en Grecia por parte de establecimientos que emitían en el Reino Unido partidos de la Premier League:

“Para revestir tal calificación, el objeto en cuestión debe ser original, en el sentido de constituir una creación intelectual propia de su autor [...]. Los encuentros deportivos no pueden considerarse creaciones intelectuales calificables de obras en el sentido de la

<sup>30</sup> La historia reciente de la televisión nos ha dejado formatos en los que se emula a los tradicionales “carruseles” radiofónicos a través de conexiones con los estadios de fútbol. Desde allí, el periodista informa de las novedades del partido, y la imagen que lo soporta es un plano de la grada, o de un banquillo (la imagen completa el relato informativo sin atentar a la comunicación de la “obra” cuyos derechos han adquirido otros operadores de televisión).

Directiva sobre los derechos de autor. Esto es así, en particular, en el caso de los partidos de fútbol, delimitados por reglas de juego que no dejan espacio a la libertad creativa, en el sentido de los derechos de autor” (Puntos 97-98).

Permitámonos entonces entender que el partido de fútbol fuera una obra, sólo a efectos de usar la definición que hace la Ley de Propiedad Intelectual de España de determinados derechos de explotación. Como se lee en la Sentencia, “los encuentros deportivos, como tales, revisten un carácter único y, en esta medida, original, lo que puede convertirlos en objetos dignos de protección comparable a la protección de obras, protección que pueden otorgar, en su caso, los diferentes ordenamientos jurídicos internos” (Punto 100). Lo que hace una emisora de televisión que ofrece un concierto de música o un partido de fútbol en directo o en diferido es “un acto por el cual una pluralidad de personas tiene acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas”. Éste es el concepto de “comunicación pública” que establece la Ley de Propiedad Intelectual (art. 20.1), sobre la base de la Directiva Europea 2001/29/CE, de 22 de mayo. Lo que hacen una emisora de radio, una versión online de un diario en sus seguimientos “minuto a minuto” de un partido de fútbol o un aficionado usa sus redes sociales para dar cuenta de un gol no es dar acceso a la obra, sino informar sobre ella, dar noticia de lo que está ocurriendo en el evento deportivo.

Cuando se protege a máximo nivel el derecho a comunicar información veraz se está protegiendo un derecho humano, que como parte de la identidad cultural de una sociedad, no puede estar expuesto, según indican distintas resoluciones y directivas europeas, a los rigores del libre comercio, puesto que es portador de identidades, valores y significados y no debe tratarse como si tuviera sólo un valor comercial. Así lo defiende Sancho Gargallo (2011), cuando, hablando del derecho a citar como uno de los límites que tiene el derecho a la propiedad intelectual, explica que “la información en sí misma no se protege por el derecho de autor” (p. 5).

Al defender el derecho a explotar comercialmente un producto como puede ser un partido fútbol, una competición deportiva, o un concierto de música, se está peleando por otra cosa distinta. La Ley General de la Comunicación Audiovisual habla, en ese sentido, de proteger a los ciudadanos de la restricción de acceso a determinados “contenidos”. El texto español tiene muchas de sus bases en la Directiva 13/2010 del Parlamento y el Consejo de la Unión Europea. Esta define el concepto “programa”, que nos puede valer para seguir estableciendo diferencias entre informar y reproducir. Afirma la Directiva que “programa” es:

“Un conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro de un horario de programación o de un catálogo elaborado por un prestador del servicio de comunicación y cuya forma y contenido son comparables a la forma y el contenido de la radiodifusión televisiva. Como ejemplo de programas se pueden citar los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las comedias de situación, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales” (p. 12).

Reduciendo al máximo, digamos que a la información como derecho básico del hombre no debería ponerse precio. Al producto, al “contenido”, al “programa” que surge de una manifestación deportiva, usando la expresión de la anterior Directiva, sí.

Por tanto, y a modo de asentar aún más las ideas y bases de nuestro objeto de estudio, aclaremos una vez más que lo que analizamos es si los medios de comunicación, y veremos si en su caso, cualquier ciudadano, tienen derecho a comunicar información veraz y relevante sobre asuntos de interés para la sociedad, y para ello debe permitírseles el acceso a los lugares, en este caso deportivos, donde se pudieren producir hechos noticiosos. Enlazar el derecho a informar con otros derechos como los de transmisión de determinados actos deportivos, culturales, políticos o sociales no lleva a otro fin que el de distorsionar las facultades y obligaciones que manan de cada uno de

esos derechos. La noticia es el elemento protegido por el derecho a la información; el contenido fútbol que puede ser visionado de manera simultánea a través de una retransmisión televisiva es el bien protegido por los derechos de comunicación pública.

No admite mucha discusión que ningún derecho es absoluto, y por tanto, más adelante se definirá aún más el derecho protegido en el art. 20.1. d) CE en relación con otros igualmente protegibles por la Constitución. Pero antes, definimos otra serie de términos importantes en nuestro trabajo doctoral: ¿Qué es el interés general, el interés social, el interés público informativo? ¿Realmente el deporte es un hecho de interés general? ¿O solo un nutriente de ocio para el ciudadano, como entiende, a juicio de Palomar Olmeda (2013), una parte de la doctrina?: “Los intelectuales y una parte relevante de la sociedad consideran una especie de aberración la utilización de un concepto como el de intereses generales [...] a una actividad como el deporte y, específicamente dentro del mismo, al fútbol” (p. 7).

## 6. INTERÉS GENERAL E INTERÉS PÚBLICO. LA OPINIÓN PÚBLICA.

Separar, distinguir y aclarar conceptos como los presentados en el titular de este capítulo es una de las misiones del presente estudio. Es asunto reiterado por la justicia que el derecho a comunicar información solo es merecedor de protección a máximo nivel constitucional en nuestro país cuando se comunican asuntos que afectan a nuestra sociedad, cuando se informa de algún tema de interés para toda la comunidad, cuando en juego está la formación de la opinión pública sobre los asuntos que le afectan.

Sin embargo, no es pacífica en la doctrina la respuesta a la pregunta: ¿Es el deporte en España un fenómeno global, que llega al conjunto de la sociedad? ¿Lo es sólo el fútbol profesional, o no es más que entretenimiento y fuente de curiosidades para saciar el tiempo de ocio de las personas desocupadas? Ajustemos la cuestión y los términos para plantearnos, observando el tema desde la perspectiva legal y jurídica: ¿Son las competiciones deportivas profesionales de fútbol y baloncesto de nuestro país eventos de interés general?

En el momento del fragor inicial de la contienda entre clubes y emisoras de radio, la doctrina se posicionó de manera más o menos nítida, siempre en el análisis de la controvertida Ley del Fútbol. Escribió el profesor Bermejo Vera (1997):

“Resulta ridículo considerar el fútbol profesionalizado como un asunto público. La AP ha puesto el fútbol en una posición social que no le corresponde, al menos por lo que se refiere al derecho fundamental de la información, pues confunde el presunto o demostrado interés del público (que lo es en cuanto suma de intereses individuales, aunque sean millones), con los asuntos esencialmente públicos”.

Aquí se ponen sobre la mesa dos versiones del concepto “público”, al que al anticiparle la contracción “del”, se le da un matiz distinto al inicial. En ese sentido, dejamos aquí constancia de la definición que hace el diccionario de la

Real Academia Española de la Lengua, que en su acepción primera define el adjetivo “público” como “notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos”, mientras que en su acepción tercera encontramos otro significado: “Se dice de la potestad, jurisdicción y autoridad para hacer algo, como contrapuesto a privado”. En el Capítulo I de este trabajo analizábamos los conceptos de “público” y “privado” a la luz de los cambios producidos en la sociedad en los últimos tiempos, y veíamos como la trascendencia o intrascendencia pública dan carácter a una y otra esfera, en un tiempo en el que lo público y lo privado tienen muchos espacios en común. En todo caso, siguiendo la línea del profesor Bermejo Vera, Terol Gómez (2002) plantea comparaciones de interés entre distintas manifestaciones culturales:

"Teniendo en cuenta, aunque equivocadamente, como veremos, los planteamientos constitucionales, la Sentencia afirma la relevancia pública del espectáculo deportivo ofreciendo datos tales como que, según estudios sociológicos, eran resaltados el fútbol los toros y los bares como las instituciones que de un modo significativo expresaban un modo de vivir de los españoles, lo que, junto con los índices de audiencia del fútbol televisado, pone de evidencia la importancia social que el fútbol tiene en nuestro país y el interés general que produce entre gran parte de la ciudadanía, yendo su expectación más allá del sector de la población que, por su afición, acude a contemplar el espectáculo deportivo en el propio campo [...]. Si en todo acontecimiento o acto en el que concurre un interés del público, especialmente si es un espectáculo, se debe permitir la entrada gratuita de las cámaras de televisión para dar noticia de ello y luego rentabilizarla vía publicidad en su emisión, ¿no estaríamos yendo mucho más allá de lo que supone el constitucional derecho de la información? Creer que no sería tan absurdo como sostener que si se estrena una obra de teatro con actores de renombre y gran relevancia social, las cámaras de televisión de todas las cadenas podrían acceder libremente al recinto para tomar imágenes de la citada obra y luego difundirlas sin que ni actores, ni director, ni autor del guión vean un solo

euro. Y todo ello en el ejercicio del derecho a la información" (p. 355).

La confusión entre el derecho a información y los derechos de retransmisión pública ya la damos por superada, aún cuando extraemos aquí dos nuevos capítulos de mezcla de ambos. En la lectura de los autores que en su día estudiaron el conflicto van apareciendo conceptos parecidos pero no idénticos. Así, apuntamos la reflexión de Azurmendi Adarraga (1997) que, superando lo deportivo y al hablar de los casos llevados al Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH), concluye que:

“La argumentación para dirimir si se había respetado o no el artículo 10 del Convenio (Europeo de Derechos Humanos) se ha construido sobre la noción de interés público, o el interés público informativo. Ese interés público informativo permite delimitar qué aspectos de la vida pública e incluso de la privada pueden aparecer en los medios de comunicación” (p. 73).

Azurmendi extracta distintas sentencias del TEDH para definir, en sentido negativo, qué no equivale y qué sí al concepto de interés público informativo:

“-La simple convergencia de lo que pide el público más la sensibilidad del comunicador para captarlo y ofrecérselo; que estén presentes estos factores no garantizan que las informaciones ofrecidas por los medios sean de interés público informativo;

-un modo de informar que busque preservar a los poderes públicos del daño que pueda ocasionarles el desvelamiento de sus irregularidades [...].

-la información que entretiene, escandaliza y mantiene fiel a la audiencia.

De forma positiva, el interés público informativo sí tiene que ver con:

-ofrecer la información necesaria en una comunidad social y política para que el ciudadano se sienta partícipe de su devenir; la universalización de la sociedad contemporánea, -de su economía, del derecho, de las artes y la cultura-, ha supuesto también una universalización del interés informativo. Los medios de comunicación se hacen así imprescindibles en esa ampliación del horizonte social de cada hombre;

-dos características que se exigen a la comunicación periodística: que lo que se difunda sea de trascendencia pública y de actualidad" (p. 73).

Sirva este repaso a las ideas expresadas por distintos autores para comprobar que la doctrina no es uniforme en su posicionamiento. Por otro lado, la confusión entre términos que a veces se usan de manera indistinta puede llevar a posicionarse de uno u otro lado cuando se plantea si existe o no interés del público, interés público, interés general, etc...

### **El interés general**

Esos conceptos que parecen iguales pero solo se parecen en las grafías afamaron tras el intento por desentrañar las implicaciones y consecuencias de la Ley de 1997 ya derogada. Pasado el tiempo, se puede acometer la misión de separar y compartimentar significados y repercusiones diferentes para cada uno de los conceptos presentados anteriormente.

Archivada entendemos una acepción manada de la Ley 14/1966, de 8 de marzo, de Prensa e Imprenta, cuando hablaba del interés general que obligaba a los medios de comunicación a publicar las informaciones que llegaran desde la Administración y los Entes Públicos:

“Las publicaciones periódicas deberán insertar y las agencias informativas distribuir, con indicación de su procedencia, las notas, comunicaciones y noticias de interés general que la Administración y las Entidades públicas consideren necesario divulgar y sean enviadas a

través de la Dirección General de Prensa, que las cursará cuando las estime procedentes para su inserción con la extensión adecuada” (art. 6).

El concepto de “interés general” legal, como popularizó la Ley del Fútbol de 1997 y como se ha mantenido en la legislación actualmente vigente, lo es a efectos de las transmisiones televisivas y siempre en virtud de un catálogo de acontecimientos que elaboraría un Consejo de Emisiones y Retransmisiones Deportivas que nunca llegó a crearse. Desde 2014, corresponde al Ministerio de la Presidencia la aprobación de dicho catálogo. Son de “interés general” los acontecimientos que se enumeren en el mismo. Esos eventos deben tener unas características concretas, como ser atractivos para los operadores de radio y televisión, importantes en el ámbito deportivo nacional y con tradición. Ya hemos estudiado cómo las leyes nacionales se inspiran en las recomendaciones y resoluciones europeas, y en la Directiva Europea sobre la materia. En esa línea, la Ley General de la Comunicación Audiovisual afirma que su Título II:

“Dedica un capítulo a la regulación de los derechos sobre contenidos en régimen de exclusividad, en la que se protege el derecho a la información de todos los ciudadanos como derecho prioritario y se fijan límites a la exclusividad en función de criterios de interés general que aseguran la emisión en abierto de una serie de acontecimientos relacionados fundamentalmente con eventos deportivos de gran audiencia y valor” (Preámbulo).

La ley entrelaza el interés general con los derechos de los ciudadanos y “de los prestadores”. ¿Son conceptos igualables en protección, cuando el interés general que regula la ley es el que tiene que ver con la televisión y determinados eventos deportivos?

Yendo a más en su misión, la Ley 2010 amplía la referencia a qué puede ser o no catalogado como de interés general en su art. 20.1, donde elabora un

listado del que saldrá el catálogo de eventos considerados de interés general. Se incluyen en ese listado un partido de Liga en Primera División (no de Segunda, ni tampoco la Copa de SM el Rey, salvo su final), los Juegos Olímpicos, los partidos oficiales de las Selecciones de Fútbol y Baloncesto, las semifinales y final de la Champions, la Copa del Mundo de la FIFA y el Campeonato de Europa de Selecciones Nacionales de UEFA, además de otras pruebas deportivas en distintas disciplinas. Se afirma en la ley que “excepcionalmente” se podría incluir en el catálogo otro evento que se pudiera entender como de “interés general”<sup>31</sup>.

Este repaso a la legislación nos sirve para defender la idea de que el “interés general” es un concepto distinto o más amplio del que las emisoras de radio podrían invocar para defender su derecho a comunicar información desde los estadios de fútbol. El “interés general” que marca la Ley General de la Comunicación es aplicable, en virtud del catálogo actualizado, a un partido de Liga en Primera, varios de competiciones coperas y europeas, y los oficiales de la Selección. Y lo es solo a efectos de transmisiones de productos televisivos, no cuando la misión es informar.

Y así, investigando a través de los distintos recursos que nos ofrece el trabajo doctoral, se localizan otros conceptos que definen mejor ese interés social generalizado para el común de las personas al que pretende acercarse el fenómeno deportivo. Por ejemplo, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual habla de “acontecimientos de gran interés” o “acontecimientos de gran importancia para la sociedad”, que deben cumplir determinados requisitos: “Ser acontecimientos destacados que sean de interés para el público en general en la Unión o en un determinado Estado miembro o en una parte importante de un determinado Estado miembro” (Considerando 52). Es opinión particular, pero da la sensación en el texto de la Directiva de que la Comisión y

---

<sup>31</sup> Tanto es así que el Tribunal Supremo, en sentencia que se hacía pública en marzo de 2015 declaraba que las Comunidades Autónomas no son competentes para declarar un acontecimiento de “interés general” con vistas a retransmitirse por televisión en abierto. La sentencia hacía referencia a la iniciativa del Gobierno de Canarias de declarar un encuentro de fútbol entre el CD Tenerife y la UD Las Palmas de Segunda División como de interés general, con el fin de que se emitiera en abierto para todos los aficionados.



el Parlamento de Europa quisieran huir del concepto de “interés general” que afamó a finales del siglo pasado. En todo caso, la Directiva no deja de proteger el acceso de los ciudadanos a la información y a la cobertura de “acontecimientos nacionales o no nacionales de gran importancia para la sociedad, como los Juegos Olímpicos, el Campeonato del Mundo de fútbol y el Campeonato de Europa de fútbol” (Considerando 49).

En cuanto a la jurisprudencia de nuestro país, fundamentalmente del Tribunal Constitucional, es preceptivo citar la STC 112/2006, de 5 de abril, en la que se resolvió el recurso de inconstitucionalidad promovido por setenta y un Diputados de las Cortes Generales contra la Ley 21/1997. El Pleno del TC asentó con su sentencia conceptos y normas sobre las que hasta el momento se planteaban dudas.

La sentencia reproduce en algunos de sus juicios otra del TC, la 168/1986, de 22 de diciembre, referente a un recurso de amparo presentado en relación a la vulneración del derecho a rectificación. Aquella sentencia vincula el derecho a la información en su sentido más global a: “La colectividad y a todos sus miembros, más allá de la facultad de los medios para informar y el derecho de los individuos a recibir esa información”. Pero además, señala la sentencia que el artículo 20.1 d) de la CE:

“Reconoce dos derechos íntimamente conectados, que en aras del interés de todos en conocer los hechos de actualidad que puedan tener trascendencia pública se concretan en la libre comunicación y recepción de información veraz [...]. Al incluir estos derechos en el art. 20 de la Constitución, tiene en cuenta ciertamente la posición jurídica subjetiva de quienes comunican la información, pero protege también, con la garantía reforzada que otorga a los derechos fundamentales y libertades públicas, la facultad de cada persona y de la entera colectividad de acceder libremente al conocimiento, transmitido por los medios de comunicación, de los hechos de relevancia realmente acaecidos. El derecho a recibir una información veraz es de este modo

un instrumento esencial de conocimiento de los asuntos que cobran importancia en la vida colectiva” (FJ 2º).

Basándose en este texto de la Sentencia del 86, la subsiguiente de 2006 afirma que:

“Igualmente justificado puede entenderse el límite que se establece en relación con los operadores que actúan en la modalidad de pago por consumo, ya que el interés general de la competición o acontecimiento deportivo constituye fundamento suficiente para, con el fin de asegurar y potenciar la vertiente del derecho consistente en recibir libremente información, prever modulaciones de los derechos de aquellos a comunicar información” (FJ 11º)

Cuando la ley prevé modulaciones que impiden el exclusivo pago por consumo lo hacen en virtud del interés general legal que avala y permite la transmisión en abierto de determinados acontecimientos. Esa modulación no afecta al derecho a comunicar información. Digamos que aquel “interés general” no ofrece un refuerzo a la tarea del derecho a informar, por más que en la confusión pudiere haber alguien que se empeñase en defender esta teoría. En todo caso, en el párrafo anterior, parecería como si el concepto de “interés general” se alejara de lo marcado por la Ley 21/1997 y posteriormente la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010 para acercarse más a la idea de “relevancia y trascendencia social” a la que han llegado finalmente otras sentencias del Tribunal Supremo; aunque, eso sí, con el mismo final que es evitar la emisión exclusiva por televisión previo pago los eventos referenciados.

En la Sentencia 158/2003 de 15 de septiembre, en recurso de amparo presentado por el diario El Mundo tras demanda de los protagonistas de una noticia sobre tráfico de drogas, el Tribunal hace suya una afirmación de la Audiencia Provincial de Madrid en la que, hablando de la información publicada, la define como “de interés público”, y explica este concepto al

continuar señalando que es así “al afectar a un problema de alcance social” (FJ 1º). Más cercana en el tiempo, y en otra sentencia tras recurso de amparo en una causa en la que “competían” el derecho a la información y el derecho al honor, el Tribunal Constitucional (STC 129/2009, de 1 de junio) señala que “este tribunal ha reiterado que la libertad de información está constitucionalmente amparada siempre que se refiera a hechos con relevancia pública, en el sentido de noticiables” (FJ 2º).

En este repaso por las sentencias citadas anteriormente vamos recopilando ideas y conceptos que se separan del interés general “televisivo” para acercarse a la noción de lo que la Constitución protege cuando del derecho a la información se trata: acontecimientos de gran interés, con importancia en la vida colectiva, noticiables, con interés público y alcance social o con relevancia pública.

También en Sentencia 29/2009, de 26 de enero, el ponente del constitucional protege la información cuando reúne los requisitos de la veracidad y de la relevancia, afirmando que:

“La protección a la libertad de información se justifica en atención a la relevancia social de aquello que se comunica y recibe para poder contribuir así a la formación de la opinión pública (por todas, STC 219/1992, de 3 de diciembre, FJ 3). Venimos defendiendo que la Constitución sólo protege la transmisión de *hechos “noticiables, en el sentido de que se hace necesario verificar, con carácter previo, el interés social de la información...”* (FJ 4º).

La Sentencia citada se refiere a otro conflicto entre derecho a la información y derecho al honor, y en ella ya se habla, y era el año 1992, de conceptos como “relevancia pública” o “interés general”. Es por tanto sencillo reafirmar que el “interés general” como concepto en sentido amplio es algo más que una catalogación marcada por ley, aunque a los efectos oportunos (no informativos y sí televisivos), sea “interés general” sólo lo que dice un Catálogo

de un Consejo.

Esas, como otras sentencias que han creado jurisprudencia en nuestro ordenamiento, nos han dado pistas suficientes para intentar abordar la definición de ese concepto de “interés público informativo” del que hablaba la profesora Azurmendi, y que justificaría la protección máxima del ejercicio del derecho a la información, y para ello el acceso libre a los estadios deportivos. No volveremos más sobre la cuestión del “interés general” en el sentido que consagran las leyes de 1997 y el 2010, puesto que entendemos definido por esas, y recogido en este trabajo, el concepto. Ya nos respondimos en su momento que el fútbol y el deporte no son de “interés general” a efecto de aquellas leyes. Y aunque quienes ostentan derechos de retransmisión siguen en su batalla por hacer más atractivos esos derechos en lucha directa contra el partido en abierto que a día de hoy siguen emitiendo las cadenas de televisión cada jornada de liga, el caso es que el proceso de aprendizaje en nuestra sociedad se puede dar por avanzado respecto de la obligación del pago por visión para eventos deportivos y de otra índole que son de interés para el ciudadano. Por citar un ejemplo, durante la temporada 2014/2015 se inició por primera vez la transmisión de la mayoría de los Grandes Premios del Mundial de Motociclismo a través de la cadena de pago Movistar TV.

Lejos parecen quedar los tiempos en los que la posibilidad de no seguir un partido de máxima rivalidad entre Real Madrid CF y FC Barcelona en abierto generaba alarma social. La realidad es que hoy en día, el encuentro de Liga en Primera División que se emite para cumplir con el vigente “interés general” tiene tal condición solo en virtud de la ley, y no porque tenga interés excesivo para el espectador televisivo, como demuestran los datos de audiencia de la temporada 2015/2016.

**Tabla 4. Audiencias del partido en abierto en la temporada 2015/2016 en la primera vuelta del Campeonato Nacional de Liga de Primera División**

Jornada	Partido	Canal	Audiencias Formula TV
1	Levante UD- RC Celta	La 1	1.73.000 esp (8% share)
2	RC Celta – Rayo Vallecano	La 1	724.000 esp. (6,7% share)
3	Real Betis- Real Sociedad	La 1	1.256.000 (9,2% share)
4	Real Sociedad- Espanyol	La 1	1.120.000 (8,0% share)
5	Real Betis- Deportivo C.	La 1	1.900.000 (10,4% share)
6	SD Eibar- RC Celta	La 1	1.210.000 (8,2% share)
7	Málaga CF- Real Sociedad	La 1	1.122.000 (7,2% share)
8	Real Betis- RCD Espanyol	La 1	1.240.000 (7,5% share)
9	Málaga CF- Deportivo C.	La 1	1.082.000 (6,6% share)
10	R. Sociedad – RC Celta	La 1	1.289.000 (8,7% share)
11	Málaga CF - Real Betis	La 1	1.297.000 (8,2% share)
12	Deportivo – RC Celta	La 1	1.331.000 (7,9% share)
13	RC Celta- Sporting Gijón	La 1	1.113.000 (6,8% share)
14	Real Betis- RC Celta	La 1	1.197.000 (7,7% share)
15	Las Palmas – Real Betis	La 1	1.215.000 (7,1% share)
16	Deportivo- SD Éibar	La 1	1.016.000 (6,2% share)
17	SD Éibar- Sporting Gijón	La 1	637.000 (5,7% share)
18	Málaga – RC Celta	La 1	1.134.000 (6,7% share)
19	Levante UD- Rayo V.	La 1	820.000 (4,7% share)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en los portales de internet Vertele y FórmulaTV

Los clubes de fútbol y los futuros compradores de derechos de retransmisión tendrán que evaluar la rentabilidad de su producto televisivo, un producto que hoy en día tiene un valor discutible para las cadenas de televisión. Otros partidos no declarados de interés general como son los de Segunda División fueron emitidos durante la temporada 2014/2015 de manera gratuita por la propia Liga de Fútbol Profesional a través de su página web oficial, salvo los que ofreció el grupo Atresmedia y alguno que se cedió a canales autonómicos de televisión.

### Interés público

¿Es el fútbol un asunto de interés público? Antes de responder, una precisión que será necesaria para abordar el siguiente paso de nuestro estudio, ya que la pregunta correcta sería: ¿Son los acontecimientos deportivos, en este caso los partidos de fútbol de Liga en Primera y Segunda División eventos de interés público? El fútbol, a efectos informativos, engloba mucho más que

los noventa minutos por equis partidos que conforman el Campeonato Nacional de Liga. Pero el objeto de la polémica que nos lleva a este trabajo de investigación fue la información radiofónica en torno a los encuentros de Liga y si los medios de comunicación tienen derecho a acceder a los estadios de fútbol con el objeto de informar sobre los mismos.

Sobre el asunto han ofrecido material tanto la doctrina como la jurisprudencia españolas. De las primeras, ya apuntamos que el profesor Bermejo Vera afirmaba que “resulta ridículo considerar el fútbol profesionalizado como un asunto público”. Bermejo distinguía entre asuntos públicos y asuntos que son de interés del público e incluso noticiables, pero no de interés público. En ese sentido, y en su acertado esfuerzo por definir el “interés público informativo”, Azurmendi (1997) plantea dos posibilidades, que adaptamos en su literal al hecho que estudiamos:

1) Que los partidos de fútbol sean algo que reclama el público y que el comunicador tiene la sensibilidad de ofrecer. Incluso, yendo más allá, podría ser un ejemplo de información que entretiene, escandaliza (en según que momentos), y mantiene fiel a la audiencia.

2) Que los partidos de fútbol, que la información que en ellos se genera, sea de trascendencia pública y de actualidad.

Por su parte, Alberto Palomar (2013) sostiene que en relación con la actividad empresarial asociada al mundo del deporte el legislador debe ser prudente, por cuanto una obligación de “interés general” que limite el negocio debe ser compatible con la viabilidad del propio negocio. En ese sentido:

“Los intelectuales y una relevante parte de la sociedad consideran una especie de aberración la utilización de un concepto como el de intereses generales -asociado a la representación de cuestiones importantes para la sociedad- a una actividad como el deporte y, específicamente dentro del mismo, al fútbol. De alguna forma se

confunden conceptos como el de intereses, entendido como demanda, con la relevancia social susceptible de ser tutelada desde el ámbito público” (p. 7).

Existen muchas dudas en la generalidad de la doctrina respecto del interés general de los partidos de fútbol. ¿Realmente son los partidos de fútbol, el deporte, un asunto de trascendencia pública, un asunto de importancia en la vida colectiva, un hecho de relevancia o de interés social, que afecta a una cuestión social global? Centrándonos en la jurisprudencia, hemos citado que el TC iguala “la relevancia pública” a “lo noticiable”, y cómo afirma que el hecho en cuestión debe tener “relevancia social” para contribuir a la formación de la opinión pública. ¿Son noticia los eventos deportivos? ¿Son noticia los partidos de fútbol de Liga en Primera y Segunda División que se celebran cada fin de semana en España?

El Tribunal Supremo (STS 8683/2001, de 7 de noviembre) cita al Constitucional al afirmar que “la noticia es un hecho real, social o político, con trascendencia pública”, para a continuación señalar que “es evidente la existencia de un derecho fundamental a comunicar y recibir información sobre los acontecimientos deportivos” (FJ 3º). En 2003, los ponentes del Constitucional (STC 158/2003, de 9 de octubre) afirmaban que “la información publicada era de interés público al afectar a un problema de alcance social como es el tráfico de drogas” (FJ 3º). Más tarde en el tiempo, el Constitucional (STC 50/2010, de 4 de octubre) habló de la protección de “hechos noticiables en el sentido de que se hace necesario verificar, con carácter previo, el interés social de la información” (FJ 5º). Y más adelante, el tribunal recuperó la Sentencia 134/1999, de 15 de julio, para afirmar que “una información posee relevancia pública cuando sirve al interés general en la información y lo hace por referirse a un asunto público: es decir, a unos hechos o a un acontecimiento que afecta al conjunto de los ciudadanos” (FJ 8º).

En aquella Sentencia de 1999, los ponentes constitucionales definen el concepto de “relevancia” explicando que:

“No debe confundirse la relevancia pública de una determinada información con el carácter noticioso que pueda tener, pues ni son los medios de comunicación los llamados por la CE para determinar qué sea o no de relevancia pública, ni esto puede confundirse con el difuso objeto de un inexistente derecho a satisfacer la curiosidad ajena (STC 20/1992, FJ 3º). El art. 20.1 de la Constitución, al garantizar el derecho a comunicar y recibir información, no protege la satisfacción de la mera curiosidad de los que componen el público en general, sino el interés colectivo en la información, lo que no debe identificarse sin más con lo que para el medio de comunicación puede resultar noticioso” (FJ 8º).

Aún más reciente, el TC dicta sentencia en relación con un caso de choque entre el derecho a la información y el derecho a la imagen (STC 19/2014, de 10 de febrero). En su fundamentación jurídica, el ponente realiza apreciaciones en relación con la relevancia pública y el interés noticioso de las informaciones, cuando se pone por encima de otro derecho constitucional igualmente protegido como es el que tienen las personas a proteger su imagen propia. En ese sentido, recupera la opinión del Tribunal Supremo cuando afirma que:

“La posición prevalente de la libertad de información ejercida en medios de difusión pública y su trascendencia para la formación de la opinión pública libre, no puede ser excluida *a priori* en función de la naturaleza y del contenido de los programas o publicaciones o en atención a su calidad informativa, pues la labor ejercitada por los medios de comunicación no solo depende de programas en los que se aborde directamente información sobre temas políticos o se promueva la expresión de opiniones sobre estos, sino todos a aquellos que, cualquiera que sea su objeto o su formato, sean susceptibles de influir sobre la opinión pública” (FJ 3º).

Aunque el Constitucional enmienda la sentencia, no lo hace respecto a esta idea, sino a la prevalencia del derecho a informar sobre el derecho a la

imagen propia, en determinados casos. Profundizando en el caso, se pone en tela de juicio el interés informativo cuando en juego está la vida privada de las personas, aunque sean personajes públicos. En el caso concreto, y pese a que la publicación se enmarca entre las del género de “entretenimiento”, y el Tribunal valida que estas tengan su espacio en la formación de la opinión pública libre, rechaza la relevancia social del reportaje, centrado en la vida privada de la protagonista, puesto que “no hace referencia a noticia alguna relativa a la actividad profesional de la actora o hecho alguno de interés público” (FJ 8º).

En este caso, la información chocaba con la vida privada y la imagen propia de una persona, y el Tribunal aceptó las alegaciones de la afectada por la intrascendencia social del hecho noticioso (la “noticia” era que la actriz estaba en la playa con unas amigas).

El diccionario de la Real Academia Española define “relevante” como “sobresaliente, destacado, importante o significativo”. Concluir que los partidos de fútbol, la información que generan, son hechos a los que se les puede asociar aquellos adjetivos que definen lo “trascendente” no parece descabellado, más allá de la valoración personal que pueda realizar cada cual respecto de lo positivo o negativo del asunto en términos globales. Y más aún, con base en el estudio del fenómeno deportivo en la sociedad actual que realizamos en el capítulo anterior.

### **La opinión pública**

Lo trascendente es lo que contribuye a formar la opinión pública. Y esta, la opinión pública libre, aunque es un concepto con raíces profundas en la historia de la humanidad, es además un concepto vivo, por cuanto está indisolublemente asociado a la forma de pensar del individuo integrante activo de una sociedad, sobre los asuntos que le afectan y que son “de todos”. Lo que en tiempos estaba fundamentalmente ligado a la política, con la evolución de la sociedad, ahora se asocia a otras cuestiones que son de importancia

para el común de las personas. Si hace unos años esa opinión pública dedicaba su atención al “pluralismo político” (STC 240/1992, de 21 de diciembre, FJ 3), el modo de pensar de los tribunales ha aceptado esa evolución, como leemos en la STC 23/2010 , de 27 de abril, que incluye entre los asuntos públicos:

“No sólo los juicios de valor en el ámbito político o los que se refieren directamente al funcionamiento de las instituciones públicas (STEDH Scharsach y News Verlagsgesellschaft c. Austria, de 13 de noviembre de 2003, § 30), sino también aquéllos que tienen por objeto la valoración crítica del modelo de sociedad y su evolución” (FJ 3º).

Deducida en este punto la forma de pensar de los tribunales y la doctrina, nos apartamos ahora de la perspectiva jurídica para una mínima conceptualización actual de una “opinión pública libre” a través de un acercamiento a una parte de lo analizado por autores de distintas épocas sobre el concepto.

No nuestro objetivo establecer nuevas ideas sobre el término o preguntar “¿Quién opina en la opinión pública?”<sup>32</sup> porque autores de prestigio e investigadores de todas las épocas han diseccionado el concepto desde sus más íntimas partes, con mayor o menor optimismo y pesimismo sobre el papel del ciudadano en sociedad (hecho que no nos ocupa en este trabajo). No caeremos en la pregunta que se hace Dader (1992) después de un completo análisis del concepto: “Y al fin, ¿qué diablos es la opinión pública?” (p. 233). La opinión pública es uno de los fenómenos más analizados en la historia reciente del pensamiento reflexivo, desde distintas perspectivas. Es por eso que ni siquiera nos acercaremos a la concepción filosófica del término, para reivindicar que la opinión es algo distinto a la certeza, es algo subjetivo, lleva implícita la duda, y por tanto, admite la posibilidad de error. Pero sí nos valdrá un repaso por lo escrito para dejar constancia de que aquello que representa

<sup>32</sup> Es el título de un artículo de tono pesimista que firma Raúl Gabás Pallás (2001) respecto a la formación de la opinión pública y el papel que ejerce la autoridad política y los medios de comunicación en una forma de pensar poco autónoma de la ciudadanía.

“la opinión pública” es algo cambiante, que evoluciona, está vivo y alejado, por momentos, de la esfera estrictamente política.

Distintos autores coinciden en que el nacimiento de la opinión pública está ligado, allá por los siglos XVIII y XIX, a los encuentros sociales en torno a los cafés burgueses en Alemania, Inglaterra o Francia, lugares de reunión en los que se conversaba de los más diversos temas (sobre todo artísticos), y donde la autoridad de los argumentos suplantó a la autoridad del título, siguiendo a Habermas. El término, unido al surgimiento del liberalismo, se sitúa así en un camino de ida y vuelta entre las esferas de lo individual y lo colectivo.

En el análisis de una de las autoridades históricas en el estudio del concepto, Balderas Cucurella (2001), cuando estudia “La opinión pública en Habermas”, afirma que el alemán incide en:

“El carácter constitutivo de cualquier grupo de diálogo y de todo tipo de público en la formación de la trama de “lo público” y en la generación de opinión en torno a cuestiones muy diversas en las que distintas personas pueden tener intereses comunes. En este sentido, no es un espacio político sino ciudadano, civil, del “mundo de la vida” y no de un determinado sistema o estructura social” (p. 53).

Conste que no deseamos la vigencia de una opinión pública “política”, dado que la política es ocupación vital y prioritaria de las sociedades pasadas y más aún de las actuales. Los estudios de Karl Marx, Kant, el propio Habermas, o antes Rosseau volcaban su interés en las relaciones nada pacíficas entre la sociedad y los poderes, y en el pulso por mandar en lo público en sentido político. Todo ello, en una época en la que lo que interesaba al público, lo que se trataba en las tertulias, era lo político.

La historia de España desde los inicios del siglo XIX está plagada de reflexiones sobre el papel de la opinión pública (Fernández Sarasola, 2006). Y sin embargo, los orígenes y la evolución de la idea nos reafirma en que la

opinión pública no es sólo opinión pública política. Los estudios más cercanos en el tiempo hablan de una opinión pública internacional o incluso “mundial” (Montero Sánchez, 2001) condicionada por el pulso que mantienen distintas organizaciones a nivel planetario, respecto de asuntos como la salud, la economía o la cooperación internacional en distintas materias.

Hay autores que defienden que son los medios de comunicación con su acción quienes dan forma a la opinión pública. En sentido contrario, hay quienes entienden como una aberración esta idea. Desde el punto de vista de los estudiosos de la opinión pública como objeto de la comunicación, esta tiene la virtud de que “por un tiempo más o menos efímero convierte cualquier asunto, escena, persona, institución o problema en el punto central inexcusable e insustituible de todas las referencias” (Dader, 1992, p. 235). Este autor, recordando a Habermas o Noelle-Neuman, apunta que el “espacio público” es:

“Ese peculiar ámbito social en el que ciertas actividades y asuntos se muestran potencialmente a la contemplación y el comentario simultáneo de toda la sociedad. Faltaría añadir que la mayoría de las veces lo que suscita el comentario generalizado no son las grandes cuestiones de la vida política y la organización social –como quisiera Habermas-, sino las repercusiones en la vida colectiva de las modas, intelectuales o vitales, los usos y costumbres” (p. 240).

Han pasado los tiempos en los que se responsabilizaba a los medios informativos del papel protagonista en solitario a la hora de confeccionar la agenda de asuntos de interés para la sociedad (“agenda setting”). Si hubo alguna época en la que esto fue así, en los inicios del siglo XXI no es difícil repartir la tarea de componer la batería de asuntos sobre los que la sociedad se interesa entre varios “canales de funcionamiento societal” o “canales organizados de comunicación”, usando las expresiones de Muñoz Alonso (1990).

Eso no significa que los medios de comunicación, y los profesionales de la información, no asuman una responsabilidad que les atribuye la sociedad a la hora de localizar, descifrar y comunicar de manera entendible para la ciudadanía los asuntos que a esta le afectan. En ese sentido, toda comunicación conlleva una dosis de persuasión e incluso, como afirma Orihuela (1989) citando palabras de Aristóteles, “no hay discurso sin persuasión” (p. 642). En el escenario actual, los medios de comunicación han de tratar de persuadir más que nunca, llamar la atención a su público para que este no busque otros puntos donde la información sobre los asuntos que le interesan en el día a día fluye con facilidad. Como constructores de la opinión pública, los medios de comunicación tienen un papel que debe ser importante en la medida en que esa construcción de la realidad sea eficaz y responsable.

En cualquier caso, si pretendemos en este punto respondernos a algunas de las preguntas que componen nuestro objeto de estudio, podríamos señalar que el deporte forma parte de los asuntos de interés, del mundo y de la vida para la sociedad, en el sentido de que se entienden como hechos relevantes para las personas, hechos noticiosos, y por tanto, es justificable que los medios de comunicación tengan libertad para informar sobre ellos y el público reclame su derecho a estar informados sobre los mismos.

