

Emilio Aldana García

**Tratamiento periodístico
de la Prensa Gratuita de Sevilla
sobre los deportes ‘minoritarios’**

TRABAJO FIN DE GRADO

de Periodismo,
tutorizado por:

Prof. Dr. **José-Manuel Gómez-y-Méndez**
Prof. Dra. **María-Concepción Turón-Padial**



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
2020

ÍNDICE

1. Resumen.	3
2. Palabras-clave.	3
3. Introducción...	4-6
4. Objetivos.	7
5. Hipótesis.	8
6. Metodología.	9-10
7. Resultados y discusión.	11-43
7.1 Cultura deportiva. El concepto deporte.....	11-14
7.2 Definición deporte minoritario.....	14-15
7.3 Modalidades y federaciones deportivas existentes.....	16-21
7.4 Desglosando <i>20 Minutos</i> y <i>Viva Sevilla</i>	21-29
7.4.1 <i>20 Minutos</i>	21-26
7.4.2 <i>Viva Sevilla</i>	26-29
7.5 Resultados del análisis de contenido.....	29-41
7.6 Comparación y discusión.....	41-43
8. Conclusiones.....	44-46
9. Bibliografía.....	47-49

1. RESUMEN

En la actualidad, el deporte y los Medios de Comunicación mantienen una estrecha relación, nexo que ha padecido una enorme progresión con el paso de los años. El amplio abanico de medios, desarrollo paralelo al de las nuevas tecnologías, sumado a la trascendencia e influencia social que el deporte genera en la sociedad, resulta una combinación perfecta, que se traduce como una oportunidad periodística mediante la cual entregar al público toda aquella información de interés y relevancia.

No obstante, el tratamiento que estos medios, tanto especializados como generalistas, dedican a la información deportiva, se encuentra en entredicho y es objeto de numerosas críticas debido a la desigualdad informativa que en esta área se concede a cada modalidad deportiva. De esta forma, parece existir una abismal diferencia entre aquellos deportes más populares y conocidos por la amplia audiencia y esas otras especialidades deportivas que catalogan como ‘minoritarias’, ya que su presencia en la cobertura que los medios desempeñan se presupone escasa o, en muchos casos, incluso inexistente, lo que conlleva, como consecuencia, a su invisibilidad e insuficiente reconocimiento por parte del público y, a su vez, a una nula difusión que facilitaría a este tipo de deportes la búsqueda de contratos de patrocinio y su promoción, impulso y crecimiento.

Por lo tanto, a través de este trabajo se pretende investigar, estudiar y analizar el tratamiento periodístico que la Prensa Gratuita de Sevilla, *20 Minutos* y *Viva Sevilla*, realiza hacia estos denominados deportes ‘minoritarios’ durante el mes de marzo de 2020.

2. PALABRAS CLAVES

- * Medios de Comunicación
 - * *20 Minutos*
 - * *Viva Sevilla*
 - * Información deportiva
 - * Tratamiento periodístico
 - * Deportes ‘minoritarios’
-

3. INTRODUCCIÓN

El presente documento trata de una investigación que se basa en la unión entre Periodismo y deporte o lo que es lo mismo en el Periodismo Deportivo, para ser más exactos, en el tratamiento que hacen los periódicos gratuitos de Sevilla (*Viva Sevilla* y *20 Minutos*) con respecto a los deportes ‘minoritarios’ a nivel nacional. Para ello, este estudio se centra en el análisis de las ediciones diarias de ambos medios durante el mes de marzo de 2020 y comparar así el contenido que tanto uno como otro realizan dentro de la sección deportiva.

Medios de Comunicación y Deporte, Deporte y Medios de Comunicación, una estrecha relación que desde antaño funciona a la perfección y que con el paso de los años, como todo en la vida, ha sufrido de enormes metamorfosis y evoluciones. Esta vinculación se ha visto reforzada en los últimos decenios gracias a la progresiva importancia que ha ido adquiriendo el Periodismo Deportivo, al afianzarse como una de las ramas periodísticas más influyentes y destacadas en gran cantidad de países.

Se puede observar día a día la gran cantidad de personas que acuden a los recintos deportivos para disfrutar de un deportista en concreto, del equipo favorito o, simplemente, del deporte o competición preferida. Es evidente la influencia e impacto social que el deporte ejerce en el mundo entero, ya que es un fenómeno que mueve masas y además de entretener, produce un sentimiento de unidad, de hermandad, te da la oportunidad de formar parte de algo y sentirte identificado dentro de un mismo grupo, un sentimiento de pertenencia que va más allá del simple concepto de deporte.

Este poder emocional ha sabido manejarlo a la perfección los medios, los cuales han participado activamente en la consecución de un Periodismo Deportivo cada vez más predominante, debido a los numerosos medios y programas deportivos que existen. Estos se encuentran a la orden del día y cada vez son más los seguidores y consumidores que prefieren este tipo de información por encima de cualquier otro.

En esta misma línea de pensamiento se encuentra Rojas Torrijos (2013), el cual considera este nexo determinante a la hora de fortalecer la unión de las sociedades contemporáneas:

A través de la difusión de los resultados de los deportistas y equipos más destacados de cada ciudad, región o país, los Medios de Comunicación han sido capaces de aprovechar el poder de atracción del deporte dándole una nueva dimensión, de carácter global, y de despertar en los ciudadanos la necesidad de consumir este tipo de información para sentirse también partícipes de la consecución del éxito colectivo que representa el triunfo de un equipo local o la medalla de un compatriota en un campeonato internacional. De esta manera, el Periodismo Deportivo también ha contribuido a reforzar la cohesión de las sociedades contemporáneas; se dirige a una comunidad a la que presta un servicio público en forma de información y entretenimiento, y con la que se identifica plenamente, tanto desde un punto de vista cultural como emocional.

Este interés creciente de los consumidores por este tipo de Periodismo ha generado una mayor oferta, por ello, cada vez es más amplio el abanico de posibilidades que uno puede encontrar para estar al tanto de todo lo que ocurre relacionado con el deporte, desde programas televisivos, radiofónicos o canales de Youtube, hasta

periódicos digitales, en papel o revistas. Un contenido que se ha visto incrementado en aquellos Medios generalistas debido al negocio y a la tendencia al alza que este genera, pero que también cuenta con multitud de espacios, y cada vez aparecen más, que dan cabida únicamente a noticias deportivas, comprobada la notoriedad que tienen entre la audiencia.

No obstante, el Periodismo Deportivo con el que actualmente convivimos en España brilla por tener más sombras que luces. Puesto que el deporte es uno de los focos que más atención produce en la sociedad actual, esta misma audiencia demanda y requiere que los medios hagan eco de las modalidades deportivas que a cada uno le interesa, sin embargo, esto es algo que no sucede tal cual. Existe una gran cantidad y variedad de prácticas de índole deportiva a nivel nacional, aun así, siempre tendemos a hablar de las mismas, ya que son estas las que abarcan una y otra vez los espacios de contenido deportivo.

El amplio espectro de posibilidades sobre las que un periódico deportivo puede informar se ve reducido a un mínimo y repetitivo grupo que engloba a deportes como el fútbol, el baloncesto, el tenis, el motociclismo y poco más, dejando en la penumbra a una infinidad de deportes, los cuales se convierten para el público consumidor de este tipo de Prensa en modalidades inexistentes. De esta manera, el Periodismo Deportivo contribuye a aumentar la ignorancia y escasa popularidad de deportes que necesitan precisamente de esto para extender fronteras y abrirse al mundo.

Por lo contrario, hablar de Periodismo Deportivo parece referirse cada vez más, desafortunadamente, a informar sobre el deporte rey, el fútbol. Hay vida y deporte más allá del balompié, sin embargo, las portadas de la Prensa especializada contienen en sus portadas y páginas principales, titulares llamativos y sensacionalistas acompañados de fotos que ocupan un tamaño considerable, que lo que buscan es atraer la atención del lector sobre temas futbolísticos. Siempre aparecen las mismas figuras y los mismos protagonistas, el mismo discurso que se repite continuamente y que deja en entredicho la calidad de este tipo de Periodismo en la actualidad.

Es indiscutible que el fútbol genera negocio al ser uno de los productos que más influencia proyecta en la sociedad. Y así está constituida la agenda setting de los periódicos deportivos, informaciones futbolísticas, que tengan la relevancia que tengan, se priorizan sobre cualquier otra área, eludiendo así contenidos que posiblemente atesoren mayor trascendencia y cumplan en mayor medida con los criterios de noticiabilidad periodística. Por lo tanto, el predominio que aplica este Periodismo especializado se ve reflejado posteriormente en su audiencia, la cual tan solo es consciente de aquello que se le comunica.