Incluso, como hemos visto, puede darse la circunstancia, reclamada por el propio movimiento deportivo más allá de la realidad del fútbol profesional, de que el deporte sea un fenómeno que trasciende lo comunicacional, la noticia. Puede no ser noticia, pero es de interés para la ciudadanía. Ya hemos explicado que el informador no tiene la facultad exclusiva de determinar la trascendencia social del fenómeno deportivo, como afirma el Tribunal Constitucional de España en alguna sentencia ya citada: su trascendencia social va más allá de si el deporte ocupa o no espacio en los periódicos, televisiones y sitios de internet. No es relevante para las personas porque ocupe espacio en los medios de comunicación, sino que debería ocupar espacio en los medios de comunicación porque es trascendente, de interés, para las personas. Pero de esta realidad nos ocuparemos más adelante, en el

análisis del día a día de los medios de comunicación y sus planteamientos en el futuro.

## 7. LOS LÍMITES DEL DERECHO A COMUNICAR INFORMACIÓN

Que los derechos humanos no son absolutos no ofrece discusión, puesto que la libertad de las personas lo es en relación con los demás, con la sociedad que los rodea, y por tanto, con otras libertades igualmente defendibles. Desde el punto de vista teórico, el derecho a comunicar información veraz tiene una serie de límites son internos, propios del derecho en sí, y externos. Así que en el caso concreto de nuestro objeto de estudio es necesario encontrar un lugar de convivencia, un equilibrio del derecho a informar con la libertad de los privados a explotar sus derechos y productos comerciales. Porque “la solución de conflictos entre derechos colocados a similar nivel no puede establecerse mediante una jerarquización o preferencia absoluta de unos derechos sobre otros, sino mediante una adecuada ponderación atendiendo a las circunstancias del caso concreto” (Magdaleno Alegría, 2011, p. 111).

A nuestros efectos, los límites del derecho a comunicar información los categorizaremos en torno a dos grupos de cuestiones importantes:

1) ¿Quién puede ejercer el derecho a comunicar información veraz en un partido de fútbol? ¿Todo el que quiera, invocando el legítimo derecho que consagra la CE en su artículo 20.1.? Ya se ha comentado que al no incluir el constituyente ninguna referencia en la redacción del artículo a la figura del profesional o del medio informativo se dejó a la interpretación posterior la pregunta del “quién”, y lo hizo con el espíritu de universalizar el derecho. En todo caso, aunque se reconoce el derecho a comunicar información veraz a todos los ciudadanos, la jurisprudencia nos ha dejado sobradas pautas para la protección especial para los medios y los profesionales de la comunicación.

Si no todo el que invocare su derecho puede acceder a los estadios libremente para informar, ¿cuál es el criterio del organizador a la hora de establecer quién puede o no puede acceder? ¿Se establece por las leyes o normativas alguna pauta que se pueda seguir o es potestad discrecional del organizador elegir a quién permite la entrada y a quién no? Yendo más allá, en

el caso de los medios de comunicación que acceden a los recintos deportivos, ¿lo hacen de manera ilimitada, tienen acceso libre?

2) ¿Hasta dónde llega el derecho a informar? En el conflicto entre las emisoras de radio y la LFP, las posiciones de la doctrina han sido variadas. Ya hemos traído a este trabajo la opinión de autores que defienden que las emisoras sólo tendrían derecho a acceder al estadio para obtener los datos que den forma a un derecho mínimo a informar. En la introducción de este estudio nos preguntamos por cuestiones como, ¿qué es información durante un partido de fútbol? ¿Qué no lo es? ¿El derecho a comunicar información veraz, y a recibirla, se ve satisfecho una vez que el informador da cuenta de las alineaciones, los goles, y el inicio y final de partido? ¿Está el informador avalado por el artículo 20 CE para emitir juicios de valor, opiniones, durante el partido de fútbol? ¿Están obligados los clubes, los jugadores, los entrenadores, los dirigentes, a conceder entrevistas a los informadores, con el fin de satisfacer el derecho a informar de éstos?

Antes de responder a esos grupos de preguntas, nos detendremos en el trabajo de Magdaleno Alegría, editado por el Congreso de los Diputados, y titulado “Los límites de las libertades de expresión e información en el Estado social y democrático de Derecho” (2011), porque algunas de las ideas generales que expone nos servirán para conocer más sobre el derecho a informar y “delimitarlo”, además de limitarlo, como afirma el autor en su trabajo.

Dejemos constancia, a modo de referencia, de algunos de los límites que condicionan el derecho a informar, y que no nos ocuparán en este trabajo más allá de las citas ya realizadas en anteriores capítulos, por no incidir de manera directa en nuestro objeto de estudio. Magdaleno Alegría detalla como límites por la defensa de otros bienes y valores constitucionales como el honor, la intimidad y la propia imagen, la protección de la juventud y la infancia, la protección de la moral pública, la defensa del estado democrático y social (en casos de apología del terrorismo), la justificación de delitos de genocidio, la dignidad de las instituciones democráticas, la defensa de la seguridad del

estado, o la protección de la correcta administración de justicia (para la cual es figura especial la del secreto de sumario). Además, existen unos límites por razón del sujeto, en el caso de parlamentarios, o límites derivados de relaciones laborales o de relaciones de sujeción especial.

A partir de aquí, en la conceptualización del derecho o libertad de informar, hay algunas ideas que pueden anticipar cuestiones sobre las que profundizaremos a continuación. A grandes rasgos, diremos que existe una doble vertiente de la libertad de información. Por un lado, es un derecho de libertad: cualquier lo puede ejercer sin mayores condicionantes. Y por otro lado, según una corriente doctrinal cada vez más seguida, es un derecho de prestación: obliga a la intervención del Estado para asegurar su correcto desarrollo, especialmente en los casos en los que se pone sobre la mesa la información pública, oficial, que es de todos los ciudadanos.

Además, el derecho a la información se configura como un derecho fundamental en la medida en que cumple una función social (formar una opinión pública libre sobre los asuntos de interés). Sin esta finalidad social, no estaría completo. Para cumplir esa misión tendrá una serie de prerrogativas cuando se trate de limitar su ejercicio. La libertad o el derecho a la información incluye una postura activa, en la medida en que implica el derecho a emitir información, y una postura pasiva, puesto que el derecho es también derecho a recibir información. Debe ser veraz, para lo cual debe existir una diligencia en su elaboración.

A partir de estas ideas iniciales que nos dan una imagen más clara del derecho a informar comenzamos a responder las preguntas formuladas anteriormente.

### ¿Quién tiene facultad para ejercer la misión de comunicar información veraz?

Cuando al amparo de la ley del fútbol de 1997 la cadena de televisión Telecinco invocó con demandas ante los tribunales de justicia su derecho de acceso a los campos de fútbol con el objeto de grabar imágenes para dar noticia de los encuentros deportivos en sus espacios informativo, Bermejo Vera (1997) se preguntó:

“¿Quién podrá obstaculizar el ejercicio del derecho a la información que invoque cualquier persona física o jurídica para comprobar y visualizar los espectáculos directamente, sin intermediación de instrumentos fotográficos, de reproducción televisiva o de cualquier otro medio?” (p. 2).

La pregunta, por legítima, nos lleva a un extremo que debemos analizar, puesto que la realidad se encarga a diario de escribir ejemplos concretos en los que es oportuno tener una respuesta clara para la cuestión suscitada. ¿Son los derechos absolutos? Ya hemos convenido que no. Pero, ¿tiene derecho cualquier ciudadano a comunicar información veraz? La lectura literal del artículo 20.1. de la Constitución Española nos lleva a responder que sí. La Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, Reguladora del Derecho a Rectificación dicta que: “Toda persona natural o jurídica, tiene derecho a rectificar la información difundida, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que le aludan, que considera inexactos y cuya divulgación pueda causarle perjuicio” (art. 1). Así que en este caso también se interpreta del tenor textual un sí rotundo al derecho de los ciudadanos afectados por una información a comunicar a su vez información veraz.

Sin embargo, la realidad lleva a una ponderación necesaria, hablando del derecho de rectificación. Si todo ciudadano pudiera acceder a los medios de comunicación cuando se sintiera aludido, o entendiera que el medio publica hechos inexactos y causantes de un perjuicio, los medios de comunicación no

serían tales, sino una especie de foro público de voces. Los tribunales se han encargado de matizar quién tiene derecho a rectificar una información de un medio de comunicación y en qué circunstancias. La Sentencia del Tribunal Supremo 9804/1989, de 5 de diciembre de 1989, denegó el amparo al recurrente, que quería ejercer su derecho a rectificar ante unas manifestaciones realizadas por otra persona en TVE y la revista Tiempo. Entendía el demandante que esas declaraciones atentaban contra su honor por referirse a determinados hechos en relación con los campos de concentración nazis en Alemania. Los juristas del Supremo explicaron que en ese caso el demandante no estaba legitimado para invocar el derecho a rectificar al no ser aludido directo.

También en el caso de nuestra pregunta principal, ¿quién puede ejercer el derecho a la información?, han sido los tribunales y la doctrina quienes han fijado un “estatus” especial del que gozan los medios de comunicación, y en su representación, los informadores. El Tribunal Constitucional (STC 29/2009, de 26 de enero) ha explicado que :

“La protección constitucional de los derechos de que se trata alcanza el máximo nivel cuando la libertad es ejercida por los profesionales de la información a través del vehículo institucionalizado de formación de la opinión pública que es la prensa, entendida en su más amplia acepción. Los cauces por los que se difunde la información aparecen así como relevantes para determinar su protección constitucional” (FJ 4º).

Antes, el Constitucional había asignado la misión y la finalidad del trabajo de los informadores (STC 30/1982, de 1 de junio), cuando en relación con el acceso a las salas donde se realizan juicios, afirmó:

“El papel de intermediario natural desempeñado por los medios de comunicación social entre la noticia y cuantos no están, así, en condiciones de conocerla directamente, se acrecienta con respecto a

acontecimientos que por su entidad pueden afectar a todos y por ello alcanzan una especial resonancia en el cuerpo social...” (FJ 4º).

Y todo ello, pese a que, como hemos reiterado en varias ocasiones, y refleja la STC 199/1999, de 8 de noviembre:

“No obstante la falta de definición específica del derecho por parte del constituyente, su vinculación (la del profesional del periodismo) al ejercicio de la libertad de información resulta indubitada a tenor del propio precepto constitucional, relación subrayada desde temprano por este Tribunal en su STC 6/1981, cuyo fundamento jurídico 4º finaliza afirmando que ‘como actores destacados con el proceso de la libre comunicación social, los profesionales de la comunicación pueden invocar derechos cuya configuración concreta es mandato que la Constitución da al legislador’” (FJ 2º).

Y continúa afirmando que:

“La libertad reconocida en el art. 20.1. d) de la CE [...] no se erige únicamente en derecho propio de su titular sino en una pieza esencial en la configuración del Estado democrático, garantizando la formación de una opinión pública libre y la realización del pluralismo como principio básico de convivencia” (FJ 2º).

La libertad de información contiene una finalidad social, y es por ello que a la hora de ejercerla se otorga por la jurisprudencia un papel especial a los medios, como canales tradicionales, institucionalizados, en la tarea de comunicar información veraz a la sociedad. Los tribunales han dotado al periodista de “máxima protección”, pero como el derecho a comunicar información es universal, la máxima protección no significa “protección exclusiva”. No se excluye a nadie ni se circunscribe esa protección a los medios informativos, porque ello atentaría contra la universalidad del derecho. A modo de ejemplo, citamos al prestigioso constitucionalista Manuel Jiménez

de Parga, quien en su voto particular en la STC 4/1996, de 16 de enero, establecía una diferencia entre lo que él llamó “informador profesional” e “informador espontáneo”, dándole al primero esa mayor protección que al segundo:

“Este Tribunal ha establecido que el profesional de la información, que opera en el campo de su especialidad periodística y utiliza un medio de comunicación, merece el amparo constitucional más amplio e intenso (STC 165/1987). Cosa distinta es la de los informadores espontáneos que, sin estar profesionalmente dedicados a la materia, lanzan a la calle sus noticias. Un error de estos últimos ha de ser enjuiciado con mayor severidad que el error cometido por el informador profesional que ejerce su oficio con buena aplicación”<sup>33</sup> (Voto Particular 3°).

Así las cosas, la falta de una definición en el desarrollo legislativo español que marque quién es y quién no es “informador profesional” nos obliga a buscar propuesta en distintos proyectos y reglamentos públicos y privados. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España define al periodista en sus Estatutos:

“Se considera periodista quien está en posesión de un título (licenciatura u otro superior de carácter oficial para el que se exija tener una licenciatura) expedido por una Facultad de Periodismo, Ciencias de la Información o denominación equiparable, de cualquier universidad española o extranjera con titulación homologada en España, así como a quienes posean el título de periodista expedido por las extintas Escuelas de periodismo y a los que en el momento de aprobarse estos Estatutos figuren inscritos en el Registro profesional de Periodistas de la FAPE” (art. 4.5).

<sup>33</sup> La Sentencia hacía referencia a una demanda interpuesta en relación con una carta al director publicada por un medio, enviada por un “informador espontáneo”, que incluía, como se demostró durante los juicios, hechos inveraces, erróneos, falsos, y obtenidos sin la diligencia que se reclama al profesional.

Por su parte, Magdaleno Alegría (2006) hace suya la definición de la propuesta de Estatutos del periodista profesional del Foro de organizaciones de Periodistas- CCOO de 2002:

“Todo aquel que tiene ocupación principal y remunerada la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por cualquier medio de información de actualidad, en formato literario, gráfico, audiovisual o multimedia, con independencia del tipo de relación contractual que pueda tener con una o varias empresas, instituciones o asociaciones” (p. 150).

A nivel legislativo, el Congreso de los Diputados contiene en sus archivos una proposición de ley ya caducada, la 122/000070, presentada el 23 de abril de 2008 por el Grupo Parlamentario de Esquerra Republicana-Izquierda Unida-Iniciativa Per Catalunya Verds sobre el derecho a la información y de deberes y derechos de los informadores. Al margen de que nunca superó los trámites parlamentarios, establecía una definición del periodista profesional, en términos muy similares a la anterior. Y entre los derechos, especificaba el de acceso a los actos públicos, con especial referencia a los acontecimientos deportivos, a los que “los particulares no podrán prohibir la presencia de un periodista debidamente acreditado” (art. 17). Eso sí, abría la puerta al cobro normal de una entrada y marcaba las pautas de la Ley 21/1997 entonces en vigor. Insistimos en que la tramitación de la proposición de ley terminó en 2011, y desde entonces ocupa el lugar de los expedientes caducados.

El marco teórico nos sitúa en un escenario en el que el periodista, el medio de comunicación, tienen protección especial, y por tanto, prioridad a la hora de informar, siempre que sea con el fin social que la doctrina, la jurisprudencia y la Constitución les asignan. Por tanto, y bajando a la concreción del caso real que nos ocupa, digamos que la teoría asigna a los medios el papel de informadores cuando de un encuentro deportivo se trata. Pero, ¿están obligados por ello los clubes de fútbol a dar acomodo sin fin a los

medios de comunicación que quieren ejercer su derecho a comunicar información?

Las directivas europeas sobre la materia, cuyas orientaciones se han seguido por la legislación española, hablan en el caso de las televisiones de dar “acceso a los contenidos con el objeto de informar” (Directiva 2010/13/UE, Considerando 56). Ese acceso puede ser a través de la cesión de la señal televisiva o bien “a concesión del acceso al lugar en que vaya a celebrarse el acontecimiento de que se trate antes de conceder el acceso a la señal”, que es la opción por la que se ha optado, con matices, en los últimos encontronazos entre los clubes de fútbol y determinadas cadenas de televisión en España.

En este punto nos detenemos por un momento a analizar la sentencia del Tribunal Supremo 4586/2010, de 27 de julio, en relación con la demanda interpuesta por la Agencia EFE contra la empresa gestora de la corrida de toros Goyesca de Ronda. La demanda se interpone por parte de EFE al habersele denegado la acreditación para que su fotógrafo pudiera acceder al recinto y tomar imágenes del evento. El Supremo desestimó el recurso porque, en su opinión:

“1) La empresa organizadora del “espectáculo privado” calificado como de “interés público”, puede limitar lícitamente el acceso gratuito de los periodistas a determinadas zonas del recinto [...]

2) Es lícito el sistema de acreditación como medio para organizar el acceso de los periodistas a las zonas reservadas para los mismos [...]

3) El otorgamiento de acreditaciones de acuerdo con criterios de prioridad a favor de quienes primero lo soliciten no es un criterio discriminatorio” (FJ 2º).

En su escrito de recurso, la agencia EFE alegaba que se debió atender su solicitud de acreditación por la importancia del medio de comunicación y su

llegada a mucho más público potencial que otros medios sí acreditados. El Tribunal afirma, en este sentido, que:

“Imponer coactivamente la prioridad en el acceso a la noticia del espectáculo en función de la cantidad de destinatarios de la información alejados del lugar atenta al principio de igualdad [...] y pone en riesgo la pluralidad, ya que puede comprometer la subsistencia de los medios de comunicación que se verían sistemáticamente relegados” (FJ 2º).

De resultas de lo expuesto por el Tribunal Supremo, entendemos que el organizador del evento no tiene obligación de atender sin fin a todos los medios de comunicación que soliciten informar. La lógica impone un límite en el espacio de que se disponga y establece como criterio válido “el orden de llegada”. Este asunto no es superfluo: el criterio para conceder y denegar acreditaciones podría ser materia de discusión y dar lugar a litigios. Es por ello que la sentencia anterior cita otra del Tribunal Constitucional (STC 30/1982, de 1 de junio) en la que pleiteaban Diario 16 contra el Consejo Supremo de Justicia Militar, por habersele suspendido al medio de comunicación la acreditación para acceder a un juicio. Y sobre el asunto en cuestión, se señala:

“Dadas las limitaciones de cabida del recinto, hubo de establecerse una selección en orden a la asistencia a la vista, concediéndose acreditaciones sobre la base de criterios objetivos [...]. Las restricciones que se le impongan (a un medio) no pueden ser distintas que las que se establezcan con carácter general...” (FJ 4º).

Así, el Tribunal Supremo validaba el criterio objetivo “orden de llegada” que había establecido la Goyesca de Ronda en el caso de la agencia EFE. Podían haberse establecidos otros criterios igualmente válidos aunque, como afirma la STC 30/1982, de 1 de junio: “No resulta adecuado entender que los representantes de los medios de comunicación social, al asistir a las sesiones de un juicio público, gozan de un privilegio gracioso y discrecional...” (FJ 4º).

En definitiva, que el derecho a informar no es absoluto, tampoco para los medios informativos. Ni los representantes de los medios informativos tienen un privilegio infinito respecto del acceso a las instalaciones donde se produce el evento informativo. Así lo recoge el Constitucional en su STC 56/2004, de 19 de abril, cuando se afirma que:

“El derecho a la libertad de información es, precisamente, un derecho de libertad [...] y no cabe extraerse de él el efecto de que convertida en públicas fuentes de información que no lo sean, como ya ha tenido este Tribunal oportunidad de declarar, por ejemplo, con respecto a la enfermería de una plaza de toros, que no es una fuente de información de acceso general, por mucho que se sitúe en el entorno de un espectáculo público y que en ella estuvieran sucediendo acontecimientos de un supuesto interés informativo” (FJ 6º).

En este caso nunca se puso en cuestión el interés público y noticioso del evento, sino la intimidad de los protagonistas.

Por otro lado, antes nos cuestionábamos si las empresas organizadoras tienen que realizar esfuerzos inversores que en muchos casos son importantes para atender gratuitamente las necesidades de los medios de comunicación de todo tipo que acceden a los recintos para informar. En el caso del fútbol, citamos el Reglamento de Prevención de la Violencia en los Espectáculos Deportivos, que dispone medidas encaminadas a eso, prevenir la violencia, pero no apunta especificidades en relación con la actividad de los informadores. Tampoco el Reglamento de Competiciones de Ámbito Estatal de la Real Federación Española de Fútbol. Por ello, aunque no forme parte de nuestro ordenamiento jurídico y es un reglamento de una organización privada sobre un evento privado, echamos mano de la edición 2010 de las Regulaciones de Infraestructuras de los estadios de UEFA, donde define las características que deben tener los recintos que alberguen encuentros de sus competiciones. En este, se hace una catalogación de los estadios (categorías 1, 2, 3 o 4) y establece las necesidades básicas y específicas para cada

categoría en materia de comunicación: mínimo espacio del área de trabajo, número de asientos, número de asientos con pupitre, número de posiciones de comentarista para televisión y radio, su ubicación (siempre en la tribuna principal y con visibilidad a todo el terreno de juego) y las necesidades técnicas para estos (enchufes, toma de acceso a Internet,...), número de estudios de televisión, características de la sala de conferencias de prensa, etc. Tal reglamento no forma parte de nuestra legislación estatal, pero sus normas son de observancia por parte de la mayoría de los estadios del fútbol de élite, en orden al beneficio que les reporta la posibilidad de albergar encuentros de fútbol de UEFA<sup>34</sup>.

Vemos, por tanto, que son obligaciones entre privados las que marcan el proceder de los organizadores de eventos, en este caso, deportivos o futbolísticos. Ninguna obligación mana de la legislación en relación con el derecho a comunicar información.

Por esa razón, el derecho a recibir información de los ciudadanos sobre la Goyesca no se satisface simplemente cuando el organizador de la corrida de toros ofrece esa información al público o a otros medios de comunicación que no han accedido directamente al evento a través de servicios de prensa o comunicación propios. En la sentencia del Supremo sobre EFE contra la Goyesca de Ronda se aclara que:

“El derecho a la información no contiene, en principio, como derecho subjetivo, ningún derecho prestacional (STC 57/2004, de 19 de abril), por lo que la contratación de un profesional por la empresa organizadora del evento, si por un lado no limita la libertad de información de los periodistas, no es bastante por sí sola para respetar

---

<sup>34</sup> En el caso de los Estadio de Categoría 4, la máxima, y necesaria para albergar finales de las competiciones continentales, se establece que el área de prensa debe tener al menos 200 metros cuadrados y capacidad para 75 medios y 25 fotógrafos; la tribuna de prensa debe tener 100 plazas, 50 de las cuales deben tener escritorio; y debe incluir al menos 25 posiciones de comentaristas de radio y televisión; la sala de prensa debe tener capacidad para 75 personas y la zona mixta, como mínimo, para 50.

la libertad de información, ya que puede verse afectada si atenta contra el pluralismo informativo” (FJ 1º).

### **El “contenido mínimo informativo” versus la información “de calidad”**

A partir de aquí, una cuestión que se ha demostrado controvertida. El medio de comunicación acreditado por el club, ¿puede, en razón de su potestad para informar, reclamar recursos ilimitados en forma de acreditaciones, medios, etc. para informadores, técnicos, fotógrafos y/u operadores? La lógica respuesta negativa a esta pregunta nos dará pie a analizar otra cuestión de sumo interés en nuestra tesis, la que se plantea como segundo límite del derecho a comunicar información.

Para abordar el análisis de esta cuestión nos basaremos en un litigio de fama que a finales de los años noventa del siglo pasado encaró a un club de fútbol español, el Real Club Deportivo de la Coruña, frente a un grupo de comunicación de su región, el Grupo Voz, propietario, entre otros medios de comunicación, del diario La Voz de Galicia, y de la cadena de emisoras Radio Voz.

Más allá de las cuestiones extrajudiciales que dieron lugar al intercambio de demandas, todo terminó con una sentencia del Tribunal Supremo (STS 5690/2008, de 15 de diciembre). El club había concedido una acreditación para cada uno de los dos medios del grupo. Tras la denuncia, en primera instancia y en apelación se cambió la decisión desde estimar la pretensión de los medios de recibir seis y cuatro acreditaciones hasta dejarlo en dos para cada uno, que fue el criterio que hizo suyo el Tribunal Supremo.

El magno tribunal estimó que La Voz de Galicia debía acceder al estadio Municipal de Riazor con un periodista y un fotógrafo, y en el caso de Radio Voz, era necesaria la acreditación para un periodista y un técnico de sonido. Y todo ello, porque:

"La única acreditación gratuita de un informador por cada medio de comunicación se entiende de todo punto insuficiente, si atendemos a la naturaleza del medio informativo del que se trata. Así, la prensa escrita deportiva cuenta con una parte gráfica y con una parte escrita redactada por el informador que ha recogido previamente los datos obtenidos directamente de la fuente, sin que pueda entenderse que la sola presencia de este último sin apoyo de imagen gráfica pueda responder a lo que se entiende como mínimo informativo protegible en el presente estado de la ciencia y la sociedad [...]. Por ello, la fijación de un número mínimo de dos informadores se entiende más ajustada a lo razonado hasta aquí que la propuesta del demandado-recurrente. En cuanto a la emisora demandante, sin duda sería precisa la presencia, al menos, de dos profesionales: uno que narrase como locutor del evento deportivo y otro que dé cobertura técnica, siendo imposible la unión de una única persona de ambas condiciones [...]. El resto de los profesionales de la información de que pudiera querer valerse cada uno de los medios demandantes, podrán ser propuesto por éstos y el demandado podrá extender las correspondientes acreditaciones con o sin contraprestación, dentro del legítimo ejercicio de su libertad de empresa, cuyo contenido ampara incluso el derecho a no obtener lucro alguno si a sus intereses empresariales conviniese" (FJ 3º).

Más trascendente que el número de acreditaciones, el fallo judicial fija soluciones para una discusión de mayor calado:

"En el estadio científico y social actual cada vez es mayor la demanda de información del público en general. Si hace dos décadas al lector o radio oyente le bastaba con conocer cuántos goles se habían obtenido por cada uno de los equipos en liza, quienes habían sido sus autores, las circunstancias climáticas que acompañaban al partido o el número de expulsados y lesionados, en la actualidad el público demanda, además, conocer la gravedad de la lesión del jugador apartado del juego, las conversaciones y cruces de opiniones

mantenidas entre el entrenador y los jugadores, las manifestaciones de los presidentes y de los miembros del cuerpo técnico e, incluso, otros datos anecdóticos sólo tangencialmente relacionados con el partido de fútbol disputado [...]. Esa complejidad se ve acrecentada en aquellas materias que forman parte del ocio colectivo, como fuentes de evasión y divertimento, del que es cabeza visible el fútbol. De ahí que deba concluirse que el público objetivo de la información deportiva es, en la actualidad, muy exigente" (FJ 2º).

El Tribunal introduce en su escrito el matiz que diferencia el derecho a la información con lo que este denomina "información de calidad":

"Únicamente debe ser considerado como digno de protección el derecho de los medios a obtener la información necesaria para poder conformar la noticia en su contenido mínimo razonable, sin que pueda extenderse a otras cuestiones accesorias, sólo indirectamente relacionadas con el partido de fútbol disputado, pues de lo contrario, se estaría dando carta de naturaleza a la eventual vulneración de otros derechos de los que es titular el propietario del recinto deportivo. Declarar lo contrario implicaría reconocer la posibilidad de acceso ilimitado de profesionales al estadio, según fueses variando la naturaleza de la información demandada por el público destinatario, con el trastorno que ello ocasionaría, indudablemente, a los clubes de fútbol" (FJ 2º).

Es decir, para el caso concreto que nos sirve de ejemplo, el número de profesionales de se deben acreditar por parte del organizador del evento con el fin de que atiendan a su derecho a comunicar información veraz es el que permita que éste o éstos "conformen la noticia en su contenido mínimo razonable".

Parte de la doctrina jurídica se ha sumado al criterio del Tribunal Supremo, y así, Millán Garrido (2011) restringe el contenido esencial del

derecho a la información al afirmar que este "se limita al hecho noticiable, que no puede ir más allá del resultado, de los autores de los goles y de las eventuales incidencias excepcionales y de interés público que hayan podido acontecer" (Iusport).

Menos preciso en el alcance de su afirmación, Descalzo González (2011) defiende que "los titulares de los derechos de los eventos deportivos pueden recibir una contraprestación económica de los medios de comunicación una vez superada la línea de la estricta noticia deportiva" (pp. 14-15). El propio Millán Garrido (2012) cita la opinión de Contreras y Piñero, quienes afirman que "una cosa es que se informe transmitiendo una noticia sobre un hecho notorio, como es sin duda un partido de fútbol, y otra bien distinta, que se entretenga con pretensión de gratuidad, como sucede en la retransmisión de los partidos mediante los denominados carruseles futbolísticos" (p. 23).

Respecto del planteamiento de los anteriores autores, este investigador no ha conseguido encontrar una definición más concreta de "la estricta noticia deportiva" (Descalzo González) o "alguna noticia" (Contreras y Piñero, citados por Millán Garrido). Sin embargo, sí que encontramos un nuevo capítulo de la confusión de conceptos cuando se habla de información y retransmisiones. ¿Tendría algún modo el informador de radio de emitir la noticia si no es a través de la voz, y con los medios técnicos necesarios para hacer llegar su voz al público? El modo natural de informar específico de cada medio de comunicación forma parte intrínseca del derecho a informar del comunicador. La vida real, y esos carruseles a los que hacían referencia los autores citados, nos dejan ejemplos a diario de que en algunos casos, a elección del director del programa, la actualización de noticias es casi simultánea al momento en el que suceden (el relator va dando cuenta de los hechos sobre la marcha) y en otros casos, la actualización de los hechos que acaecen en un encuentro de fútbol se produce cada muchos minutos (el relator resume los hechos sucedidos mientras el programa ha discurrido por otros derroteros de mayor interés para el director del programa). Nuestro estudio se centra en la información que se genera en los estadios deportivos, no en los programas que

se producen en estudios radiofónicos o la forma en la que estos utilizan la información.

La protección al derecho a informar está garantizada con la condición de que esa información sea veraz (algo que no se discute en nuestro objeto de estudio), verse sobre hechos noticiables y se refiera a acontecimientos de interés público. Es procedente, por tanto, recuperar la definición que hace el Tribunal Supremo (STS 8683/2001, de 7 de noviembre) citando fuentes del Tribunal Constitucional: "La noticia es un hecho real, social o político, con trascendencia pública" (FJ 3º). Más allá, el magno tribunal nos ofrece una definición de "noticiable", o más concretamente de "noticia", al afirmar que "la protección constitucional de la información se extiende a la noticia, que no pasa de ser un mero relato de hechos" (STC 29/2009, de 26 de enero). Ese relato de hechos puede interesar al ciudadano, y además, lo puede sobrecoger, emocionar, asustar, preocupar, divertir, entretener o aburrir. De ahí a que exista un pretendido "derecho al entretenimiento" conexo a la información por el que se pretenda obtener rentas, hay mucha distancia. Alejándonos por un momento de la arena jurídica para pasar al terreno de la teoría de la comunicación, recuperamos aquí la definición que hace Cruz Prados (1989) del acto de informar:

"Dar noticia de algo es dar noción de ello, esto es, proporcionar un conocimiento suficiente pero elemental. Aquello de lo que se da noticia queda, así, noto o notorio, es decir, comúnmente sabido, público [...]. Si hemos de reconocer un fundamento in re para el carácter de noticia, tenemos que afirmar que sólo se puede dar noticia de aquello que, en sí mismo, es susceptible –tiene capacidad pasiva- de quedar noto; es decir, aquello que es en sí notable, que posee notabilidad" (p. 151).

Cuando hablamos del caso concreto de un acontecimiento deportivo y todo lo que lo rodea y que podría ser objeto de interés informativo, ¿dónde limitamos el "relato de hechos" protegido por la CE? En el caso del Deportivo

de la Coruña contra La Voz de Galicia, el ponente habló de “lo accesorio” cuando la cuestión estuviera “indirectamente relacionada con el partido de fútbol”.

La interpretación de lo fijado por el juez nos lleva a aceptar como criterio para evaluar donde está el contenido mínimo de la información: en el partido de fútbol, en lo que es estrictamente práctica deportiva. Palomar Olmeda (2013) opina que “lo esencial del derecho a la información es, precisamente, el conocimiento del hecho informativo que razonablemente puede centrarse en el conocimiento del resultado final o parcial de un acontecimiento deportivo” (p. 18). Abrir un foro de discusión sobre si, en el transcurso de un evento deportivo, el gol, la canasta o el punto son contenido mínimo de la información pero no así una tarjeta roja, o un pase espectacular, nos llevaría a un punto de difícil salida, tomando como indiscutible el principio de que el proceso de elaboración de la noticia es libre. Todo lo que no sea atenerse a esa idea da la sensación de atentar contra la libertad del informador en su tarea para determinar qué tiene relevancia para el público y qué no lo tiene. En esa línea de opinión se expresa Descalzo González (2011) cuando escribe:

“En el ejercicio de la libertad de prensa, cada medio recoge en su crónica deportiva el espectáculo ejecutado según su mejor criterio. Argumentar en sentido contrario conduce, en el límite, a construir una suerte de derecho de reserva sobre la noticia, sobre el conjunto de datos, hechos e incidentes que nutren y dan sentido al contenido de la libertad de información; algo que, evidentemente, no parece demasiado compatible con nuestra Constitución” (p. 12).

Partiendo de la opinión expresada por las sentencias de los Tribunales podemos afirmar que aquello que rodea al partido de fútbol pero no es estrictamente partido de fútbol, el deporte, formaría parte de aquello que denomina el Tribunal una “información de calidad”.

¿Quedan fuera de ese contenido mínimo las opiniones y valoraciones de los informadores cuando dan cuenta de un hecho noticioso? El Tribunal

Constitucional, en su STC 29/2009, de 26 de enero, ofrece una serie de pautas. Porque si bien es cierto que el derecho a la libre expresión de pensamientos, ideas y opiniones y el derecho a comunicar información veraz son distintos, lo son, según la jurisprudencia general, en razón del requisito de veracidad que se le exige a la comunicación de informaciones, requisito no presente cuando se trata de opiniones. Como se expresa en la Sentencia anterior:

“En los casos reales que la vida ofrece no siempre es fácil separar la expresión de pensamientos, ideas y opiniones de la simple narración de hechos, y a la inversa, la comunicación de hechos o de noticias no se da nunca en estado químicamente puro y comprende, casi siempre, algún elemento valorativo o, dicho de otro modo, una vocación a la formación de opinión (STC 6/1988, de 21 de enero, FJ 5)” (FJ 2º).

Y en el fondo, al estar unidos ambos distintos derechos en el mismo artículo 20 de la CE, se entiende que gozan de la misma alta protección jurídica, limitada esa libertad de opinión, por supuesto, por otros derechos con los que pudiere entrar en conflicto (protección del honor, de la imagen propia, etc...).

## 8. OTROS LÍMITES DEL DERECHO A INFORMAR EN EL DEPORTE

Si la Sentencia de la Audiencia Nacional 51/2013, de 28 de enero, es la última palabra en el conflicto entre los clubes y las emisoras de radio, en el caso de las cadenas de televisión y la Liga de Fútbol Profesional lo último ha llegado en forma de norma legal. En abril de 2015, el Gobierno de España dictaba el Real Decreto Ley 5/2015, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional. El objetivo final declarado de la norma era sentar las bases legales para que se produjera la venta centralizada de derechos de retransmisión televisiva de las competiciones profesionales de fútbol en España, algo que reclamaba desde hacía tiempo una parte del sector. El sector del fútbol en nuestro país era uno de los pocos que aún mantenía una situación de hecho contraria a la tendencia global: cada uno de los equipos vendía de manera individual los derechos de transmisión televisiva de sus partidos. Valiéndonos del símil, y como si el fútbol fuera una obra teatral, se había instalado una realidad en la que cada actor vendía los derechos de su papel en la obra por su cuenta, y la distancia entre lo que ingresaban los actores principales y los secundarios era considerablemente más grande de lo que se espera que sea cuando de hecho se produzca la venta conjunto de los derechos.

Tras la publicación de esa norma legal en el Boletín Oficial del Estado, en verano de este mismo año, y a la espera del final de los contratos que permitiesen la venta centralizada de los derechos de las competiciones, la Liga de Fútbol Profesional ponía a la venta los derechos sobre los contenidos audiovisuales del fútbol de pago para la temporada que estaba a punto de comenzar, así como los derechos para emitir los resúmenes televisivos de cada jornada en exclusiva, y en abierto. El fútbol de pago se lo adjudicaba a Telefónica, y la exclusiva de las imágenes para los resúmenes del fútbol se los llevaba, tras una puja de los grupos de comunicación españoles, Radio Televisión Española. Según informaciones publicadas por distintos medios de comunicación (Prnoticias, 2015), el ente público pagaba 10 millones de euros



por adjudicarse en exclusiva las imágenes de los resúmenes de los partidos de la liga profesional.

Esta situación remitía al resto de operadores de televisión en España que informan a diario sobre los partidos de Liga a lo que marcan las leyes españolas. Las novedades y los conflictos llegaron de la mano de la interpretación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y las reformas que el Real Decreto-ley de 2015 introdujo en esa norma.

Amparándose en las leyes, la Liga de Fútbol Profesional obligaba a todos los medios de información no titulares de derechos a firmar un documento en el que se comprometían a aceptar emitir las imágenes con la identificación del medio que tenía los derechos, y con un máximo de 90 segundos para toda la competición. Esas medidas encendieron la polémica entre el grupo de comunicación Mediaset y el ente de clubes profesional. Mediaset, propietaria de las cadenas Telecinco y Cuatro, se negó a firmar la aceptación de las condiciones que marcaba la LFP, y anunció medidas legales:

“La Liga pretende que sólo se puedan emitir un minuto y medio de los partidos de los sábados y un minuto y medio de los partidos del domingo. En España se podrá informar mejor de las ligas extranjeras que de la Primera División”.

Contraria era la opinión tanto de los representantes del Gobierno de España como de los clubes de fútbol profesionales, que expresaron en público su convicción de que los noventa segundos para informar de la liga de fútbol eran suficientes para cumplir con el derecho a recibir información de la ciudadanía sobre la actualidad deportiva de fútbol profesional en España<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> El Secretario de Estado para el Deporte expresó, en declaraciones que recoge la agencia de noticias EFE el día 15 de septiembre de 2015 que "no me parecen insuficientes 90 segundos de resumen. Se está cumpliendo la legislación comunitaria europea. Los ciudadanos españoles tienen la misma calidad informativa que en Francia o Inglaterra". Anteriormente, el presidente de la Liga de Fútbol Profesional había manifestado en la misma línea que "los 90 segundos de resúmenes de la Liga es tiempo suficiente".

El origen jurídico del conflicto está en las modificaciones realizadas en la legislación en los meses anteriores. El Real Decreto Ley 5/2015 incluía la revisión del artículo 19.3 de la Ley 7/2010 que rebajaba de tres minutos a noventa segundos la duración del resumen informativo que podrían emitir los demás prestadores no poseedores de los derechos exclusivos. Además, incluía la siguiente frase, nueva respecto a las versiones anteriores: “Durante la emisión del resumen debería garantizarse la aparición permanente del logotipo o marca comercial de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición” (Disposición Final Primera).

El real decreto ley justificaba los cambios en la legislación estatal a la necesidad de ajustarse a lo que marcan “los últimos criterios jurisprudenciales del Tribunal de Justicia de la Unión Europea”. Este Tribunal había dictado en 2013 una sentencia sobre el asunto C283-11 en relación con un litigio en Austria entre las cadenas de televisión Sky y ORF.

La cuestión principal del desencuentro fueron los llamados breves resúmenes informativos y si el acceso a los mismos por parte de cualquier operador de televisión abonando los costes de recepción del mismo vulnera la libertad de empresa y el derecho a rentabilizar los derechos adquiridos por los operadores que detentan los derechos de retransmisión.