El resto de modalidades deportivas o representan una mínima parte de sus páginas o, directamente, caen en el olvido, no suscitan el interés de los medios, lo que resulta un tratamiento inadecuado y que, como consecuencia, resultan perjudiciales para las mismas.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que nos encontramos en año de celebración de los Juegos Olímpicos. Por tanto, resulta lógico y, también, un plus mayor para que la Prensa de cabida en sus páginas e informen de los/las protagonistas y las

respectivas modalidades que tienen un billete hacia Tokio. Pese a que la investigación no se centra en los JJOO, dentro de este marco se incluyen multitud de modalidades deportivas denominadas como deportes ‘minoritarios’. Así, se puede observar si una competición de gran calado como son los Juegos Olímpicos influyen y modifican, en cierto modo, la estructura y configuración que la Prensa generalista tiene con respecto a la publicación de información deportiva.

Por ello, a través de este trabajo se pretende evidenciar la realidad de la información deportiva, en este caso de dos periódicos generalistas, indagar y examinar el tratamiento que cada uno de ellos realiza en la sección deportiva para comprobar el nivel de igualdad y diversidad de sus contenidos, así como la extensión y prioridad que concede a cada modalidad deportiva.

4. OBJETIVOS

Mediante esta investigación se pretende averiguar el tratamiento que realizan los periódicos gratuitos de Sevilla, los cuales son generalistas, sobre los deportes minoritarios. De esta forma, el documento se sustenta sobre una serie de objetivos que se mencionan a continuación:

- Examinar y comparar la extensión que los periódicos gratuitos de Sevilla, *Viva Sevilla* y *20 Minutos*, conceden a la sección deportiva
 - Analizar el contenido deportivo de ambos medios, desde el 2 de marzo de 2020 hasta el 31 de marzo del mismo año, y el trato que proporcionan a cada deporte.
 - Analizada dicha información, se puede aportar una visión extendida sobre la importancia que la Prensa generalista otorga a las modalidades deportivas que tienen mayor relieve en la sociedad y a las menos populares.
 - Comprobar si la celebración de los Juegos Olímpicos suponen un aspecto diferenciador para así informar sobre modalidades deportivas no tratadas normalmente.
-

5. HIPÓTESIS

A modo de base y guía a la hora de poner en marcha la investigación, se han planteado una serie de hipótesis fundamentadas en el conocimiento previo sobre el tema que se va a tratar a lo largo del escrito:

- El contenido que publican ambos periódicos (*Viva Sevilla* y *20 Minutos*) en la sección deportiva tienen un tratamiento desequilibrado de los diferentes deportes que existen.
 - Los ejemplares abordan primordialmente contenido futbolístico, cediendo un espacio mínimo a noticias relacionadas con otros deportes.
 - Existe poca diversidad informativa de índole deportiva.
 - Los deportes ‘minoritarios’, o menos populares, poseen un escaso o inexistente trato en las secciones deportivas de los Medios generalistas.
-

6. METODOLOGÍA

Una vez seleccionado el tema sobre el que realizar el proyecto, es importante organizar y tener una serie de pautas para así desarrollar una investigación acertada, correcta y que refleje y confirme, lo más fielmente posible, aquellas hipótesis que se han planteado previamente al proceso de contrastación y validación de los datos.

Para ello, desde el 2 de marzo de 2020 hasta el 31 del mismo mes, se ha tratado de almacenar los ejemplares publicados por los dos periódicos gratuitos de Sevilla, *Viva Sevilla* y *20 Minutos*, durante dicho mes. De esta manera, ha sido posible analizar y comparar el número de páginas que ambos medios dedican a la sección deportiva, al no tratarse ninguno de ellos exclusivamente al deporte, ya que se incluyen en el apartado de Prensa generalista. En total, se había programado el estudio, de manera digital, de una cantidad de 44 ejemplares, 22 de cada medio, no obstante, un acontecimiento acaecido, que se explicará a continuación, ha reducido este número a 39 diarios.

Para conocer el trato que cada medio realiza con respecto al contenido de índole deportiva, ha sido necesario llevar a cabo un estudio exhaustivo y detallado de la cantidad de noticias publicadas de las diferentes y múltiples modalidades deportivas existentes. Puesto que se parte de la premisa de que el mayor contenido que abarcan estas secciones se enfoca en temas futbolísticos, el análisis se ha apoyado en un cómputo, para así obtener una extracción más precisa del porcentaje que se dedica a cada deporte. A través de este método, se ha podido esclarecer qué contenido goza de mayor interés e importancia por parte de los medios, cuales tienen una escasa presencia en sus páginas y aquellos que no forman parte de la agenda setting de los Medios de Comunicación generalistas.

Cabe destacar una incidencia ocurrida durante el proceso del proyecto, ya que ha afectado directamente al deporte y los Medios de Comunicación y, como consecuencia, al presente documento y las pautas organizadas. El mundo entero se ha visto paralizado y afectado debido a una pandemia provocada por la enfermedad covid-19. Esto ha provocado una situación extrema que ha conllevado en un estado de alarma por el cual todos permanecemos confinados en casa sin poder salir, salvo casos excepcionales.

Esta situación ha influido y perjudicado de lleno en el deporte, ya que todos los acontecimientos de esta índole han quedado suspendidos indefinidamente. De esta manera, ha causado que los Medios de Comunicación hayan tenido que modificar la actualidad informativa y centrar sus prioridades en publicar información acerca de la problemática actual y las medidas convenientes.

Por tanto, este nuevo enfoque ha generado que la investigación se haya visto algo trastocada, pues al no tener transcendencia la información de carácter deportivo, la Prensa generalista, en este caso *Viva Sevilla* y *20 Minutos*, ha tendido a reducir la sección de esta área o, directamente, ha dejado de publicar contenido referente al deporte, lo cual ha proporcionado menor material sobre el que investigar y contrastar para obtener una conclusión lo más exacta y rigurosa posible. Por otra parte, *20 Minutos*, a partir del día 25 de marzo dejó de publicar sus ejemplares en la página web,

actividad que no se volvió a retomar hasta mayo, lo cual tanto el cómputo de datos como su posterior análisis se han visto disminuido con respecto a *Viva Sevilla*.

7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

7.1 Cultura deportiva. El concepto deporte

Antes de adentrarnos en lo que a Periodismo Deportivo se refiere y plasmar los resultados de la investigación, es adecuado contextualizar el tema que se va a tratar.

Cuando hablamos de deporte, nos encontramos en un mundo disperso y ampliamente abarcable, gracias a la existencia de una extensa gama de modalidades. Sin embargo, cuando mencionamos o pensamos en todo lo que rodea a dicha palabra, siempre nos vienen a la cabeza aquellas prácticas que son más conocidas por todos.

El concepto de deporte en sí mismo es también una encrucijada, ya que hasta la fecha no existe una definición precisa y acotada que exprese el término en su mayor acepción. Obras de referencia, como son el caso de enciclopedias y diccionarios, ni siquiera han tomado partido de ello, al no llegar a un planteamiento en común que haga referencia a esta palabra. Aparecen multitud de vocablos y expresiones distintas y con el paso del tiempo han ido evolucionando en otras nuevas. No obstante, no se puede hallar un único concepto que englobe y limite las características de todas y cada una de las modalidades en un mismo conjunto.

En esta línea de pensamiento se encuentra Serrano Sánchez (1992) en la obra *Una concepción social del deporte. El deporte para todos*:

La relatividad, tanto en un plano histórico como transcultural, y el carácter polisémico que encierra, no hace posible encontrar un contenido figurativo que satisfaga a todos. El deporte no ha tenido el mismo significado en distintas épocas históricas. De la misma manera que no tiene el mismo significado en distintas culturas. Tanto es así que la literatura recoge cerca de 20 contenidos figurativos distintos del término deporte, la mayoría de ellos fruto de un proceso de investigación que ha requerido previamente el establecimiento de unos límites que guíen la atención del investigador hacia los fenómenos que deben ser observados. Si aquí dijéramos que deporte es toda actividad humana que implique (1) una acción motriz significativa, (2) codificada bajo la forma de competición y (3) que sea institucionalizada, ya estaríamos perdiendo de vista una gran parte de la realidad del fenómeno deportivo. Dejamos de considerar como deporte todo un conjunto de actividades que no suponen un enfrentamiento codificado, y quizás algo más importante, todo un conjunto de actividades no institucionalizadas. Esta concepción del deporte, definida de una forma precisa y magistral por Pierre Parlebás (1988:49), ha aportado grandes contribuciones a la investigación del deporte y al descubrimiento del auténtico valor de muchas actividades para la Educación Física. Sin embargo, el distanciamiento que marca con respecto al deporte como realidad social tiende a marginar, deportivamente hablando, grandes segmentos de población que no se adhieren a un deporte codificado e institucionalizado.