Volvemos a una pregunta que ya nos hacíamos durante este capítulo. ¿Se puede cercenar a una cadena de televisión, a una emisora de radio o a un periódico el tiempo que destina a informar sobre un acontecimiento? Los medios de comunicación que no tengan derechos audiovisuales sobre acontecimientos de gran interés no dispondrán de más de noventa segundos de imágenes sobre estos. Pero la limitación de imágenes no tiene por qué implicar un límite al tiempo que dedique a informar sobre el evento cualquier medio de comunicación. Interpretar los noventa segundos como un límite a la libertad de información supone aceptar esa coarta al derecho. Pongamos un ejemplo: si España gana la Copa Mundial de FIFA de 2010, ¿los medios de comunicación sin derechos de explotación de los resúmenes informativos sólo

podrían informar durante noventa segundos del mayor triunfo de la historia del deporte español? ¿O para informar de ese triunfo, durante el tiempo que estimasen oportuno, sólo dispondrían de noventa segundos del resumen del partido?

El Considerando 63 de la sentencia europea aclara que “tales extractos deben, en particular, ser breves, y que su longitud máxima no debe superar los 90 segundos. Asimismo, los Estados miembros deben determinar los límites de tiempo en lo que se refiere a su transmisión”. ¿Los Estados deben legislar sobre el tiempo máximo que pueden repetir las cadenas de televisión los noventa segundos de que disponen en imágenes?

La sentencia especifica que “se excluye, de conformidad con el considerando 55 de la Directiva 2010/13, la utilización de los extractos de la señal en programas de entretenimiento, que tienen un impacto económico más importante que los programas de información general” (Considerando 62). No se define, como hemos reclamado durante este trabajo, cuál es la diferencia objetiva entre un programa de información general y un programa de entretenimiento. Este punto ha servido a los clubes para dejar sin resúmenes a algún programa de televisión cuyo argumento principal es la actualidad deportiva del día<sup>36</sup>.

Además, en este conflicto tomó protagonismo una de las frases de la ley que hasta el momento no había generado choques. Expresa la ley que: “No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos”, que es como queda en la actualidad el artículo 19.3. de la Ley General de la Comunicación Audiovisual.

<sup>36</sup> Según la información publicada por el diario El Mundo (2015), la Liga de Fútbol Profesional advirtió al grupo Atresmedia del incumplimiento de la normativa al emitir resúmenes informativos en programas que, en consideración de la propia liga, no son “informativos generales”.

Aunque la ley aspira a transponer las directrices de Europa a través de su legislación y la sentencias, lo que en la 201/13/UE es “acontecimientos de gran interés”, en la ley española se transforma en “acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva”. Ni uno ni otra ley especifican de qué tratan exactamente, lo que llevó a la discusión entre los clubes y las cadenas de televisión sobre si los noventa segundos de límite temporal para informar son sobre cada partido (postura de los medios) o sobre la jornada completa de liga (postura de la asociación de clubes).

Por otro lado, y aunque afecta al fondo de la cuestión en poco, apuntamos otra duda. Lo que en la norma europea es “programas de información general”, en el real decreto ley se convierte en “un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos”. ¿Cuál es el objetivo del legislador cuando restringe la recomendación que llega desde Europa? La respuesta a esta cuestión no forma parte del objeto de nuestro estudio.

Si en el año 1996, el precedente de conflicto entre Telecinco y los clubes y la Real Federación Española de Fútbol se centró en la negativa de estos a dar acceso a los estadios deportivos a las cadenas de televisión, en la actualidad el foco del choque se ha desplazado a las nuevas prerrogativas que otorga el real decreto ley aprobado por el Gobierno de España en 2015, cuyo objeto principal, y de ahí la urgencia de la aprobación, era articular la venta conjunta de derechos por parte de la liga profesional de fútbol en España. El real decreto ley cambió, de paso, las formas de relación entre los clubes y las cadenas de televisión en España. Al menos, durante un tiempo.

Al cierre de este trabajo doctoral se conocía que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia invalidaba en parte el acuerdo para permitir el acceso a las imágenes de los resúmenes de televisión al resto de operadores. Días después, la Liga de Fútbol Profesional y Radio Televisión Española anunciaban que rescindían de mutuo acuerdo el contrato de exclusividad firmado meses antes.

### **La libertad de empresa como límite al derecho a informar**

Ya apuntamos en páginas anteriores que en la ponderación de la libertad de informar con otros derechos de las personas era necesario un ejercicio de equilibrios que hiciera compatibles el ejercicio de todos, en la medida de lo posible. Circunscrito al caso de la televisión, la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 2013 zanja la compatibilidad del derecho a informar en relación a la libertad que reclamaban los clubes y los medios de comunicación con derechos exclusivos para ejercer su actividad. Afirma el Tribunal entre sus considerandos que “la libertad de empresa no constituye una prerrogativa absoluta, sino que debe tomarse en consideración en relación con su función en la sociedad” (Considerando 45), pudiendo “quedar sometida a un amplio abanico de intervenciones del poder público que establezcan limitaciones al ejercicio de la actividad económica en aras del interés general” (Considerando 46).

Entre esas limitaciones, explica el Tribunal, están las medidas que buscan garantizar el pluralismo en la producción y en la programación de noticias, como son la imposibilidad de cobrar más allá de los gastos de producción por la señal para los resúmenes informativos, lo que permite que cualquier grupo de comunicación, más allá de su poderío económico, pueda acceder a las imágenes con el objetivo de informar. Los límites también tienen la vocación de proteger la libertad de empresa al circunscribir la emisión de resúmenes a los programas informativos, vetando la posibilidad de que se emitan en programas cuyo objetivo sea comercial, como los de entretenimiento. Y además protege a los dueños de derechos de explotación exigiendo que el resto de medios de comunicación indiquen el origen de los extractos breves de los resúmenes, “lo que puede tener un efecto publicitario positivo para el titular de los derechos de retransmisión televisiva en exclusiva” (Considerando 63).

Y es que el legislador y la justicia europeas tienen clara la primacía de la libertad de información, y aceptan por legales y justas las limitaciones a la libertad de empresa de este particular caso:

“Por la importancia que revisten la salvaguarda de la libertad fundamental de recibir información y la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación [...], el legislador de la Unión podía adoptar normas como las establecidas en el artículo 15 de la Directiva 2010/13, que implican limitaciones a la libertad de empresa al tiempo que, desde el punto de vista de la necesaria ponderación de los derechos e intereses en juego, dan prioridad al acceso del público a la información frente a la libertad contractual” (Considerando 66).

Así las cosas, clara queda la prioridad que debe tener el derecho a informar en torno al deporte en detrimento de otros derechos que se pudieren ejercer en virtud de la libertad de empresa. La justa ponderación de las facultades que otorgan uno y otro derechos está marcada por la legislación europea y se interpreta de maneras particulares en cada estado, como vemos en el caso de España.

Esta realidad genera situaciones de conflicto en las que, al menos en el caso último que nos ocupa, no se ha puesto en duda la existencia de un derecho a informar en torno al deporte.

# **CAPÍTULO III. LA COMUNICACIÓN EN EL DEPORTE. ¿CÓMO EJERCEN LOS MEDIOS SU DERECHO A INFORMAR?**

1. Análisis histórico a las relaciones entre los medios y el deporte en España.
2. La situación actual de los medios de comunicación deportivos.
3. Algunos rivales de los medios tradicionales en la carrera por la noticia.
4. ¿De qué informan los diarios de información en relación con el deporte?  
Análisis de contenido.

A lo largo de las páginas precedentes hemos tenido la oportunidad de conocer algunas peculiaridades del fenómeno que nos ocupa, el deporte, antes de detenernos en la primera pregunta troncal de nuestro estudio: se trató de determinar si los medios de comunicación gozan del derecho a informar sobre los eventos deportivos, y hasta dónde llega ese derecho. También hemos apuntado qué implica el ejercicio del mismo en relación con la responsabilidad que tienen los medios informativos. Y a partir de ahora estudiaremos cómo es de hecho la relación entre los medios de comunicación y el mundo del deporte en España.

Lo haremos, en primer lugar, con una retrospectiva a través del análisis documental y bibliográfico, buscando en las fuentes los orígenes de la relación entre el mundo del deporte y los medios. No se trata en este punto de hacer historia, tarea que está más que acometida por variados y brillantes estudiosos de los últimos años. El objetivo de esta revisión histórica es conocer cómo fueron esos inicios y si, realmente, la relación entre el deporte y los medios siempre ha existido, como argumentó una de las partes cuando se produjo el conflicto que da pie a este trabajo doctoral. Se tratará, en este punto, de conocer cómo se forjó esa simbiosis entre ambos.

Decía Unamuno que “un poco de deporte está bien, pero mucho es demasiado”, quizá anticipando una evolución que posiblemente ha desbordado las previsiones del ilustre filósofo español. En ese crecimiento exponencial del fenómeno deportivo hay una corriente doctrinal que atribuye gran parte del mérito a los medios de comunicación. Son estos los que han dado impulso a los llamados “deportes de masas” hasta darles su forma actual, se dice.

La realidad es que los medios de comunicación dedican una parte importante de su día a día a los deportes, sobre el cual han creado y soportado estructuras que cada día se hacen más amplias y multidisciplinarias. Como ejemplo de reciente acontecer valga la política de expansión de un gigante mundial como es el Grupo Telefónica en relación con los contenidos audiovisuales. Su apuesta por Movistar TV está hecha con base en los

contenidos deportivos, hasta el punto de haberse hecho entre 2014 y 2015 con la compra de una plataforma digital asentada en la distribución de contenidos deportivos, Canal Plus España.

En este punto, ¿cómo es la situación actual de esos medios de comunicación? No es intención de este trabajo trazar un diagnóstico sobre el estado actual de los medios en el mundo del deporte y en España, aunque nos acercaremos a algunas realidades que el nuevo siglo ha entregado a la sociedad mundial, y que influyen de algún modo en los modos de comunicar tradicionales. Nuestro objetivo es responder a una de las interrogantes que cimentan este trabajo doctoral: ¿Cumplen los medios de comunicación con ese derecho a informar, y con obligaciones derivadas de ese derecho que generó el conflicto de 2011 entre las emisoras de radio y los clubes de fútbol? ¿Cómo podrían la comunicación y el periodismo mantener un status que la sociedad les ofreció hace décadas y que ahora podría verse en peligro en la realidad de inicios del siglo XXI?

Para responder a la primera pregunta utilizaremos el recurso del análisis de contenido, deteniéndonos en la prensa escrita, y centrando el estudio en medios de comunicación con arraigo y tradición en nuestro país. Como veremos a continuación, la prensa ha sido pionera en el tratamiento de la información en torno al mundo del deporte, y en buena medida, marca hoy día las pautas del día a día en la agenda de los medios de comunicación que siguen la actualidad deportiva. Sin embargo, la prensa sufre los rigores de la crisis económica con especial incidencia, y además es el ramo del sector que acusa especialmente la bajada de ingresos por publicidad y por la venta de ejemplares tradicional en papel, además de un proceso de reconversión hacia lo digital que les está llevando a reformular sus modos de supervivencia. Es por ello que hemos elegido para ese análisis de contenido a distintos diarios españoles.

## 1. ANÁLISIS HISTÓRICO DE LAS RELACIONES ENTRE LOS MEDIOS Y EL DEPORTE EN ESPAÑA

La costumbre ha construido una relación especial entre los medios de comunicación y el deporte en nuestro país, relación que presenta singularidades respecto a otros lugares del mundo. Como señala el Código Civil español en su artículo 1, en ausencia de ley, la costumbre es fuente de derecho y por tanto tiene validez como argumento en la medida en que cumpla con los requisitos que marca la tradición social. La define Guzmán Brito (1995) como “la convicción común sobre la existencia de una regla jurídica manifestada a través del comportamiento reiterado” (p. 625). Jiménez Paris (2011) explica que la costumbre debe un uso de observancia general, constante, uniforme, que lleve implícita la convicción de que aquello que se observa es derecho y que no sea contrario a la razón, la moral o el orden público. De Peralta y Carrasco (2004) apunta que:

“Como práctica general y común, tiene un origen espontáneo en grupos sociales, ajenos al poder legislativo, que ante problemas puntuales o necesidades concretas adoptan una solución, que como consecuencia de su repetición en el seno social que la adoptó, da lugar a la norma consuetudinaria” (p. 3).

Esa costumbre fue uno de los argumentos de las partes cuando se originó el conflicto entre las emisoras de radio y los clubes de fútbol en España<sup>37</sup>.

Es por ello que en este punto echamos la mirada atrás para buscar las raíces de ese modelo de relaciones entre medios de comunicación y deporte. No es fácil establecer un punto de partida a esa unión, puesto que, según la profundidad y los matices de la relación, podríamos remontarnos a siglos atrás. Escribe Alcoba (1987) que:

---

<sup>37</sup> En entrevista mantenida con este autor, el presidente de la AERC, Augusto Delkáder, habló de la singularidad del modelo español y cómo en éste, el deporte ha dado mucho beneficio a las emisoras de radio pero también éstas han contribuido a popularizar determinadas prácticas deportivas con su información diaria.

“El primer periodista deportivo con conocimiento de causa fue Homero, pues sus relatos sobre los juegos funerarios o de homenaje, explicados de forma magistral en ‘La Iliada’ y la ‘Odisea’, son la reseña de unas competiciones deportivas descritas con el más puro estilo de especialista actual que ofrece la síntesis de cualquier deporte” (p. 219).

Más cerca en el tiempo, se considera responsable a la imprenta, en España y en el resto del mundo, de la aparición de las primeras publicaciones periódicas. Siguiendo el modelo predominante en Europa, según Sánchez Aranda y Barrera (1992), “las gacetas del siglo XVII marcan el inicio, propiamente dicho, del periodismo en España” (p. 60).

Pero, ¿cuándo se da forma a un periodismo especializado y que informa de manera consciente, organizada y separada del resto de noticias a cerca de los fenómenos deportivos? En ese sentido, deporte y periodismo crecen como fenómenos sociales en una progresión paralela y similar, hasta dar con puntos de encuentro. Es en el siglo XIX cuando, como vimos en el primer capítulo, la práctica deportiva adquiere unos rasgos que la acercan al germen de lo que es actualmente: normativización, popularización y competición, por citar algunas características distintivas. Aún así, el periodismo busca al deporte solo cuando comprueba, más allá de sus reticencias, que determinadas disciplinas llaman a las masas. Antes en el tiempo, corresponde al mundo del deporte la iniciativa en la edición y lanzamiento de publicaciones periódicas con las noticias y novedades de distintas modalidades.

Sainz de Baranda Andújar (2013) recupera los nombres de las primeras publicaciones periódicas editadas en el mundo y en España en su trabajo sobre los orígenes de la prensa diaria deportiva y del pionero El Mundo Deportivo y apunta, citando a Vázquez (1989), a esa interrelación entre deporte y medios. Distintos actores en el mundo del deporte se encuadran entre los pioneros a la hora de editar publicaciones (los fabricantes de bicicletas fueron los primeros en crear revistas especializadas sobre ciclismo). En un flujo de

doble sentido, en todo el mundo fueron varias publicaciones periódicas las que tomaron la iniciativa de organizar pruebas deportivas:

“En 1903 el periódico especializado L’Auto, dirigido por Henry Desgrange, organizó la primera Vuelta Ciclista a Francia, hoy el Tour de Francia; en 1899 el New York Herald Tribune crea la Copa Gordon Bennet; en 1901 crea la carrera Pekín Paris Le Matin; Le Velo organiza en 1898 y 1899 grandes competencias de natación en el Sena o en Joinville Le Pont; la Copa Europea de Fútbol tuvo su pilar en L’Equipe, mientras que la Liga Nacional de Educación Física en Francia nació de una campaña de prensa montada por Le Temps” (p. 9).

Los medios de comunicación percibieron la potencialidad del deporte como asunto de interés informativo como antes las asociaciones deportivas habían encontrado en las publicaciones un modo de transmitir las novedades sobre su disciplina deportiva, siempre con el afán de llegar cada vez a mayor número de practicantes. No es hasta bien entrado el siglo XX cuando los diarios de información general asumen la importancia de determinados eventos deportivos. En su edición del 18 de julio de 1910, el diario ABC se hacía eco de “la locura del balompié”:

“El juego del balompié (foot-ball) ha llegado a constituir en América una verdadera locura. Los colegiales ansiosos de victorias deportivas descuidan sus estudios y concluyen por perder todo sentimiento generoso, llegando a agredir gravemente al adversario a quien temen. En Colombia se ha prohibido este juego, a consecuencia de verdaderos ataques personales a que se entregaban los jóvenes jugadores. Hasta ahora, que sepamos, no han ocurrido en nuestra patria hechos parecidos, a pesar de la ardorosa condición de la raza; pero bueno será que se tengan en cuenta estos datos para evitar posibles males” (p. 18).

Simón Sanjurjo (2012) señala que “el éxito de la Selección española en los Juegos Olímpicos de Amberes de 1920 representará el despegue de la incorporación del contenido deportivo en los periódicos” (p. 6). El fútbol empieza a ganar la carrera por la información cuando ya despuntaba como un espectáculo de máximo interés: “La pasión que despertará entre los aficionados el nacimiento del Campeonato Nacional de Liga en 1928 tendrá su inmediato reflejo en las principales cabeceras del país” (p. 7). Núñez-Romero Olmo (2009) concluye en su tesis doctoral sobre la formación de las secciones deportivas en los diarios de información general españoles antes de 1936 que el fútbol como asunto informativo ya era el principal deporte en las páginas de los periódicos analizados (p. 453).

Lo que era un foco de noticias de interés pronto da pie a que los medios de comunicación no solo publiquen información sino que reclamen su parte como soportes publicitarios. Simón Sanjurjo (2012) recupera el anuncio que hacía el diario El Sol en diciembre de 1925:

“En vista de que todos los deportes, sin distinción alguna, han llegado a constituir un negocio, en el que se debaten poderosos intereses casi siempre, ha acordado EL SOL, para lo sucesivo, aplicar sus tarifas de anuncios a cuantas noticias se le envíen para anunciar la fecha en que se celebren, tanto los partidos de fútbol como los ‘matches’ de boxeo y, en general, todo acto dentro de este género de espectáculos” (pp. 14-15).

Las primeras transmisiones de radiodifusión llegan en España en los años veinte, y ya en 1924 se anuncia el primer intento de difundir una programación diaria a través de Radio Ibérica (Ezcurra, 1974, p. 46). A partir de ahí, las empresas pioneras fueron dando forma al medio, hasta que la Guerra Civil lo hiciera suyo con fines propagandísticos. La radio se convirtió en instrumento y soporte de primera necesidad para los contendientes y mostró su potencialidad como vehículo de transmisión de información.

Una vez superados esos años, la radio pasa de la tensión de la información que le da vida en el conflicto bélico a la búsqueda del espectáculo ante un parque de aparatos receptores que después de 1943 se cifró en más de un millón (García Jiménez, 1980, p. 149). En 1927 ya se habían realizado las primeras transmisiones de eventos deportivos a través de las ondas hertzianas. Malvar (2005) fija la primera narración deportiva en la radio española:

“Fue en mayo de dicho año cuando Radio Madrid, utilizando un equipo móvil en la ciudad de Zaragoza, ofreció a las emisoras de Unión Radio la retransmisión en directo del partido de fútbol entre el Zaragoza y el R. Madrid” (pp. 3-4).

Carlos Fuertes Peralba narra los primeros partidos de fútbol, apunta Díaz (1992, p. 504), incluido el encuentro internacional de fútbol que jugaron las selecciones de España e Inglaterra, con victoria para los españoles de 4 a 3, en 1929. Entre los primeros eventos deportivos radiados se encuentran las veladas de boxeo desde el circo Price, o las transmisiones de ciclismo, que datan de 1935, a través de Radio Barcelona.

Es a partir de esos experimentos exitosos, y con el final de la tensión bélica, cuando emergen los programas y formatos “cara al público”, siempre con la vocación marcada por el régimen político que se había impuesto, como afirma Bustamante (2006): “El ‘servicio público’ era esa noción de la información que sólo tenía por objetivo la consecución del ‘bien común nacional’, la protección de una ‘opinión nacional’ derivada de una élite en el poder que perseguía además la defensa de España frente a las leyendas negras” (p. 28).

Los nombres de Vicente Marco y Bobby Deglané están unidos al nacimiento de “Carrusel deportivo”, un programa con vocación de ofrecer toda la información en relación con el deporte, y cuyo formato pionero no solo se mantiene vigente hoy en día sino que es líder de audiencias en su formato y ha sido reproducido en todas las emisoras de radio de nuestro país. Su esencia

actual ya era una aspiración en 1954, como comprobamos a través de un intercambio de cartas entre ambos comunicadores que recoge Nieto (2006) en su semblanza sobre el chileno. Explica Deglanné cómo habló de Carrusel con el entonces director de la cadena SER, Manuel Aznar:

“La instantaneidad de la radio debe estar in situ y en tiempo de la actualidad deportiva; ahí, siguiendo las jugadas gol a gol. Pero aún más, veo un programa de varias horas –tres o cuatro- cara al público, con la anécdota, la información, la entrevista personal, la estadística de todos los acontecimientos deportivos nacionales y extranjeros de toda la semana” (p. 304).

En 1964, un estudio del Instituto de Opinión Pública reflejaba los porcentajes por contenidos en la programación de la radio madrileña. Ya entonces, la información deportiva estaba por encima de la religiosa y se acercaba al tiempo que dedicaban al “diario hablado”, en una radio en la que la música seguía mandando (Sánchez Aranda y Barrera, 1992, p. 505). La radio ya había ganado para su causa a la audiencia masculina, pegada al transistor para oír los resultados de los partidos de fútbol, cuando en sus orígenes había atraído a más población femenina.

En el caso de la televisión, también fue rápido el maridaje con el fenómeno deportivo. En España nace cuando el deporte ya está inserto en el ideario de la sociedad. Y ya se ha explicado anteriormente como el poder político de la época detectó y usó el deporte con fines públicos. Sin ir más lejos, la Ley 77/1961, de 23 de diciembre, sobre Educación Física, señala que “la propaganda y la información sobre el deporte se orientará en un sentido educativo, que permita crear al mismo tiempo el clima necesario para el desenvolvimiento progresivo del deporte español” (art. 35).

Es por ello que más que elegir quien influyó más sobre quien en sus relaciones a lo largo de estos últimos cien años, se puede establecer que en la

unión entre ambos, las dos partes han salido beneficiados, como explica Bonaut Uriarte (2008):

“A lo largo de los años, se han ido forjando relaciones de necesidad mutua en la que ambas partes han salido beneficiadas. Los programas deportivos han proporcionado a la televisión cuantiosos beneficios económicos a través de las altas audiencias y los ingresos por publicidad (sobre todo las retransmisiones futbolísticas) y gracias a su capacidad única de ofrece la mayor emoción y suspense del directo [...] Por otra parte, la televisión ha ayudado a la popularización de muchas disciplinas deportivas, ha impulsado la profesionalización de las estructuras del deporte, ha mejorado el nivel de las competiciones, ha consolidado el papel estrella del deportista y, ante todo, ha aportado una gran cantidad de dinero a las instituciones deportivas (organizaciones y clubes)” (p. 104).

Tras las primeras emisiones, los contenidos deportivos sirven para llamar la atención de los hogares españoles, escasos en receptores de televisión. Bonaut (2008) recupera la noticia del diario Informaciones de Barcelona que habla del primer “clásico” de fútbol en España que emitió RTVE entre el Real Madrid CF y el FC Barcelona. Era el año 1959, y se vendieron en la ciudad catalana los 6.000 receptores que había en los comercios: “En Barcelona se estraperlea con los televisores. Los afortunados que pueden comprar uno son asaltados por los que no pueden venir al partido” (p. 111).

Los medios de comunicación pusieron su interés sobre eventos que ya llamaban la atención de las masas. Escribía Miguel de Unamuno por entonces en el diario ABC (1910): “Ríos de espectadores asistían a los espectáculos deportivos desde las gradas, y luego leían las crónicas” (p. 38). Por citar un ejemplo concreto de esta realidad, traemos aquí los datos de asistencia a la primera final de una Copa Mundial de la FIFA de fútbol en 1930, que se cifró en 68.346 espectadores en el estadio Centenario de Montevideo. El último Campeonato del Mundo de este deporte que no recibió la cobertura televisiva

de los medios, el de Brasil en 1950, nos deja el dato de los 174.000 espectadores que se dieron cita en el estadio de Maracaná a la final del torneo, el célebre “Maracanazo” en el que Uruguay venció por 1-2 a Brasil. El fútbol ya era un espectáculo de máximo interés para la sociedad antes de la irrupción de la televisión en él.

**Tabla 5. Asistencia de espectadores a estadios por Copa Mundiales de FIFA desde su creación hasta la edición de 2014**

Campeonato del Mundo	Cifra asistencia espectadores	Número de partidos	Asistencia media por partido
Uruguay 1930	590.549	18	32.808
Italia 1934	363.000	17	21.352
Francia 1938	375.700	18	20.872
Brasil 1950	1.045.246	22	47.511
Suiza 1954	768.607	26	29.561
Suecia 1958	819.810	35	23.423
Chile 1962	893.172	32	27.911
Inglaterra 1966	1.563.135	32	48.847
México 1970	1.603.975	32	50.124
Alemania 1974	1.865.753	38	49.098
Argentina 1978	1.545.791	38	40.678
España 1982	2.109.723	52	40.571
México 1986	2.394.031	52	46.039
Italia 1990	2.516.215	52	48.388
EEUU 1994	3.587.538	52	68.991
Francia 1998	2.785.100	64	43.517
Corea/Japón 2002	2.705.197	64	42.268
Alemania 2006	3.359.439	64	52.491
Sudáfrica 2010	3.178.856	64	49.669
Brasil 2014	3.386.810	64	52.918

\*Elaboración propia a partir de datos oficiales ofrecidos por FIFA en su página oficial ([www.fifa.com](http://www.fifa.com)). En negrita, los torneos que no tuvieron cobertura por parte de televisión.

Más que llevar a la afición a los estadios, la televisión y los medios de comunicación han llevado hasta el hogar, hasta los aficionados, un fenómeno que ya trascendía los propios recintos deportivos antes de la llegada de los comunicadores a éstos. Las cifras medias de espectadores en los estadios de fútbol donde se han disputado los Mundiales no han subido significativamente desde 1930 a 2014. Los deportes se popularizaron sólo en parte gracias a los medios, y los medios de comunicación crecieron de la mano del deporte.

El número de publicaciones que se dedicaban en todo o en parte a la información sobre los deportes ha aumentado sin detenerse durante todo el siglo XX. En los setenta, los periódicos deportivos ya estaban entre los que tenían más tirada, hasta el punto de que *As* fue el diario más leído en Madrid entre los años 1973 y 1975, superando a los periódicos *ABC* y *Pueblo*, y alcanzando los 200.000 ejemplares de tirada. En Barcelona, *El Mundo Deportivo*, sin llegar a los números de *La Vanguardia*, se situó entre los tres que más ejemplares distribuían a finales de los sesenta y comienzos de los ochenta, rondando los setenta mil ejemplares (Sánchez Aranda y Barrera, 1992, pp. 486-487).

Merce Varela, citado por Alcoba (1980), apuntaba la especificidad del escenario comunicativo español cuando hablaba de España e Italia como los únicos países en los que había, ya por entonces, cuatro diarios especializados en información deportiva, además de veinticinco semanarios y revistas, algo que se ampliaba por momentos con otros medios de comunicación social, “ya sea la radio, la televisión, el cine e incluso los libros. La considerable cantidad de aficionados, activos y pasivos del deporte, hace que las tiradas de publicaciones deportivas, sean superiores a las de aquellas cuyo temario es general” (p. 44).

Paralelamente, el color llegaba a la televisión con los Juegos Olímpicos de Múnich en 1972, y diez años más tarde, en España, Radio Televisión Española (RTVE) realizaba la cobertura íntegra para todo el mundo de la Copa Mundial de la FIFA de 1982. Fue un torneo en el que el Comité Organizador acreditó a 901 medios de comunicación de 71 países distintos de los cinco continentes (Alcoba, 1987, p. 254).

Son estos, como otros muchos, precedentes que anticiparon la multiplicación de los contenidos deportivos en la televisión española con el nacimiento de los canales de televisión autonómicos y privados, ya en la década de los noventa. No obstante, se pone de manifiesto, como afirma

Bonaut (2008), que “la relación de necesidad entre deporte y televisión se establece desde los orígenes de la televisión” (p. 132).

## **2. LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS**

La evolución de la sociedad en los últimos cuarenta años y la transformación de los escenarios de la comunicación social dejan variables que conviene citar en este punto. Son, por citar algunas, los nuevos modos de transmisión en el caso de la radiodifusión y la televisión o de impresión en el caso de la prensa escrita en papel; la liberalización relativa del acceso a la creación de canales en TV y radio, que llevó a la aparición de las televisiones autonómicas y privadas, en abierto y de pago; los procesos de concentración de medios de comunicación en grupos empresariales multimedia que marcan una estrategia global para medios distintos (Gil y Romero, 2012, p. 61); la especialización en la formación académica de los profesionales que se dedican a la comunicación, y la aparición de internet y las herramientas de comunicación social, que luego veremos cómo inciden en la realidad actual de los medios y los informadores.

Todo ello configura un sector de la comunicación que está vivo, en constante evolución y que, según una corriente doctrinal, sufre determinados males. Gil y Romero (2012) hablan de un periodismo deportivo que está en un período de indefinición y que hace uso de formas relajadas y el estilo propio del debate amarillo como principales argumentos (p. 54) y apuntan a un profesional que deja de lado la investigación y se limita a difundir sus puntos de vista en un tono distendido (p. 55). Por su parte, De Moragas (2010) ya dejó constancia un poco antes de un periodismo que utiliza “el lenguaje de las telenovelas” (p.11). Estos autores señalan hacia las formas y estilos de comunicar la información, asunto que no abordamos en este trabajo doctoral, pero que efectivamente parece tender a alejarse del rigor y la seriedad que instauraron los pioneros de la información deportiva en España.

No obstante, con el objeto de acercarnos a la situación actual de los medios de comunicación, analizamos algunos datos que nos ayudarán a entender en qué punto situarnos.

Según el informe elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) sobre la profesión periodística en 2013 a partir de una encuesta realizada a 1748 periodistas de toda España, entre el 40 y el 70% de estos considera que los medios de comunicación convencionales sufrirán cambios con el nuevo escenario digital, pero solo dos de cada diez apunta a la desaparición de diarios o revistas. El informe contabiliza 284 medios de comunicación que cerraron entre los años 2008 y 2013, la mayoría revistas (184). En el lado opuesto, se crearon 300 nuevos medios de información o proyectos periodísticos, todos ellos creados por periodistas, 27 de los cuales tenían temática deportiva. De los 108 medios encuestados, la mitad contaban con una plantilla de trabajadores de entre 1 y 3. Y es que en 2013, los datos señalaban a una destrucción de empleo de periodistas y profesionales de la comunicación de 4.434, lo que hace un total de 11.151 desde mediados de 2008.

Los números de los grandes grupos de comunicación y los medios que los integran no son buenos según el Informe, en parte, debido a la caída de la inversión publicitaria en el último lustro analizado, ya que desde 2008 a 2013, los medios de comunicación facturaron un 30% menos en concepto de ingresos provenientes de la publicidad, uno de los soportes de la mayoría de los medios junto a los ingresos por compra de ejemplares en el caso de la prensa escrita. Si bien es cierto que se están contabilizando los años más duros de la crisis económica vivida a nivel estatal y mundial, también lo es que esos datos confirman el peso que tenía la inversión institucional y pública en publicidad. El presupuesto de la Administración Pública para publicidad en medios se redujo en cinco años en más de un 60%.

Siguiendo en la línea de búsqueda de nuevos ingresos que palien la situación económica de los medios, se apunta en el Informe a la perspectiva de futuro en el negocio online, dado que las cifras de audiencia y lectores de las versiones digitales de los medios sí mantiene un crecimiento sostenido. En la actualidad el reto de los departamentos de publicidad de los medios de comunicación es hacer rentable en términos objetivos las inversiones

publicitarias en los soportes digitales, algo que día a día evoluciona favorablemente gracias a los esfuerzos del sector por eliminar determinadas barreras en la percepción del consumidor<sup>38</sup>.

En relación con el mundo del deporte, citamos un caso que da ejemplo de la tendencia en los medios. Gracias a los datos que nos ofrece la Real Federación Española de Fútbol, podemos acceder al número de periodistas y medios de comunicación que se han acreditado para las finales del Campeonato de España/ Copa de SM el Rey en los últimos quince años. La final de la Copa del Rey es uno de los eventos de mayor interés en cada temporada deportiva como demuestran los datos de audiencia de los últimos años. En su edición de 2013, más de 180 países recibieron la señal de televisión del encuentro deportivo (Marca, 2013). Por tanto, comprobar la cifras de medios de comunicación que dan cobertura al partido puede servirnos como pista del volumen de medios que se dedican en parte o en su totalidad a la información deportiva.

**Tabla 6. Acreditados por finales de Copa de SM el Rey de fútbol**

Año	Final	Periodistas	Medios
2010	Atlético Madrid- Sevilla FC	490	96
2011	FC Barcelona- Real Madrid	911	225
2012	Athletic- FC Barcelona	740	202
2013	Real Madrid – Atlético Madrid	636	169
2014	FC Barcelona- Real Madrid	795	172
2015	Athletic- FC Barcelona	765	164

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por el Departamento de Comunicación de la Real Federación Española de Fútbol, entidad organizadora de la final del Campeonato de España/ Copa de SM el Rey.

Este partido, que se celebra cada año, es ejemplo del potencial informativo que el deporte genera. Algo que se objetiva más si comparamos las

<sup>38</sup> El artículo “La publicidad en internet: situación actual y tendencias en la comunicación con el consumidor” (Muela Molina, 2008) presenta datos del crecimiento de la inversión publicitaria en soportes interactivos en comparación con la publicidad en medios tradicionales y analiza cómo las investigaciones llevan a ganarse la confianza del consumidor eliminando las trabas iniciales de los internautas y presentando nuevas formas de comunicación publicitarias con el consumidor de internet. Anterior en el tiempo, Mary Meeker presenta en su libro “La publicidad en internet” (2001) los retos a los que debía enfrentarse el sector, muchos de los cuales ya se antojan, con el tiempo, más que superados (por ejemplo, las cuestiones relativas a la medición objetiva del impacto de los anuncios)

cifras anteriores con los 500 periodistas extranjeros que se acreditaron para seguir las trascendentales elecciones griegas de 2015 (Agencia EFE, 2015) o los 300 que siguieron en 2009 una comparecencia del presidente del Gobierno de España en el Congreso de los Diputados (Europa Press, 2009).

Y todo ello porque el deporte como asunto de interés para los medios es un fenómeno creciente, y no parece algo localizado en determinados países o culturas. Aunque aquí no hablamos de la información deportiva que generan estos eventos y sí de las cifras de audiencia, estas nos orientan sobre la magnitud de los acontecimientos deportivos en relación con la comunicación. La final de la Copa Mundial Femenina de la FIFA de fútbol celebrada en Canadá en 2015 entre Estados Unidos y Japón obtuvo gran seguimiento entre los estadounidenses: la retransmisión televisiva fue seguida por más espectadores de los que se cifraron para las finales de la NBA de baloncesto ese mismo año<sup>39</sup>. Como muestra más cercana, tenemos las audiencias de las cadenas de televisión cuando emitieron esas finales del Campeonato de España/ Copa de SM el Rey.

---

<sup>39</sup> Fueron 25,4 millones de espectadores los que vieron la final del Mundial femenino por 23,2 que siguieron la final de la liga profesional de baloncesto de los Estados Unidos (Diario As, 2015)

**Tabla 7. Audiencias de las últimas seis finales de la Copa de SM el Rey de Fútbol**

Año	Final	TV	Espectadores	Cuota pantalla
2010	Atlético Madrid- Sevilla FC	La 1	8.307.000	42,4%
2011	FC Barcelona- Real Madrid	La 1	11.463.000	60,4%
2012	Athletic Club- FC Barcelona	La 1	7.726.000	41,9%
2013	Real Madrid- Atlético Madrid	La 1	10.062.000	51,1%
2014	Real Madrid- FC Barcelona	La 1	11.013.000	60,8%
2015	FC Barcelona- Athletic Club	Telecinco	6.322.000	41,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos consultados en la página web FormulaTV el 28 de junio de 2015.

El éxito de audiencia como argumento para programar en televisión contenidos deportivos es asunto que ha sido analizado por distintos autores y nos lleva a detenernos en algunas variables que dan forma al ejercicio del periodismo deportivo en la actualidad. Hablamos aquí de las transmisiones, algo distinto a la información diaria sobre el deporte, aunque las primeras conllevan por lo general una carga noticiable, y tanto una como otras forman parte de la comunicación en torno al fenómeno deportivo.

Paniagua Santamaría (2006) entiende que esa rentabilidad del producto deportivo en televisión ha sido la que ha llevado a lo que llama el “pseudoperiodismo como espectáculo”. En su análisis de las audiencias presenta distintos productos deportivos como los más vistos en sus respectivas cadenas de televisión: “Los grandes eventos deportivos cuando se transmiten en directo son [...] las estrellas de la programación” (p. 190).

Más allá de las transmisiones televisivas, y respecto a la forma en la que los medios de comunicación informan en relación con el mundo del deporte, nos detenemos en las parrillas de programación diaria de las principales cadenas de radio generalistas de España.

**Tabla 8. Programaciones deportivas de las cadenas nacionales de radio españolas, temporada 2014/2015**

EMISORA	15:00- 16:00	20:30-22:00	00:00-01:30	FIN SEMANA
ONDA CERO	Onda Deportiva		Al primer toque	Radio Estadio
RNE		Radio Gaceta de los Deportes		Tablero Deportivo
SER	Ser Deportivos		El Larguero	Carrusel Deportivo
COPE	Deportes Cope	Deportes Cope	El partido de las 12	Tiempo de Juego

Fuente: Elaboración propia a partir de las programaciones publicadas por las páginas web oficiales de las cadenas de radio el día 28 de abril de 2015.

La planificación en las parrillas de programas cuyo argumento es el deporte y las noticias que genera es prácticamente idéntica en las cuatro cadenas de emisoras de España. La actualidad del día se reparte en espacios de carácter informativo insertos en la franja horaria que arrancan en los horarios tradicionalmente “valle” de la parrilla de programación, entre los bloques con los programas franquicia de cada una de las cadenas. Por la noche, a partir de la medianoche, tres de las cuatro cadenas programaron espacios de información deportiva con una estructura más personalista, de autor. Y el fin de semana, los espacios con la estructura básica del programa carrusel, con la información de los eventos deportivos sigue la misma estructura en las cuatro cadenas. La excepción a estructuras casi idénticas en las emisoras apenas se encuentran en la parrilla semanal ordinaria de las cadenas de emisoras, con programas semanales especializados en deportes como el baloncesto o los relacionados con el motor. Todas las cadenas interrumpen su programación habitual entre semana cuando hay transmisiones deportivas de fútbol como la UEFA Champions League.

Las diferencias entre unas y otras se encuentra, como explica Pacheco Barrio (2009), en el tratamiento o estilo con el que cada director de programa o cada equipo de periodistas enfoca la información deportiva (en la forma en la

que presentan los contenidos). Gutiérrez y Bailén (2003) concluyen en su estudio de la programación de las cadenas nacionales que “no se han hallado diferencias sustanciales entre las cadenas analizadas, ni siquiera entre la pública y las privadas. Abundan las coincidencias y escasean los contrastes. Por tanto, es fácil deducir que dominan las políticas de programación de competencia directa” (p. 10). O como expresan Martínez Costa y Herrera (2007), hablando de los espacios de información general de las radios españolas en horarios de máxima audiencia, la fuerte competencia entre las emisoras “se salda con un notable mimetismo entre las programaciones” (p. 413).