L'Encyclopédie des Sports (2005), obra liderada por Wojciech Liponski y llevada a cabo con la ayuda de más de un centenar de investigadores internacionales, hace referencia al deporte como “una forma de actividad humana (algunas veces ayudada por el esfuerzo de animales o el impulso de vehículos o aparatos diversos), cuyo resultado está más determinado por el esfuerzo físico que por el intelectual”¹. Si

¹ Cita tomada de la obra de Rojas Torrijos, José Luis (2013): “*Periodismo deportivo. Hacia la innovación y el emprendimiento en la red*”. <https://es.slideshare.net/JosLuisRojasTorrijos/manual-45742864>

tenemos en cuenta y aplicamos esta definición al deporte, no reflejaría dichas características y, por tanto, no formaría parte de esta agrupación, por ejemplo, el ajedrez.

Por otra parte, en el lado contrario, tal y como señala Rojas Torrijos (2013) en su manual, se puede encontrar a Francisco Pinheiro, autor de nacionalidad portuguesa, que tras hacer un repaso del tratamiento que los periódicos deportivos han realizado sobre esta disciplina a lo largo de la historia, incluye al ajedrez y la tauromaquia como modalidades de índole deportiva. Para llegar a tal conclusión, Pinheiro refleja y expone la definición que el francés George Hébert manifiesta en su título *El deporte contra la educación física (1925)*:

Deporte es todo género de ejercicio o actividad física que tenga como meta la obtención de una marca o cuya ejecución se base esencialmente en la idea de la lucha contra un elemento concreto: una distancia, un animal, un adversario y, por extensión, uno mismo.

Tomando como referencia el Diccionario de la Real Academia Española en su vigésimo tercera edición (2014), el fútbol es definido como “*juego*”, mientras que el fútbol americano adquiere el concepto de “*deporte*”. Es una señal mediante la cual se puede comprobar la discordancia que existe en los diccionarios a la hora de determinar dos prácticas deportivas que tienen muchas semejanzas en común.

Esta misma institución recoge en sus páginas dos acepciones para referirse al deporte. A través de la primera, se entiende el término como “*actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas*”; mientras que la segunda lo toma como “*recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre*”.

Cabe mencionar, también, el papel que ejerce en este proceso de precisar y especificar el campo semántico que rodea al mundo deportivo, a SportAccord, una organización mundial de eventos deportivos sin fines de lucro centrada en impulsar un cambio positivo a nivel internacional y dedicada a participar y conectarse; federaciones internacionales, titulares de derechos, comités organizadores, ciudades, Prensa y Medios de Comunicación, empresas y otras organizaciones involucradas en el desarrollo y los negocios del deporte². Esta asociación aglomera a 93 federaciones deportivas y 16 organizaciones internacionales y ha desarrollado una serie de criterios que deben cumplir las actividades para constituirse como deporte.

De esta manera, SportAccord diferencia cinco categorías deportivas. Entre ellas, se encuentran las que requieren de esfuerzo físico, aquellas que necesitan de un esfuerzo mental, las que dependen de vehículos a motor, aquellas que se basan principalmente en la coordinación y las actividades que precisan del apoyo en animales. Ahora bien, para que una actividad pueda formar parte de su respectiva categoría debe incluir un elemento de competencia, no debe depender de ningún elemento de la suerte integrado específicamente, no debe ser de riesgo para la salud y seguridad de los deportistas, no debe ser perjudicial para ningún ser viviente y no debe tener un único proveedor para su equipo.

² <https://www.sportaccord.sport/>

Por lo tanto, si se toma como referencia dicha definición acuñada por SportAccord, modalidades como el boxeo, diversas disciplinas de combate, la pesca, la caza, el senderismo o el fitness no podrían ser consideradas como deporte, ya que o pueden ocasionar daño, o no buscan como finalidad la consecución y mejora de resultados, sino el realizar una actividad de ocio.

Por otro lado, el Diccionario de las Ciencias del Deporte y del Ejercicio (Anshel, 1991), entiende que el deporte “*es un juego organizado que lleva consigo la realización de ejercicio físico, se atiene a una estructura formal, está organizado dentro de un contexto de reglas formales y explícitas respecto a conductas y procedimientos, y que es observado por espectadores*”³. Según Montero Ramos, Francisco Javier (2017), el último aspecto, el de ser observado por espectadores, “*es el que de manera más clara enmarca al deporte dentro del ámbito del espectáculo, el cual corresponde a los deportistas de élite*”.

En consonancia y similar a esto que comenta Montero Ramos, se relaciona la exposición que José María Cagigal realiza sobre la palabra deporte. A través de ella, diferencia entre el deporte-esparcimiento, un deporte-higiene, un deporte-rendimiento, un deporte-competición, etc. Aun así, considera que estas distintas formas de dirigirse a dicho término se pueden enmarcar en dos caminos: el deporte-espectáculo y el deporte-práctica o deporte para todos. Este filósofo español del deporte distinguía ambas orientaciones de la siguiente manera:

Se puede hablar con propiedad de un deporte-espectáculo, es decir, de un deporte desarrollado hacia esa vertiente espectacular, programada y explotada; apto para la difusión, la propaganda; objeto de exigencias campeoniles; descubierto y utilizado por las finanzas, la industria y el comercio; con frecuencia vinculado a la profesionalización. El deporte del éxito, de las retransmisiones, de la publicidad, de la política. [...] Por otro camino, en otra dirección, marcha el otro deporte ajeno a la propaganda, a la comercialización, a la instrumentalización política...⁴ (Cagigal, 1975: 59-60).

A su vez, estas dos categorías, incluyen diversos rangos, por lo que se puede hablar de deporte en edad escolar, deporte para todos, deporte recreativo, deporte competitivo, deporte educativo, deporte de iniciación o deporte adaptado. No obstante, el Periodismo, tanto en el aspecto general como especializado, se centra fundamentalmente en el deporte-espectáculo.

Está vista y comprobada la cantidad tan grande de concepciones que existen para definir o referirse al deporte y los numerosos autores e instituciones que aportan sus pensamientos e ideas. Sin embargo, hasta la actualidad, la definición más conocida y admitida de deporte es la que presenta y establece el artículo dos de la Carta Europea del Deporte (1992), del Consejo de Europa, el cual manifiesta lo siguiente:

³ Cita extraída de la tesis doctoral de Montero Ramos, Francisco Javier (2017): *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa*. <https://eprints.ucm.es/47695/1/T39936.pdf>

⁴ *Ibídem*.

Se entenderá por “deporte” todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles.

7.2 Definición de deporte minoritario

Ya se conoce la variedad y los distintos criterios que se emplean para referirse al término general de deporte. Ahora bien, una vez que nos adentramos en este mundo, nos encontramos con un gran abanico de modalidades deportivas, unas más populares que otras, por ello, a través del presente documento, se pretende averiguar el tratamiento que aquellos deportes menos populares reciben en los Medios de Comunicación.

En consecuencia, es importante conocer qué se entiende por deporte ‘minoritario’. Para ello, si se acude a la Real Academia Española (RAE) se refleja un doble significado para la palabra minoritario: “*Perteneciente o relativo a la minoría*” (1ª acepción) o “*que está en minoría numérica*” (2ª acepción). De esta manera, si extrapolamos estas dos acepciones al área deportiva, se podría extraer que se corresponderían con aquellas prácticas ejercidas por un escaso número de deportistas. Sin embargo, tal y como apunta Rojas Torrijos (2015) en un artículo para Sphera Sports, si se atiende a dichas definiciones, “*no podrían ser considerados como «minoritarios» deportes como el voleibol, uno de los que cuentan con un mayor número de licencias federadas del mundo, o el atletismo, cuya federación internacional (IAAF) integra 212 federaciones nacionales, 3 más que el número de asociaciones que tiene la FIFA*”.