En su estudio sobre el deporte en televisión, Paniagua (2006) distingue tres tipos de contenidos: las transmisiones en directo, la información deportiva dentro de los espacios de noticias y los programas resumen, tipo magazine (p. 190). Si nos detuviésemos durante un minuto a analizar las programaciones de las cadenas de televisión nacionales en España, comprobaríamos que prácticamente todas desarrollan un bloque informativo que puede estar inserto o no en los noticiarios, pero que se programa en franjas horarias similares, entre las 15:00 y las 16:00 horas, y entre las 21:00 y las 22:00 horas, de lunes a domingo.

En todo caso, la diferenciación de contenidos se manifiesta en la forma de presentar la información, y la temática de las noticias, más que por los formatos elegidos por las cadenas, aunque destaca la diferencia de enfoque, con matices, entre las cadenas públicas y las privadas. Esa clasificación es muy parecida a la que establecen García, De Moragas y Gómez (1994), aunque estos diferencian entre “programas deportivos que no son de estricta actualidad” y “programas deportivos vanos” (p. 110).

Respecto a la temática del contenido deportivo en televisión, que ha sido el más estudiado por la doctrina, no hay coincidencias a la hora de determinar qué deporte es el más expuesto. Es lugar común que el fútbol monopoliza la información (en el caso de la prensa veremos que ocurre de igual manera a

través de nuestro análisis de contenido). Sin embargo, cuando se trata de retransmisiones deportivas, los estudios numéricos dicen lo contrario. Según un análisis publicado por la empresa Barómetro TV KantarSport, el 25% del contenido deportivo en televisión fue de la modalidad fútbol en el año 2013: baloncesto, tenis, ciclismo, automovilismo, balonmano y motociclismo le siguieron por número de horas de programación en las cadenas. Eso sí, cuando el estudio se refiere solo a las cadenas de televisión de ámbito nacional y en abierto fue el tenis el deporte que más horas de programación ocupó, superando al fútbol y al baloncesto (Europa Press, 2014).

En televisión también se reproduce la pauta detectada de la poca variación en los contenidos deportivos. González Ramallal (2004) afirma en su tesis doctoral que “las diferencias entre las cadenas de televisión analizadas no son muy significativas ni en la presentación, ni en los contenidos de las unidades de información deportiva” (p. 336).

Y todo ello, en una actualidad en la que, según el estudio de 2011 del Instituto Nacional de Estadística sobre los Medios de Comunicación en España y los hábitos de la población española en relación con la información especializada en deportes, el 64,2% de la población no lee nunca o casi nunca diarios de información deportiva. Ese porcentaje se reduce al 25% cuando se trata de diarios de información general. Los datos dicen que el 16,6% lee a diario o casi a diario la prensa deportiva, frente al 39,5% de las personas que reconocen leer a diario la prensa generalista.

Hablando del consumo de productos televisivos, según la encuesta del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, los contenidos deportivos son los terceros más vistos por la población (37,1%), por detrás de las Series, Películas y Largometrajes (84,1%) y Noticias e Información (81,9%). En el caso del consumo de contenidos radiofónicos, los deportes (18,9%) quedan como los cuartos más oídos por detrás de los Programas Musicales (70,3%), Noticias e Información (58,5%) y Tertulias (20,5%).

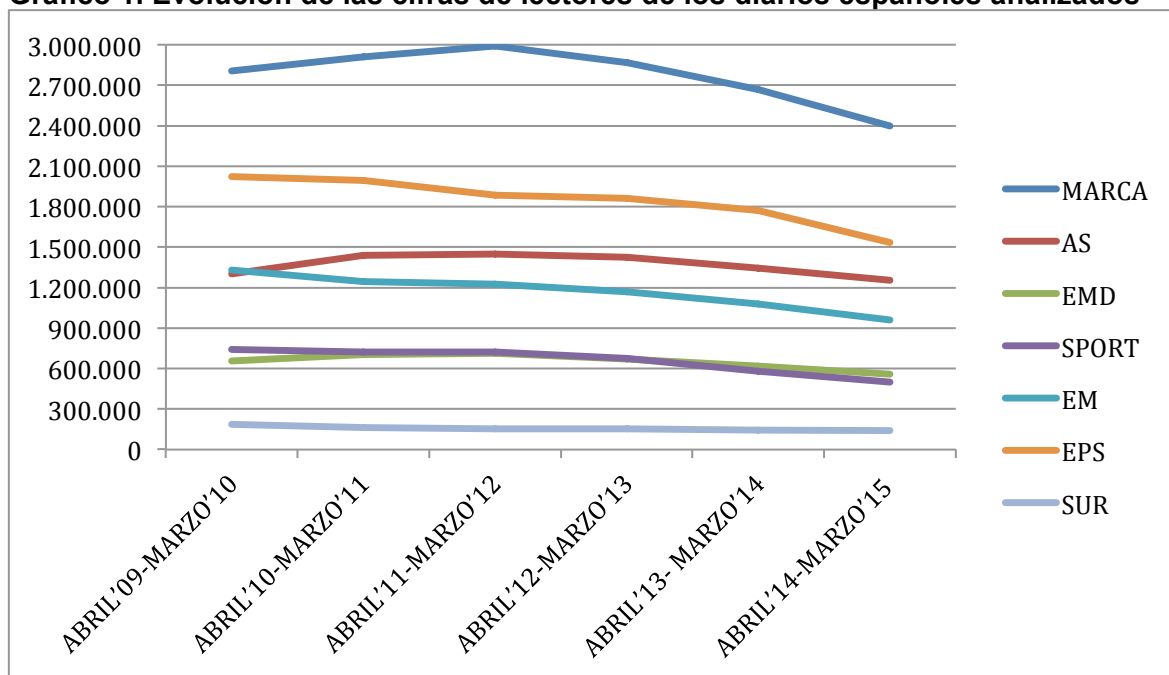
Conociendo los hábitos de la población en España, y tras apuntar como una de las realidades del mundo de la comunicación la diversificación de la oferta de acceso a la información para los potenciales lectores, televidentes y oyentes, repasamos la tendencia en las cifras de lectores de los periódicos que compondrán el universo de nuestro próximo análisis de contenido.

**Tabla 9. Evolución de cifras de lectores de los periódicos nacionales y deportivos analizados en los últimos cinco años**

PERIODICO	ABRIL'09-MARZO'10	ABRIL'10-MARZO'11	ABRIL'11-MARZO'12	ABRIL'12-MARZO'13	ABRIL'13-MARZO'14	ABRIL'14-MARZO'15
MARCA	2.805.000	2.911.000	2.993.000	2.870.000	2.669.000	2.398.000
As	1.304.000	1.440.000	1.449.000	1.426.000	1.344.000	1.255.000
El Mundo Deportivo	659.000	706.000	714.000	672.000	617.000	559.000
SPORT	743.000	725.000	723.000	678.000	583.000	498.000
El Mundo	1.330.000	1.245.000	1.226.000	1.170.000	1.077.000	960.000
El País	2.022.000	1.997.000	1.888.000	1.862.000	1.770.000	1.533.000
SUR	188.000	161.000	156.000	152.000	145.000	141.000

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos que ofrece el Estudio General de Medios

**Gráfico 1. Evolución de las cifras de lectores de los diarios españoles analizados**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AIMC-Estudio General de Medios

Si todos los factores apuntados en este apartado descriptivo condicionan de una manera u otra la realidad de los medios de comunicación, a continuación es momento de detenerse en las variables que ha introducido la fuerte irrupción de la tecnología digital en la sociedad del siglo XXI, la llamada sociedad de la información.

### 3. ALGUNOS RIVALES DE LOS MEDIOS TRADICIONALES EN LA CARRERA POR LA NOTICIA

Antes de acometer el análisis de contenido de la prensa española respecto del deporte y el capítulo de conclusiones finales, apuntaremos otros rasgos distintivos que completan el panorama de relaciones entre los medios de comunicación en España y el mundo del deporte. Y es que está más que analizado por distintos autores algo que apuntan Gil y Romero hablando de la radio deportiva actual (Marín, 2012): “Los tradicionales hábitos de consumo mediático están siendo modificados en la actualidad como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y especialmente, de Internet” (p. 59).

Internet y las nuevas tecnologías han irrumpido en nuestra vida cotidiana hasta los ámbitos más recónditos. Hoy en día, están más que asimilados conceptos como el de Sociedad de la Información (Crovi Duetta, 2002; Mattelart<sup>40</sup>, 2002), la era de la información o la sociedad red (Castells, 2009), o el de Tecnologías de la Información y la Comunicación (Cobo Romaní, 2009), entre otros. La UNESCO (2013) habla del poder de la tecnología:

“Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) han tenido un desarrollo explosivo en la última parte del siglo XX y el comienzo del siglo XXI, al punto de que han dado forma a lo que se denomina ‘Sociedad del Conocimiento’ o ‘de la Información’. Prácticamente no hay un solo ámbito de la vida humana que no se haya visto impactada por este desarrollo: la salud, las finanzas, los mercados laborales, las comunicaciones, el gobierno, la productividad industrial, etc. El conocimiento se multiplica más rápido que nunca antes y se distribuye de manera prácticamente instantánea. El mundo se ha vuelto un lugar más pequeño e interconectado. Para bien y para mal, las buenas y las malas noticias llegan antes: los hallazgos de la ciencia, nuevos remedios y soluciones, descubrimientos e

---

<sup>40</sup> Mattelart (2002) sitúa el nacimiento del concepto “en la posguerra como alternativa a las naciones no libres, es decir, totalitarias. Está íntimamente ligada con la tesis del fin de las ideologías, pero también con la de lo político, de los enfrentamientos de clase, del compromiso, del intelectual protestatario” (p. 168).

innovaciones, pero también las crisis económicas, las infecciones, nuevas armas y formas de control” (p.10).

La comunicación forma parte central del día a día de los ciudadanos, ya no solo de los profesionales o de los espectadores. La población se ha convertido en fuente constante de comunicación. Todo se difunde. Todo el mundo comunica. Es cierto, como afirma Castells (2009) que “la tecnología no determina la sociedad: la plasma. Pero tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica: la utiliza” (p. 35). Por eso, el debate, a nuestros efectos, es hacia dónde puede llevar esa influencia de la tecnología en la comunicación y, específicamente, en un mundo tan particular como es el del deporte, sabiendo, por otro lado, que las TICs no se quedan en el universo de la comunicación o la información periodística, sino que invaden y se instauran como vías de mejora en procesos educativos, pedagógicos, sanitarios, económicos, etc.

En esa línea, se ha de aceptar que las nuevas tecnologías han expandido el acceso al derecho a la información. Ya no se trata de que los seres humanos gocemos de la posibilidad de saber y de estar informados. Con las facilidades de acceso a la difusión de información, ahora los seres humanos tenemos herramientas digitales más que sencillas para ejercer nuestro derecho a informar, para ejercerlo de manera activa, para ser informadores en el entorno y respecto a las personas e intereses que nos rodean. Ya no es que el medio no sea el mensaje, superando el planteamiento de McLuhan. En el escenario actual, el emisor no encuentra un problema en el medio para hacer llegar el mensaje a sus receptores. Las TICs han eliminado muchas de las barreras que el medio planteaba a quienes querían comunicar y no podían. En las condiciones actuales el mensaje toma el protagonismo como centro y objetivo final del proceso comunicativo cuando no lo hacen el emisor o el receptor. La universalización de esta realidad dista mucho de ser total, pero los avances en los últimos años en este sentido son más que notables, hasta una realidad en la que el problema pueda ser por exceso, cuando se llega a un

punto de “infoxicación”, de intoxicación de información por sobredosis, usando un concepto que popularizó Cornella (2003).

En el mundo del deporte, donde cabría pensar que la especialización es tan necesaria como en otros ámbitos de la comunicación, podemos sin embargo afirmar que hay tantos puntos de vista como aficionados. Y esto es así porque, como veíamos en la primera parte de nuestra tesis, el deporte implica en muchas situaciones una adhesión emocional en el que la razón ocupa un papel secundario, más allá de los aspectos técnicos o reglamentarios consustanciales a cada una de las disciplinas deportivas. En la esfera de las emociones ligadas al deporte, la especialización del profesional encuentra competencia en las pasiones del resto de actores que forman parte del elenco de la comunicación deportiva. Todos, ahora más que nunca, tienen un espacio y unos modos sencillos para exponer sus opiniones, sus realidades, en la arena de la actualidad informativo-deportiva.

Esta realidad ha transformado el escenario de los medios. Los profesionales de la información, tradicionalmente solos en la búsqueda de la información, encuentran en el foro de debate, opinión e información a distintos rivales en la carrera por la noticia. Se da validez al enunciado jurídico apuntado en el capítulo anterior cuando hablábamos de que “la máxima protección constitucional a las personas que hacen de su profesión la transmisión de información” no supone que sean los únicos protegidos: ahora cualquiera puede reclamar una protección, aunque no sea “máxima”, cuando ejerce su derecho a informar de manera activa.

Imagen 1. Portada de la edición digital del diario AS, día 21 abril 2014



Imagen 2. Fernando Alonso publica imágenes desde el pódium de Monza a través de su cuenta personal en Twitter



Cuando se universaliza el acceso a la emisión de información no solo los receptores tradicionales se benefician. Más aún, los dos ejemplos expuestos reflejan cómo quienes hasta hace unos años eran los protagonistas de la información, ahora se convierten en los emisores que ofrecen el contenido informativo, de forma directa, a su público objetivo. En este proceso, los medios de comunicación, los informadores, no son más que meros altavoces (“inter-mediarios”) de noticias e imágenes que proceden del emisor-protagonista del mensaje. Por reiterar el caso, el mensaje de Cristiano Ronaldo a través de Twitter ocupó la portada de la edición electrónica diario deportivo As el día 21 de abril de 2014. En este punto, cabe cuestionarse dónde queda el papel tradicional del profesional de la información, e incluso del medio de comunicación.

Fernando Alonso ejerciendo de fotógrafo en la noticia que él mismo protagoniza, o Cristiano Ronaldo informando de su estado médico y dándose por recuperado para el siguiente partido, no son más que dos ejemplos de una tendencia más que instaurada en el universo del deporte. Con diferentes intereses y finalidades, todos sus actores quieren llevar la iniciativa en el proceso informativo: esa realidad se refleja de manera inequívoca en las estructuras de comunicación que han desarrollado deportistas, clubes deportivos e instituciones del mundo del deporte, y que evolucionan y crecen a diario en una espiral que no enseña su final por el momento.

Las tradicionales jefaturas de prensa han ampliado sus funciones hasta convertirse en departamentos de comunicación y productores de contenido: páginas web, canales de televisión, emisoras de radio, revistas y canales sociales de información e interacción con su público potencial son parte del día a día en las estructuras de los distintos actores del mundo del deporte. Martín García (2011) analiza en su tesis doctoral las áreas o departamentos de comunicación de todas las federaciones deportivas españolas, completando así un mapa de iniciativas de estos en relación con la información deportiva que manejan, y de la que son protagonistas principales las mismas entidades o los deportistas que las integran. Por su parte, Lobillo Mora (2013) estudia la

comunicación en los clubes de fútbol profesionales de España y, centrando el caso de estudio en el Málaga Club de Fútbol, expone un ejemplo significativo de cómo trabajan los clubes deportivos profesionales en su nuevo papel de generador de contenidos informativos.

Esta es la realidad de informaciones cruzadas a la que deben acostumbrarse los profesionales de la comunicación, que han reaccionado, como vimos anteriormente, tomando su propia iniciativa en la creación de multimedios de información, especialmente en torno al fenómeno deportivo. Así lo recogen Manfredi Sánchez, Rojas Torrijos y Herranz de la Casa (2015), citando datos de la Asociación de la Prensa de Madrid en el informe mencionado páginas atrás. Estos autores describen algunos de los caracteres del emprendimiento periodístico, extractando conclusiones positivas. Entre ellas, el hecho de que los nuevos medios sean propiedad de los periodistas que los lanzan, o su apuesta por el formato digital, huyendo de los modos tradicionales. Son proyectos, además, que nacen con el respaldo de la marca personal del periodista o periodistas que están detrás de ellos y que tratan de asentarse sobre la base de nuevos modelos de negocio, intentando encontrar nichos de valor más allá de las habituales fuentes de ingreso de los medios. Y por último, es carácter de estos proyectos la apuesta por la innovación periodística, que lleva a la búsqueda de nuevas formas narrativas usando las herramientas que ofrece la tecnología para explotar el periodismo de datos, el periodismo móvil audiovisual, el uso de las redes sociales y las infografías. La especialización de estos proyectos es también característica común, y en ese sentido, apuntan los autores siguiendo los datos que ofrece la APM al mundo del deporte como sector que acapara una parte importante del periodismo emprendedor en los últimos años. Y dentro del deporte, la búsqueda de nichos a los que no llegan los medios de comunicación tradicionales ha llevado a lanzar proyectos que basan su estrategia sobre la información especializada en determinado tipo de disciplinas deportivas con menos presencia en los medios masivos. El reto, una vez puestos en el mercado este tipo de proyectos, es darle continuidad y solvencia en el tiempo. La inversión personal que afrontan los periodistas en el lanzamiento debe mantenerse para hacer viable el nuevo

medio, y en ese sentido, los datos que arrojan los informes de la Asociación no son esperanzadores, ya que tal y como apuntan los autores:

“La mayor parte de los nuevos medios lanzados en España desde 2008 apenas han llegado a los tres años de existencia y que los responsables de muchos de estas iniciativas aseguran que su prioridad en primer término es hacerse con un sitio en el mercado, proyectando su marca periodística” (pp. 69-70).

También se han sumado a la producción informativa deportiva los aficionados. Las posibilidades que ofrecen las herramientas de las nuevas tecnologías han convertido a los ochenta mil espectadores de un partido de fútbol en ochenta mil emisores de información. Esta realidad no está exenta de problemas, en algunos casos ya fuente de conflicto entre los usuarios y quienes poseían determinados derechos. En 2014, la Premier League, la liga profesional de fútbol de Inglaterra, inició los trabajos oportunos desde el punto de vista técnico y legal para impedir que los aficionados pudieran publicar en plataformas sociales como Vine<sup>41</sup> sus propias grabaciones en video de goles y acciones de juego captadas con sus dispositivos móviles desde las gradas. El ánimo era intentar proteger los derechos de retransmisión que vendía a distintos operadores.

Lo que es choque de intereses en ese caso se traduce en complicidad en otros. Durante la transmisión a través del canal de televisión Teledporte de RTVE del Tour de Francia de 2015, las imágenes que enviaban los telespectadores formaban parte de la narración televisiva. En octubre de 2015, la plataforma de alojamiento de videos Youtube, perteneciente a Google, ha sido elegida como la vía de transmisión de los partidos de la Copa de SM el Rey de fútbol española para todo el mundo.

---

<sup>41</sup> Vine es una aplicación online que permite grabar, publicar y/o compartir videos de hasta seis segundos en redes sociales. Tras ser creada en 2012, fue adquirida por la plataforma de microblogging Twitter.

Lejos del deporte, el uso de las herramientas que ofrece la tecnología para transmitir desde el mismo foco de la noticia lo que está sucediendo se ha demostrado como una realidad con múltiples ejemplos en todos los rincones del planeta, con más intensidad aún donde el acceso de los medios de comunicación o los profesionales de la información ha resultado casi imposible. Han sido especialmente destacados los casos en los que revueltas populares o catástrofes naturales han sembrado el caos general en determinados territorios del planeta. Por citar alguno de los ejemplos más recientes en el tiempo, con ocasión de un terremoto en Chile, o de los atentados en París, las autoridades y los afectados hicieron uso de los instrumentos sociales para informarse del estado de sus conocidos, con la colaboración y las aplicaciones que pusieron a disposición de los usuarios la empresas Facebook, Google o Twitter<sup>42</sup>.

Aún así, parte de la doctrina y los estudios que proceden desde el ámbito de la comunicación se muestran reacios a conceptos como el de “periodismo ciudadano”. Han sido prolíficos los análisis del fenómeno (Gillmor, 2006; Macià Barber, 2007; Pellegrini-Ripomanti, 2010; García de Torres, 2010) y múltiples las conclusiones que separan el ejercicio del periodismo del común de la ciudadanía con argumentos como la falta de una titulación académica que acredite al informador y que le dote de la formación adecuada, el desconocimiento de las técnicas de producción periodística, la ausencia de la responsabilidad inherente al ejercicio de la profesión periodística o la baja calidad de los contenidos producidos por los periodistas ciudadanos. Grassau, Puente y Saavedra (2011), afirman en su análisis del contenido de distintos medios que se nutren del llamado periodismo ciudadano que “ese valioso diálogo ciudadano, por sí mismo, no produce informaciones socialmente relevantes, profesionalmente conseguidas, elaboradas y difundidas” (p. 29). Otro autores hablan de realidades análogas como “contenido generado por el usuario”, en palabras de García de Torres (2010). Real, Agudiez y Príncipe (2007) afirman, hablando del tradicional proceso comunicativo y sus actores,

---

<sup>42</sup> El diario El Mundo se preguntaba el 18 de septiembre de 2015 “¿Por qué las redes sociales fueron claves en el terremoto de Chile” y explicaba cómo las distintas plataformas habían dotado a los afectados y a las autoridades públicas de recursos para comunicarse y hacer más eficaces las tareas de rescate.

que:

“El profesional ya no parece necesario y la empresa queda relegada igualmente a un segundo plano. Sus quehaceres se han visto alterados y han dejado de ser indispensables en el nuevo escenario comunicativo [...]. Todos son iguales, disponen de las mismas herramientas y hacen idénticas tareas. El hasta ahora profesional de la información se convierte en un ciudadano (público-usuario) más en busca de datos y noticias. Y el ciudadano adquiere la condición de informador que puede ‘colgar’ sus mensajes para todo aquel que, con conexión a internet, quiera leerlos, verlos o escucharlos” (p. 191).

Pellegrini-Ripamonti (2005) recupera otros adjetivos que tratan de definir esta realidad: participativo, interactivo, público, etc. Y cita a Bowman y Willis (2003), para definirla como:

“El acto en el que uno o un grupo de ciudadanos tienen un papel activo en el proceso de recolectar, analizar y diseminar noticias e información con el objetivo de entregar, con una mirada independiente, confiable, precisa, amplia e importante, la información que una democracia necesita” (p. 272).

En la actualidad todos somos informadores, pero el mundo de la comunicación sufre el achaque de la baja producción de noticias o la falta de contraste de las mismas, fenómeno que Bowman y Willis, citados por Pellegrini (2005), entienden como contagiado del periodismo ciudadano, en el que “primero difundo y luego filtro”. Asistimos, además, a una tendencia hacia la poca originalidad en las informaciones. Lo apunta en su análisis de los medios de comunicación en el deporte González Ramallal (2004):

“Esta realidad, refleja la baja calidad de la información deportiva de los medios de comunicación españoles, afirmación que se apoya también en el hecho de que en la prensa deportiva hasta en un 45% de

las unidades registradas no se especifica la fuente de información” (pp. 274-275).

Por otro lado, las nuevas tecnologías han propiciado la integración de los medios tradicionales en una dinámica que no es novedosa. Es lo que Segovia Alonso (2001) llama concentración horizontal y vertical hablando de los procesos empresariales y económicos en los que la industria de los medios de comunicación se integra como una parte más dentro de las sociedades (p. 38). En la actualidad, no sería descabellado afirmar que la radiodifusión cada vez es menos radiodifusión, en el sentido de que las vías de transmisión de las ondas han sido sustituidas, en una proporción creciente día a día, por el acceso a las emisiones de las cadenas a través del entorno digital, los datos, internet. Lo mismo sucede con el acceso a los contenidos televisivos: el cable o la televisión digital terrestre están cediendo terreno a las plataformas vía web o dispositivos móviles varios. Díez O’Dogherty (2015) cifró en un 60% el porcentaje de la población (entre 18 y 55 años) en España que accede a los contenidos televisivos a través de las distintas plataformas que ofrecen las nuevas tecnologías.

Con las posibilidades y herramientas que ofrecen las plataformas digitales, las emisoras de radio compiten con la palabra escrita a través de sus páginas web, pero las versiones digitales de los diarios de información deportiva publican entre sus secciones programas de descarga y audición a la carta para los oyentes (podcasts). Y todos incorporan entre sus contenidos el video, de una u otra forma.

**Imagen 3. La información del Valencia CF - Granada CF a través de la cuenta de Twitter del Valencia CF**



Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de la cuenta oficial en Twitter del Valencia CF (@valenciacf)

Como ejemplo de la integración de formatos periodísticos y comunicativos en un solo medio, recuperamos la información que ofreció el Valencia CF a través de su cuenta oficial de la red Twitter el día 25 de septiembre de 2015, con ocasión del encuentro del Campeonato Nacional de Liga en Primera División de fútbol en España ante el club Granada CF. Bajo el *hashtag*<sup>43</sup> #VCFgranada, el club valenciano reunió toda la noticias que su departamento de medios de comunicación producía durante el partido. Así, en los noventa minutos de encuentro, los usuarios y seguidores de la cuenta oficial del club en Twitter encontraron la información al segundo de todas las novedades en el partido de fútbol, datos estadísticos, infografías y galerías de imágenes, la narración en audio de los goles de su equipo a través de la emisora de radio oficial del club, la crónica del encuentro con fotografías, las

<sup>43</sup> El término “hashtag” se puede traducir al castellano como “etiqueta” y es uno de los vocablos habituales en el uso de la red social Twitter. Se trata de reunir bajo esa etiqueta todo los contenidos que tienen que ver con el mismo asunto. Los “hashtags” se han popularizado en los usos sociales y entre los medios de comunicación como “lemas” para potenciar distintos productos o eventos.

declaraciones de los protagonistas del equipo e información social, institucional y publicitaria. Todo, reunido en un mismo espacio propio y gestionado por el club, emisor y protagonista en el proceso comunicativo.

De este modo, los medios, los clubes, los deportistas, los aficionados se convierten en “multimedios”: la palabra escrita, el audio y la imagen se integran para ofrecer a los usuarios todo lo que este reclama cuando busca información. Es, en el fondo, una evolución de los grupos de medios de comunicación en torno a un mismo propietario, fenómeno propio de hace unos años, pero que lleva a una realidad: el profesional de la información cada vez es más multifuncional. Los periodistas informan con la voz, la palabra escrita o la imagen, pero hacen de operadores de cámara, así como de fotógrafos, montadores de video y gestores de redes sociales. Los beneficios o daños para el ejercicio del periodismo que esta realidad puedan traer están por ver hoy en día.

Son las anteriores algunas de las pautas que pueden marcar el futuro más inmediato de los medios de comunicación. Sería deseable trascender, no obstante, el papel que pueden tener las nuevas tecnologías en los cambios del proceso comunicativo global. Siendo importantes sus aportaciones, las tecnologías de la información no son la información. Díaz Nosty (2011) apunta como otras variables la posibilidad del pago por la información en los nuevos medios digitales, o la necesidad de superar y suavizar las barreras lingüísticas para mundializar los contenidos informativos. Pero, más allá de esas tendencias, apunta a los medios que están abocados a la desaparición: “Esto es, la de todos aquellos que se alejen de las claves que argumentan la construcción simbólica de la realidad” (p. 11).

#### **4. ¿DE QUÉ INFORMAN LOS DIARIOS DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN CON EL DEPORTE?**

Es momento de abordar una de las cuestiones centrales de nuestra tesis: ¿Cumplen los medios de comunicación en España con su papel e informan sobre el hecho deportivo? ¿De qué manera lo hacen? ¿En qué proporción informan sobre los que los jueces llamaron “contenido mínimo” e “información de calidad”? Para buscar las respuestas a estas y otras cuestiones, echamos mano de una herramienta de uso más que aceptado en las ciencias sociales: el análisis de contenido. Nos centraremos en la realidad de los diarios de información deportiva y una representación de diarios de información general de nuestro país.

##### **Metodología y aspectos técnicos del análisis de contenido**

El análisis de contenido utilizado como medio de investigación es una herramienta de máxima utilidad en las ciencias sociales, ya que como explica Fernández (2002):

“No todos los fenómenos sociales son susceptibles de ser observados en el tiempo de su ocurrencia y, dadas las dificultades actuales para su completa y correcta transmisión por la vía oral, cobran importancia los documentos escritos por su capacidad de convertirse en registros históricos a los que se puede acudir con relativa facilidad para la investigación de determinados aspectos de la sociedad” (p. 35-36).

En el caso especial que nos ocupa es especialmente útil para describir tendencias en los medios informativos analizados, con el fin de objetivar una respuesta a la pregunta que encabeza este apartado: ¿De qué informan los medios? Esta cuestión, trasladada al campo práctico nos ayudará a definir cuales son los deportes de los que se ocupan los diarios analizados, así como cuáles son los protagonistas de sus informaciones, y si informan sobre lo que anteriormente se ha definido como “contenido mínimo informativo” (noticias sobre la estricta práctica deportiva) en contraposición con la “información de

calidad” (noticias sobre lo que rodea la práctica deportiva pero no es práctica deportiva). Se trata, en el fondo, de conseguir lo que explica Bardin (1986) cuando habla de la técnica del análisis de contenido: “des-ocultar lo latente, lo no aparente” en el proceder diario de los medios de comunicación. O, en palabras de Igartúa y Humanes (2004), de romper el juguete para saber cómo funciona: “el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación de masas, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir su funcionamiento y predecir su mecanismo de influencia” (p. 8).

Dada la imposibilidad de analizar toda la información deportiva de una temporada en todos los medios de España, en los pasos iniciales del análisis se ha realizado la selección de la muestra, extraída de un universo de siete diarios de información españoles de diferentes ámbitos geográficos y distinta especialización.

El diario Marca nació como semanario en 1938, y pertenece al grupo de comunicación Unidad Editorial. A este grupo pertenece otro de los medios analizados, el diario El Mundo, fundado en 1989 y que se presenta como el segundo periódico español por difusión y lectores. El diario deportivo As lanzó a los quioscos su primer número en diciembre de 1967 y pertenece al Grupo Prisa. Este es también propietario del diario El País, nacido en mayo de 1976, y que tiene entre sus pilares fundacionales la independencia y la calidad, la vocación europea y la defensa de la democracia pluralista. Mundo Deportivo es pionero en la información deportiva de nuestro país. Fundado en 1906, en la actualidad pertenece al Grupo Godó. Y el diario Sport se fundó en 1979 y es propiedad del Grupo Zeta de comunicación. Los seis diarios reparten su edición entre Madrid y Barcelona y su difusión es nacional.

Completamos el análisis con el diario Sur de Málaga, con el que tomamos ejemplos de las prácticas de periódico local, y uno de los medios de comunicación con más tradición en el periodismo español. No obstante, el diario nació en marzo de 1937, y tras haber pasado su propiedad por varias

manos, en la actualidad es una de las cabeceras más representativas del Grupo Vocento.

Con los siete diarios, damos representación a los distintos estilos de información deportiva en medios impresos, desde lo nacional y lo especializado hasta la información deportiva incluida en medios generalistas, para llegar a los medios de información más cercanos al lector con la información local.

Nos encontramos ante un análisis de contenido descriptivo, que como afirma Piñuel Raigada (2002), “tiene por objeto, en un marco de estudio dado, la simple identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos” (p. 9). Por otro lado, el análisis de contenido se configura como una técnica de carácter cuantitativo que busca la medición objetiva de la realidad y que por tanto se ha desarrollado con una recogida de información ordenada y sistemática, y que dará lugar a unos resultados estadísticos. Y todo, con el fin último de confirmar o desechar alguna de las hipótesis planteadas durante este trabajo doctoral.

La muestra, por tanto, la componen las ediciones de los diarios referidos entre los días 20 y 26 de abril de 2015. Se eligió una semana estándar en la temporada deportiva, sin eventos puntuales que distorsionaran o amplificaran el tratamiento habitual que le dan los medios a los eventos deportivos del día a día. Siete días representan el ciclo habitual de competición marcado por los encuentros deportivos del fin de semana, aunque por lo general también entre semana se dan diferentes eventos deportivos.

Son un total de 49 ediciones en total, consultados o recopilados a través de distintas plataformas digitales de compra como son Kiosko+ u Orbyt, así como en sus versiones en papel en los archivos de la Biblioteca Nacional de España.

Las unidades de análisis son un total de 1.334 piezas informativas de los diarios. En función de la finalidad del estudio se han seleccionado las noticias principales de cada página de información deportiva, siempre con un criterio objetivo de elección como es el espacio, en este caso número de columnas de cada una de las piezas en cada página de los ejemplares: Marca (398), El Mundo Deportivo (264), As (255), Sport (241), Sur (72), El País (52) y El Mundo (52). Al analizar solamente la noticia principal de en cada página se pretendía determinar las prioridades informativas de los diarios, su interés principal a la hora de informar.

**Tabla 10. Unidades informativas totales analizadas por día y diario**

	Lunes 20 abril	Martes 21 abril	Miércoles 22 abril	Jueves 23 abril	Viernes 24 abril	Sábado 25 abril	Domingo 26 abril
Marca	52	60	58	58	59	55	56
As	34	34	34	34	35	42	42
EMD	36	35	39	41	34	39	40
Sport	33	35	31	32	38	35	37
EM	12	6	8	7	6	6	7
El País	9	7	9	9	7	4	7
Sur	13	8	8	9	9	10	15

Fuente: Elaboración propia.

La propia dinámica del análisis nos llevó a cerrar un número objetivo de categorías que cumplen con las características de ser fiables, pertinentes y exhaustivas, adaptadas al final último del estudio y excluyentes.

La intención primera, que no principal, del análisis era constatar un hecho que se daba por aceptado en la opinión común, y es que el deporte “fútbol” acapara una parte importante de las informaciones de los medios de comunicación. Para ello se categorizaron las unidades de análisis en veintidós *modalidades deportivas* así como una categoría “polideportivo” para noticias que no trataban estrictamente de una, sino del deporte en general o de varias especialidades.

En otra de las variables se trataba de estudiar qué porcentaje de informaciones se ocupaban de la vertiente *profesional del deporte*, más centrada en el resultado, el espectáculo, el negocio y todas las áreas cercanas a la concepción “empresarial” del deporte, contra las informaciones que pudieran dar cuenta de la *práctica aficionada*, ocupada de la práctica en sí misma, sin muchos más fines que el deportista y su disfrute.

La siguiente variable de categorización trató de establecer quien es el *protagonista* de la información: el deportista, los clubes, entrenadores, directivos, aficionados, la propia competición o evento deportivo, los árbitros, las asociaciones o federaciones, otras instituciones deportivas, las selecciones u otros (para personajes que se acercan al deporte pero no pertenecen al ámbito del deporte estrictamente, como escritores o personajes famosos).

Con la variable o categoría *valor en la noticia* se trató de identificar cual era la cara del deporte a la que hacía referencia la unidad informativa. Se establecieron nueve posibilidades: práctica deportiva, economía, salud, social, legal, institucional, cultura, política o violencia.

Y por último, antes de empezar a analizar, cruzar los resultados y extraer conclusiones, se categorizaron las noticias para determinar uno de los objetivos principales del análisis: las unidades de información se dividieron en función si podrían ser catalogadas sobre la distinción jurídica de la que hablamos en el anterior capítulo y hacían referencia a lo que los jueces llamaron *contenido mínimo* (si hace referencia a la estricta práctica deportiva de actualidad, a lo que ha pasado dentro del terreno de juego inmediatamente antes, durante el ejercicio o la competición deportiva), o se enmarca dentro de lo que los magistrados llamaron *información de calidad* (si hace referencia a todo lo que se refiere al deporte pero no es estricta práctica deportiva actual).

### **Resultados del análisis de contenido**

En todo análisis de contenido hay un momento para presentar los resultados, y suele tenderse a la reiteración en las explicaciones de lo que las

tablas, cuadros y gráficos nos deben explicar con claridad suficiente para que no haya que detenerse en mayores desarrollos. Es por ello que, en este apartado, más que dar cuenta de los resultados del estudio, aportaremos a modo de complemento algunas aclaraciones y, sobre todo, casos concretos prácticos en los que las unidades de registro nos pueden dar pistas de lo que, a posteriori, serán la discusión de los resultados y las conclusiones del capítulo final de nuestra tesis.

El primer dato que nos deja el estudio es que se informa en los siete diarios analizados de veintidós modalidades o especialidades deportivas. El Consejo Superior de Deportes tiene contabilizadas 66 federaciones deportivas españolas y estas gestionan una o varias especialidades deportivas.

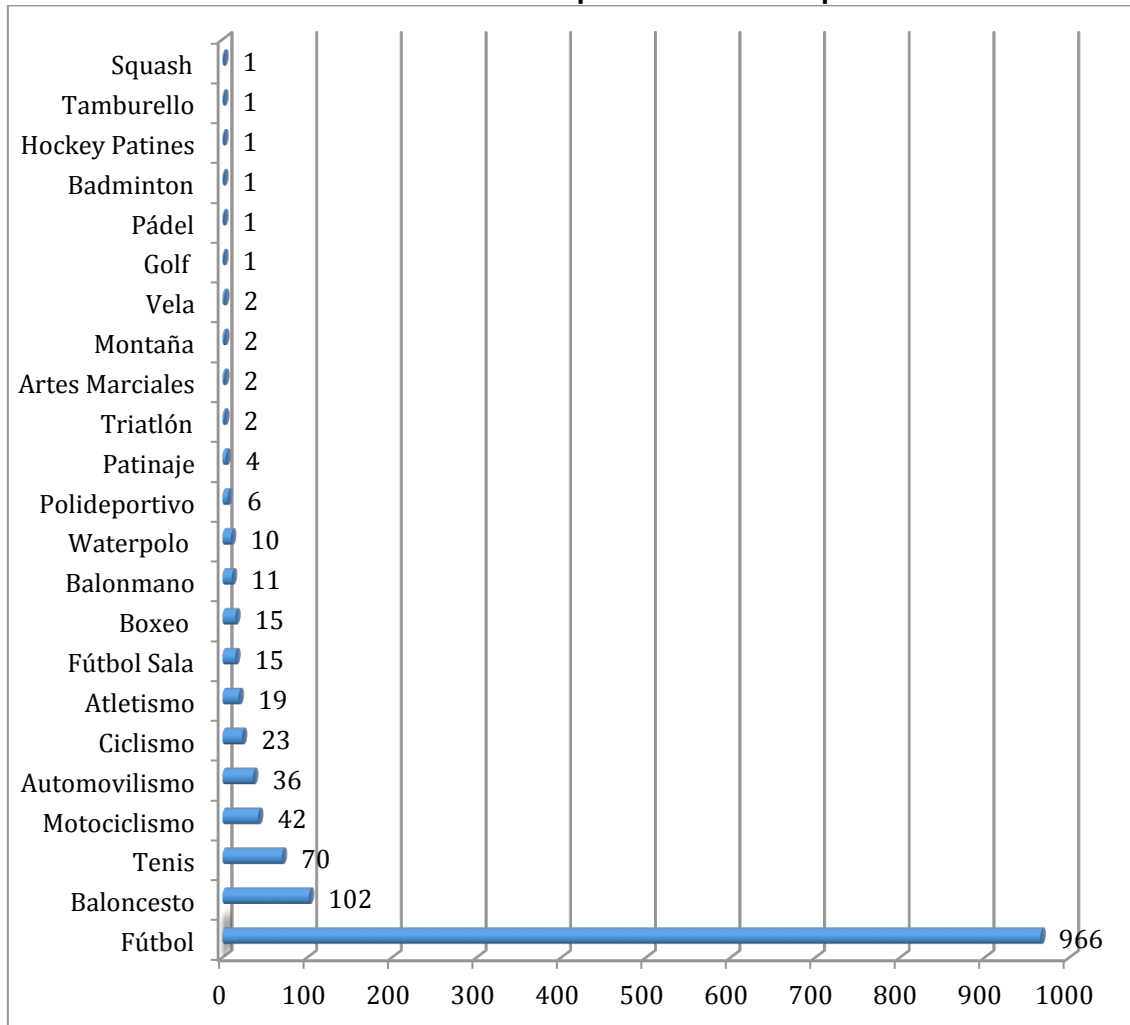
**Tabla 11. Unidades informativas por modalidad deportiva y diario**

	MARCA	EMD	AS	SPORT	SUR	EM	EP
Fútbol	319	170	192	172	41	35	37
Baloncesto	17	22	19	21	1	7	6
Tenis	8	33	9	13	2	3	2
Motociclismo	8	7	11	9	2	3	2
Automovilismo	11	4	11	6	2	1	1
Ciclismo	5	4	6	4		1	3
Atletismo	5	2	2	4	4	2	
Fútbol Sala	4	5		4	2		
Boxeo	7	3	2	2	1		
Balonmano	4	3		3	1		
Waterpolo	3	4	1	1	1		
Polideportivo	2	3	1				
Patinaje	1	1	1				1
Triatlón		1			1		
Artes Marciales					2		
Golf					1		
Pádel					1		
Montaña	1	1			1		
Vela	1	1					
Badminton				1			
Hockey Patines				1			
Tamburello	1						
Squash	1						

Fuente: Elaboración propia.

Y estas son las unidades informativas totales por cada una de las especialidades o modalidades deportivas que aparecen durante el estudio.

**Gráfico 2. Unidades informativas totales por modalidad deportiva**



Fuente: Elaboración propia.

En el apartado de unidades informativas que dan cuenta de práctica profesional contra las que informan sobre deporte aficionado los resultados son contundentes. Tan solo 20 de las noticias principales informan sobre pruebas deportivas o deportistas aficionados.

**Gráfico 3. Unidades con deporte profesional contra unidades con práctica deportiva**



Fuente: Elaboración propia.

Las que siguen son las veinte noticias sobre práctica aficionada, siendo el diario Sur el que más de ellas desarrolla y el diario El País el que menos, con ninguna noticia con protagonismo para el deporte aficionado entre sus temas principales de la sección de deportes. El Mundo, Sport y El Mundo Deportivo solo llevan una noticia entre sus principales informaciones.

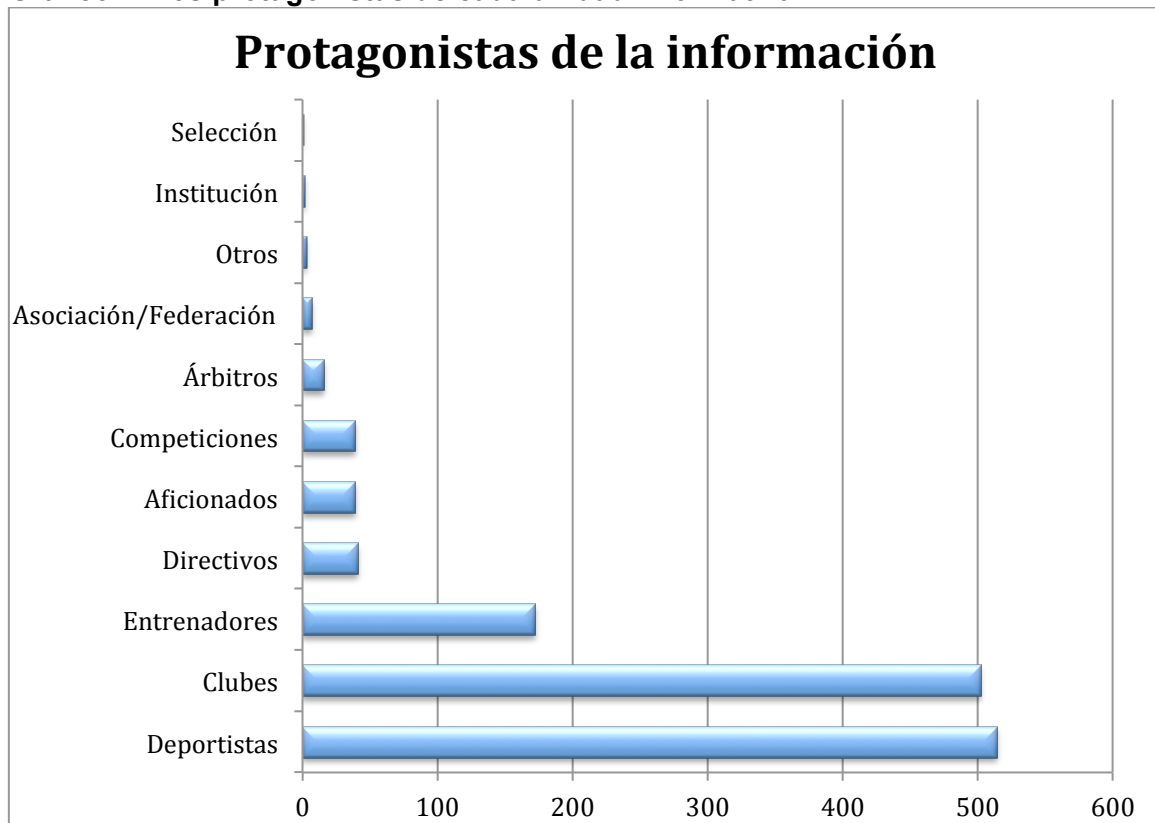
**Tabla 12. Las veinte noticias principales en las que el protagonismo lo tiene el deporte aficionado**

AS	21 abril	Se estima que los gastos de un club subirían un 20%
AS	22 abril	"Nadie se hizo cargo de mí al no estar dado de alta"
AS	24 abril	"Las dos finales de Davis marcaron el camino en España"
AS	24 abril	"La base merece medidas que le aporten seguridad"
EM	21 abril	Boston, maratón de emociones
EMD	26 abril	Un terremoto en Nepal se cobra 18 vidas en el Everest
SPR	20 abril	Boston se pone una coraza para la maratón de hoy
MAR	20 abril	Tenis con pandereta
MAR	21 abril	Maratón cinco estrellas
MAR	24 abril	Ellas también corren
MAR	26 abril	Madrid, contra el crono
MAR	26 abril	20 segundos angustiosos
SUR	20 abril	Benalmádena presencia otra remontada de Mario García
SUR	20 abril	Badurek y Jiménez conquistan la Media Maratón de Vélez-Málaga
SUR	22 abril	El Ayuntamiento le confía el Maratón a una empresa puntera para entrar en el Top 5 nacional
SUR	22 abril	Los aficionados de las artes marciales se citan en Carranque
SUR	24 abril	Gaucín acogió la cuarta jornada del Circuito Provincial de carreras populares
SUR	25 abril	Una pareja cumbre
SUR	26 abril	El espectáculo de las artes marciales
SUR	26 abril	Tercera edición de la Carrera Mujeres contra el cáncer

Fuente: Elaboración propia.

Respecto de los protagonistas de la noticia, los deportistas y los clubes deportivos acaparan la mayoría de las principales unidades informativas en todos los diarios, sin distinción por cada uno de ellos. El tercer grupo de protagonistas lo acaparan los entrenadores, y a partir de aquí, con menos presencia, hasta ocho distintos tipos de protagonistas, personales o institucionales.

**Gráfico 4. Los protagonistas de cada unidad informativa**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 5. Valor predominante en cada unidad informativa**



Fuente: Elaboración propia.

De entre las particularidades que nos ofrecen los resultados en este apartado, queremos destacar algunas, valor por valor. Por ejemplo, la unión entre el deporte y la *cultura* apenas presenta un par de casos en nuestras unidades de análisis. Están asociadas a la celebración del día del libro en Cataluña, principalmente, o a la aparición de actores secundarios en el mundo del deporte como autores de obras literarias con temática deportiva o cuyo protagonista principal es un deportista. Destacamos la interrelación de la cultura, la política y el deporte en la entrevista que realiza el diario El Mundo a Luis García Montero, poeta, reconocido aficionado de un club de fútbol, y candidato a la alcaldía de Madrid por Izquierda Unida en las elecciones municipales de mayo de 2015.

Las relaciones entre *política* y deporte apenas se abordan en casos concretos a lo largo de las 1.334 unidades registradas. En El País, el 26 de abril escribe el articulista John Carlin sobre la historia del FC Cobresal, un club de fútbol que fundó el dictador Pinochet en Chile para dar alegría a la población minera del país.

Las unidades de análisis cuya temática o valor primero es la *economía* se refieren, fundamentalmente, a noticias donde el deportista, su valor en el mercado, y las posibilidades respecto de su renovación, venta o adquisición, son el tema predominante.

Los casos en los que la *salud* es el valor o tema principal de la noticia se refieren, mayoritariamente, a lesiones de los deportistas profesionales, y en ellas no se profundiza en aspectos médicos más allá de la determinación de la lesión, los períodos de baja probables y la ausencia en las competiciones de referencia que eso implica. Entre las excepciones, el diario Sport, en su edición de 21 de abril, publica una noticia cuyo título es “Messi nació con una predisposición biológica muy fuerte” en la que el protagonista es un médico especialista, catedrático en psicobiología, y que con el gancho de las preguntas sobre el futbolista argentino habla sobre cuestiones médicas de interés en relación con la actividad deportiva. O un artículo en el diario Marca en el que

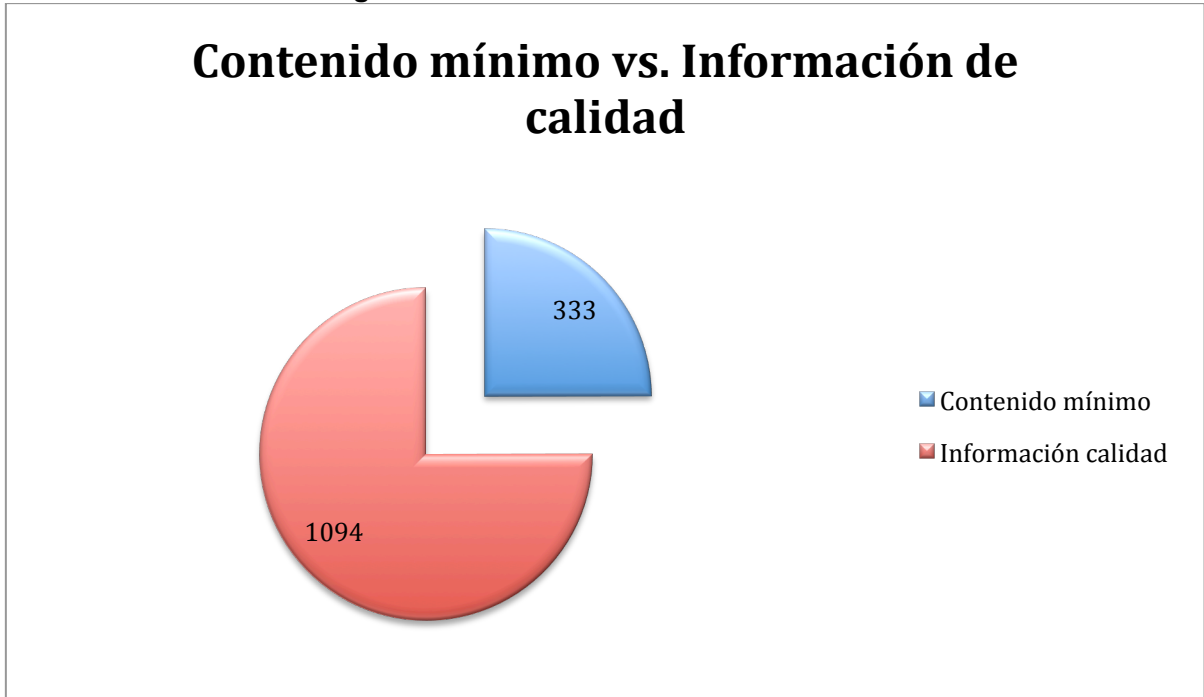
una psicóloga deportiva habla sobre cómo manejan las situaciones de tensión los entrenadores y extrapola a situaciones de la vida de cualquier ciudadano, con consejos “del deporte” que pueden ayudar en el día a día de las personas. Siendo el mayor número de noticias sobre práctica aficionada sobre la disciplina atletismo, concretamente sobre carreras populares, no existen las noticias principales sobre los beneficios o perjuicios para la salud que conlleva la práctica de lo que en los últimos tiempos se ha dado en llamar “running”.

Lo *legal* se circunscribe casi en la totalidad de las noticias principales a cuestiones que tienen que ver con las sanciones deportivas.

En lo *social* encuadramos las noticias que dan cuenta de acciones o relaciones del mundo del deporte con aspectos como la solidaridad, la integración social. En todo caso, la mayor parte de las unidades de registro en este capítulo se refieren a relaciones públicas dentro del mundo del deporte, bien protagonizadas por los mismos deportistas, bien por actores colaterales. Se salen de ese perfil dos unidades cuyos protagonistas son deportistas o clubes pero cuyo valor principal es el uso del deporte para potenciar distintas causas sociales: por ejemplo, la fundación que crea el deportista Eric Abidal para mejorar las condiciones de los niños enfermos, y que tuvo eco en las prensa del día 23 de abril de 2015; o la iniciativa del Almería UD para recoger litros de leche junto con el Banco de Alimentos para destinar a los niños sin recursos.

Respecto a las noticias que dan cuenta de lo que hemos llamado “contenido mínimo” ya hemos visto que una de cada cuatro habla de lo que sucede en los noventa minutos de un partido de fútbol sobre el terreno de juego o los cuarenta sobre la cancha de baloncesto, o en las pista deportiva en carreras de atletismo, automovilismo o motociclismo, etc.

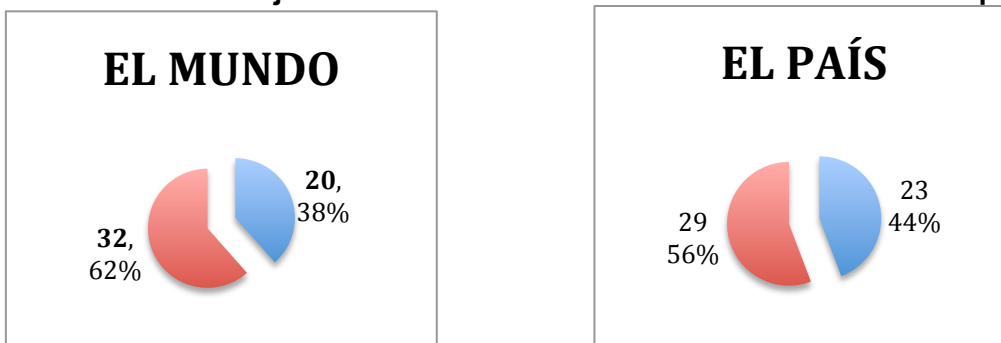
**Gráfico 6. Unidades informativas registradas como “contenido mínimo” frente a unidades informativas registradas como “información de calidad”**

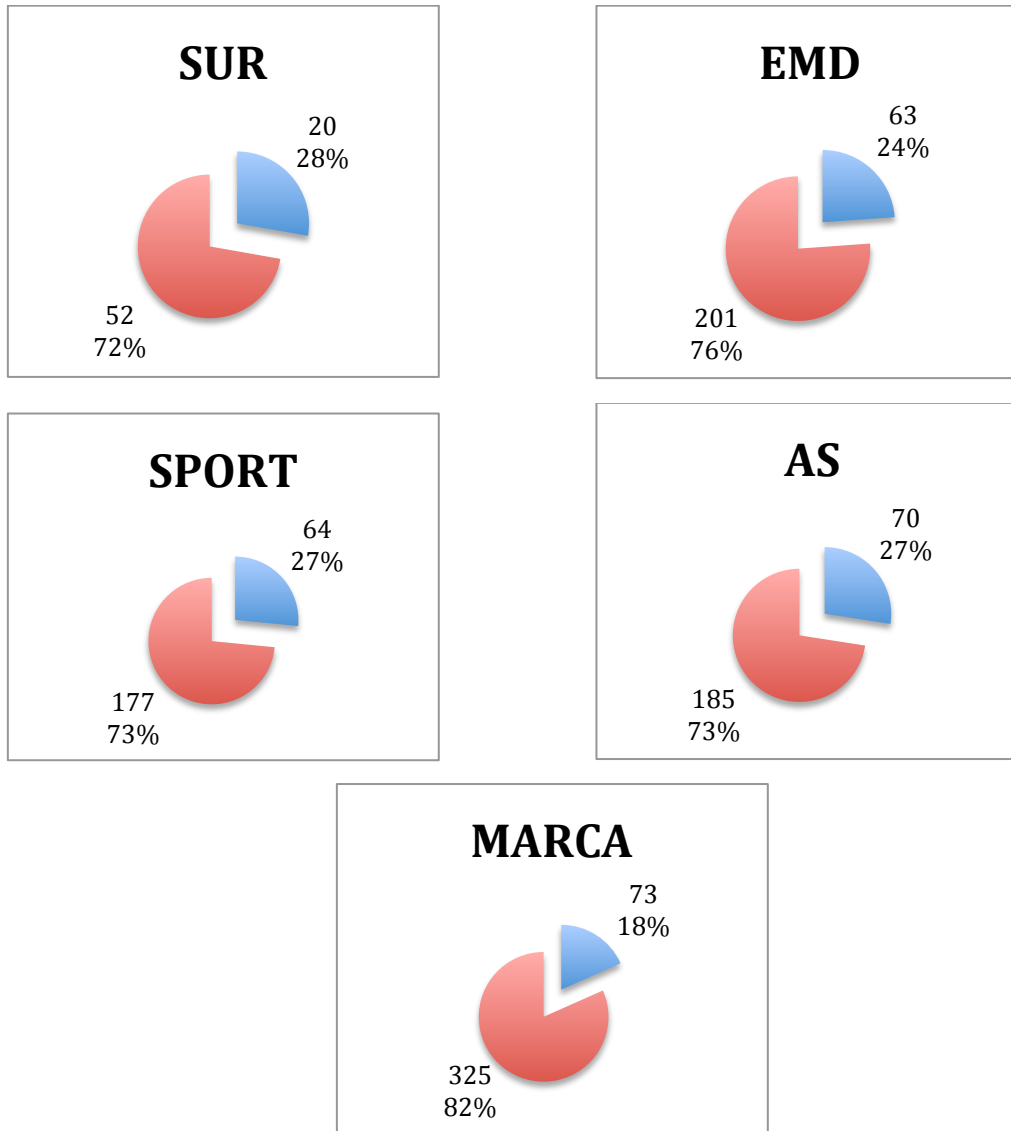


Fuente: Elaboración propia.

Por su propia naturaleza, todas las unidades registradas como “contenido mínimo” se refieren a noticias que hablan de práctica deportiva, a lo que sucede dentro de los terrenos de juego, al hecho deportivo. Es por eso que a continuación pondremos en relación esas dos variables: práctica deportiva y contenido mínimo, para comprobar cuantas de las informaciones que hablan de la práctica se refieren a lo que está pasando sobre un escenario deportivo. El 30,94% de las noticias que se refieren a práctica deportiva (un total de 1094) lo hacen sobre contenido mínimo informativo (333 noticias).

**Gráfico 7. Porcentajes de contenido mínimo e información de calidad por diarios**





Fuente: Elaboración propia.

Aunque la media que nos ofrece este apartado es que por cada información sobre contenido mínimo deportivo se publican tres de información de calidad, presentamos aquí los datos singularizados por diario, para comprobar que son dos de los diarios de información general los que bajan la media y más porcentaje de contenido mínimo publican, frente a los diarios de información deportiva, que son los que suben la media de informaciones de calidad publicadas en sus noticias principales. A partir de aquí, es momento de interpretar los resultados que nos ofrece la investigación sobre el contenido de los diarios españoles.

### **Discusión de resultados**

Anticipándonos a las conclusiones finales que nos depara esta investigación, es momento de apuntar algunas, en relación con el análisis de contenido que nos ocupa en este capítulo. El asunto fundamental en el que centran los medios de comunicación sus noticias principales es el fútbol, que ocupa mucho más de la mitad de las unidades de los diarios analizados durante el estudio. En este punto, nos ha parecido de interés equiparar en la siguiente tabla la clasificación de los deportes de los que más se informa en nuestros diarios analizados con los deportes más practicados en nuestro país, los que más licencias deportivas acumulan según el Consejo Superior de Deportes (2012).

**Tabla 13. Clasificación de especialidades deportivas por noticias publicadas y por licencias deportivas en España**

Modalidad deportiva por noticias	Número de noticias	Modalidades deportivas Con más licencias	Número de licencias federativas. Fuente CSD, 2015
1. Fútbol	966	1. Fútbol	909.761
2. Baloncesto	102	2. Baloncesto	355.845
3. Tenis	70	3. Caza	333.974
4. Motociclismo	42	4. Golf	276.150
5. Automovilismo	36	5. Montaña y escalada	203.860
6. Ciclismo	23	6. Judo	104.871
7. Atletismo	19	7. Balonmano	92.716
8. Fútbol Sala	15	8. Tenis	81.581
9. Boxeo	15	9. Ciclismo	75.855
10. Balonmano	11	10. Voleibol	71.074
11. Waterpolo	10	11. Atletismo	70.911
12. Polideportivo	6	12. Kárate	65.316
13. Patinaje	4	13. Natación	63.644
14. Triatlón	2	14. Pádel	56.263
15. Artes Marciales	2	15. Pesca y casting	55.255
16. Golf	1	16. Tiro Olímpico	52.517
17. Pádel	1	17. Patinaje	50.803
18. Montaña	2	18. Hípica	48.292
19. Vela	2	19. Taekwondo	38.908
20. Badminton	1	20. Gimnasia	38.842
21. Hockey Patines	1	21. Vela	37.954
22. Tamburello	1	22. Triatlón	29.739
23. Squash	1	23. Rugby	28.479

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del CSD.

La comparación entre los deportes de los que más se informa de manera principal y los deportes con más licencias deportivas en España nos desvela que hay un desfase que puede deberse al interés por lo que en el capítulo I algunos autores llamaron el “deporte pasivo”, que no es propiamente deporte, sino visionado de deportes.

Dos disciplinas como automovilismo y motociclismo, que no aparecen entre las modalidades cuya práctica sea masiva en España, se configuran como los deportes de los que más se informa por parte de los medios. Algo similar ocurre con el boxeo, objeto de interés informativo a raíz de un combate en particular, el que celebrarían el 2 de mayo de 2015 en Estados Unidos el

filipino Pacquiao y el estadounidense Mayweather, y que copó las 15 noticias sobre esta modalidad que publicaron los medios.

El triunfo deportivo llama a los medios: el waterpolo y el patinaje aparecen en las páginas principales de los diarios a raíz de los éxitos deportivos puntuales de diferentes deportistas o clubes deportivos españoles.

La práctica deportiva como fin último del practicante, no profesional, que hace deporte solo por el placer de la práctica, no es referente principal para los diarios. Dos deportes que se encuentran en tercer y cuarto lugar de la tabla de licencias deportivas en España como son el golf y la caza no tienen apenas presencia en las unidades informativas principales de los diarios: en el caso de la segunda, ni una sola unidad informativa en siete días y en siete diarios de información general o especializada. Sobre golf encontramos una unidad informativa en el diario Sur del día 23 de abril de 2015, donde la deportista local Azahara Muñoz es la protagonista en su vuelta a los campos de juego tras superar una lesión.

Otras modalidades deportivas de las que cuentan con más licencias deportivas en España como son la pesca y el casting, la natación, el tiro olímpico, el voleibol, la hípica, la gimnasia, el triatlón y el rugby no tienen presencia en las informaciones principales de los medios analizados.

De entre los casos destacables, señalamos el único registro informativo principal que habla de una práctica deportiva minoritaria y asociada a determinadas épocas y lugares tradicionales de Europa: el tamburello pugna por recuperar su sitio como práctica deportiva que arraigó en nuestro continente allá por el siglo XII, como explica Marca en su edición del 20 de abril de 2015.

La práctica deportiva aficionada, en la que el deporte se practica sin un interés “comercial” por la victoria y el éxito, apenas tiene interés en el foco principal de las noticias para los diarios. Veinte noticias sobre un total de 1.334

dedican protagonismo a pruebas o deportistas “no profesionales”, y de esas veinte, dos centran la atención en aspectos económicos y legales de la práctica aficionada, tres hablan de sucesos acaecidos durante la práctica deportiva (maratón de Boston y terremotos en Nepal). En este caso, es la información local del diario Sur la que dedica más atención a la práctica aficionada, dando noticia de pruebas deportivas e historias de deportistas “de la tierra”: la cercanía crea un nexo informativo que lleva a prestar atención al deporte practicado por aficionados.

Por otro lado, los deportistas y los clubes centran la atención mayoritaria de las unidades informativas. Más de mil de las 1.334 unidades tienen como protagonistas a deportistas o clubes deportivos. A partir de ahí, entre las reflexiones que nos deja este apartado conviene destacar una realidad: de entre las profesiones que se dedican al fenómeno deportivo, muchas apenas tienen interés para los medios de comunicación.

Aunque sí se da cuenta de actividades de entrenadores, directivos, incluso a los aficionados y los árbitros de manera secundaria, y a las propias competiciones e instituciones deportivas, no parece de interés principal para los medios lo que tiene que ver con la actividad médica, la de los fisioterapeutas, los analistas y resto de equipo técnico que habitualmente acompaña a los entrenadores, los formadores de deportistas de base, e incluso el deporte infantil. De entre las profesiones anexas a la práctica deportiva encontramos una noticia principal que pone en valor el trabajo de uno de los ayudantes del entrenador del Málaga CF, Javier Gracia, o la noticia que da cuenta de la baja por un problema médico del delegado de equipo del Real Sporting de Gijón, el ex futbolista Enrique Castro, “Quini”.

La *práctica deportiva profesional* es la cara del deporte más reflejada en las unidades informativas principales de los diarios analizados en nuestro estudio. Junto a esta, valores como la salud, aspectos económicos o legales relacionados con el deporte también lo son en las informaciones en relación con la práctica deportiva ya referenciada. Incluso cuando se habla de lo

económico es casi en el cien por cien de las unidades en relación con operaciones posibles o reales de traspasos de deportistas entre clubes profesionales.

Lo que en nuestro estudio llamamos *información de calidad* es mayoritaria en las noticias principales de los diarios analizados durante el mes de abril de 2015. Es decir, lo que no es estrictamente práctica deportiva, lo que es ajeno a lo que pasa en los terrenos de juego desde que comienza la práctica hasta que acaba, es mayoritario sobre el *contenido mínimo*, sobre el puro deporte y la interpretación, análisis e información de actualidad alrededor del ejercicio recién ocurrido. Y sucedió así a pesar de que, si hablamos de fútbol, los siete días de la semana analizada hubo competiciones oficiales deportivas de máximo nivel: dos jornadas del Campeonato Nacional de Liga en Primera, así como UEFA Champions League y UEFA Europa League. Además, un registro de los periódicos de esa semana nos ofrece competiciones deportivas de prestigio como la fase final de la Eurocup de baloncesto, dos clásicas en el calendario ciclista internacional de UCI World Tour como fueron la Flecha-Valona y la Lieja-Bastonia-Lieja, los maratones de Boston y de Londres, el Rally de Argentina de automovilismo, además de distintas pruebas deportivas de ámbito más localizado.

Es decir, hay competición deportiva, con lo que podemos entender que el recurso de los diarios a la información de calidad sobre eventos deportivos que se han producido o se van a producir es voluntaria.

# CONCLUSIONES

Tras análisis científico de los fenómenos que dan sentido a este trabajo ha llegado el momento de responder a las hipótesis formuladas al inicio, dejando constancia, por otro lado, de que el estudio de las cuestiones que dieron pie a la investigación han abierto áreas de interés en otros campos de investigación durante las etapas de elaboración de este trabajo. Algunas las integraremos entre nuestras conclusiones mientras que otras las plantearemos con el fin de anticipar líneas de investigación para el futuro sobre asuntos que pueden ser de interés en el ámbito de la comunicación en relación con el deporte y el derecho a la información. En todo caso, partiendo de las hipótesis planteadas en los primeros capítulos, podemos concluir que:

**1) Existe un derecho a comunicar información en relación con el mundo del deporte.** No se trata, sin embargo, de un derecho a la información deportiva distinto al derecho a la información política, social o financiera, por más que, como vimos, en algún texto legislativo español ya derogado se citara textualmente aquel concepto del derecho a la información deportiva.

En España, el alumbramiento de unas libertades de expresión y comunicación como derechos que requieren de la máxima protección jurídica para poder ser ejercidos con toda su extensión nacen de la mano de los primeros textos constitucionales. En consonancia con la línea internacional de reconocimiento y protección del derecho a informar, los sistemas políticos y regímenes de nuestro país desde el siglo XVIII han incluido en sus leyes fundamentales la libertad de los ciudadanos para informar. Sin embargo, se ha detectado en el recorrido histórico por la configuración de tal derecho una concreción solo parcial del derecho en normas de desarrollo en el caso español. Esta realidad ha permitido germinar distintas controversias como la que da lugar a nuestra tesis, en el mundo del deporte, y entre los medios de comunicación y habituales protagonistas de la información como son los clubes de fútbol profesional.

Las libertades de comunicar información, sin apellidos, son hoy en día reconocidas por la mayoría de los ordenamientos jurídicos nacionales e

internacionales como básicas en el Estado de Derecho. En el caso particular de España, ese derecho tiene parte de sus pilares fundamentales en los recursos que ofrece el ordenamiento jurídico de nuestro país, donde encontramos pautas para determinar cuándo goza de máxima protección legal. Ello confirma una de nuestras hipótesis de partida: la legislación y la interpretación de lo dicho por los jueces españoles ofrece una solución al conflicto.

El derecho a informar está reconocido y amparado por la Constitución Española siempre y cuando se soporte en un primer requisito principal: la veracidad. Esta obliga a una serie de diligencias en la elaboración de la información que corresponden al emisor, con el fin de que el mensaje tenga la apariencia de ser cierto y ajustado a la realidad. Veracidad no implica certeza, como se ha encargado de recordar en multitud de sentencias la justicia, pero sí requiere que el emisor haya puesto todo lo que debe de su parte para comprobar que la información que transmite es correcta.

Es norma que ningún derecho es ilimitado, precisamente por la convivencia que es propia de los sistemas democráticos: el derecho de uno acaba donde empieza el derecho de otro. Hemos encontrado en la jurisprudencia española algunos de esos límites, a lo largo de años de sentencias de los altos tribunales de nuestro país. También nos ha dado pistas para seguir la doctrina jurídica, que ha acometido la tarea de definir el derecho a través de la conceptualización de determinados caracteres que son propios del derecho: el honor, la intimidad y la propia imagen, así como los secretos de estado son algunas de las fronteras que enmarcan de manera intrínseca el derecho a comunicar información.

En ese sentido, era objetivo de este trabajo doctoral interpretar la palabra del ordenamiento jurídico y ampliarla para modular el derecho a la información, proponer un equilibrio entre ese y otros derechos que se ponen en juego en la actividad deportiva. Pese a que la época de conflictos entre las emisoras de radio de España y los clubes profesionales de fútbol parece

aparcada, o al menos en barbecho a la espera de nuevas resoluciones de los tribunales, el derecho a la información no está a salvo de nuevos vaivenes en la legislación que atenten contra su pactada estabilidad momentánea. Con el ánimo de salvaguardarla de posibles cambios, pretendemos dotarle de elementos para defender su posición prevalente respecto a otros cuando del mundo del deporte hablamos. ¿Dónde, por tanto, están los límites del derecho a informar sobre el deporte?

**2) La estricta información es el primero de los límites que proponemos a la hora de configurar un derecho a comunicar información en el deporte que goce de la máxima protección social.** La misión de informar se circunscribe a lo noticiable. El relato de hechos es el objeto del derecho a informar, relato que cumple con una función social y constitucional siempre que estos hechos sean de trascendencia pública, de interés social, de relevancia para la comunidad, de interés general para la ciudadanía.

El interés general, hoy en día, es algo distinto a lo que entienden las leyes: tiene más contenido. En su acepción jurídico-legal, el concepto se ha diluido en los últimos años pues remite estrictamente a un catálogo de eventos deportivos que se deben televisar en abierto y que se actualiza cada cierto tiempo. Hemos comprobado a través de las audiencias del fútbol en abierto de esos partidos de liga de “interés general” legal que cada vez es menor el respaldo de la sociedad a esos partidos. Por tanto, el interés general que necesita llevar en su esencia el relato de hechos es algo distinto, es interés general social. La noticia es tal si se refiere a asuntos que de manera global interesan, afectan a la sociedad, que satisfacen algo más que la curiosidad personal: son los asuntos destacados, sobresalientes, importantes o significativos que forman la agenda de temas de discusión de las personas, los temas que dan forma a una opinión pública que, como la sociedad propietaria, es cambiante con los tiempos.

Si años atrás la opinión pública libre se formaba sobre una base eminentemente política, hemos de concluir que la opinión pública de inicios del

siglo XXI se nutre de más campos de interés para la ciudadanía. Hoy, las cuestiones interés público, aquellos asuntos que afectan y sobre los que necesita sentirse participe la ciudadanía, son algo distinto a lo que podrían haber sido hace unos años, o siglos atrás. Algo distinto y que trasciende lo político, lo económico o lo social.

**3) El deporte se enmarca de manera inequívoca entre los asuntos de interés social, forma parte de la carpeta de temas que integran en el siglo XXI el contenido de la opinión pública.** Para llegar a esa conclusión debíamos definir el mayor número de caracteres del deporte, conocer en profundidad esa realidad en la que ponen el punto de mira la comunicación y la información en España. ¿Qué lugar ocupa el fenómeno deportivo en la sociedad de hoy en día? ¿Es un asunto que se enmarca en la esfera de los privados, o atañe en alguna medida al poder público y estatal?

Podemos concluir tras nuestro estudio que el deporte es libertad del individuo, es soledad pero también necesidad de compartir, es universal. Antes, es juego, y es actividad física, es esfuerzo voluntario, es placer, es disciplina, entretenimiento, competición, creatividad, cultura. Como tal, vive una realidad cambiante, que se adapta a los tiempos.

El deporte es fenómeno social porque es organización, asociación, profesión, espectáculo. Genera negocio para el deportista, es su actividad laboral, como también lo es para quienes sin hacer deporte se acercan a él (para 4 de cada 100 personas en Andalucía). Como sector económico significativo en sus distintas manifestaciones y prácticamente en todo el planeta es multisectorial, aúna en torno a sí a diferentes sectores generadores de riqueza, y acerca a otras industrias no deportivas que generan productos que usan el deporte como reclamo. El deporte es consumo activo y pasivo (para quienes practican y para quienes presencian deporte), y ambos están nivelados en cifras, si recordamos los datos que nos ofrecen las instituciones públicas, por ejemplo, en el caso de Andalucía. Es práctica profesional y es ocio del aficionado, y en ese sentido interesa tanto al deportista de élite como a

las familias, niños, adultos, personas mayores, que ocupan su tiempo libre practicando cualquier modalidad deportiva, equipándose de la manera adecuada, viajando a lugares y entornos donde desarrollar su deporte favorito, y presenciando espectáculos deportivos. En estos es donde se fomenta otro rasgo del deporte, la admiración del deportista hacia otros que han sido más altos, más fuertes o más rápidos. El espejo del practicante puede ser otro aficionado como lo puede ser la estrella más destacada del deporte profesional. El deporte es un todo con variadas formas, y por ello espectáculo y práctica también permanecen indisolublemente unidos, pues son distintas manifestaciones de una misma esencia. También fuerza la unión entre esas caras del deporte el sentimiento de pertenencia al grupo que genera el fenómeno. Ese grupo puede ser de amigos, de familiares, o de seguidores en torno a un equipo deportivo profesional. **No hay deporte profesional sin deporte aficionado.** Tanto es así, que el deportista nunca llegará directamente a ser profesional sin haberse formado en el campo de la afición. En la realidad de nuestra sociedad es difícil sostener un espectáculo deportivo, una competición o una prueba desentendidos de la responsabilidad que les une a la sociedad que la acoge. En ese sentido, se reclama al deporte profesional un papel activo en el fomento y la protección de los otros aspectos que le dan forma a la actividad como la salud, la cultura, la educación o la socialización....

El deporte es tema de conversación en las reuniones de amigos, en las plazas públicas o en las tabernas portuarias, es materia reglada en los textos normativos y legales que dan base a diferentes sistemas jurídico-políticos, encuentra su sitio en un espacio entre lo privado y lo estatal que atiende a las necesidades actuales de las personas, siendo como es el deporte una de las vías para dar forma a la identidad personal de cada uno en sociedad.

Si para quienes defendieron en su día el cierre de los estadios de fútbol de la competición profesional en España a los medios de comunicación lo que se jugaba dentro de ellos era un asunto privado, hoy podemos concluir con rotundidad que **el deporte en su conjunto es algo que trasciende los intereses de los particulares e incluso las políticas estatales sobre la**

**materia.** El deporte es un fenómeno social. Por más que la actividad deportiva o los espectáculos deportivos partan de la iniciativa privada, y por más que el deporte naciera de aquella, hoy forma parte de los asuntos que tienen relevancia para las personas, aún cuando se celebren en recintos privados.

El deporte puede reclamar y defender lo que Cazorla Prieto llamó “autonomía deportiva”: una intervención pública o estatal en cuestiones que tienen que ver con la organización deportiva o las reglas de juego, por citar dos ejemplos, solo tiene sentido en la medida en que la actividad del asociacionismo deportivo choque con las normas comunes de funcionamiento para todos en sociedad. Y ello a pesar que en España, el sistema político le ha asignado y delegado una función pública a la organización deportiva privada en un proceso que comenzó históricamente con un poder público que legisló primero para fomentar el deporte, luego para reglarlo y más tarde para dirigirlo. Ha sido este un proceso que a nivel español no ha tenido vuelta, por más que el signo político de los gobiernos ha cambiado de un lado a otro.

El deporte es un movimiento autónomo y anterior en muchas ocasiones a la configuración de los entramados políticos, pero que se ha inserto en ellos con lazos tejidos en ambos sentidos. Es vehículo de entendimiento entre los hombres y los pueblos, como también lo puede ser de confrontación más allá del deporte mismo. Es escaparate para la promoción de ciudades, regiones, países y continentes, es herramienta de creación de identidades, bandera de éxitos para regímenes y políticos de distintos signo y legitimidad. Política y deporte tienen intereses comunes en la mejora de la vida de la ciudadanía, proporcionando formas para mantener y mejorar la salud, o prevenir enfermedades; o en la educación integral de las personas, en la transmisión hacia estas de valores positivos, tanto en los centros escolares como en entornos o colectivos que tienen dificultades para seguir los ritmos y estándares de la vida en sociedad (inserción social de población inmigrante o con minusvalías, de quienes han caído en la delincuencia o las drogas, etc.).

Más allá del interés político o económico de quienes se asocian al deporte con distintos fines, este ocupa un espacio en la vida de las personas en sociedad: el ciudadano de hoy en día practica deporte, presencia espectáculos deportivos, sigue la actualidad deportiva, discute las políticas deportivas de las instituciones, reclama de estas una atención eficaz, aplaude los éxitos deportivos de quienes entiende que le representan de uno u otro modo, o con quienes se identifica.