Por tanto, para el profesor y periodista Rojas Torrijos, esta concepción “*se refiere más bien al grado de percepción social y cultural que tiene un deporte u otro en la medida en la que aparece, con mayor o menor frecuencia, en los Medios de Comunicación*”⁵, de ese modo, la definición aportada por el diccionario no correspondería fielmente con la realidad que se contempla en las estadísticas e informes. Y, apunta: “*No necesariamente tiene que ser lo menos practicado aquello que no es visible mediáticamente*”.

Esta versión aportada por José Luis Rojas Torrijos, se puede relacionar con el pensamiento y la visión que Boyle (2006) presenta en su obra. Para el profesor de la Universidad de Glasgow, que un deporte tenga trascendencia mediática depende de tres factores: la globalización, porque el deporte configura identidades locales y globales, muchas de las cuales sirven para expresar tensiones y conflictos; la digitalización, puesto que, dentro de la especialidad del Periodismo Deportivo, se ha visto la aparición de una cada vez más sofisticada batalla por el control de los deportes, y de cómo ellos son transmitidos y apropiados por la audiencia; y la mercantilización, ya que esta ha impactado a la vez a los deportes y las industrias de medios, es decir, la industria deportiva.

⁵ Todas las cita que aparecen en este apartado referentes a Rojas Torrijos, José Luis, han sido extraídas del artículo publicado para Sphera Sports (2015): Eso que llamamos «deportes minoritarios». <https://www.spherasports.com/eso-que-llamamos-deportes-minoritarios/>

Sin embargo, esta mediatización del deporte parece ir siempre en la misma dirección, fortaleciendo en mayor medida aquellas modalidades más conocidas y populares para los consumidores y, como consecuencia, debilitando las prácticas deportivas que necesitan precisamente más visibilidad y promoción.

En el territorio español destacan, por encima de todo, cuatro periódicos de difusión nacional especializados en el área deportiva (Marca, As, Sport, Mundo Deportivo) y otros cuatro de ámbito regional (Superdeporte, Estadio Deportivo, Campeón y El 9 Esportiu). Además, los Medios de Comunicación generalistas, también incluyen en sus páginas un apartado dirigido al mundo del deporte. No obstante y como se ha comentado anteriormente, tanto una Prensa como la otra, contiene fundamentalmente información sobre aquellos deportes que reflejan mayor audiencia, procediendo de esta manera a ejercer un tratamiento desequilibrado de la gran lista de modalidades deportivas que abarca el país. Esto conlleva y genera la imposibilidad de fomentar un mayor crecimiento de aquellos deportes considerados como “minoritarios” para los medios. Una situación que se complica aún más al no tener el apoyo y soporte de las empresas privadas y entidades públicas, que se suman al escaso patrocinio y, por lo tanto, suponen un insuficiente o inexistente alcance en la sociedad.

Estos deportes celebran con optimismo y esperanza la llegada de grandes competiciones, como puede tratarse del caso de los Juegos Olímpicos, ya que suponen una posibilidad mayor para aparecer en los Medios de Comunicación y cambiar así los criterios de noticiabilidad de los mismos. No obstante, esa presencia se reduce a ese tiempo de competición, en el que la Prensa alardea de los trofeos y medallas obtenidas y los/las grandes deportistas que tenemos en nuestro país, pero una vez que este evento concluye, estas disciplinas y sus protagonistas dejan de recibir suficiente trato periodístico, salvo ocasiones muy esporádicas.

Para Rojas Torrijos esa denominación de «deporte minoritario»:

Resulta imprecisa al no definir con exactitud a ese elevado número de modalidades que, a pesar de no salir a menudo o casi nunca en los programas y páginas de deportes, cuentan con un número considerable de licencias y clubes, incluyendo las categorías de edad inferiores, así como una masa social de aficionados que está detrás luchando también por lograr una mayor atención.

Eso mismo parece haber creado conciencia en algunos medios y periodistas, los cuales sustituyen esa expresión de «deporte minoritario» por «deporte emergente». Una nueva concepción acertada para Rojas Torrijos, ya que

Borra ese matiz ligeramente despectivo y con el que se trata de definir mucho mejor la esencia de estas modalidades. Además, aporta: Podría considerarse como apropiada esta expresión especialmente en aquellos deportes donde de pronto se cosechan éxitos, con suerte sonados, y se va abriendo camino a generaciones venideras gracias a la aparición de deportistas excepcionales, como el caso de Carolina Marín en bádminton y como en su día lo fueron Ángel Nieto o Severiano Ballesteros.

7.3 Modalidades y federaciones deportivas existentes

Un recurso que se menciona de manera continuada a lo largo del documento es la variada y gran cantidad de modalidades deportivas existentes en el territorio español. Un extenso espectro que, a su vez, se estructuran en torno a federaciones deportivas. Las federaciones son esenciales a la hora de constituir a los deportistas, ya que para que estos puedan competir de manera oficial deben estar federados. Estas se dividen en diferentes agrupaciones, las cuales están unas subordinadas a otras. Así, las federaciones regionales o autonómicas se amparan bajo las normas y reglamentos que establecen las federaciones nacionales, las cuales, de igual manera, se engloban en las federaciones continentales que, a su vez y como máxima representación, se someten a las federaciones de carácter mundial.

De esta manera y tal y como establece el Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas y Registro de Asociaciones Deportivas (1991):

El ámbito de actuación de las Federaciones deportivas españolas se extiende al conjunto del territorio nacional y están integradas por federaciones deportivas de ámbito autonómico, clubes deportivos, deportistas, técnicos, jueces y árbitros, ligas profesionales si las hubiere y otros colectivos interesados que promueven, practican o contribuyen al desarrollo del deporte.

Por lo tanto, es esta federación nacional, la que se encarga de decretar, entre otras cosas, los calendarios oficiales de las competiciones o de organizar a las selecciones y deportistas con respecto a la celebración de los campeonatos internacionales.

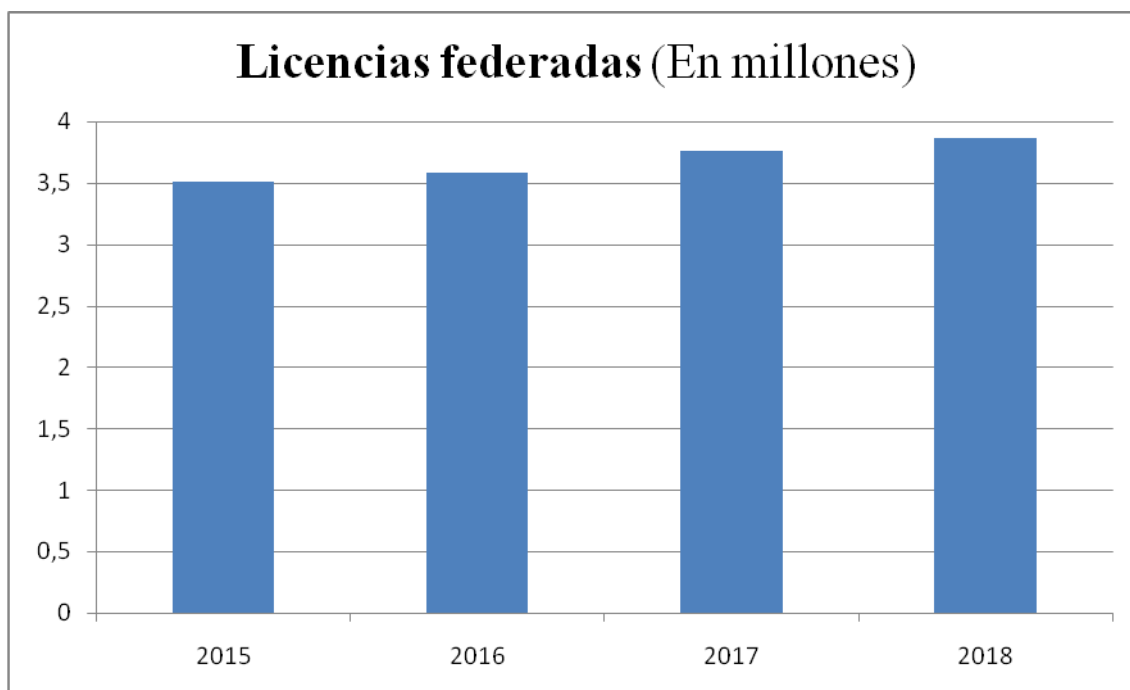
En este apartado adquiere una labor fundamental el Consejo Superior de Deportes (CSD), ya que en España, para que una federación española obtenga carácter oficial y constituya en otra internacional de la misma modalidad, necesita la aprobación de dicho organismo.

A día de hoy y según los datos que ofrece el CSD, hay registradas de manera oficial un total de 66 federaciones deportivas distintas y la elevada cifra de 400 especialidades. La Federación de Fútbol Americano y la de Baile Deportivo fueron las últimas en aprobarse en el año 2012. A continuación se expone una tabla que muestra una clasificación con las federaciones deportivas con mayor número de licencias:

Federaciones (Resumen)		Licencias
1	FÚTBOL	1.063.090
2	BALONCESTO	385.110
3	CAZA	317.065
4	GOLF	270.996
5	MONTAÑA Y ESCALADA	233.161
6	JUDO	105.206
7	BALONMANO	99.185
8	ATLETISMO	85.401
9	VOLEIBOL	84.645
10	TENIS	78.100
11	CICLISMO	75.680
12	KARATE	72.910
13	PÁDEL	72.266
14	NATACIÓN	67.918
15	PATINAJE	64.789
16	PESCA Y CASTING	52.351
17	HÍPICA	50.781
18	Entre 20.000 y 50.000 licencias	404.326
19	Con Menos de 20.000 licencias	283.887
Total		3.866.867

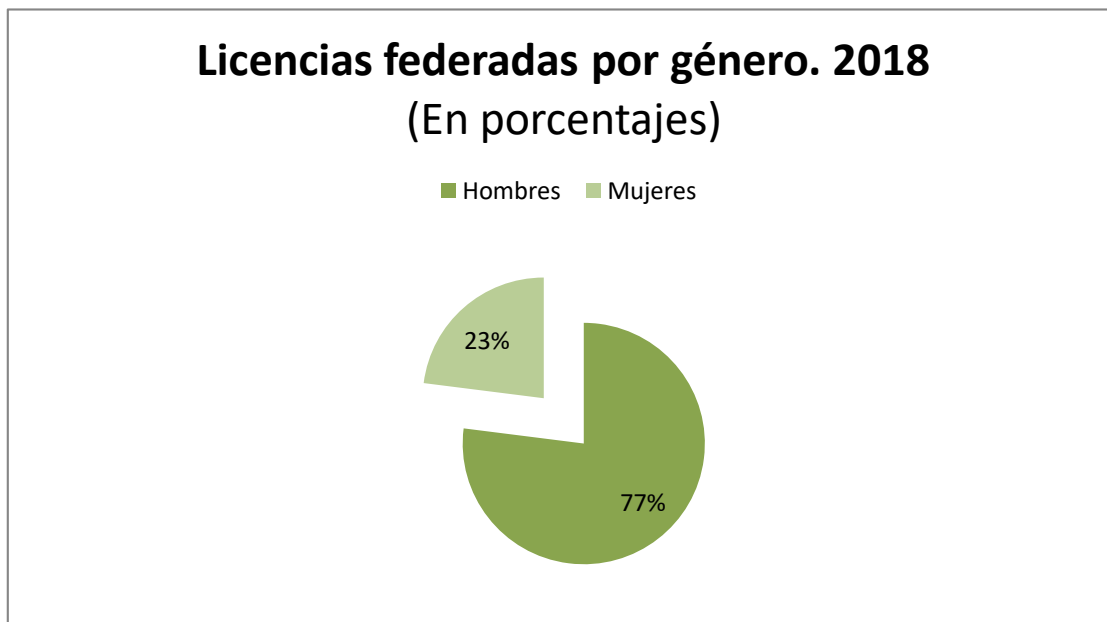
Fuente: Consejo Superior de Deportes. Federaciones Deportivas Españolas. Licencias

Al comparar los datos sobre las licencias deportivas federadas en los últimos años, se puede apreciar el aumento de estas cada año hasta 2018, fecha hasta la que se tiene constancia y donde se ha alcanzado un total de 3.866.867 millones de licencias federadas.



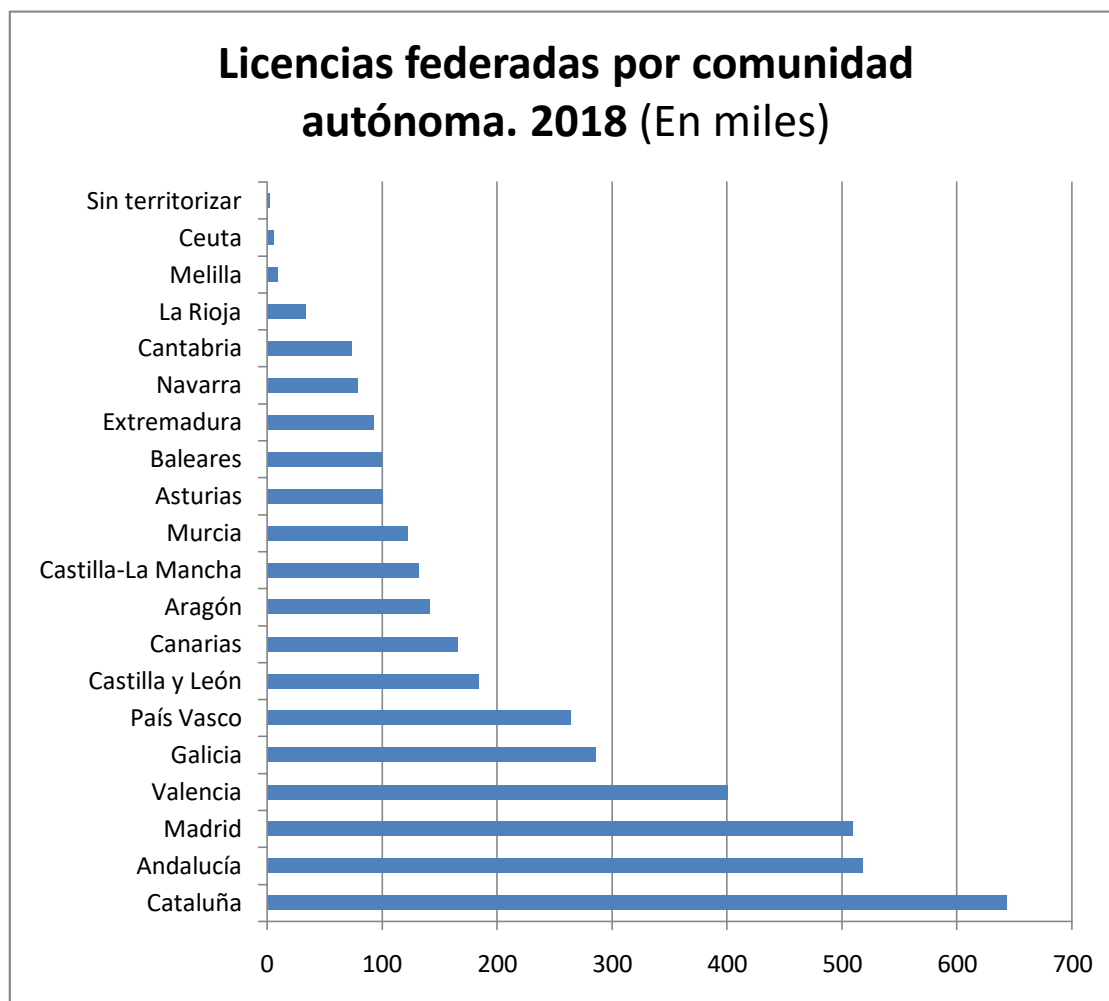
Fuente: Consejo Superior de Deportes. Federaciones Deportivas Españolas. Licencias.

Si nos centramos en el año 2018 y se separan los datos por sexo, se observa una diferencia abismal entre el número de licencias federadas para hombres (2.978.250) y para mujeres (888.617). Se muestra a continuación de manera porcentual.



Fuente: Consejo Superior de Deportes. Federaciones Deportivas Españolas. Licencias.

Si se realiza una nueva segregación de las licencias federadas, esta vez por comunidades autónomas, en el mismo año, se percibe a cuatro comunidades por encima del resto (Cataluña, Andalucía, Madrid y Valencia), las cuales reúnen entre sí más del 50% de las licencias federadas en España (2.072.085).



Fuente: Consejo Superior de Deportes. Federaciones Deportivas Españolas. Licencias.