El deporte está inserto en el día a día de las sociedades, hasta un punto en el que podríamos afirmar que en el inicio del siglo XXI vivimos, más que en una sociedad “deportivizada” (*cfr.* García Ferrando), en una sociedad de hombres y mujeres deportistas. El deporte de hoy es toda actividad humana que en este momento el hombre considere deporte. Su peculiaridad más singular en relación con el deporte de siempre no es el propio deporte, la actividad física, sino el valor que le atribuye el hombre a esa actividad (la victoria, la salud, la socialización, etc.). Es hoy deporte de todos y para todos, con sus componentes lúdicos, de superación y de rendimiento siempre insertos. Y a pesar de ello, tras siglos de actividad deportiva en las sociedades de todas las épocas, la esencia del deporte sigue intacta. Al final, el fútbol sigue siendo, como la primera vez que se concibió el juego, una actividad en la que dos equipos de once jugadores se disputan un balón con el objetivo de llevarlo hasta la meta del rival. El que se juega en los parques públicos es el mismo que el que se practica en un estadio deportivo ante cien mil personas y millones de espectadores en todo el mundo a través de los medios de comunicación.

**4) El interés informativo que genera el deporte está inserto en un carácter que es propio y lo hace distinguirse de otras prácticas culturales del hombre: la imprevisibilidad.** El deporte es único en cada manifestación, distinto de las demás, y distinto de otras actividades del hombre. Comparte con otras artes caracteres como el drama que conlleva, incluso la sensación de adhesión o pertenencia que genera en el público respecto de los protagonistas. Pero esa imprevisibilidad que lleva inserta cada ejercicio deportivo lo

convierten en asunto de interés reiterado en el tiempo. Su carácter abierto lo alejan de una obra artística: la obra es la que es y una vez acabada y presentada al público no tiene por qué cambiar su esencia. El deporte se presenta ante el espectador sin forma final. Es imprevisible. Y es por esto por lo que el deporte genera hechos noticiosos que se mantienen y renuevan en el tiempo, mientras que el teatro, el cine, la escultura, la pintura o la música agotan la noticia con otros ritmos.

**5) Informar es algo distinto a retransmitir y el derecho a informar es diferente a los derechos de comunicación pública.** Decíamos que el primer límite del derecho a informar era la propia información, y este lo debemos diferenciar de otros derechos con apariencia similar pero que protegen otros bienes distintos. La información es el relato de hechos que pretende hacerlos notorios, conocidos, públicos. En función de la naturaleza del medio, el canal o la vía a través del cual se articula el mensaje en el proceso comunicativo es el sonido, la imagen, la palabra escrita o con una combinación de todos. La radio no “transmite”, sino que informa a través de la voz de los locutores que relatan hechos noticiosos alrededor de la práctica deportiva. La prensa en papel o en sus versiones digitales no transmiten, sino que informan a través de la palabra escrita y la imagen fija (está por ver cuándo se plantea un posible conflicto entre el derecho a informar a través de la fotografía y el derecho que pudiere esgrimir un organizador de eventos sobre las imágenes fijas que se producen alrededor de ese evento). La televisión puede informar de los hechos noticiosos que se producen durante el evento. Y puede realizar una comunicación pública del evento.

El derecho a retransmitir, los derechos de transmisión, los llamados derechos de radiodifusión o los derechos de comunicación pública nos llevan a otra realidad distinta a la información. La comunicación pública es el acto por el cual una cantidad de personas no presentes en el lugar donde se celebra el evento tienen acceso al mismo sin previa distribución de ejemplares, según afirma la ley. La confusión terminológica entre información y transmisión ha dado lugar a diferentes desencuentros cuando los clubes de fútbol profesional

pretendían comercializar algunos productos relacionados con la comunicación. El producto “partido de fútbol” se puede emitir a través de televisión, y por tanto si el organizador quiere o puede vender ese producto a un canal o a varios en todas las partes del mundo, está en su derecho. Por el contrario, la información que genera ese partido de fútbol no está en el mercado, no se somete al libre comercio. La información sobre lo que es público, lo que está en la arena de lo social, no tiene un dueño, el hecho noticioso nace siempre y cuando alguien (el periodista) interprete que lo es y mantiene su vida una vez que lo hace llegar a su público potencial, si este lo valora como tal.

La información sobre un partido de fútbol no es un bien objeto de comercialización, pero las imágenes que conforman un producto, un contenido, algo que pudiera ser una obra pero que no lo es en razón de sus posibles múltiples autores, sí. Esas imágenes, las que conforman el producto “partido de fútbol en directo” o “resumen del partido de fútbol”, sí son susceptibles de explotarse comercialmente ejerciendo la libertad de empresa que reclaman los clubes profesionales de fútbol en España. Lo son siempre y cuando se garantice el acceso al derecho a informar y a tomar otras imágenes que pueden ser necesarias para conformar de manera razonable la información en el medio televisivo o el medio escrito si hablamos de la imagen fija, de la fotografía. Las imágenes de la información y las que conforman el producto televisivo pueden ser las mismas o diferentes, pero el hecho noticioso sí tiene en esas imágenes protegidas, comercializables, un límite a la hora de configurarse. El medio deberá pagar por esas últimas si el organizador pone precio al evento y el canal de televisión lo entiende rentable. Es un acto voluntario desembolsar muchos millones de euros, como hizo en 2015 Radio Televisión Española, por adjudicarse las imágenes de los resúmenes de los partidos de fútbol profesional en España. El ente público pagó por imágenes que puede emitir en exclusiva, no por información. El límite de noventa segundos que marca la ley para los espacios informativos de cadenas televisivas que no tienen determinados derechos es un límite a las imágenes protegidas por derechos de comunicación pública que pueden emitir el resto de

operadores para informar, no a la información que pueden ofrecer respecto de un evento deportivo.

En la diferencia entre el derecho a la información y los derechos de comunicación pública está una de las claves para solucionar las posturas en conflicto expuestas durante nuestro trabajo. Los clubes pueden rentabilizar su producto “fútbol”, o su producto “resúmenes en imágenes del fútbol”, o su producto “entrevista exclusiva con el protagonista del partido”, para comunicarlo de manera pública a través de televisión. Pero no pueden comerciar con la información que se refiere a hechos relevantes para la sociedad, y por ello deben garantizar el acceso de los medios de comunicación a los estadios deportivos.

**6) Siendo el deporte un hecho de interés social, el derecho a informar con máxima protección legal llega hasta donde llega el deporte. La práctica deportiva es otro de los límites externos que le dan forma a las facultades de comunicación.** El ordenamiento jurídico nos ha guiado hasta esta conclusión, regalándonos dos conceptos claves para dar respuesta a una de nuestras preguntas troncales: el “contenido mínimo” y la “información de calidad”. Esos conceptos nos los atribuimos en este trabajo para proyectar desde estas páginas un escenario de entendimiento entre las partes que reclaman sus derechos.

Los jueces hablaron de la necesidad de ponderar el derecho a informar de los medios de comunicación, autorizados por la ley a acceder a los recintos deportivos para configurar el contenido mínimo razonable que debe tener el hecho noticiable. A partir de aquí, distintos autores, con distintas posiciones, quisieron acotar ese contenido mínimo en los goles, o el inicio y final de partido, en un ejercicio que parece cercano a la coerción al informador en su misión profesional. Todo lo que es práctica deportiva es susceptible de formar parte del contenido mínimo de la información. Lo que no tiene que ver con la práctica deportiva entra dentro de la categoría de lo que los jueces llamaron “lo accesorio”. El derecho a informar se configura como tal cuando se ejerce sobre

los asuntos relevantes para la sociedad. Y por tanto, el estricto deporte es el límite que no debe rebasar el derecho a informar y las posibilidades que este ofrece a quien quiere ejercerlo con las máximas garantías constitucionales en España: lo que ocurre en las canchas de juego, en las pistas deportivas, en los estadios de fútbol desde que se inicia el juego, la competición, hasta que finaliza.

Imponer, o siquiera sugerir al informador qué debe ser noticia o qué no, a lo largo de noventa minutos de fútbol o cuarenta de baloncesto, etc., implica censurar o restringir la voluntad de quien tiene derecho a comunicar información. En esa línea, **sonaría igualmente coercitivo un planteamiento que quisiera condicionar la forma en la que el informador ofrece el relato de hechos**. La condición esencial del derecho que tiene quien informa es la noticia, el relato verídico de hechos relevantes. Si comunica con un estilo u otro, de manera más o menos adornada desde el punto de vista formal, es potestad de cada cual. Será el receptor quien valide o no la forma en la que el informador le hace llegar las noticias. Quienes se han enroscado en una interpretación literal de textos legales confusos, han entrado a juicio de este autor, en un terreno con sombras: ¿Cómo pretende el legislador establecer una diferenciación objetiva y estable entre un programa de información y un programa de entretenimiento, siempre que las noticias sean la base de uno y otro? Que el sector de la información se haya adentrado en una deriva cuestionable en sus formas hacia unos modos que algunos teóricos han conceptualizado como vanos no significa que esos programas no dejen de tener un soporte informativo, noticioso. Recordemos aquí el “formar, informar y entretener” que está en la base del ejercicio de la profesión periodística. Que un informador elija una forma más o menos entretenida para ofrecer la información queda a su potestad, no constituye argumento defendible en un estado de derecho para depreciar sus libertades como sujeto informador. **La opinión, en ese sentido, forma parte de las facultades igualmente protegidas**. La única diferencia entre información y opinión es que a la segunda no se le exige la condición de veracidad. Sería, por tanto, arriesgado plantear un escenario en el que se limite el derecho a opinar del informador,

siempre y cuando, insistamos, lo haga en relación con asuntos de relevancia para la sociedad como son las prácticas deportivas.

**7) En la información de calidad, la que rodea al deporte pero no es práctica deportiva es donde puede comenzar el negocio de los privados en torno al deporte y la comunicación.** Todo lo que no es práctica deportiva, aunque esté alrededor del deporte, no forma parte de ese arco de protección máxima que el ordenamiento jurídico ofrece a la información puesto que carece de la relevancia de los asuntos notables para el común de la ciudadanía, salvo que lo haga por cuestiones ajenas al deporte.

El deporte en un encuentro de fútbol comienza en el momento que el árbitro pita el inicio del partido y termina cuando este decreta el final. Todo lo que sucede antes y después de la práctica deportiva no es deporte, como tampoco lo es lo que sucede en los alrededores de la cancha de juego durante la competición, en los palcos de honor de los estadios, en las salas de prensa, de las zonas de entrevista, en los campos de entrenamiento, en los vestuarios, en la salida de los estadios, en la entrada de los complejos deportivos, en los foros de debate, etc. En esos entornos son donde los privados pueden disponer de su espacio para hacer que su espectáculo sea rentable, incluso la información o las noticias que se pueden generar en ese espacio, el que hemos llamado “contenido de calidad”. Ahí, los límites que impone la necesaria ponderación de derechos le dejan margen al desarrollo de la libertad de empresa que reclamaron en su día los clubes de fútbol profesional. Esa libertad para comerciar, que cede su sitio cuando el derecho a informar prevalece, tiene un lugar para ejercerse toda vez que la información veraz sobre asuntos de relevancia para la sociedad está satisfecha. En este punto planteamos una de nuestras propuestas para el ejercicio equilibrado de las distintas libertades en juego: los organizadores o participantes en la competición podrían comercializar el acceso a las zonas de entrevistas o a las conferencias de prensa que organizan. Allí no se practica deporte y por tanto, en principio, lo que sucede en esos escenarios no es de relevancia general para la ciudadanía. A partir de ahí, es responsabilidad de las partes determinar si ese

intercambio comercial, y las consecuencias que pudiere acarrear, son compatibles para el interés del organizador y de los patrocinadores de que publicitan su marca comercial con ocasión de las manifestaciones de los entrenadores, jugadores o dirigentes, e incluso para los medios de comunicación, que dispondrían de un contenido de calidad, previo pago, y más o menos exclusivo en función de lo pactado entre las partes. .

Otro de los objetivos principales de este trabajo, una vez armado el derecho a comunicar información en relación con el mundo del deporte en España era conocer **de qué manera responden los medios de comunicación a su misión de informar sobre el mundo del deporte**. El análisis de contenido de los diarios españoles que hemos tomado como referencia nos permite “des-ocultar” y categorizar de manera explícita tendencias y prácticas actuales del periodismo deportivo. Así, la respuesta a la cuestión anteriormente lanzada parece simple: los diarios informan mayoritariamente de fútbol profesional, sobre los deportistas y los clubes deportivos, con noticias donde el valor predominante es la práctica, pero no la que constituiría el hecho noticioso cercano, novedoso, relevante, en torno a lo que ocurre en la cancha de juego más cercana en el tiempo, sino en otros aspectos de la práctica deportiva ajenos a la competición de referencia. La constatación científica que nos ha proporcionado el análisis de contenido nos lleva a profundizar en las implicaciones de esa realidad; esa es nuestra vocación al realizar el estudio.

7) Nuestra investigación desvela que **la información sobre lo que rodea a la estricta práctica pero no relata el hecho deportivo de actualidad es mayoritaria en las páginas de los diarios sobre el llamado “contenido mínimo”**. Es decir, la atención principal de los medios se centra sobre lo accesorio: cuestiones como la estadística global de rendimiento durante una temporada, los análisis históricos, la especulación sobre alineaciones o resultados futuros, las declaraciones de los distintos personajes del mundo del deporte o sus actividades extradeportivas, la información institucional u oficial de los entes deportivos o sus representantes, su actividad publicitaria, tienen

mayor peso que la información sobre la práctica deportiva de actualidad que conforma nuestro llamado “contenido mínimo”. La dosis de actualidad que conllevan una y otra los distingue, e incluso podría dotar a la información esencial de una protección que no incluya a los contenidos accesorios. Si la noticia no es de actualidad, el interés público final que a priori la protege se degrada, en beneficio de otros derechos.

La ausencia de pruebas deportivas no resulta como justificación de peso para priorizar la información accesoria en perjuicio de la información básica. A diario se desarrollan competiciones de máximo nivel; así ocurrió durante los días que comprenden nuestro análisis de contenido. La realidad es que los diarios llegan a las manos de los lectores cuando en su mayoría ya conocen las noticias a priori más importantes: el resultado de las competiciones. Más allá de este, la descripción y interpretación de los aspectos esenciales del deporte, los que se reflejan en cada ejercicio o cada juego, no son un asunto de interés destacado que tenga una relevancia apreciable en relación con los contenidos ajenos a la singular práctica deportiva.

**8) La mirada prioritaria al fútbol revela una desatención a otros deportes cuya práctica en España es más que anecdótica.** Podemos citar a modo de ejemplo algunas disciplinas como la caza, la natación, el tiro olímpico, el voleibol, la hípica, el triatlón o el rugby, que suman más de setecientas mil licencias deportivas en nuestro país, y que no merecen la atención principal para los diarios en los días analizados en ninguna unidad informativa. Más grave aún es esa falta de atención a estas disciplinas deportivas cuando los números de licencias deportivas y su evolución en los últimos años marcan una tendencia de crecimiento mucho más acentuada en esos y otros deportes que en los tradicionales. En otra esfera, **el deporte aficionado, el que practica la ciudadanía sin afán de competición, o al menos sin vocación de rendimiento profesional, es casi inexistente** en las noticias analizadas. Deportes como el automovilismo o el motociclismo, que tienen un gran número de seguidores “pasivos”, como demuestran las audiencias televisivas, gozan de una atención que sin embargo las disciplinas anteriormente citadas no

consiguen ni de forma circunstancial. Aunque, como hayamos visto, el deporte sea mucho más que el deporte profesional en España, por números y cifras, la versión práctica, ocio, en la que los protagonistas son los aficionados no es prioritaria para los medios, centrados en el resultado y la competición profesional, no en el resto de valores que transmite y potencia el deporte. Especial reflexión nos merece una circunstancia: el deporte infantil y juvenil, con sus especiales características, no tienen sitio en los medios de comunicación, salvo cuando se reproducen los esquemas competitivos del ámbito profesional: la UEFA Youth League, la competición paralela que disputan los equipos juveniles de los clubes de élite que disputan la UEFA Champions League de fútbol es el único asunto de interés informativo protagonizado por jóvenes. El deporte universitario, el deporte en el entorno laboral o el deporte para mayores tampoco consiguen ser reclamo principal para los medios.

**9) Los deportistas y los clubes son protagonistas en la mayoría de las principales noticias de los diarios. Ello nos revela que el interés por lo que aportan al deporte el resto de actores es secundaria.** Y en ese sentido, son casi inexistentes las noticias que protagonizan médicos, especialistas, técnicos deportivos (sólo los entrenadores principales tiene el foco de atención sobre ellos), educadores, etc. Una vez que se ha cumplido con el contenido mínimo sobre la práctica deportiva, las otras profesiones y las otras posibles facetas sociales del deporte no ocupan lugar destacado en los medios de comunicación analizados, a la hora de buscar nichos donde explotar contenidos de interés periodístico. Los aspectos relacionados con lo económico, los que tienen que ver con la salud general del deportista (más allá de las lesiones de los profesionales), el deporte como turismo, la cara del fenómeno que permite el entendimiento político de los pueblos, o la que aporta su grano de arena a la integración, la solidaridad, la educación, la cultura y las artes o el empleo, resultan de interés menor para los medios.

En definitiva, nos hemos encontrado con unos medios de comunicación focalizados en una estrategia repetitiva de atención máxima al fútbol

profesional y los elementos accesorios que lo rodean. Esa evidencia conlleva un alejamiento de la sustancia del deporte, y de paso, algo quizá más trascendente: la responsabilidad inherente al ejercicio del derecho a comunicar información que reclaman los medios parece parcialmente asumida por ellos mismos. Informar sobre una parte tan concreta del deporte, por más que esta pueda generar mucha más expectación que otras, no es informar sobre el deporte, sobre los aspectos que trascienden la competición profesional de fútbol o baloncesto en nuestro país.

**10) La tradición en nuestro país ha dado forma desde hace más de un siglo a una relación especial entre el deporte y los medios de comunicación que debe ser respetada** hasta donde no colisione con la legislación u otros derechos de primer orden. Esa relación simbiótica nació de un interés mutuo por ambas partes en un momento histórico en el que coincidieron ambos fenómenos como exponentes del desarrollo de la sociedad industrial en el siglo XIX. En este tiempo, el deporte ha echado mano de los medios que ha tenido a su alcance para hacer llegar a la sociedad el resultado de sus prácticas. La prensa, como después la radio, la televisión e internet, han magnificado las gestas deportivas, las han dado a conocer a la sociedad. El periodismo y el deporte han escrito páginas inolvidables en la historia de nuestro país. Alejándonos del lugar común que atribuye a la especialización deportiva un papel residual, un valor menor respecto a otras especialidades, dentro del mundo de la comunicación, la unión entre periodismo y deporte nos ha dejado el ejemplo de grandes maestros, ejemplos que hoy en día siguen vigentes más allá del paso del tiempo y de los cambios sociales. Como tuvimos oportunidad de comprobar, eminentes escritores, pensadores, filósofos, artistas, humanistas, se han acercado al fenómeno deportivo desde distintas ópticas, para dejarnos reflexiones de interés máximo a través de los distintos medios de comunicación.

La comunicación ha encontrado en el deporte una vía especializada de desarrollo, creciendo exponencialmente hasta hacer de España un país donde la tradición del periodismo deportivo tiene gran arraigo. Cuando los primeros

informadores se acercaron hasta las manifestaciones deportivas de principios del siglo XX, lo hicieron porque estas ya tenían una identidad propia, una repercusión importante en sociedad. No hay un protagonismo principal para la relación entre ambos cuando la realidad es que, desde sus primeros pasos juntos, la simbiosis ha sido beneficiosa para ambos. Desde el punto de vista jurídico, la ausencia de un marco específico y claro que regule las relaciones no comerciales se llena hasta la fecha con las pautas que marca la costumbre, fuente secundaria del ordenamiento jurídico, y que tiene valor legal por el peso que ha conseguido ganar a lo largo de los tiempos en la tradición social.

**11) El derecho de acceso a los espectáculos deportivos con la misión de informar se encuentra en su realidad diaria con un límite físico.**

Los tribunales españoles hablan de un “criterio objetivo” para organizar el acceso de los medios de comunicación a los lugares donde se gestan los hechos noticiosos, y este es aplicable de distintas formas en razón del espacio limitado que existe en los estadios y recintos deportivos para dar alojamiento a los informadores. Dicho lo anterior, esta conclusión nos plantea algunas reflexiones conceptuales, más allá de la solución puntual que ofrecemos para determinar el límite físico de acceso de los medios de comunicación a los recintos donde se celebran competiciones.

Un derecho humano que tiene vocación de realizarse por todos se concreta cuando puede ser ejercido de manera efectiva y real, en activo y en pasivo. Y por tanto, **el derecho a comunicar información veraz es un derecho de todas las personas**, independientemente de los grados de protección que tenga cada cual en razón a su finalidad. Las nuevas tecnologías de la información han hecho accesible al común de la ciudadanía la posibilidad de informarse y ser informantes. Hoy, cualquier persona puede dar cuenta de un hecho noticiable con un simple dispositivo móvil con acceso a internet, y hacer llegar esa noticia al mundo entero.

**12) Las leyes y la jurisprudencia española siguen amparando con máxima protección a los profesionales de la información, por más que en**

nuestro ordenamiento no se haya acometido una definición de quién es y quién no es ese profesional. Esa tarea se ha evitado hasta el momento, entre otras cuestiones, por la dificultad para establecer distintos grados en el ejercicio de un derecho que es humano y universal. Pero, que el periodista, que los medios de comunicación, estén protegidos a máximo nivel no significa que cualquiera que quiera ejercer su derecho a informar no reclame otro nivel de protección legal. Esa protección, sin ser máxima, es exigible por quienes ejercen el derecho, obligados también a cumplir con los requisitos que se establece a la información que se difunde en sociedad. Nos encontramos, por tanto, ante **una realidad en la que podemos distinguir entre los “informadores profesionales” y los “informadores espontáneos”**, en expresiones del constitucionalista Manuel Jiménez de Parga. Hasta ahora, los ha distinguido la misión las leyes han asignado al profesional: contar hechos relevantes para el común de las personas, ser veraz, configurar la noticia conforme a los cánones que la hacen llegar a las personas en mejores condiciones, desempeñarse con el fin de dar forma a la opinión pública. En esta misión el profesional cuenta con herramientas y ventajas competitivas respecto al aficionado y su vocación en la realidad actual debe ser explotarlas. De hecho, la doctrina jurídica enjuicia con mayor severidad los errores de los aficionados en su ejercicio del derecho en la medida en que se le supone al profesional la capacitación, conocimientos y predisposición necesarios para un ejercicio responsable y adecuado del derecho. El profesional, siempre que haya sido diligente en el proceso de producción de la noticia y trate de nutrir con su trabajo a la sociedad, tendrá mayor protección que el aficionado, por defecto desconocedor de los códigos que conforman la elaboración de la información y de la misión social de los periodistas. Podemos afirmar que, a día de hoy, en la carrera por informar, los profesionales han tomado ventaja sobre los espontáneos.

13) En el futuro, **la universalización del derecho a informar cuestionará la especial protección al informador profesional**. Que los medios de comunicación, y aquí dejamos otra vía para la investigación, hayan tenido hasta la fecha el respaldo de la sociedad y la favorable interpretación de las leyes que han hecho los jueces para configurarse como vehículos

institucionalizados para la formación de la opinión pública no significa que esto no pueda mutar. En el camino que nos han marcado las nuevas tecnologías ese escenario podrá derivar hacia una realidad en la que los medios pierdan ventaja, dejen de tener esa posición privilegiada, toda vez que cada vez existen más y mejores medios para ejercer el derecho a comunicar información veraz, relevante y que influya en la configuración de la opinión social sobre los temas que interesan a la colectividad. ¿Cuál será el argumento del profesional, de los medios de comunicación, para reclamar una posición preferente en el ejercicio del derecho a informar cuando todos los ciudadanos cumplan con los requisitos que garantizan la protección máxima del ordenamiento jurídico?

La razón y la ley respaldan la universalización del derecho, lo que nos lleva a concluir que cualquier intento de coerción a ese derecho, dentro de los límites que hemos desarrollado a lo largo de este trabajo doctoral, tiene pocas posibilidades de prosperar, o al menos, sería deseable que no lo hiciera, ni en el campo teórico ni en el práctico.

Así las cosas, ¿cómo compite el periodista cuando se enfrenta a ochenta mil personas que, como él, a la vez, presencian un espectáculo y pueden informar de él con su particular punto de vista, único y distinto al de los demás? Esa cuestión, que trasciende lo legal, enfrenta a los medios de comunicación ante sus retos de futuro. Más allá de las conclusiones que hemos presentado, hay otras ideas que surgieron durante el trabajo de investigación y que exponemos a continuación.

El actual escenario comunicacional evoluciona a un ritmo trepidante. En esta investigación dedicamos un espacio a determinar con algunos caracteres cómo es el entorno diario en el que se mueven los medios de comunicación en relación con el deporte en nuestra sociedad digital. El estudio de distintos análisis profundos nos dejó algunos rasgos particulares. La realidad de los medios de comunicación es convulsa, en consonancia con la crisis económica mundial vivida en la primera década del siglo XXI. Las dificultades para equilibrar presupuestos que atraviesan los medios han llevado a la desaparición de un número importante de publicaciones, emisoras de radio,

portales de internet y canales de televisión. El periodista de siempre, los oficios tradicionales del proceso comunicativo, no están tranquilos en un escenario de destrucción constante de puestos de trabajo, en una realidad de reconversión de papeles y funciones dentro de la comunicación. Los medios clásicos se enfrentan a la pérdida de lectores y de publicidad. Así, de igual modo que explicábamos en el caso de los clubes o las federaciones deportivas españolas, los medios y grandes grupos de comunicación en España se han visto abocados a realizar un ejercicio de responsabilidad en la gestión financiera que ha terminado con muchos casos de reducciones drásticas de medios y personal, o incluso la desaparición. De cualquier manera, en ese escenario, lejos de abocar el sector al abismo, entendemos que se le presentan nuevas oportunidades. No pretendemos sumarnos en este capítulo a una corriente pesimista que existe en el análisis de la realidad de la comunicación y el deporte. **Las carencias apuntadas en el análisis de la información principal que publican los diarios nos ofrecen vías donde explorar campos de crecimiento y mejora en el producto informativo** que pueden ser de interés para el público potencial de los medios de comunicación.

Trascendiendo en este punto los resultados del análisis de contenido, presentamos otras cuestiones que a nuestro juicio pueden resultar de interés en la tarea de moldear un modelo de comunicación rentable para los medios y el deporte.

La mejora constante del producto informativo que se ofrece a la ciudadanía debe ser obligación y vocación de los profesionales de la comunicación. En la comunión de la información y los temas que componen el espacio público de discusión sobre los asuntos que le afectan está uno de los caminos correctos para los medios de comunicación. Si los medios son capaces de acercarse con tino a los temas que realmente interesan a la sociedad para informar sobre esos hechos de manera efectiva y responsable, tendrán en esa misión una ventaja competitiva que apuntarse respecto de los otros actores que puedan sumarse a esa tarea, desprovistos a priori de esa visión global de su misión informativa. Los medios no están solos en la

determinación de la agenda de temas de interés en el espacio social que es la opinión pública, pero su razón de ser está en la obligación de detectar cuales son esos temas para informar y formar sobre ellos.

Contra la linealidad detectada de las programaciones y los contenidos, **la ruptura con nuevos formatos, nuevas ideas y nuevas vías para presentar la información a los aficionados debe ser tenida como una buena noticia** para el sector, siempre que el respeto a la noticia, a la información, sea innegociable.

Por otro lado, la universalización y democratización de las libertades para comunicar que han traído a la sociedad del siglo XXI las nuevas herramientas tecnológicas se ha traducido en el caso de España, y debido a la crisis de los medios tradicionales, en **la creación de medios de comunicación “unipersonales”, en los que la marca profesional del periodista asientan o no la viabilidad primera del medio**. Por otro lado, esas herramientas han posibilitado la creación de “multimedios”, medios de comunicación que, en el entorno digital, integran la voz, la palabra escrita y la imagen con o sin movimiento.

En el futuro, otra de las vías a explorar **es la apuesta por atender a otras disciplinas deportivas que son actualmente objeto de la información solo gracias a los medios de comunicación especializados** (con notables y rentables resultados, en muchos casos). El deporte como nicho de especialización se ha demostrado como rentable, en la medida en que se trata de uno de los asuntos de interés para la ciudadanía, y en sus múltiples facetas puede asociarse con la comunicación para aportarse beneficios mutuos donde los resultados redundan directamente en la sociedad. En esa línea, atender a la práctica, al contenido mínimo, a lo que ocurre en la cancha de juego, a la competición deportiva, dotando al lector de recursos que se derivan de la interpretación del juego, del análisis profundo, puede ser otra vía para explotar. Ello requiere de los profesionales una formación adecuada que les permita ver donde el aficionado común no llegue, hasta encontrar respuestas a cuestiones

que pueden ser de interés para los aficionados. La especialización que se le supone a la prensa deportiva permite que el experto traslade a su público un lenguaje y unos conocimientos que podrían ir más allá de la superficialidad: cierto es que la especialización del periodismo deportivo pudiere chocar con la búsqueda de un destinatario potencial masivo, que cuenta con el deporte y su información como parte de su ocio, y se asocia con él con adhesiones y compromisos suaves, alejados de la tensión que provocan en las personas otros aspectos de su vida diaria. Pero esa realidad no es incompatible con una vocación formativa del medio de comunicación. Potenciar la especialización es una vía para la mejora de los contenidos de los medios de comunicación deportivos. Extraer del deporte enseñanzas que el deporte puede regalar a la sociedad, técnicas, formas saludables de practicarlo, ideas para mejor rendimiento, para el mejor disfrute de los beneficios que aporta el deporte, siempre sobre la base de la atención a los profesionales que trabajan para el deporte, se antoja como posible vía de desarrollo para la comunicación.

Esa **vocación formativa, por otro lado, puede llevar a una interesante y necesaria tarea de educación** que busque atender a problemas sociales y minimizar alguna rémora que rodea al fenómeno deportivo: el periodismo deportivo tiene mucho que decir a los hinchas en relación con la prevención de la radicalización de grupos anexos al deporte y la violencia que se le asigna en determinados casos.

Además de hacer crecer esa vertiente educativa, otra vía para el crecimiento de los medios está en **tomar la iniciativa a la hora de fomentar el deporte con la organización de pruebas y competiciones en todos los órdenes** y para todos los públicos. En el recorrido por la historia de los medios y el deporte dimos cuenta de esa práctica: igual que el deporte editaba publicaciones, los medios percibieron el potencial que les daba la organización de competiciones. Existen notables ejemplos de casos que han trascendido con el tiempo al medio promotor para abrirse al ideario social y ser referente informativo en todos los medios. Diferentes actores en el mundo del deporte y la comunicación están llevando a cabo experimentos en esa línea, y con

buenos resultados. Los medios de comunicación tienen una puerta abierta para sumarse a esa vocación, convirtiéndose en actores activos del deporte.

Ya dimos cuenta, por otro lado, de los cambios y avances que han producido las nuevas tecnologías de la información en el mundo de la comunicación, con especial incidencia en el deporte. La universalización se ha traducido en este particular sector en la aparición de un foro donde todos los actores toman la iniciativa de comunicar, algo que aumenta la competencia del profesional y de los medios de información tradicionales. El papel de intermediarios que se atribuye a los medios de comunicación y a los profesionales que ejercen el periodismo podría entenderse prescindible en un escenario en el que el trato es casi directo e instantáneo entre el emisor y el receptor.

Ante esa situación, otra propuesta que nos deja este trabajo doctoral se articula sobre la idea de potenciar todas esas capacidades y vías que hemos detectado durante el estudio. Explorar las posibilidades de todo el fenómeno deportivo en las distintas caras es un camino que, por otro lado, acerca más a los profesionales y a los medios de comunicación a la misión que la sociedad le asigna tradicionalmente. En un escenario en el que todos comunicamos, el profesional no puede más que hacer valer las virtudes del periodismo. Si las redes sociales han popularizado el debate social, es misión de los medios, además de su responsabilidad, dar orden a ese debate con el objetivo de que sea beneficioso para la sociedad: plural, razonado, educado y que aporte ideas.

Los actores del deporte comunican información relevante con ventaja debido a que, en muchos casos, son a la vez emisores y protagonistas de la noticia. Por su parte, el periodista y el medio tienen la misión de valorar, editar, filtrar y analizar la multiplicidad de emisiones existentes a diario con el fin de presentar a su público el valor añadido de una interpretación equilibrada de los mensajes que le “infoxican”.

Si las nuevas tecnologías nos ofrecen instrumentos para poder ejercer la libertad de informar de manera más sencilla y eficaz, es obligación del profesional interiorizarlos con el fin de implementar los modos y procedimientos que su misión en sociedad le exigen. El medio ya no es el mensaje, sino que se convierte en simple herramienta de comunicación, lo que lleva en muchos casos a eliminar su responsabilidad en el proceso comunicativo. Si nos preguntásemos si Twitter o Facebook son medios de comunicación, la respuesta no sería clara, y he aquí un campo teórico en el que proponemos ampliar investigaciones de carácter académico y científico que conceptualicen el papel de aquellos en el proceso de la comunicación.

A día de hoy, las plataformas digitales sociales de intercambio de contenidos, de información, se han desentendido de responsabilidades en situaciones de conflictividad en relación con los mensajes emitidos. Si un periodista publica una noticia en su medio de comunicación, la responsabilidad ante la sociedad en relación con esa información recaen en el periodista y a continuación en el medio de comunicación y su empresa editora. Si el mensaje lo emite un periodista a través de su cuenta personal en la plataforma de *microblogging*, esta declina cualquier responsabilidad y deriva todo el peso de la emisión precisamente en el emisor. En ese sentido, hay una diferenciación clara entre el medio y la herramienta de comunicación. **Detectar caracteres en común y diferenciales que puedan establecer qué es un medio de comunicación y qué no lo es, en relación con las vías que ofrece para comunicar el universo digital** puede ser un camino de estudio científico para nuestras siguientes investigaciones.

La responsabilidad en el proceso tradicional de la comunicación recae en el emisor y el receptor, y sobre todo, en el propio mensaje. Si en algo pueden beneficiar las nuevas tecnologías al periodismo es en el hecho de que se centre el protagonismo en el mensaje. Hoy, con permiso de Marshall McLuhan, el mensaje es el mensaje: el profesional tiene la obligación de poner en valor la pasión incontinida de la narración de un gol en la radio, la tensión que nos transmite la imagen del ciclista luchando contra la naturaleza en los

grandes picos de montaña del mundo, o la épica que nos traslada una crónica sobre las hazañas del atleta escrita con puño de literato. La práctica deportiva enciende las emociones más intensas que puede sentir el ser humano. El periodismo y la comunicación tienen en el deporte el socio perfecto para crecer y reivindicarse como imprescindibles para una sociedad que aspira a ser mejor, más justa, sana, culta, solidaria y humana en los albores de un siglo XXI que nos lleva hacia un futuro sin papel, quizá cimentado sobre ceros y unos en el que los sentimientos, la pasión, la emoción, la alegría y la tristeza que nos regala el deporte sean tan vitales para el hombre como el pan y el agua. Que nunca se acabe el deporte, que siempre nos quede la radio. Construyamos la comunicación sobre el mensaje. Y que gane el mejor.

# REFERENCIAS

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Alcoba López, A. (1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: El autor.

-Alcoba López, A. (1987). *Deporte y comunicación*. Madrid: A. Alcoba, D.L.

-Alcoba López, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Thomson-Paraninfo.

-Alcoba López, A. (2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid: Esteban Sanz Martínez.

-Alonso, A. I. S. (2001). *La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: análisis crítico del proceso de concentración multimedia*. (Tesis de Doctorado). Universidad Complutense. Madrid.

-Alonso Pascual, J.M. (1996). *Anglicismos deportivos. Uso y abuso en la información española*. Valladolid: Dirección General de Deporte y Juventud.

-Ander-Egg, E. (1983). *Técnicas de investigación social*. Alicante: Humanitas.

-Asociación de la Prensa de Madrid (2013). Informe Anual de la Profesión Periodística.

-Azurmendi Adarraga, A., (1997) *Derecho de la Información*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA)

-Barber, C. M. (2007). No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 123-144.

-Bardin, L. (1986): *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

- Barreau, J. J., Rodríguez, E.S. y Morne, J. J. (1991). *Epistemología y antropología del deporte*. Alianza Editorial.
- Barrio, M. A. P. (2009). La estructura actual de las retransmisiones deportivas en los programas de radio en España. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, (18), 99-114.
- Benito García, J.M. (2001). *La universalización del acceso a la información en el derecho de rectificación (tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Bermejo Vera, J. (1997). Derechos fundamentales, información y deporte. *Revista Española de Derecho Constitucional*, 51, pp. 65-94.
- Blanchard, K., y Cheska, A. T. (1986). *Antropología del deporte*. Barcelona: Bellaterra
- Blanco, S. G. (1994). Origen del concepto “deporte”. *Aula*, VI, pp. 61-66.
- Boladeras Cucurella, M. (2001). La opinión pública en Habermas. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, XX, pp. 51-70.
- Bonaut Iriarte, J. (2008). La influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)”. *Comunicación y Sociedad*, XXI(1), pp. 103-136.
- Bosch Borrero, E. (2010). *Libertades informativas y garantías para su ejercicio. Especial referencia al secreto profesional y la clausula de conciencia (tesis doctoral)*. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Bustamante, E. (2006). Radio y televisión en España. *Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.

- Cagigal, J. M. (1975). *El deporte en la sociedad actual*. Madrid: Prensa Española.
  
- Calleja, E. G. (2004). Deporte y poder: El caso del Real Madrid C. de F. *Memoria y Civilización (MyC)*, 7, pp. 79-127.
  
- Calzada Arija, A. (2004). Deporte y educación. *Revista de educación*, 335, pp. 45-60.
  
- Carbonell, S. (1972). *50 años de periodismo deportivo (1922-1972)*. Valencia: Imp. F. Domenech.
  
- Castañón Rodríguez (2005), *Diccionario terminológico del deporte*. Gijón: Trea.
  
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
  
- Cazorla, L. M. (1979). *Deporte y estado*. Barcelona: Labor.
  
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2014). Barómetro nº 3029, de junio de 2014.
  
- Consejo Superior de Deportes (1990). La función del deporte en sociedad. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
  
- Consejo Superior de Deportes (2000). El deporte español ante el siglo XXI. Madrid: Consejo Superior de Deportes.
  
- Consejo Superior Deportes (2006). Deporte e inmigración en España: el papel del deporte en la integración de los ciudadanos (mayo 2006). Kennett, C. (2006). Deporte e inmigración en España: el papel del deporte en la integración de los ciudadanos. *Barcelona. CEO, UAB*.



-Consejo Superior de Deportes (2010). Encuesta de Hábitos Deportivos. Recuperado el 20 de septiembre de 2013 en [https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiJzYLc8pzKAhWBAxoKHYLzAOkQFgglMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.csd.gob.es%2Fcsd%2Festaticos%2Fdep-soc%2Fencuesta-habitos-deportivos2010.pdf&usq=AFQjCNFZhKqEjK2eDBPzZePKNWfJaeoubQ&sig2=qlFFD2EEOiX\\_7JTfOXY1Uw](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiJzYLc8pzKAhWBAxoKHYLzAOkQFgglMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.csd.gob.es%2Fcsd%2Festaticos%2Fdep-soc%2Fencuesta-habitos-deportivos2010.pdf&usq=AFQjCNFZhKqEjK2eDBPzZePKNWfJaeoubQ&sig2=qlFFD2EEOiX_7JTfOXY1Uw)

-Consejo Superior de Deportes (2013). *Anuario de Estadísticas Deportivas*.