Para conocer de manera correcta el funcionamiento y la configuración del deporte federado, hay que tener en cuenta que el actual estatuto en España articula lo siguiente (BOE-A-1991-30862):

Sólo podrá existir una Federación Española por cada modalidad deportiva, salvo las polideportivas de ámbito estatal, dedicadas al desarrollo y organización de la práctica acumulativa de diferentes modalidades deportivas, en la que se integran los deportistas con minusvalías físicas, psíquicas, sensoriales y mixtas.

Estas modalidades a las que hacen alusión son las siguientes:

- * Federación Española de Minusválidos físicos.
- * Federación Española de Minusválidos psíquicos.
- * Federación Española de Minusválidos sensoriales (invidentes).
- * Federación Española de Paralíticos cerebrales.

* Federación Española de Sordos.

Estas modalidades deportivas, a su vez, agrupan una determinada cantidad de especialidades o pruebas. Un ejemplo sería la Federación de Natación, la cual incluye diversas especialidades como la natación, natación sincronizada, saltos, waterpolo y aguas abiertas. Así mismo, dentro de la natación sincronizada, están las pruebas individuales, dúos, equipos o combo.

Por lo tanto, a través del ejemplo presentado, queda plasmada la distinción que hay que hacer entre modalidad, especialidad o disciplina y prueba. El decreto regulado por la Junta de Andalucía diferencia dichas categorías de la siguiente manera (Decreto de Deporte de Rendimiento de Andalucía, 2009):

1. Modalidad deportiva: forma de práctica con características estructurales propias, que tenga tradición, reconocimiento y reglamentación internacional o nacional, o que, sin tener esas características, ofrezca suficientes caracteres diferenciales respecto de otra modalidad deportiva oficialmente reconocida, así como suficiente arraigo e implantación social. Supone el primer nivel de concreción y es general (ej: atletismo, natación, pádel, etc.).

2. Especialidad deportiva: supone una mayor concreción a la hora de describir una práctica deportiva. Las especialidades tienen patrones o características similares que la hacen pertenecer a una misma modalidad deportiva, y a su vez, otras diferenciadoras que hacen necesario que se agrupen por similitud en especialidades deportivas. Una modalidad deportiva puede contar a su vez con una o varias especialidades deportivas (ej: Modalidad de Atletismo y especialidad de saltos, etc.).

3. Prueba deportiva: supone el máximo nivel de concreción a la hora de describir una práctica deportiva y se considera la unidad básica de referencia para el establecimiento de los criterios técnico-deportivos del Anexo de este Decreto. Una modalidad deportiva cuenta a su vez con una o varias especialidades deportivas y a su vez, cada especialidad cuenta con una o varias pruebas. La prueba deportiva posee características específicas y diferenciadoras que la hacen única. La prueba deportiva concreta la práctica deportiva (ej: Modalidad de Atletismo > especialidad de saltos > prueba de salto de longitud, etc.).

Existen situaciones, donde una modalidad deportiva se delimita en tan solo una especialidad deportiva que, de igual modo, se reduce a una única prueba. De esta manera, el deportista lleva a cabo una prueba, la cual concierne a una especialidad que, por último, se integra en una modalidad deportiva. En ciertos casos, estos diferentes rangos coinciden, como se trata del polo o del baloncesto, entre otros.

Las modalidades deportivas, además, están divididas en olímpicas, que son aquellas que componen el programa de los Juegos Olímpicos, celebrados cada cuatro años, y las no olímpicas, que se tratan de aquellas no incluidas en este mismo programa. Un dato peculiar que puede suceder es que una determinada modalidad deportiva pertenezca al programa olímpico, pero no ocurra lo mismo con todas las especialidades o pruebas que la integran. Algún ejemplo puede ser el raid, que no es una especialidad olímpica en hípica, el campo a través que no es olímpico en atletismo o el trial-bici que no es olímpico en ciclismo.

No obstante, el que una modalidad deportiva se estipule como olímpica, no es situación estable y fija, ya que esta condición depende de la transformación y evolución que adquieran los Juegos Olímpicos con el paso de los años, además de las decisiones que le competen al Comité Olímpico Internacional (COI), el organismo encargado de supervisar y administrar todo lo concerniente a dicho evento deportivo. Según el

acuerdo diseñado por el COI sobre el programa de los JJOO, se concreta lo siguiente (Carta Olímpica, 2019):

Texto de aplicación de la Norma 45:

1.2 A propuesta de la comisión ejecutiva del COI, y tras un acuerdo entre el COJO correspondiente, la FI correspondiente y el COI, se puede modificar el programa deportivo, si así lo decide la Sesión a más tardar tres años antes de la apertura de los Juegos Olímpicos en cuestión.

2.2 La comisión ejecutiva del COI decidirá el programa de pruebas a más tardar tres años antes de la apertura de los Juegos Olímpicos correspondientes.

Como novedad, el programa de los Juegos de la XXXII Olimpiada de Tokio (2020) admitió con respecto a los JJOO celebrados en Río de Janeiro en 2016, cinco deportes: el béisbol (sóftbol en la modalidad femenina), que volvía al programa tras haber sido excluido después de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008; el karate, tras una gran reivindicación de la federación deportiva y los comités olímpicos nacionales; el surf; el monopatín y la escalada. Estos tres últimos fueron incluidos con el fin de potenciar los juegos frente a la juventud.

7.4 Desglosando 20 Minutos y Viva Sevilla

7.4.1 20 Minutos

20 Minutos se trata de un periódico español de información general y de distribución gratuita, que pertenece a 20 Minutos Editora, S.L., la cual es propiedad desde 2015 de Grupo Henneo. Se publica de lunes a viernes y su ámbito de distribución es nacional, aunque también cuenta con distintas ediciones repartidas en el territorio español.

A día de hoy, esta publicación cuenta con 20 años de vida, tras salir a la luz el 3 de febrero del año 2000. Comenzó su actividad en la capital española, pero al cabo de meses se trasladó también a Barcelona. Hasta entonces, ambas publicaciones recibían un nombre totalmente diferente al actual, algo que cambió al año siguiente, en 2001, después de que 20 Min Holding comprara la mayoría del capital de Multiprensa y Más, empresa fundadora del diario. De esta manera, pasó a llamarse *20 Minutos*.

Con el paso de los años, el periódico se fue expandiendo, alcanzando en 2005 su máxima difusión, al contar con 15 ediciones. No obstante, actualmente figura en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla a través de cuatro ediciones.

En 2005, también tuvo lugar el lanzamiento de la edición digital del periódico. Este fue un hecho muy importante por dos razones. Por un lado, se trató del primer diario en línea en abrir todos sus contenidos a los comentarios de sus lectores y, por otro lado, fue el primer periódico español, tanto en papel como digital, que se publicó bajo licencia Creative Commons.

Cabe destacar que desde finales de 2012, el periódico traspasó fronteras, abriéndose al continente americano, ya que desde entonces, existe una edición digital