-Consejo Superior de Deportes (2016). Encuesta de Hábitos Deportivos 2016. Recuperado el 21 de julio de 2016 en [http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/documentacion/Anuario\\_de\\_Estadisticas\\_Deportivas\\_2016%20\(2\).pdf](http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/documentacion/Anuario_de_Estadisticas_Deportivas_2016%20(2).pdf)

-Cornella, A. (2000). Cómo sobrevivir a la infoxicación. *Infonomia. com*, 8.

-Crovi Druetta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias políticas y sociales*, 45(185).

-Cruz Feliu, J., Mimbbrero Palop, J., Boixadós Anglès, M., y Torregrosa i Álvarez, M. (1996). ¿Existe un deporte educativo?: Papel de las competiciones deportivas en el proceso de socialización del niño. *Revista de psicología del deporte*. 5. pp. 111-134.

-Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.

-De Aguilera Moyano, M. (1998). La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica. *Comunicación y cultura*, 4, pp. 5-11.

-De Baranda Andújar, C. S. (2013). Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo. *Materiales para la Historia del Deporte*, 11, pp. 7-27.

- De la Plata, N. (Dir.). (2010). *La violencia en los espectáculos deportivos: aspectos jurídicos y técnicos*. Madrid: Dykinson.
  
- De Moragas, M. (1992). *Los Juegos de la comunicación. Las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Madrid: Fundesco.
- De Moragas, M. (1999). Comunicación y deporte en la era digital. Sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas. *Contratexto: revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*, 12, pp. 73-92.
  
- De Peralta y Carrasco, M. (2004). Breves precisiones sobre la costumbre; fuente y origen de normas jurídicas. En Congreso Internacional APLEX. Cáceres, 4, 5 y 6 de noviembre de 2004.
  
- Deloitte (2014). All to play for Football Money League. Sports Business Group at Deloitte. Manchester, UK.
  
- Descalzo González, A. (2011). El deporte: entre el derecho a comunicar y recibir información y la actividad empresarial. *Revista Liga de Fútbol Profesional*, 104, pp. 12-13.
  
- Desantes Guanter, J.M. (1977). *Fundamentos del derecho a la información*. Confederación Española de Cajas de Ahorro.
  
- Desantes Guanter, J.M. (2004). *Derecho a la información. Materiales para un sistema de la comunicación*. Valencia : Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, 2004.
  
- Diago, G. G. (2010). Triangulación metodológica: Paradigma para investigar desde la ciencia de la comunicación. *Razón y palabra*, 72, p. 16.
  
- Díaz, L. (1997) *La radio en España, 1923-1997*. Madrid: Alianza Editorial.

- Díaz Nosty, B. (2011). La crisis en la industria de la prensa. Vida más allá del papel.... *Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, enero-marzo 2011. pp. 1-15
  
- Díez Bueso, L. (1999). Derecho a la información y retransmisiones deportivas. *Quarderns del CAC*. 6. pp. 9-16
- Díez O'Dogherty, F. (2015). Televidente 2.0. Evolución en el consumo audiovisual en el 2014: plataformas, fibra óptica, dispositivos móviles, Smart TVs y Youtube. *Ponencia presentada en el seminario "Tendencias actuales en investigación en Comunicación Audiovisual e Industrias Culturales"*. Facultad de Comunicación. Universidad de Málaga.
  
- Durán, J. (2006). La actividad física y el deporte: una oportunidad para transmitir valores. *Valores en movimiento. La actividad física y el deporte como medio de educación en valores*, 45, pp. 9-23.
  
- Escalera Reyes, J. (2003). Cultura Físico-deportiva: una propuesta desde la antropología, pp. 31-48. En Medina, F. X. (2003). *Culturas en juego: ensayos de antropología del deporte en España*, 13. Barcelona: Icaria Editorial.
  
- Escobar de la Serna, L. (1997). *Manual de derecho de la información*. Dykinson.
  
- Escobar de la Serna, L. (1998). *Derecho de la información*. Dykinson.
  
- Escobar de la Serna, L. (2000). *Principios del Derecho a la información*. Dykinson.
  
- Esteve, R. (1991). *Un nuevo modelo turístico para España*. Málaga: Universidad de Málaga.

- Estrada, R. E. L., y Deslauriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales*, 61, pp. 2-19.
  
- Ezcurra, L. (1974) *Historia de la radiodifusión española: Los primeros años*. Madrid: Editora Nacional.
  
- Ezequiel, A. E. (1995). Diccionario del trabajo Social. *Buenos Aires*.
- Federación Internacional de Fútbol Asociado, FIFA (2014). Reporte de Transferencias de Futbolistas. Recuperado de: <http://www.fifatms.com/>
  
- Feixa Pàmols, C. (2003). Un antropólogo en el fútbol. *Culturas en juego: ensayos de antropología del deporte en España*, 13, p. 73.
  
- Fernández Sarasola, I. (2006). Opinión pública y “libertades de expresión” en el constitucionalismo español (1726-1845). *Historia Constitucional* (revista electrónica), 7, pp. 159-186.
  
- Ferrando, M. G. (2008). Una sociedad dualmente deportivizada: los hábitos deportivos de los españoles entre los periodos olímpicos 1976 (Montreal) y 2008 (Pekín). *Citius, altius, fortius: humanismo, sociedad y deporte: investigaciones y ensayos*, 1(2), pp. 9-38.
  
- Gabás Pallás, R. (2001). ¿Quién opina en la opinión pública? *Anàlisi*, 26, pp. 169-186.
  
- García Castillejo, A. (1995). *El conflicto de honor-libertad de información en la Constitución española de 1978. La jurisprudencia del Tribunal Constitucional*. Écija: Graf. Sol.
  
- García de Torres, E. (2010). Contenido generado por el usuario: aproximación al estado de la cuestión. *El profesional de la información*, 19 (6), pp. 585-594.

-García, E., De Moragas, M., y Gómez, M. (1994). El deporte en las televisiones españolas. *Telos*. 38, pp. 109-118.

-García Jiménez, J. (1980). *Radiotelevisión y política cultural en el franquismo*. Madrid : Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Instituto "Balmes" de Sociología.

-García Murcia (2001). *Los derechos de información en el contrato de trabajo*. Valencia: Tirant lo Blanch.

-Gay Fuentes, C.G. (1991). La Regulación del ejercicio de la profesión periodística. *Revista de Administración Pública*, 126, pp. 385-408.

-Gillmor, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media, Inc.

-Gil, E. y Romero, H. (2012). Consideraciones sobre la radio deportiva actual en España. Nuevos hábitos y horizontes (pp. 54-65). En Marín, J. (coord.). *Deporte, comunicación y cultura*. Zamora: Comunicación Social.

-Ginesta Portet, X. (2011). El fútbol y el negocio del entretenimiento global. Los clubes como multinacionales del ocio. *Comunicación y Sociedad*, 24(1), pp.141-166. Comunicación y Social.

-Gómez, J. A. C., y Pernas, R. G. (2013) "Educar en las cárceles: nuevos desafíos para la educación social en las instituciones penitenciarias Educating in Prisons: New Challenges for Social Education". *Revista de educación*, 360, pp. 36-47

-González Escudero, A. (2011). Sinopsis del artículo 20 de la Constitución Española. Madrid: Congreso de los Diputados. Recuperada en: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=20&tipo=2>

- González Ramallal, M. E. (2004). *Sociedad y deporte: análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España (tesis doctoral)*. A Coruña: Universidade da Coruña.
  
- Grau, N. C., & Pereira, L. C. B. (1998). Entre el Estado y el mercado: lo público no estatal. *Lo público no estatal en la reforma del Estado* (pp. 25-58). Paidós Ibérica.
  
- Gutiérrez, M., y Bailén, A. H. (2003). La programación de las radios generalistas en España. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 8, pp. 117-135.
  
- Guzmán Brito, A. (1995). El fundamento de la validez de la costumbre como fuente de Derecho. *Revista Chilena de Derecho*. 22(3). pp. 623-628.
  
- Heinemann, K. (1993). El deporte como consumo. *Ponencia presentada en el Congreso Mundial de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*. Granada.
  
- Heinemann, K. (2002). Deporte para inmigrantes, ¿instrumento de integración?. *Apunts: Educación física y deportes*, 68, pp. 24-35.
  
- Hernández Pérez, J.M. (2006). Apuntes sobre el discurso deportivo de Ortega y Gasset. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 4, pp. 121-136.
  
- Hernández Vázquez, M. (2003). *Antropología del deporte en España*. Madrid: Editorial Esteban Sanz.
  
- Igartúa, J. J. y Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Journal of health communication*, 8(6), pp. 513-528.
  
- Instituto Nacional de Estadística (2011). Estudio sobre los medios de comunicación en España. Recuperado el 29 de agosto de 2015 en



<http://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?type=pcaxis&path=/t12/a110/a01/&file=pcaxis>

-Jiménez, I. V. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Calidad en la Educación Superior*, 3(1), pp. 119-139.

-Jiménez Paris, T. A. (2011). Las fuentes supletorias de la ley y la aplicación de las normas jurídicas. Material de enseñanza. Universidad Complutense de Madrid.

-Jones, D. E. (2006). La ausencia del deporte en las revistas de comunicación. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 69, pp. 142-143.

-KantarMedia (2014). Cobertura del deporte nacional en la TV en abierto de 2013.

-Keane, J. (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública. *Estudios sociológicos*, pp. 47-77.

-Knopp, P. D. (1999). Sport tourism: A state of the art. *European Journal of Sport Management*, 5(2), pp. 5-20.

-Lagardera, F. (1990). *Una interpretación de la cultura deportiva en torno a los orígenes del deporte contemporáneo en Cataluña (tesis doctoral)*. Barcelona: Universidad Central de Barcelona.

-Latiesa, M., y Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista internacional de sociología*, 64(44), pp. 133-149.

-Lifante Vidal, I. (2007). Sobre la distinción entre lo íntimo, lo privado y lo público de Ernesto Garzón Valdés. *Doxa*, 30, pp. 129-133.

-Lipovetzky, G. (1993). Espacio privado y espacio público en la era posmoderna. *Sociológica*, 8(22), pp. 23-36.

-Lobillo Mora, G. M. (2013). *Deporte y comunicación: La comunicación organizacional en los clubes de fútbol españoles (tesis doctoral)*. Málaga: Universidad de Málaga.

-Magdaleno Alegría, A. (2006). *Los límites de las libertades de expresión e información en el Estado Social y democrático de Derecho*. Madrid: Congreso de los Diputados.

-Maíllo, I. S. (2011). El derecho a la libertad de expresión en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos: dos casos españoles. *Teoría y Realidad Constitucional*, (28), pp. 579-596.

-Malvar, L. (2005). *La radio deportiva en España (1927-2004)*. Madrid: Pearson Educación, SA.

-Mandell, R. D. (1986). *Historia cultural del deporte*. Barcelona: Bellaterra.

-Manfredi Sánchez, J. L., Herranz de la Casa, J. M. y Rojas Torrijos, J. L. (2015). Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 69-90.

-Marín Montín, J. (2005) *Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

-Martín García, M. (2011). *Deporte y sociedad: Los departamentos de prensa en las Federaciones Deportivas Española (tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid.

-Martínez Gutiérrez, R. (2012). El sorprendente mundo del fútbol y el derecho. A propósito de algunas operaciones urbanístico-deportivas. *Revista de administración pública*, 188, pp. 147-188.

- Martínez Nicolás, M. (2006). Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 33, pp. 135-170.
  
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós Ibérica.
  
- Medina Guerrero, M. (2005). *La protección constitucional de la intimidad frente a los medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanc.
  
- Meeker, M. (2001). *La publicidad en Internet*. Ediciones Granica SA.
  
- Merlinsky, G. (2006). La entrevista como forma de conocimiento y como texto negociado. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 27, pp. 248-255.
  
- Millán Garrido, A. (2011). Fútbol y emisiones radiofónicas. Iusport. Recuperado el 25 de marzo de 2013 en [http://www.iusport.es/php2/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1717&Itemid=33](http://www.iusport.es/php2/index.php?option=com_content&task=view&id=1717&Itemid=33)
  
- Millán Garrido, A. (2012). Fútbol y emisiones de radio: el canón radiofónico. *Revista Española de Derecho del Deporte*, 30, pp. 11-32.
  
- Molina, C. M. (2008). La publicidad en Internet: situación actual y tendencias en la comunicación con el consumidor. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 13(24), pp. 183-201.
  
- Molina, F. (2010). Deporte, interculturalidad y calidad de vida: nuevos modelos de integración social. *Anduli: revista andaluza de ciencias sociales*, (9), 165-173.
  
- Montero Sánchez, M. (2001). Mundialización y construcción de la opinión pública. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 26, pp. 103-119.



- Montoro Fraguas, A. (2007). *El derecho de acceso a la radiotelevisión pública*. Madrid: Dykinson.
  
- Morell, A. G. (2013). Unamuno y el deporte (Un artículo olvidado). *Cuadernos de la Cátedra Miguel de Unamuno*, 20, pp. 25-29.
  
- Muñoz Alonso, A. (1990). Génesis y aparición del concepto de opinión pública, pp. 23-83.
  
- Naranjo Arcos, 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 (tesis doctoral)*. Málaga: Universidad de Málaga.
  
- Nasser, D. (1995). Deporte y turismo activo: una reflexión sociológica. *Primer congreso de turismo rural y turismo activo*. pp. 481-499.
  
- Nieto, M. A. (2006). *Bobby Deglané. El arquitecto de la radio española*. Barcelona: Ed. B.
  
- Noguero, A. M. (2007). Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda: una aproximación etimológica. *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, 12, pp. 43-61.
  
- Noguero, F. L. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de educación*, 4, pp. 167-180.
  
- Norbert, E., y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: Ed. Fondo de Cultura Económica.
  
- Núñez-Romero Olmo, F. (2009). *Las formación de las secciones de deporte en los diarios de información generales españoles antes de 1936. Análisis*



*hemerográfico estructural comparado (tesis doctoral)*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera- CEU.

-Olivera Beltrán, J. (2006). José María Cagigal y su contribución al humanismo deportivo. *Revista Internacional de sociología*, 64(44), pp. 207-235.

-Orihuela, J. L. (1989). *Información y persuasión*. En García Noblejas, J.J. y Sánchez Aranda, J.J. (Eds.). La responsabilidad pública del periodista: actas de las III Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información. Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.

-Ortega y Gasset, J. (1960). *Ensayos escogidos*. Madrid: Aguilar.

-Ortega y Gasset, J. (1983). *Obras Completas*. Madrid: Alianza Editorial.

-Palomar Olmeda, A. (2013). La doctrina del Tribunal de Justicia de la Unión Europea sobre los breves espacios informativos y la necesidad de adaptar la legislación española. *Revista Jurídica del Deporte*, 38, pp. 351-386.

-Paniagua Santamaría, P. (2003). *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.

-Pascual, M. (1992). Aproximación a las legislaciones deportivas nacionales. *Cuadernos de la Facultad de Derecho (UIB)*, 18, pp. 145-151.

-Pellegrini-Ripamonti, S. (2011). Análisis conceptual del Periodismo Ciudadano y propuesta metodológica para analizar su contribución informativa. *Palabra Clave*, 13(2), pp. 271-290.

-Pérez Amorós, F. (1993). *Derechos de información sobre empleo y contratación. Los derechos de los representantes de los trabajadores en la empresa, según la ley 2/1991*. Editorial Bosch.

- Pérez, J. M. H. (2006). Apuntes sobre el discurso deportivo de Ortega y Gasset. *Revista Española de Educación Física y Deporte*, 4, pp. 121-136.
- Pérez, M. D. P. M. C., y Damas, S. H. (2007). Radiografía del 'prime time' informativo de la radio española. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 5, pp. 405-414.
- Plaza Penadés, J. (2006). El derecho al honor de los deportistas y su conflicto con la libertad de expresión e información. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, 17, pp. 433-464.
- Puente, S., Vergara, G. S., y Grassau, D. (2011). Ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos. *Cuadernos de Información*, 28, pp. 19-32.
- Puig i Barata, N. y Martínez del Castillo, J. (1998). *Espacio y tiempo en el deporte, en Sociología del Deporte*. Ed. García Ferrando, M. Madrid: Alianza Editorial.
- Raigada, J. L. P. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), pp. 1-42.
- Ramírez, W., Vinaccia, S., y Suárez, G. R. (2004). El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. *Revista de estudios Sociales*, 18, pp. 67-75.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.<sup>a</sup> ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Rodríguez, E. R., Hermoso, S. P., y Calvo, P. A. (2007). Periodismo ciudadano versus Periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, pp. 189-212.

- Rodríguez Ten, J. (2001). El derecho "fundamental" a la información deportiva a la luz de la Ley 21/1997, de 3 de julio, sobre emisiones y retransmisiones de acontecimientos deportivos. *Revista Española de Derecho Deportivo*, 14, pp. 189-208.
- Rojas Torrijos, J.L. (2005). *La información y el deporte. Libro de estilo para la prensa deportiva andaluza*. Sevilla: Aconcagua Libros.
- Romaní, J. C. C. (2011). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 14(27), pp. 295-318.
- Romero Coloma, A.M. (2000). *Libertad de información frente a otros derechos en conflicto: honor, intimidad y presunción de inocencia*. Madrid: Civitas.
- Rubio, K. (2006). La competición y la experiencia de la derrota: lecciones universitarias olímpicas. Cátedra Internacional de Olimpismo (CIO-UAB). Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB).
- Sánchez Aranda, J. J. y Barrera, C. (1992). *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona: Eunsa.
- Sánchez de Diego Fernández de la Riva, M., Coord. (2008). *El derecho de acceso a la información pública*. Compañía Española de Reprografía y Servicios.
- Sánchez Martín, R. (2003). El deporte, ¿nuevo instrumento de cohesión social?. En Medina, F. X. (Ed.), *Culturas en juego: ensayos de antropología del deporte en España* (Vol. 13), p. 49. Barcelona: Icaria Editorial.
- Sancho Gargallo, I. (2001). El Fair use como límite natural de los derechos de propiedad intelectual. Comunicación a la sesión de la Academia de Jurisprudencia y Legislación de Cataluña.

- Sanjurjo, J. A. S. (2012). Fútbol y cine en el franquismo: La utilización política del héroe deportivo en la España de Franco. *Historia y comunicación social*, 17, pp. 69-84.
  
- Sanmartín, M. G. (2004). El valor del deporte en la educación integral del ser humano. *Revista de educación*, 335, pp. 105-126.
  
- Santamaría, P. P. (2006). Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, pp. 185-193.
  
- Shaw, D. (1987). *Fútbol y franquismo*. Madrid: Alianza Editorial.
  
- Suárez Espino, M. L. (2007). Los derechos de comunicación social en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos y su influencia en el Tribunal Constitucional Español. *Revista de Derecho Constitucional Europeo*. 4(7).
  
- Terol Gómez, R. (2002). Fútbol, televisión y derecho a la información (a vueltas con la ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las emisiones y retransmisiones de acontecimientos y competiciones deportivas). *Revista de Administración Pública*, 158, pp. 349-382
  
- Toursinov, A. (2012). El poder coercitivo de la manipulación en los discursos propagandísticos. *Laissez-Faire*, (36-37), pp. 1-7.
  
- UNESCO (1983). Principios Universales de Ética Profesional en el Periodismo.
  
- UNESCO (2013). Enfoques estratégicos sobre las TICS en educación en América Latina y el Caribe.
  
- Universidad de Cádiz (2011). Estudio diagnóstico sobre el Deporte Universitario Español. Recuperado el 23 agosto de 2014 en



<http://www.csd.gob.es/csd/promocion/deporte-universitario/2comiteespDepUniv/04EstDepUniv>

-Vázquez Medel, M.A. (2005). Sobre juego, deporte y comunicación. En Marín Montín, J. (Ed.), *Comunicación y deporte: nuevas perspectivas de análisis*, p. 15. Sevilla: Comunicación Social.

-Vega Jiménez, R.A. (2013). *La información deportiva en Canal Sur. Una aproximación a su tratamiento en la Radio Televisión de Andalucía (tesis doctoral)*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

-Vicente Mariño, M. (2006). Desde el análisis del contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. *IX Congreso IBERCOM*. Sevilla-Cádiz.

-Villalba Cabello, F. (2010). Efectos económicos del deporte en Andalucía. // *Encuentro Nacional de Observatorios del Deporte*. Sevilla.

-Villaverde Menéndez (1995). *Los derechos del público. El derecho a recibir información del artículo 20.1. d) de la Constitución Española de 1978*. Madrid: Tecnos.

-Young, K. y otros (1977): *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires: Paidós.

## REFERENCIAS JURÍDICAS Y JEGALES

-Comisión Europea (2003). Decisión 2003/778/CEE, venta de derechos comerciales de la Liga de Campeones

-Comisión Europea (2012). Resolución del Parlamento Europeo, de 2 de febrero de 2012, sobre la dimensión europea del deporte (2011/2087(INI))

-Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (2012). Resolución por la cual se adoptan medidas cautelares en el marco del conflicto planteado por UNIPREX, S.A., SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.L., CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., RADIO POPULAR, S.A. CADENA DE ONDAS POPULARES ESPAÑOLAS, FEDERACIÓN DE ORGANISMOS O ENTIDADES DE RADIO Y TELEVISIÓN AUTÓNOMICOS y UNIDAD EDITORIAL INFORMACIÓN DEPORTIVA, S.L.U. contra la LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL para la determinación de la cuantía de la compensación económica reconocida en el artículo 19 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (MTZ 2012/1289).

-Consejo de Europa (1989). Convenio europeo sobre televisión transfronteriza. Recuperado de: <http://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/132>

-Consejo de Europa (1993). Código Europeo de Deontología del Periodismo.

-Consejo de Europa (2010). Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual).

- España. Audiencia Nacional. Sentencia 51/2013, de 28 de enero.
  
- España. Audiencia Provincial de Madrid, Sección 10ª. Sentencia 204/1996, de 30 de marzo.
  
- España (1978). Comisión de Asuntos Constitucionales y Libertades Públicas del Congreso de los Diputados. Ponencias y Enmiendas a la Constitución Española. Recuperado de:  
<http://www.congreso.es/consti/constitucion/elaboracion/index.htm>
  
- España. Constitución Española 1812, de 19 de marzo. Recuperada de:  
[http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Hist\\_Normas/ConstitEsp1812\\_1978/Const1812](http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Hist_Normas/ConstitEsp1812_1978/Const1812)
  
- España. Constitución Española 1837. Gaceta de Madrid, 935, 24 de junio, pp. 1-2.
  
- España. Constitución Española 1869. Gaceta de Madrid, Año CCVIII, 158, de 7 de junio, pp. 1-2.
  
- España. Constitución Española de 1876. Gaceta de Madrid, Año CCXV, 184, de 2 de julio, pp. 9-12.
  
- España. Constitución de la República Española de 1931. Gaceta de Madrid, 344, de 10 de diciembre, pp. 1578-1588.
  
- España. Constitución Española de 1978. Boletín Oficial del Estado, 311, 29 de diciembre, pp. 29313-29424.
  
- España. Delegación Nacional de Deportes. (1941) Decreto de 22 de Febrero de 1941 por el que se establece la Delegación Nacional de Deportes de F. E. T. y de las J. O. N. S.
  
- España. Federación de Asociaciones de Periodistas de España. Estatutos.

Recuperados de: <http://fape.es/home/estatutos/>

-España (1883). Ley creando en Madrid una Escuela central de Profesores y Profesoras de Gimnástica. Gaceta de Madrid, 69, de 10 de marzo, p. 537.

-España (1883). Ley de Prensa e Imprenta. Gaceta de Madrid, 211, 30 de julio, p. 189.

-España (1887). Ley reglamentando el derecho de asociación. Gaceta de Madrid, 193, de 12 de julio, pp. 105-106.

-España. Ley 77/1961, de 23 de diciembre, sobre Educación Física. Boletín Oficial del Estado, 309, pp. 18125-18129.

-España. Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. Boletín Oficial del Estado, 67, pp. 3310- 3315.

-España. Ley General 13/1980 de Cultura Física y del Deporte. Boletín Oficial del Estado, 89, 12 de abril, pp. 7908-7913.

-España. Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Boletín Oficial del Estado, 115, 14 de mayo, pp. 12546-12548.

-España. Ley Orgánica 2/1984, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho a Rectificación. Boletín Oficial del Estado, 74, 27 de marzo, p. 8387.

-España. Ley 10/1990 del Deporte. Boletín Oficial del Estado, 249, 15 de octubre, pp. 30397-30411.

-España. Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, Reguladora de la Cláusula de Conciencia de los Profesionales de la Información. Boletín Oficial del Estado, 147, 20 de junio, p. 19072-19073.

-España. Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. Boletín Oficial del Estado, 159, pp. 20742-20744.

-España. Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial del Estado, 79, pp. 30157- 30209.

-España (2008). Proposición de ley 122/000070, de 23 de abril, sobre el derecho a la información y deberes y derechos de los informadores. Boletín Oficial de las Cortes Generales. Congreso de los Diputados. Serie B. 83-1. p. 1.

-España. Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil. Boletín Oficial del Estado, 206, 25 de julio de 1889.

-España. Real Decreto 596/1977, de 1 de abril, por el que se desarrolla el Real Decreto-ley 23/1977, de 1 de abril, y se crea la Subsecretaría de Familia, Juventud y Deporte. Boletín Oficial del Estado, 83, 7 de abril de 1977. pp. 7770-7771.

-España. Real Decreto 2258/1977, de 27 de agosto, sobre estructura orgánica y funciones del Ministerio de Cultura. Boletín Oficial del Estado, 209, 1 de septiembre de 1977. pp. 19581-19584.

-España. Real Decreto-ley 15/2012, de 20 de abril, de Modificación del Régimen Administrativo de la Corporación RTVE previsto en la Ley 17/2006, de 5 de junio. Boletín Oficial del Estado, 96, 21 de abril de 2012. pp. 30985-30991.

-España. Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, «BOE» núm. 104, de 1 de mayo de 2015, pp. 37989-38006.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia 30/1982, de 1 de junio.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia 168/1986, de 22 de diciembre.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia 240/1992, de 21 de diciembre.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Primera). Sentencia 4/1996, de 16 de enero.

-España. Tribunal Constitucional. (Sala Primera). Sentencia 134/1999, de 15 de julio.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia 199/1999, de 8 de noviembre.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Primera). Sentencia 158/2003, de 15 de septiembre.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Primera). Sentencia 56/2004, de 15 de abril.

-España. Tribunal Constitucional (Pleno). Sentencia 112/2006, de 5 de abril.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia núm. 29/2009, de 26 de enero.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Primera). Sentencia 23/2010, de 27 de abril.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Segunda). Sentencia 50/2010, de 4 de octubre.

-España. Tribunal Constitucional (Sala Primera). Sentencia 19/2014, de 10 de febrero.

-España. Tribunal Supremo (Sala de lo Civil, Sección 1). Sentencia 9804/1989, de 5 de diciembre.

-España. Tribunal Supremo (Sala de lo Civil, Sección 10). Sentencia 8683/2001, de 7 de noviembre.

-España. Tribunal Supremo (Sala de lo Civil, Sección 1). Sentencia 5690/2008, de 15 de diciembre.

-España. Tribunal Supremo (Sala de lo Civil, Sección 1). Sentencia 4586/2010, de 27 de julio.

-Estados Unidos (1791). Carta de Derechos, 3 de noviembre. Recuperada de: <http://www.archives.gov/espanol/declaracion-de-derechos.html>

-Francia (1789). Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano. Disponible en: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/declaration-des-droits-de-l-homme-et-du-citoyen-de-1789.5076.html>

-Organización Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Recuperada en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

-Organización Naciones Unidas (1946). Asamblea General. Resolución 59.1. Recuperada en: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/59%28I%29>

- Organización Naciones Unidas (1976). Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Recuperado en:  
<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>
  
- Organización Naciones Unidas (1994). Resolutoria E/CN 4/1995/32, de 14 de diciembre, "Protección y Promoción del Derecho a la libertad de Expresión y Opinión". Recuperada en: <http://daccess-ods.un.org/TMP/4659694.7312355.html>
  
- Unión Europea (1992). Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastricht el 7 de febrero de 1992. Diario Oficial de la Unión Europea, 29 de julio de 1992, pp. 1-112.
  
- Unión Europea (1997). Tratado de Amsterdam por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados actos conexos, 10 de noviembre de 1997.
  
- Unión Europea (2000). Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, de 18 de diciembre de 2000.
  
- Unión Europea (2001). Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información.
  
- Unión Europea (2007). Libro Blanco sobre el deporte, 11 de julio de 2007.
  
- Unión Europea (2007). Tratado de Lisboa por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea y el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, firmado en Lisboa el 13 de diciembre de 2007. Diario Oficial de la Unión Europea, 17 de diciembre de 2007.
  
- Unión Europea. Tribunal de Justicia, Gran Sala, Sentencia de 4 de octubre de 2011 sobre Asuntos acumulados C-403/08 y C429/08.

## REFERENCIAS A ARTÍCULOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN ONLINE

-Anónimo (1910). La locura del balompie. ABC. Recuperado el 2 de mayo de 2013 en <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1910/07/18.html>

-Anónimo (2009). Alrededor de 300 periodistas se han acreditado en el Congreso para cubrir esta vigésima cita parlamentaria. Europa Press. Recuperado el 29 de junio de 2015 en [http://noticias.lainformacion.com/politica/gobierno/alrededor-de-300-periodistas-se-han-acreditado-en-el-congreso-para-cubrir-esta-vigesima-cita-parlamentaria\\_j2mlqZXCQRQE0gY5aNaJOJ3/](http://noticias.lainformacion.com/politica/gobierno/alrededor-de-300-periodistas-se-han-acreditado-en-el-congreso-para-cubrir-esta-vigesima-cita-parlamentaria_j2mlqZXCQRQE0gY5aNaJOJ3/)

-Anónimo (2011). Solo el Sevilla permite a las radio retransmitir el partido y los periodistas se 'callan'. Agencia EFE. Recuperado el 10 de abril de 2014 en <http://www.20minutos.es/deportes/noticia/radios-partidos-impiden-retransmitir-1143241/0/>

-Anónimo (2013). Ayudas estatales: La Comisión abre una investigación pormenorizada sobre la financiación pública de algunos clubes de fútbol profesional españoles. Centro de Prensa de la Comisión Europea. Recuperado en 15 de enero de 2015 en [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-13-1287\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1287_es.htm)

-Anónimo (2013). *El triunfo de España en el Mundial de Brasil incentivaría el consumo en 75 millones de euros*. Europa Press. Recuperado el 24 de febrero de 2014 desde <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-consumo-triunfo-espana-mundial-brasil-incentivaria-consumo-75-millones-euros-20131209112630.html>.

-Anónimo (2014). El Ayuntamiento adelanta el pago al Bilbao Basket para que cobren jugadores. Agencia EFE. Recuperado el 31 de enero de 2014 en

<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2014/01/31/52ebdec9ca4741311b8b456e.html>

-Anónimo (2014). La Super Bowl 2014, el evento televisivo más visto en la historia de los Estados Unidos. Europa Press. Recuperado el 4 de febrero de 2014 en <http://www.europapress.es/tv/noticia-super-bowl-2014-evento-televisivo-mas-visto-historia-estados-unidos-20140204121812.html>

-Anónimo (2014). España atrae a nueve millones de turistas deportivos durante el verano. ABC. Recuperado el 25 de enero de 2015 en <http://www.abc.es/economia/20140804/abci-espana-atrae-nueve-millones-201408011239.html>

-Anónimo (2014). El 25% del deporte por televisión es fútbol. Europa Press. Recuperado el 28 de junio de 2015 en [http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/audiencias-television-deportes-futbol-lidera-emisiones\\_0\\_1743525074.html](http://www.telecinco.es/telemania/audiencias/audiencias-television-deportes-futbol-lidera-emisiones_0_1743525074.html)

-Anónimo (2015). Casi 500 periodistas extranjeros acreditados para las elecciones griegas. Agencia EFE. Recuperado el 25 de junio de 2015 en <http://eldia.es/agencias/7912623-GRECIA-ELECCIONES-Casi-periodistas-extranjeros-acreditados-elecciones-griegas>

-Anónimo (2015). El Valencia acuerda saldar su deuda con el Ayuntamiento. Agencia EFE. Recuperado el 9 de enero de 2016 en <http://www.larazon.es/deportes/futbol/el-valencia-acuerda-saldar-su-deuda-con-el-ayuntamiento-CD8894631#.Tt1UWP383dOH9U>

-Anónimo (2015). La Premier vende sus derechos de televisión por 7.000 millones. Europa Press. Recuperado el 11 de febrero de 2015 en <http://www.elmundo.es/television/2015/02/11/54db2e25ca47416f4f8b4579.html>

-Anónimo (2015). ¿Por qué las redes sociales fueron claves durante el terremoto de Chile? Europa Press. Recupeado el 19 de septiembre de 2015 en



<http://www.elmundo.es/internacional/2015/09/18/55fbeee946163f81488b457f.html>

-Anónimo (2015). TVE pagó más de 10 millones de euros por los resúmenes de la Liga BBVA. Prnoticias. Recuperado el 9 de septiembre de 2015 en <http://prnoticias.com/television/20143832-tve-coste-resumenes-liga-bbva>

-Delmás, A. (2015). Baloncesto Sevilla, un nuevo episodio en el caos de la ACB. Diario AS. Recuperado el 23 de julio de 2015 en [http://baloncesto.as.com/baloncesto/2015/07/21/acb/1437477876\\_526951.html](http://baloncesto.as.com/baloncesto/2015/07/21/acb/1437477876_526951.html)

-Díaz, J.F. (2014). *Un Mundial de baloncesto con 300 millones de euros de impacto económico*. El Confidencial. Recuperado el 24 de enero de 2015 en [http://www.elconfidencial.com/deportes/baloncesto/2014-02-04/un-mundial-de-baloncesto-con-300-millones-de-euros-de-impacto-economico\\_84619/](http://www.elconfidencial.com/deportes/baloncesto/2014-02-04/un-mundial-de-baloncesto-con-300-millones-de-euros-de-impacto-economico_84619/).