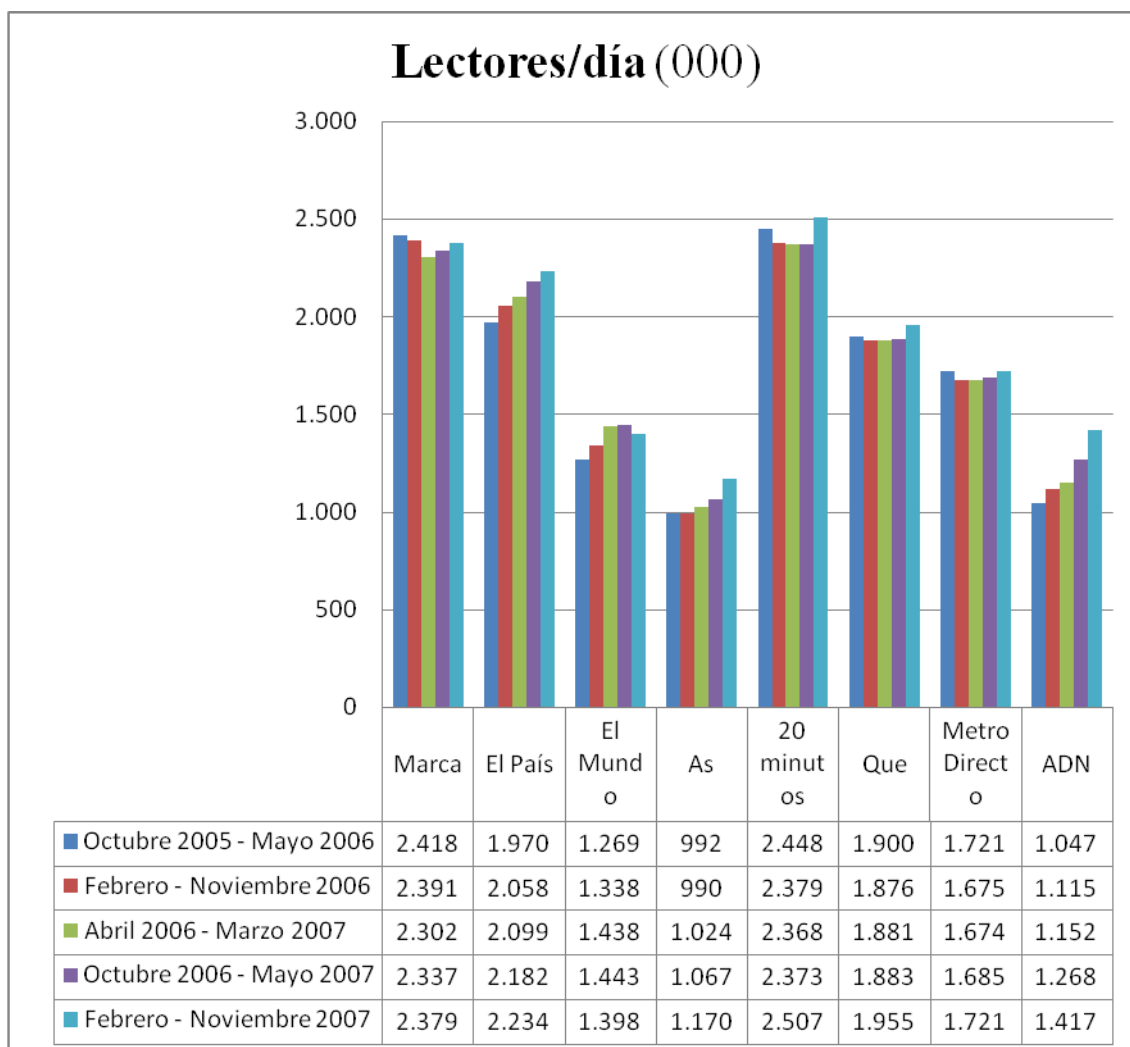
tanto para Estados Unidos como para México, ofreciendo información sobre dichos países.

Desde su nacimiento hasta la actualidad, el diario ha pertenecido a diferentes propietarios. Multiprensa y Más, como se ha mencionado anteriormente, fue la empresa fundadora y así, esta publicación, fue considerada como el primer diario español que se repartía a coste cero. De ahí, se trasladó a la compañía 20 Min Holding en 2001, una filial del grupo multimedia noruego Schibsted. Este grupo noruego se fundó en 1839 y cotiza en la Bolsa de Oslo. Es propietario de diarios de pago y gratuitos, Radios o Televisiones, entre otras cosas, y tiene una gran presencia en multitud de países, algunos de ellos son Noruega, Suiza, Francia, España o Dinamarca. Posteriormente, en 2015, el periódico pasó a manos del actual propietario, el Grupo Henneo, que por aquel entonces recibía el nombre de Grupo Heraldo. Este grupo, según su web («Un grupo en expansión», 2019) es:

El séptimo grupo de comunicación español por volumen de facturación, con un crecimiento ininterrumpido desde los años de crisis, y uno de los principales grupos en audiencia en su categoría. Un grupo con más de 1.800 trabajadores, que actúa en cuatro áreas de negocio: Medios, Audiovisual, Tecnología e Industrial. Además, añade que en el área de medios con más de 330.000 ejemplares impresos cada día que atraen a más de 1.200.000 lectores diarios y con más de 20 millones de usuarios únicos en sus ediciones digitales, HENNEO emerge como uno de los principales editores en España.

Este grupo, además de controlar el diario *20 Minutos*, es propietario del Heraldo de Aragón, La Información y del Diario del Alto Aragón, entre otros Medios de Comunicación.

20 Minutos ha sufrido una evolución y transformación con el paso de los años hasta el día de hoy. Un Medio de Comunicación que pocos años después de su nacimiento comenzaría a frecuentar altos niveles y cantidades de lectores, para sorpresa de muchos. Las estadísticas y datos valorados y evaluados por parte del Estudio General de Medios (EGM) así los refutaba. Según dichos estudios (Datos EGM: Resumen general [2000-2007]), a partir de mediados de 2002, este diario, comenzó a alcanzar altas cifras respecto al número de lectores diarios, igualando y superando a un gran número de medios de importante renombre en España y aproximándose a las grandes cabeceras. Posteriormente, entre finales de 2005 y mediados de 2006, el diario *20 Minutos* alcanzó la cima por primera vez desde su aparición, al convertirse en el más leído en el territorio español. A continuación, se muestra un gráfico con datos que demuestran la evolución de los periódicos con más lectores diarios desde octubre de 2005 hasta noviembre de 2007.



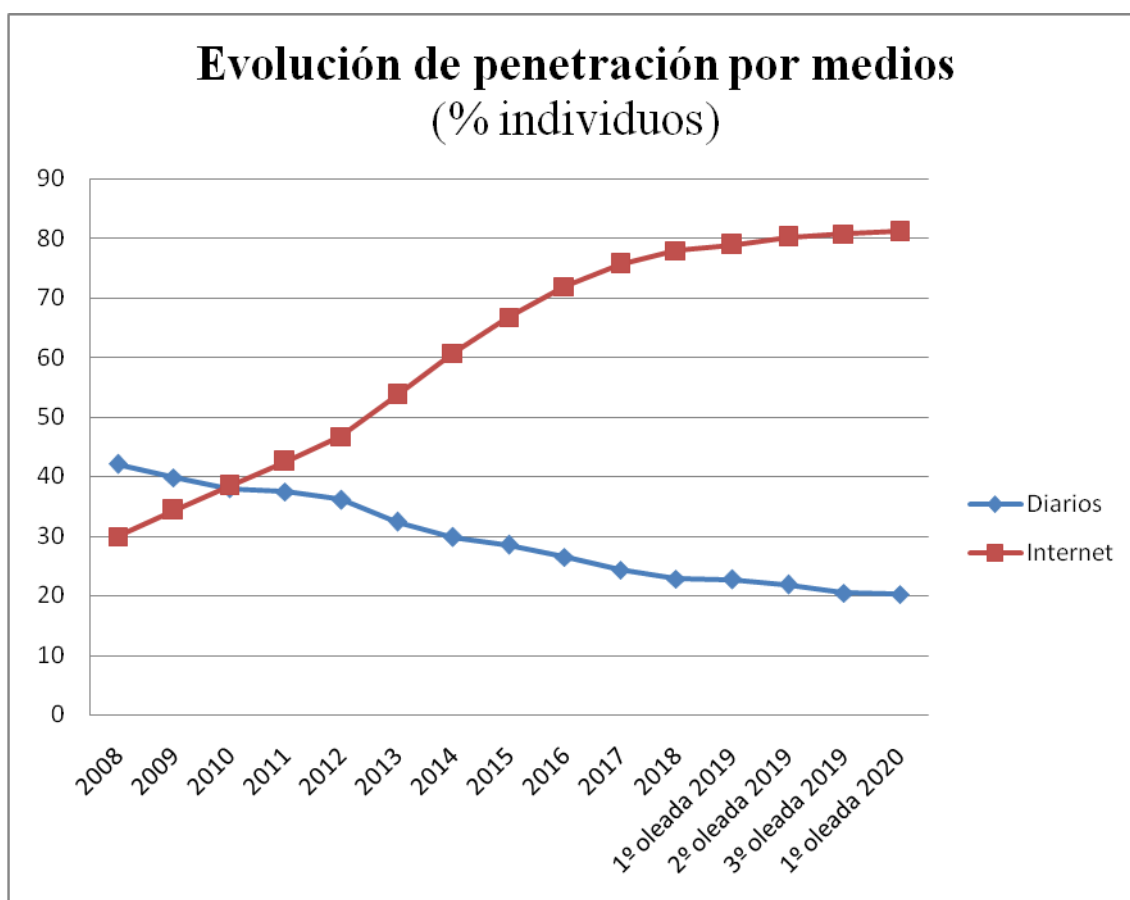
Fuente: Datos EGM: Resumen general (2000-2007)

A través de este gráfico, se aprecia la importancia que adquirió el diario *20 Minutos* con tan pocos años de vida. La audiencia lo antepone por delante de cualquier otro, ya no solo se consagraba como el periódico gratuito más leído, sino como el diario con más lectores/día, el líder, de todos, tanto gratuitos como de pago, generalistas o especializados. Un dato significativo, ya que hay que tener en cuenta que esta Prensa se publica, desde su nacimiento, de lunes a viernes, frente a las distintas cabeceras que ya por aquel entonces poseían gran prestigio y estaban consolidadas, las cuales tenían una publicación diaria.