-García Gallo, B. (2015). La investigación de la UE cifra en 10 millones las posibles ayudas al Real Madrid. El País. Recuperado el 27 octubre 2015 en [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/10/26/madrid/1445886104\\_338529.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/10/26/madrid/1445886104_338529.html)

-Méndez, R. (2002). 'Dopaje' en el gimnasio. El País. Recuperado el 24 de febrero de 2015 en [http://elpais.com/diario/2002/09/16/sociedad/1032127205\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2002/09/16/sociedad/1032127205_850215.html)

-Monge Donaire, N. (2015). El fútbol como terapia contra el Alzheimer. Yahoo. Recuperado el 27 de septiembre de 2015 en <https://es.sports.yahoo.com/blogs/desde-redacci%C3%B3n/el-f%C3%BAtbol-como-terapia-contra-el-alzheimer-174622556-soccer.html?linkId=17199401>

-Redondo, D. (2015). Las mareantes cifras televisivas de la Super Bowl 2015. Cadena Ser. Recuperado el 2 de febrero de 2015 en [http://cadenaser.com/ser/2015/02/01/television/1422797520\\_969761.html](http://cadenaser.com/ser/2015/02/01/television/1422797520_969761.html)

-Rodríguez Rodríguez, P. (2015). La final del Mundial se vio más en EEUU que la final de la NBA. Diario As. Recuperado el 25 de agosto de 2015 en [http://futbol.as.com/futbol/2015/07/07/mas\\_futbol/1436292818\\_144746.html](http://futbol.as.com/futbol/2015/07/07/mas_futbol/1436292818_144746.html)

-Sánchez-Flor, U. (2013). La final se verá en más de medio mundo. Marca. Recuperado el 29 de junio de 2015 en [http://www.marca.com/2013/05/15/futbol/copa\\_rey/final/1368606964.html](http://www.marca.com/2013/05/15/futbol/copa_rey/final/1368606964.html)

-Sanz Ezquerro, D. (2015). Ultimátum de la Liga a Atresmedia para que Pedrerol no emita más de 90 segundos de Liga. El Mundo. Recuperado el 27 de agosto de 2015 en <http://www.elmundo.es/television/2015/08/26/55dde7afca4741d55b8b4580.html>

# ANEXOS

## ANEXO 1. EL DEPORTE EN LAS LEYES FUNDAMENTALES DE LOS PRIMEROS 50 PAÍSES EN EL MEDALLERO DE LOS JJ.OO. 2012

PAÍS Y AÑO DE APROBACIÓN	EL DEPORTE EN NORMA FUNDAMENTAL	CONSULTADA EN...
1. EEUU (1789, rev. 1992)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.archives.gov/espanol/constitucion.html">http://www.archives.gov/espanol/constitucion.html</a>
2. CHINA (1982, rev. 2004)	Artículo 21o.- El Estado desarrolla los servicios médicos y sanitarios, la medicina moderna y la medicina tradicional, estimula y apoya los esfuerzos de las organizaciones económicas colectivas del campo, de las empresas e instituciones estatales y de las organizaciones vecinales por establecer diversos servicios de asistencia médica y sanidad pública, realiza actividades masivas de sanidad y protege la salud del pueblo.  El Estado desarrolla la cultura física, despliega actividades deportivas de masas y fortalece la salud del pueblo.	<a href="http://www.politica-china.org/imxd/noticias/doc/1232451324Constitucion_china_ES.pdf">http://www.politica-china.org/imxd/noticias/doc/1232451324Constitucion_china_ES.pdf</a>
3. REINO UNIDO	No hay texto constitucional	
4. RUSIA (1993, rev. 2008)	<b>Artículo 41.</b> 1. Todo ciudadano tiene derecho a la protección de la salud y a la asistencia médica. La asistencia médica en los establecimientos médicos estatales y municipales es gratuita y está costeada por el presupuesto, cuotas de seguro y otros ingresos.  2. La Federación Rusa financia los programas federales de protección y fortalecimiento de la salud de la población y aplica medidas para desarrollar los sistemas de salud pública estatal, municipal y privado, impulsar la cultura física y el deporte y el bienestar ecológico, sanitario y epidemiológico.	<a href="http://www.latintrade.ru/main/esp/const02.htm#inicio">http://www.latintrade.ru/main/esp/const02.htm#inicio</a>
5. COREA DEL SUR (1948, rev. 1987)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=214459">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=214459</a>
6. ALEMANIA (1949, rev. 2012)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://ocw.um.es/cc.-juridicas/derecho-internacional-publico-1/ejercicios-proyectos-y-casos-1/capitulo4/documento-20-constitucion-de-alemania.pdf">http://ocw.um.es/cc.-juridicas/derecho-internacional-publico-1/ejercicios-proyectos-y-casos-1/capitulo4/documento-20-constitucion-de-alemania.pdf</a>
7. FRANCIA (1958, rev. 2008)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.assemblee-nationale.fr/espanol/8bb.asp">http://www.assemblee-nationale.fr/espanol/8bb.asp</a>
8. ITALIA (1947, rev. 2012)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.ces.es/TRESMED/document/ita-cttn-esp.pdf">http://www.ces.es/TRESMED/document/ita-cttn-esp.pdf</a>
9. HUNGRÍA (2011)	Article XX. (1) Everyone shall have the right to physical and mental health.  (2) Hungary shall promote the effective application of the right referred to in Paragraph (1) by an agriculture free of genetically modified organisms, by ensuring access to healthy food and drinking water, by organising safety at work and healthcare provision, by supporting sports and regular physical exercise, as well as by ensuring the protection of the environment.	<a href="http://www.mfa.gov.hu/NR/rdonlyres/8204FB28-BF22-481A-9426-D2761D10EC7C/0/FUNDAMENTALLAWOFHUNGARYmostrecentversion01102013.pdf">http://www.mfa.gov.hu/NR/rdonlyres/8204FB28-BF22-481A-9426-D2761D10EC7C/0/FUNDAMENTALLAWOFHUNGARYmostrecentversion01102013.pdf</a>
10. AUSTRALIA (1901, rev. 1985)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.aph.gov.au/About_Parliament/Senate/Powers_practice_n_procedures/~/_media/AC79BBA0B87A4906A6D71ACCEE710535.ashx">http://www.aph.gov.au/About_Parliament/Senate/Powers_practice_n_procedures/~/_media/AC79BBA0B87A4906A6D71ACCEE710535.ashx</a>
11. JAPÓN (1946)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.cu.emb-japan.go.jp/es/docs/constitucion_japon.pdf">http://www.cu.emb-japan.go.jp/es/docs/constitucion_japon.pdf</a>
12. KAZAJSTÁN (1995, rev. 1998)	Sin referencias en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/kz/kz005en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/kz/kz005en.pdf</a>
13. PAÍSES BAJOS (1815,	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.tresmed.es/documents/10358/31054/CONSTITUCI%C3%93">http://www.tresmed.es/documents/10358/31054/CONSTITUCI%C3%93</a>

rev. 2008)		N+HOLANDESA
14. UCRANIA (1996, rev. 2004)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=195639#LinkTarget_260">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=195639#LinkTarget_260</a>
15. NUEVA ZELANDA	Sin referencia en el Acta Constitucional de 1986	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=199151">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=199151</a>
16. CUBA (1976, rev. 2002)	<p>artículo 9o.- El Estado: 1. realiza la voluntad del pueblo trabajador y</p> <p>-encausa los esfuerzos de la nación en la construcción del socialismo;</p> <p>-mantiene y defiende la integridad y la soberanía de la patria;</p> <p>-garantiza la libertad y la dignidad plena del hombre, el disfrute de sus derechos, el ejercicio y cumplimiento de sus deberes y el desarrollo integral de su personalidad;</p> <p>-afianza la ideología y las normas de convivencia y de conducta propias de la sociedad libre de la explotación del hombre por el hombre;</p> <p>-protege el trabajo creador del pueblo y la propiedad y la riqueza de la nación socialista;</p> <p>-dirige planificadamente la economía nacional;</p> <p>-asegura el avance educacional, científico, técnico y cultural del país;</p> <p>1. como Poder del pueblo, en servicio del propio pueblo, garantiza</p> <p>-que no haya hombre o mujer, en condiciones de trabajar, que no tenga oportunidad de obtener un empleo con el cual pueda contribuir a los fines de la sociedad y a la satisfacción de sus propias necesidades;</p> <p>-que no haya persona incapacitada para el trabajo que no tenga medios decorosos de subsistencia;</p> <p>-que no haya enfermo que no tenga atención médica;</p> <p>-que no haya niño que no tenga escuela, alimentación y vestido;</p> <p>-que no haya joven que no tenga oportunidad de estudiar;</p> <p>-que no haya persona que no tenga acceso al estudio, la cultura y el deporte;</p> <p>1. trabaja por lograr que no haya familia que no tenga una vivienda confortable</p>	<a href="http://www.cuba.cu/gobierno/cuba.htm">http://www.cuba.cu/gobierno/cuba.htm</a>
17. IRÁN (1979, rev. 1989)	<p>Article 3: In order to achieve the objectives mentioned in Article 2, the Islamic Republic</p> <p>government of Iran is obliged to use all of its resources in the following areas:</p> <p>1. the creation of an apt environment for the development of ethical values based on faith, piety,</p> <p>and the struggle against all manifestations of corruption and decadence;</p> <p>2. the increasing of public awareness in all areas through the correct use of the press, mass media, and other means;</p> <p>3. free academic and physical education, at all levels for everyone; the facilitation and extension of higher education;</p>	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/ir/ir001en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/ir/ir001en.pdf</a>
18. JAMAICA (1962, rev. 1994)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/jm/jm009en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/jm/jm009en.pdf</a>
19. REPÚBLICA CHECA (1993,	Sin referencia en el texto constitucional ni en la Carta de Derechos Fundamentales	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=190580">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=190580</a>

rev. 2002)		
20. COREA DEL NORTE	Artículo 55. El Estado prepara firmemente a todo el pueblo para el trabajo y la defensa popularizando el deporte entre las masas y haciéndolo parte de la vida, y desarrolla la técnica deportiva de conformidad con las condiciones del país y la tendencia actual.	<a href="http://pcpa.xenonsoft.es/wp-content/uploads/2010/08/CONSTITUCION-SOCIALISTA-DE-LA-REPUBLICA-POPULAR-DEMOCRATICA-DE-COREA.pdf">http://pcpa.xenonsoft.es/wp-content/uploads/2010/08/CONSTITUCION-SOCIALISTA-DE-LA-REPUBLICA-POPULAR-DEMOCRATICA-DE-COREA.pdf</a>  <a href="http://asiamatters.blogspot.com.es/2009/10/north-korean-constitution-april-2009.html">http://asiamatters.blogspot.com.es/2009/10/north-korean-constitution-april-2009.html</a>
21. ESPAÑA (1975)	Artículo 43	<a href="http://www.congreso.es/docu/constituciones/1978/1978_cd.pdf">http://www.congreso.es/docu/constituciones/1978/1978_cd.pdf</a>
22. BRASIL (1988, rev. 2104) ..... (TÍTULO ESPECIAL, CAPITULO III, De la Educación, la Cultura y el Deporte. Pag. 119)	Art. 24. Compete al a Unión, a los Estados y al Distrito Federal legislar concurrentemente sobre:  I derecho tributario, financiero, penitenciario, económico y urbanístico; II presupuesto; III juntas comerciales; IV costas de los servicios judiciales;  V producción y consumo;  VI florestas, caza, pesca, fauna, conservación a la naturaleza, defensa del suelo y de los recursos naturales, protección del medio ambiente y control de la polución;  VII protección del patrimonio histórico, cultural, turístico y paisajístico;  VIII responsabilidad por daños al medio ambiente, al consumidor, a los bienes y derechos de valor artístico, estético, histórico, turístico y paisajístico;  IX educación, cultura, enseñanza y deporte;	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=267224">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=267224</a>
23. SUDÁFRICA (1996, rev. 2012)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=267224">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=267224</a>
24. ETIOPIA (1994)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://aannaim.law.emory.edu/ihr/relcon/ethiopia.pdf">http://aannaim.law.emory.edu/ihr/relcon/ethiopia.pdf</a>
25. CROACIA (1991, rev. 2001) En capítulo referente a competencias locales	Article 134. Units of local self-government shall carry out the affairs of local jurisdiction by which the needs of citizens are directly fulfilled, and in particular the affairs related to the organization of localities and housing, area and urban planning, public utilities, child care, social welfare, primary health services, education and elementary schools, culture, physical education and sports, customer protection, protection and improvement of the environment, fire protection and civil defense.	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/hr/hr049en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/hr/hr049en.pdf</a>
26. BIELORRUSIA (1994, rev. 2004)	Article 45. Citizens of the Republic of Belarus shall be guaranteed the right to health care, including free treatment at state health-care establishments. The State shall make health care facilities accessible to all of its citizens. The right of citizens of the Republic of Belarus to health care shall also be secured by the development of physical training and sport, measures to improve the environment, the opportunity to use fitness establishments and improvements in occupational safety.	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/by/by016en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/by/by016en.pdf</a>
27. RUMANIA (1991, rev. 2003)	Artículo 49.- <b>La protección a los niños y jóvenes.</b> - (1) Los niños y jóvenes gozan de un régimen especial de protección y de asistencia en la realización de sus derechos.  (2) El estado acordará asignaciones por hijos y ayudas para el cuidado de hijo enfermo o con hándicap. Otras formas de protección social de los niños y jóvenes se establecen por ley.  (3) Se prohíben la explotación de menores, su utilización en actividades que dañen su sanidad, moralidad o que pudieran poner en peligro su vida o su desarrollo normal.  (4) Los menores de 15 años no podrán ser contratados como trabajadores.  (5) Las autoridades públicas tienen la obligación de contribuir a garantizar las condiciones de participación libre de los jóvenes en la	<a href="http://www.nlg.ro/constitucion-de-rumania-en-espanol">http://www.nlg.ro/constitucion-de-rumania-en-espanol</a>

	vida política, social, económica, cultural y deportiva de la nación.	
28. KENIA (2010) Referencia incluida entre las competencias estatales, no entre los derechos	1. Promotion of sports and sports education.	
29. DINAMARCA (1953)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=341212">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=341212</a> <a href="https://www.constituteproject.org/constitution/Denmark_1953.pdf">https://www.constituteproject.org/constitution/Denmark_1953.pdf</a>
30. AZERBAIYÁN (1995 rev. 2009)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="https://www.constituteproject.org/constitution/Azerbaijan_2009.pdf">https://www.constituteproject.org/constitution/Azerbaijan_2009.pdf</a>
31. POLONIA (1997)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/pl/pl027en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/pl/pl027en.pdf</a>
32. TURQUÍA (1982, rev. 2002)	<b>ARTICLE 59.</b> The state shall take measures to develop the physical and mental health of Turkish citizens of all ages, and encourage the spread of sports among the masses.  The state shall protect successful athletes.	<a href="http://www.hri.org/docs/turkey/part_i_i_3.html#article_59">http://www.hri.org/docs/turkey/part_i_i_3.html#article_59</a>
33. SUIZA (1992, rev. 2002)  En el apartado de las relaciones entre la Confederación y los cantones	Art. 68 Deporte. <sup>1</sup> La Confederación fomentará el deporte, especialmente la formación deportiva.  <sup>2</sup> Gestionará una Escuela deportiva.  <sup>3</sup> Podrá decretar normas sobre la práctica del deporte juvenil y declarar obligatoria la enseñanza del deporte en los colegios.	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ch/ch191es.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ch/ch191es.pdf</a>
34. LITUANIA (1992, rev. 2006)	<b>Artículo 53.</b> El Estado vela tiene la salud de las personas y garantiza una ayuda médica y servicios en caso de enfermedad. La Ley fija las modalidades de la ayuda médica gratuita abastecida a los ciudadanos en los establecimientos públicos de cuidado. El Estado anima la cultura física en la sociedad y sostiene el deporte. El Estado y cada individuo deben preservar el medio ambiente de toda influencia perjudicial.	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/lt/lt045es.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/lt/lt045es.pdf</a>
35. NORUEGA (1814, rev. 2004)	Sin referencia en el texto constitucional (200 años)	
36. CANADÁ (1867, rev. 2011)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=216915">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=216915</a>
37. SUECIA (1974, rev. 2012)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/se/se122en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/se/se122en.pdf</a>
38. COLOMBIA (1991, rev. 2005)	Artículo 52. El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas	<a href="http://www.constitucioncolombia.com/indice.php">http://www.constitucioncolombia.com/indice.php</a>
39. GEORGIA (1995, rev. 2004)	Sin referencias en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/ge/ge021en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/ge/ge021en.pdf</a>
40. MÉXICO (1917, rev. 2007)	Toda persona tiene derecho a la cultura física y a la práctica del deporte. Corresponde al Estado su promoción, fomento y estímulo conforme a las leyes en la materia.	<a href="http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm">http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm</a>

Se incluye en 2011 añadido el párrafo anexo al artículo 4 de la CE		
41. IRLANDA (1937, rev. 2012)	Sin referencias en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=194518">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=194518</a>
42. ARGENTINA (1853, reinst. 1983, rev. 1994)	Sin referencias en el texto constitucional	<a href="http://www.senado.gov.ar/deInteres">http://www.senado.gov.ar/deInteres</a>
43. SERBIA (2006)	Article 183. Autonomous provinces shall, in accordance with the Constitution and their Statutes, regulate the competences, election, organisation and work of bodies and services they establish.  Autonomous provinces shall, in accordance with the Law, regulate the matters of provincial interest in the following fields: urban planning and development,  agriculture, wáter, economy, forestry, hunting, fishery, tourism, catering, spas and health resorts, environmental protection, industry and craftsmanship, road, river and railway transport and road repairs, organising fairs and other economic events,  3. education, sport, culture, health care and social welfare and public informing at the provincial level	<a href="http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=191258">http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=191258</a>
Estado de competencias de las edades		
44. ESLOVENIA (1991, rev. 2006)	Sin referencias en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/si/si032en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/si/si032en.pdf</a>
45. TÚNEZ (2014)	Art. 43. Sports. The state shall promote sports and shall work to provide the facilities necessary for the exercise of physical and leisure activities.	<a href="https://www.constituteproject.org/constitution/Tunisia_2014.pdf">https://www.constituteproject.org/constitution/Tunisia_2014.pdf</a>
46. REPÚBLICA DOMINICANA (2010)	<b>Artículo 65.- Derecho al deporte.</b> Toda persona tiene derecho a la educación física, al deporte y la recreación. Corresponde al Estado, en colaboración con los centros de enseñanza y las organizaciones deportivas, fomentar, incentivar y apoyar la práctica y difusión de estas actividades. Por tanto:  1) El Estado asume el deporte y la recreación como política pública de educación y salud y garantiza la educación física y el deporte escolar en todos los niveles del sistema educativo, conforme a la ley;  2) La ley dispondrá los recursos, estímulos e incentivos para la promoción del deporte para todos y todas, la atención integral de los deportistas, el apoyo al deporte de alta competición, a los programas y actividades deportivas en el país y en el exterior.	<a href="http://www.procuraduria.gov.do/Novedades/PGR-535.pdf">http://www.procuraduria.gov.do/Novedades/PGR-535.pdf</a>
47. UZBEKISTÁN (1992)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://uzbekembassy.es/index.php/es/perfil-de-uzbekistan-7/constitucion">http://uzbekembassy.es/index.php/es/perfil-de-uzbekistan-7/constitucion</a>
48. TRINIDAD Y TOBAGO (1976, rev. 2007)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/tt/tt042en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/tt/tt042en.pdf</a>
49. LETONIA (1922, reinst. 1991, rev. 2007)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/lv/lv021en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/lv/lv021en.pdf</a>
50. BAHAMAS (1973, rev. 2002)	Sin referencia en el texto constitucional	<a href="http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/bs/bs011en.pdf">http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/bs/bs011en.pdf</a>

*\*Veinte de los cincuenta países tienen referencia al deporte en su texto constitucional. Treinta de los países no hacen referencia al término "deporte"*

## **ANEXO 2. ENTREVISTA A SANTIAGO FISAS, AUTOR DEL INFORME SOBRE LA DIMENSIÓN EUROPEA DEL DEPORTE, 2011**

*Entrevista realizada el día 05 de marzo de 2015 vía telefónica*

**ADM: ¿Qué supuso a nivel personal poder firmar un informe sobre el deporte para la Comisión?**

SF: Los anteriores parlamentarios hicieron buenos trabajos. Fue una satisfacción para mí, porque fue uno de los informes (algo similar a un proyecto de ley) más importantes de la legislatura anterior, y sobre el que estuve trabajando más de seis meses

**ADM: Si no me fallan los datos, es en 2007 cuando se incluye en el Tratado de Lisboa la referencia al deporte como asunto de máximo interés para la Unión. Antes había declaraciones, programas y documentos que trataban el deporte... ¿Cuándo toma conciencia la UE de la importancia estratégica del deporte como fenómeno global?**

SF: Realmente fue con el Tratado de Lisboa. Ocurre, de todos modos, que el artículo del Tratado es un tanto genérico. Cuando estaba elaborando el Informe, me di cuenta de que, en los temas genéricos de promoción del deporte femenino, o escolar, corresponde la facultad más a los Estados miembros, o incluso en el caso de España, a las Comunidades Autónomas, su promoción. Pero hay una tarea necesaria de coordinación que corresponde a la Unión Europea. El Informe no es legislativo, pero marca lo que el Parlamento piensa respecto del deporte. Ahora veremos que ocurre en la actualidad. A esta Comisión le gusta menos legislar que a la anterior. Personalmente estoy en contacto con quienes están trabajando sobre el deporte para ver si hay otro informe, que esta vez sí sería legislativo, o se va a trabajar sobre vertientes concretas del deporte y ver qué soluciones se dan.

**ADM: En ese sentido, la acción de Europa llega cuando el deporte está muy asentado en nuestra sociedad...**

SF: Cuando elaboré el informe, tenía muy claro que había dos fronteras. Una es el principio de subsidiariedad. La UE no lo debe hacer todo, hay unos límites que son las competencias de los Estados miembros y, en este caso, de las comunidades autónomas. Y en segundo lugar, la autonomía del deporte. Ésta se tiene que estudiar de forma muy detenida. Tiene que haber una autonomía en la regulación propia del mundo deportivo, pero el deporte no puede estar fuera de las leyes europeas. Pueden haber excepciones, que hay que estudiar caso por caso. El deporte no es un mundo aparte que hace lo que quiere. Tiene una singularidad en muchas cosas, que hay que estudiar. Las excepciones tienen que ser puntuales y estudiadas caso por caso.

**ADM: ¿No se planteó la UE una política deportiva al margen de las federaciones estatales y asociaciones deportivas internacionales? ¿Por qué cree que fue así?**

SF: Se puede fomentar el deporte al margen de estas asociaciones, por ejemplo, el deporte de base en los colegios y otras asociaciones que promueven el deporte para todos y que tienen un papel relevante. El deporte no es sólo el deporte de competición, es algo más amplio. En el Parlamento Europeo se ha creado un intergrupo del deporte, del que soy co-presidente. Y hay muchos temas que se quieren tocar: todo lo que afecta al deportista, el deporte escolar, el deporte como factor de integración... Que son temas que están al margen de las federaciones y de las estructuras oficiales del deporte.

**ADM: Se da el caso de que muchas veces parece que el deporte lo monopolizan las asociaciones deportivas de élite, y hay sectores como el escolar educativo o el laboral donde el deporte no se fomenta todo lo que igual sería recomendable...**

SF: También soy autor de un informe sobre los aspectos de la nutrición y la importancia de la buena alimentación en las escuelas para inculcar a los niños las normas de una correcta alimentación, al tiempo que unos hábitos de ejercicios físicos. En estos tiempos han desaparecido prácticas como que los niños jugaran en la calle o fueran al colegio andando, y esa actividad física hay que suplirla en los colegios. No tiene que estar reglada, o sí, pero es algo importante. El problema que tenemos en la mayoría de los temas es que sólo podemos hacer recomendaciones, pero no tenemos una competencia directa para imponer nada. Hay gente que critica a la Unión Europea porque se mete en demasiadas cosas y sin embargo otros nos critican porque nos metemos en pocas. Tenemos que encontrar el término medio pero en este caso sólo podemos hacer recomendaciones.

**ADM: ¿En qué punto cree que estamos respecto de la consideración del deporte como elemento clave para la UE? ¿Cuáles son las líneas maestras de la política europea sobre el deporte a futuro? ¿Se puede crear en un modelo europeo del deporte?**

SF: Creo que ya existe ese modelo. Si comparamos nuestro modelo con el americano, son distintos. El nuestro pasa por las federaciones y los clubes, cuando el modelo americano pasa más por las universidades. Hay una diferencia. El nuestro no es un mal modelo, y creo que debemos preservarlo, como hay que preservar la figura del voluntario, que es un elemento importante de nuestro deporte, y se toca de manera bastante extensa en el Informe, como un factor de desarrollo del deporte.

**ADM: ¿Cuáles son los mecanismos de interacción entre ambas que deben potenciarse? (La Comisión habla de solidaridad financiera entre ambos)**

SF: El deporte profesional tiene que ser sostenible, y eso es algo fundamental. Los clubes deben trabajar sobre un modelo sostenible, porque en algunos casos no ocurre. Y hay casos en los que éstos tienen que ser especialmente sensibles, por ejemplo, cuando fichan a menores de edad, y luego resulta que no todos los jugadores son Messi. ¿Qué sucede con estos niños, cuando no responden a lo que se esperaba de ellos? Tiene que haber una obligación de

los clubes de hacerse cargo de la formación de esos niños hasta que sean mayores de edad, bien sea en el país de acogida o bien en el país de origen.

**ADM: En ese sentido, hay que contar con la responsabilidad del deporte profesional como espejo de los jóvenes...**

SF: El otro día tuvimos una reunión de un grupo en Bruselas que se llama “Los amigos del fútbol” y se trató el tema de que hay que ser cuidadosos con el lenguaje deportivo. Por ejemplo, en el deporte se compran y se venden jugadores, algo que no ocurre cuando hablamos de ejecutivos. El deporte es un espejo para mucha gente, pero en estas cuestiones es difícil intervenir desde el punto de vista legislativo.

**ADM: A nivel personal, ¿qué ventajas y qué desventajas ve en ese modelo europeo respecto al modelo estadounidense?**

SF: No es fácil. Cuando fui Secretario de Estado en España hablamos mucho con el presidente de entonces en el Comité Olímpico Español, Carlos Ferrer Salat, de la posibilidad de importar el modelo universitario americano. Nuestra realidad es distinta. Creo que hay algo importante en las universidades, en relación con una preocupación personal que trasladé al Informe. ¿Qué ocurre con los deportistas de alto nivel cuando dejan su actividad deportiva? A veces se encuentran en la calle, hay un problema personal, y a veces un problema económico. Los deportistas tienen que tener una formación previa y compaginar la actividad deportiva con la académica, y ahí la universidad tiene que decir. Es lo que llamamos “la doble carrera del deportista”.

**ADM: Los medios están en el negocio del deporte, pero, ¿Cuál es su responsabilidad en ese sentido respecto de los jóvenes, los deportes minoritarios? ¿Se puede hacer algo más que gritar que hay que proteger esos deportes, por ejemplo?**

SF: No es fácil, aunque en ese caso, esos deportes forman parte del patrimonio cultural europeo. En ese sentido, como usted sabe, San Sebastián va a ser ciudad europea de la cultura en 2016. Nosotros sugerimos a los organizadores que hicieran una especie de festival de demostración de deportes autóctonos. Creo que es de interés, y vistosa. Enseñar esos deportes no sólo minoritarios ni federados, no hay que dejarlo de lado. Es interesante protegerlos. ¿Cómo? Habría que empezar por saber qué deportes son, donde se practican, cual es su historia, sus reglas... ¿Quién debe hacer esos estudios? Es complicado. Nosotros creemos que es importante acometer esta tarea. En este sentido, es verdad que los medios de comunicación podrían hacer algo. Y me parece que es algo que para el público, para quien le gusta el deporte, es atractivo. Conocer nuevos deportes siempre es algo interesante.

**ADM: El derecho a informar choca con derechos de retransmisión de determinados campeonatos. ¿Hay espacio para los dos?**

SF: Reconozco que el tema de los medios es difícil. ¿Quién tiene la propiedad de un evento deportivo? Yo creo que la propiedad del evento es de quien lo

organiza. Nadie discute que el marketing de un evento deportivo lo gestiona el organizador. Esto se relaciona también con el tema de las apuestas. ¿Es correcto apostar sobre algo sin que el organizador esté de acuerdo? Si el organizador está de acuerdo, se generan menos problemas con las apuestas ilegales. Es el modelo francés, que a mí me parece correcto. Si damos un paso más, está el tema de la información. Unos Juegos Olímpicos viven de los derechos televisivos. Mi deporte, que es el golf, vive de los derechos televisivos del Open británico. Al lado de todo eso hay un derecho a la información. Éste no implica que tengas que retransmitir el Open británico o los Juegos Olímpicos completos. El derecho a informar te habilita para informar sobre los llamados “high-lights” de los eventos deportivos. Aquí hay un terreno complicado. La Premier vende sus derechos. Si los vende en Gran Bretaña, y hay un señor en un bar que quiere dar los partidos de la Premier, paga. Y si la Premier vende sus derechos en Grecia, los vende más baratos.

**ADM: Es la famosa sentencia de los decodificadores...**

SF: Exacto. Nosotros creemos que así pasará que no se venderán los derechos a Grecia y los griegos no podrán ver la Premier. Defendemos bastante el derecho a la propiedad intelectual, aunque no se diera en la sentencia esta opción.

**ADM: Personalmente, creo que hay que definir la diferencia entre derechos a retransmitir y el derecho a la información, algo que se confunde en los textos legales...**

SF: Nosotros llegamos más allá, yo estoy más en el concepto de propiedad privada en general. Si nos vamos a otros temas, como en el cine. Corremos con el riesgo de que, si todo es gratis, al final no exista, lo matemos. Las cosas cuestan dinero, hacer una película cuesta dinero. Si todo el mundo la ve en abierto, a lo mejor, al final, no habrá películas. Hay un límite entre el derecho a informar y el derecho a transmitir que no está clara.

**ADM: ¿Cómo puede contribuir el deporte a generar una identidad europea?**

SF: Este capítulo me costó algún disgusto en el Informe. Tuve que suavizar incluso las propuestas que hacía en ese sentido, y convertirlas en recomendaciones. Algunas se están llevando a cabo, como el Erasmus Deportivo, que ya está aprobado. Proponía un Día Europeo del Deporte y tengo la satisfacción de decir que se va a celebrar la Semana Europea del Deporte que ya está organizando la Comisión. Ahí se hablará de deporte y salud, deporte y mujer, deporte en las fábricas, etc... No será sólo una semana de práctica, sino también de debate y análisis. Veremos como luego se va incrementando. Sugeríamos que en los grandes eventos deportivos pudiera ondear la bandera europea. A mí me lo prometió Platini para competiciones de UEFA e incluso planteamos la posibilidad de que el escudo de Europa estuviera en los uniformes junto a la bandera nacional. Poco a poco vamos avanzando, como en el caso de la protección de los deportes autóctonos.

**ADM: Por último, ¿hacia donde debería ir el trabajo de la UE para el futuro del deporte?**

SF: Por primera vez, el deporte figura en el nombre de un Comisario Europeo. Es una competencia que antes daban a quien se ocupaba de Cultura, pero ahora es una competencia clara, prueba del interés que hay en Europa. Debemos intentar resolver una serie de problemas como los ya citados: Fair Play financiero, las apuestas ilegales, el tema del dopaje que está ya analizado, la violencia en el deporte... No debemos olvidar, aunque sea a base de recomendaciones, el deporte y la salud, lo que puede suponer de ahorro para la sanidad, el deporte como vehículo de integración (ha dado pruebas el deporte de ser un vehículo de integración de la inmigración), el deporte para los mayores en los parques. La Unión Europea debería analizar las buenas prácticas que se están llevando a cabo en distintos lugares del continente y hacer unas recomendaciones en ese sentido. No tenemos posibilidad legal de actuar pero sí de demostrar un camino y aconsejar.

### **ANEXO 3. ENTREVISTA CON AUGUSTO DELKÁDER, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RADIOS COMERCIALES (AERC), Y PRISA RADIO.**

*Realizada el 13 de abril de 2015 en la sede de Prisa en calle Gran Vía, 32 de Madrid*

**ADM: ¿En qué punto cree que estamos?**

AD: Estamos reproduciendo un pacto que ya hubo hace algunos años, cuando era Baró el presidente. Al final, llegamos un acuerdo para pagar una cantidad por el uso de las cabinas, el acceso, etc... Eso decayó y no se pagó nada porque la propia Liga de Fútbol Profesional vio que era difícil controlar quien entraba y quien no, cómo se pagaba una cantidad que era escasa,... Y ahora creo que pacto funcionará.

**ADM: Es un pacto en el que no se ha abordado la cuestión de si las emisoras tienen o no derecho a informar...**

AD: Porque nunca se quiere llegar a la siguiente cuestión, la construcción teórica del tema: lo que se cobra en televisión por los partidos de fútbol es por una reproducción, y por tanto hay un derecho de imagen. Las radios, en los campos de fútbol, están ejerciendo el derecho a la información, la narración del partido no es una reproducción de la imagen del partido, es la versión subjetiva, la creación intelectual de varios periodistas que hacen la narración. No es lo mismo escuchar el partido por la COPE, que por la SER. Al ser una creación subjetiva del periodista, está sujeto al derecho a la información, y éste no se puede limitar. Los clubes pueden poner una barrera de entrada, y cobrar. Ahí empieza una negociación mercantil, pero no por el derecho a la información. Los periodistas de radio tenemos el derecho a entrar a los estadios. El mundo del fútbol sabe y comprende muy bien que la radio es la que hace que permanezca durante toda la semana activamente todo lo que es la afición al mundo del fútbol. Y eso es un beneficio para el fútbol. Un acuerdo como el anterior cuando estaba Baró o como el que tenemos ahora es lo mejor para todos.

**ADM: ¿Por qué existe ese derecho a informar sobre el deporte?**

AD: Porque forma parte de la actividad cotidiana, del ocio y el entretenimiento de la gente. La información no sólo debe ser política: la hay cultural, de deporte... Y puede ser objeto de explotación.

**ADM: Hay quien le quita trascendencia social al deporte...**

AD: ¿Cómo no va a tener trascendencia social un partido de fútbol cuando lo ven por televisión quince o dieciséis millones de personas?

**ADM: ¿Cuál debe ser el papel de los medios de comunicación en la sociedad de este siglo XXI?**

AD: Los medios de comunicación están cambiando porque la tecnología, internet, ha cambiado los sistemas de distribución. Los medios, que son los intermediarios sociales de la información, están en un momento en el que su papel se diluye por la irrupción de los medios sociales. Estamos en un mundo en el que hay oferta y demanda. Los medios tienen que responder a esa multiplicidad de ofertas, y convivir con el hecho de que hay muchas oportunidades de acceso a la información a través de la red. Ahora bien, los medios de comunicación siempre existirán. Ahora los medios de distribución de la información son más sencillos para la radio, y será más profunda para la prensa.

**ADM: Eso convive con la realidad de que respecto del deporte, todos tenemos una opinión y es probable que todas sean autorizadas...**

AD: No. Una cosa es que todas las opiniones valen pero otras distintas que sean autorizadas u opiniones seguidas, o que la gente quiera conocer. Los medios de comunicación conviven con muchas opiniones pero ellos tienen audiencias masivas.

**ADM: España tiene un modelo muy particular en la relación de los medios de comunicación con el deporte. ¿Es un modelo muy especial?**

AD: España tiene un modelo con algunas singularidades en la información deportiva. En lo fundamental, hay modelos similares. La experiencia particular mía me dice que en países como Panamá, Costa Rica, Estados Unidos, México, Chile, etc... donde tenemos emisoras, hemos exportado formatos y son un éxito. La radio deportiva española es pionera en ese sentido. Fuera de España, eso sí, la radio nocturna no existe. Existen en horas más tempranas, pero no algo igual.

**ADM: ¿El deporte seguirá teniendo peso en la programación de las radios generalistas?**

AD: Un peso importante. Es que la radio ha sabido buscarse su sitio respecto del fútbol, y lo sabe hacer bien. Las emisoras generalistas, eso sí, son masivas y por tanto, sólo los deportes masivos tienen sitio en esas emisoras. Hay otros casos, como los maratones sociales, o el tenis. Damos información pero es raro que transmitamos un partido. Y en Chile, el tenis ofrece transmisiones muy seguidas.

**ADM: ¿La unión entre los medios y las nuevas tecnologías puede dar buenos frutos a futuro?**

AD: Por supuesto, y se podrán satisfacer demandas minoritarias, gracias a la tecnología, que ahora, por las limitaciones propias de la radio no se pueden atender.

**ADM: Por último, todo lo hablado, respecto a competiciones internacionales como las de FIFA o UEFA, cambia...**

AD: Es diferente, porque ahí venden paquetes conjuntos de televisión y radio.

#### **ANEXO 4. TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA CON MIGUEL MARÍA GARCÍA CABA, ASESOR JURÍDICO DE LA LIGA DE FÚTBOL PROFESIONAL**

*Realizada en la sede de la LFP en Madrid el día 28 de octubre de 2015*

**ADM:** En el propósito por enfrentar las posturas en conflicto para mi trabajo doctoral, la idea es conocer el punto de vista de los clubes, aunque es posible que pasa...

MMGC: Ahora la situación está al revés que al principio. En 2012, las emisoras nos presentaron el Real Decreto que se publicó, y tuvimos que dar un paso atrás. Pero en junio nos ha admitido a trámite un recurso de casación el Tribunal Supremo.

**ADM:** Eso quería saber. En abril, cuando hablé con Delkáder, no tenía constancia de ningún recurso después de la sentencia de la Audiencia Nacional...

MMGC: Tuvimos la primera resolución de la CNC, después la Audiencia Nacional subió la compensación a cien euros, y nos fuimos al Supremo con muy pocas expectativas de que admitiera a trámite el recurso. Para nuestra sorpresa, lo admitió. El Real Decreto es una norma legal y deja muy escaso margen. Estamos impugnando por dos asuntos: el primero es porque entendemos que los cien euros no cubren los gastos (se trató de acreditar pero es muy complicado), y segundo, lo que nunca nos ha concedido la Audiencia Nacional, que es la cuestión de constitucionalidad, que nosotros no la podemos llevar adelante pero el Supremo, sí. Entendemos que hay una vulneración de derechos fundamentales como son la propiedad privada, la libertad de empresa. No podemos impugnar un Real Decreto-ley pero sí es lo que indirectamente se ha dejado dicho: no hay campo suficiente para que el derecho a la información, en el caso específico de las radios, pueda tener vía libre. Llegamos al absurdo de que por un Real Madrid- FC Barcelona de Liga paguen cien euros y por uno de la Champions paguen muchísimo más. Cuando en 2010 se aprueba la Ley General de Comunicación Audiovisual que elimina los derechos que había en la ley Cascos de 1997 nos demandaron todas la emisoras, y perdieron todas las medidas cautelares que pidieron, porque entendían los autos que no había libre acceso, y entendían además que el derecho a información es para informar, no para retransmitir. En ese tránsito que hace el decreto, se cercenan derechos fundamentales. Son autos que definen qué es derecho a la información. Además, en aquella época en la que no accedieron a los estadios, los medios no perdieron patrocinadores, hasta tuvieron más audiencia, y ahorrar dinero retransmitiendo desde la radio. El derecho a la información se cumplimenta no con la retransmisión. Ellos sostenían que esto era un arte, que no era una retransmisión. Ellos además decían que tenía que ser gratis la Primera y Segunda División pero luego competían comprando derechos la Champions, de la UEFA, de la NBA, de la Superbowl... El Real Decreto marca que tienen que pagarnos los gastos de compensación, pero eso ha sido algo de locos. Al final, se ha quedado en cien euros, que hace que a veces te salga más barato acreditarte como operador radiofónico que comprar una entrada. Da igual el partido, pagan cien euros. No

tiene sentido. A UEFA les pagan un dineral y a nosotros nos pagan los gastos de la actividad y acceso.

**ADM: En ese escenario, ¿qué papel cree que tiene el derecho a la información?**

MMGC: Creo que tiene un papel fundamental, el problema es que creo que el derecho a la información no puede abarcar todo. Estás afectando a otros derechos fundamentales como son la propiedad privada y la libertad de empresa. Yo pongo el circo, los enanos, te metes en mi circo y no pones nada para el circo. Si mañana te permiten transmitir el concierto de música, la obra de teatro o la película y te dejo entrar gratis, ¿qué ocurre? ¿Los periodistas no pueden entrar a transmitir un concierto? No tiene sentido que haya barra libre. Se informa del hecho noticiable, el resultado, si ha habido expulsiones, si ha habido incidencias de la afición. Eso es derecho a la información. Montar un carrusel, un programa que dura muchas horas y que no sé si a efectos de comunicación es un programa informativo o de entretenimiento no está abarcado por el derecho a la información. Una cosa es el hecho noticiable, y que lo des, como pasa con los resúmenes informativos. Y otra cosa es que establezcas un programa que no es solo informativo. Hay una explotación comercial con base en un producto en el que no has contribuido. Se está valiendo de un negocio organizado por la Federación y la Liga para crear un negocio paralelo al que no aportas nada más allá de los gastos marcados. Se está enriqueciendo a costa de un negocio que no es suyo, ni colaboras. Es como si tuvieras vía libre para retransmitir un evento cultural por el que todo el mundo paga. Lo extraño que yo veo es que no haya una definición clara del derecho a la información a efectos radiofónicos. Personalmente, esperaba que el nuevo Real Decreto, igual que ha modificado el artículo 19.3. de la LGC con los resúmenes de televisión, modificara el 19.4.

**ADM: ¿Cuál es a su juicio el papel de los medios de comunicación en el deporte?**

MMGC: Es verdad que tienen un papel fundamental, y que ellos contribuyen a crear valor, a expandir la importancia del deporte y del fútbol en particular, y deben tener facilidades para su labor informadora, pero de ahí a dejarles vía libre total... En cualquier otro país de nuestro entorno más cercano, en Francia, Alemania, Inglaterra, Italia, se paga por los derechos radiofónicos. Nuestras cadenas de emisoras pagan cuando van a estos países y en otros eventos deportivos como la Fórmula 1. No hay un derecho a la información tan amplio que pueda abarcar todo, gratis. Si quieres retransmitir, y hacer un programa específico sobre determinados productos tienes que contribuir. Las radios tienen un papel fundamental en comunicar sobre el deporte, en generar más atracción, pero creo que en sus justos términos, porque también se benefician del espectáculo. Esto no ocurre en otro país, sobre todo en fútbol profesional. En Inglaterra sólo escuchas la narración del partido en la BBC, otra cosa es que pongas cualquier cadena y te digan los resultados, pero no tienen todas los derechos. En España pasó con la Fórmula 1, cuyos derechos los compró la RAC1 de Cataluña. El resto podían informar, pero el derecho a la información no abarca el derecho al entretenimiento, y creo que el legislador del 2010

estaba pensando en esto. Cuando se tramitó el Real Decreto y se le quitó el derecho, por ejemplo, a RAC1, no sé por qué no dijeron nada. De hecho, nosotros empezamos a comercializar los derechos después de la LGC, antes del Real Decreto de 2012, y nadie se rasgó la camisa.

**ADM: Hablas del fútbol profesional y del deporte profesional y aficionado. ¿Hay mucha distancia entre los papeles que tienen ambos en sociedad?**

MMGC: En el caso de España, por el régimen jurídico aplicable que hay, no son compartimentos estancos. La ley obliga a que haya instrumentos de coordinación, que haya convenios, y que la organización de la competición se organice de manera conjunta entre la Federación y la Liga. El deporte profesional retribuye al deporte aficionado, no hay una separación como hay en otros modelos de grandes ligas norteamericanas, o en otros países como Reino Unido. Aquí lo aficionado y lo profesional, por ley, y yo creo que es bueno, están unidos y se comunican.

**ADM: Ese deporte, ¿tiene hoy en día un papel secundario, protagonista, en sociedad?**

MMGC: Te habla alguien que está en el fútbol profesional. Yo creo que tiene un importante papel. Estamos en una pirámide y nuestros equipos contribuyen al fútbol aficionado. Para que funcione bien el profesional tiene que funcionar bien el deporte aficionado. El deporte cumple un papel fundamental a nivel de formación, de canteras, de alimentación del sistema profesional.

**ADM: ¿Hacia donde crees que puede ir el conflicto?**

MMGC: A mí me gustaría que todo acabara en el Tribunal Constitucional, y que este al final se manifestara sobre la adecuación a nuestra Carta Magna del Real Decreto-ley 5/2012, porque sinceramente, aunque no soy objetivo, entiendo que se extralimitó en el contenido esencial del derecho a la información, que es el que tienes que regular, y no dar carta libre. El Supremo ha admitido la casación y algo nos tendrá que decir del derecho a la información, pero estando bajo la cobertura del Real Decreto-ley y estar impugnando solo la valoración que hizo el órgano administrativo, no tenemos mucho campo de juego para que se pronuncie sobre si es constitucional o no esa limitación que hizo del derecho, pero ese sería el escenario ideal.