Este crecimiento no se redujo, sino todo lo contrario, no hacía más que acrecentar, cuando en 2008 se produjo otro hecho histórico para el periódico. El resumen general de EGM de abril de 2007 a marzo de 2008, convertía y confirmaba a *20 Minutos* como el diario más leído de toda la historia de España con 2.685.000 lectores al día, al superar la cifra de 2.632.000 lectores que hasta entonces ostentaba el diario *Marca*.

Este record afianzaba aun más a *20 Minutos* como el diario más leído a nivel nacional. Una cifra que incrementarían con el paso de los meses, pero que con la

aparición en años anteriores de la Prensa digital y su paso firme en los años venideros, acapararía los focos y mermaría la evolución del periódico en papel.



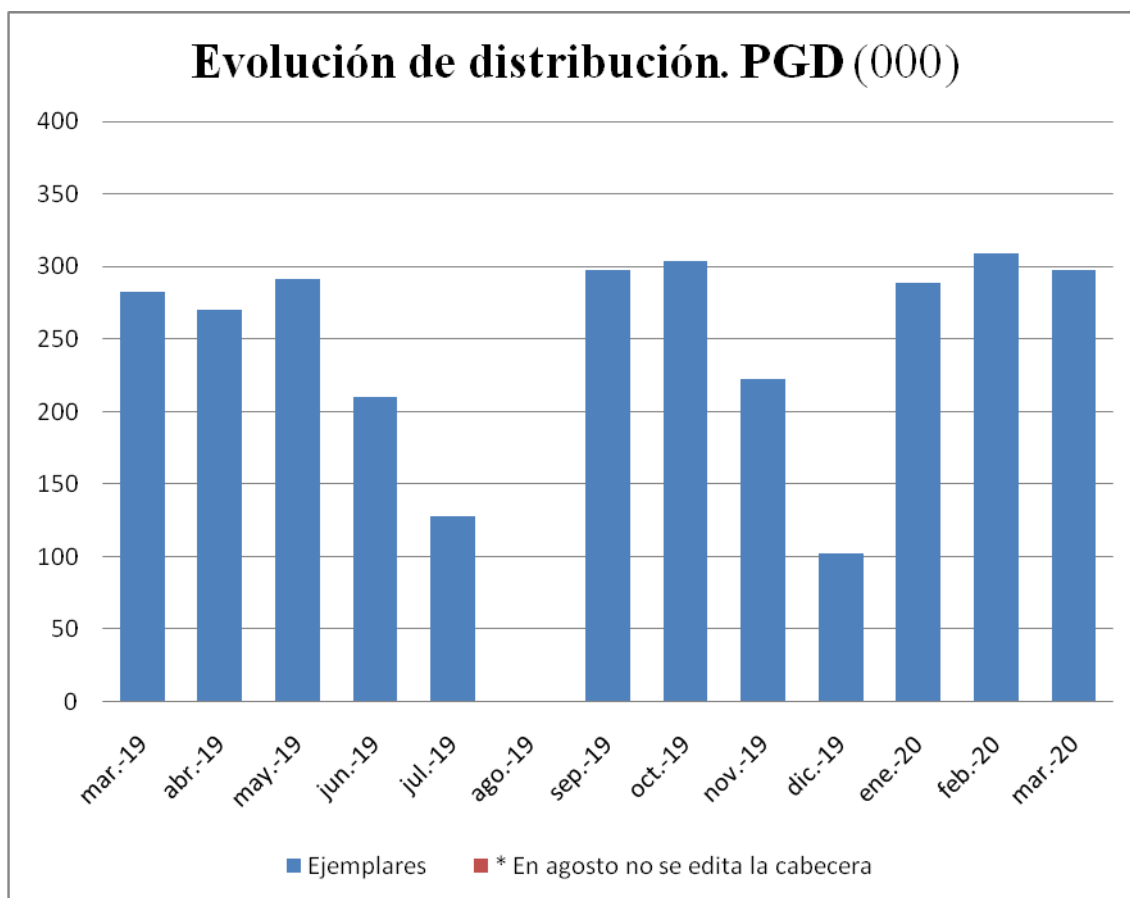
Fuente: Resumen General EGM de febrero a Noviembre 2018. AIMC EGM.

Esta gráfica muestra la transformación que ha desarrollado la audiencia con respecto a la forma de adquirir la información de los medios. Con el paso de los años, la Prensa digital le ha ganado terreno al periódico en papel, apreciándose una diferencia abismal debido al considerable y cuantioso acrecentamiento de internet.

Por ello, el número de lectores diarios que tiene este medio en cuanto a Prensa de papel ha disminuido de manera notable en los últimos años. No obstante, pese a haber perdido fuerza con respecto a otras cabeceras, continua estando en el top 5 de periódicos más leídos, siendo el tercero de Prensa generalista y el diario gratuito líder en dicho apartado. Las últimas cifras examinadas por parte del EGM corresponden a la primera oleada de 2020. Según este último estudio del que se tiene constancia, *20 Minutos* acumula un total de 572.000 lectores/día, lo cual lo coloca por detrás tan solo de *Marca* (1.596.000), *El País* (1.004.000), *As* (750.000) y *El Mundo* (657.000).

Con respecto a su difusión, el propio periódico vía correo electrónico, ha facilitado los últimos datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD, aunque en el caso de los periódicos gratuitos, (Publicaciones Gratuitas Ejemplares Distribuibles, PGD) los cuales corresponden a las fechas que van desde

marzo de 2019 a marzo de 2020. Mediante la siguiente gráfica se expone la evolución del periódico en cuanto al número de ejemplares distribuidos en los últimos 12 meses.



En cuanto a la edición digital, que nació en 2005 como se ha comentado anteriormente, *20 Minutos* comenzó a crecer poco a poco, intercalando sus primeros años en internet con el periodo de consolidación y liderazgo en papel. Posteriormente, su progresivo desarrollo fue paralelo, y mucha responsabilidad de ello tiene, a la disminución de lectores diarios que se produjo en las publicaciones impresas.

Los primeros datos controlados por el EGM, con respecto al ranking de sitios visitados en internet, en los que accedió la edición digital del diario *20 Minutos* data de la primera oleada de 2008, con un total de 547.000 visitantes únicos / los últimos 30 días. Esta cifra ha aumentado con el paso de los años hasta llegar a la segunda oleada de 2018 ocupando el top 10 de soportes más frecuentados vía internet, con un resultado de 1.748.000 visitantes únicos / los últimos 30 días. Esta cifra de 2018 ha sido la última de la que se tiene constancia, ya que a lo largo de ese mismo año, durante 2019 y en la única oleada de 2020, este diario no aparece en el ranking que el EGM hace público.

No obstante, existen otros datos de la Oficina de Justificación de la Difusión de medios en Internet (OJD Interactiva) a los que se pueden acceder sobre este diario. Estos datan desde finales de 2010 hasta principios de 2015. Según este estudio (evolución audiencia 20Minutos.es – OJD Interactiva), la edición digital poseía en

noviembre de 2010, 13.440.887 visitantes únicos y 27.659.292 visitas. Esta cantidad incrementó de manera importante en los años siguientes, hasta llegar a tener en abril de 2015, última fecha que se difundió, un total de 31.321.931 usuarios únicos y 56.260.292 visitas.

Por otro lado, *20 Minutos*, dada la vitalidad y relevancia que ha ocasionado en los últimos años diversas plataformas, está muy presente en las Redes Sociales⁶, un espacio que permite al usuario estar más conectado al medio. Por ello, en la actualidad posee cuentas en las principales redes como Facebook, en la cual suma 1.165.253 de seguidores; Twitter, donde cuenta con 1,4 millones de seguidores y 357,3 mil tweets; Instagram, red social en la que tiene 141.000 seguidores y 2.171 publicaciones; WhatsApp; Youtube, donde computa un total de 50.500 suscriptores; Flipboard, con una cantidad de 20.486 seguidores y LinkedIn. Por lo tanto, se trata de un medio con una gran diversidad de espacios en la web.

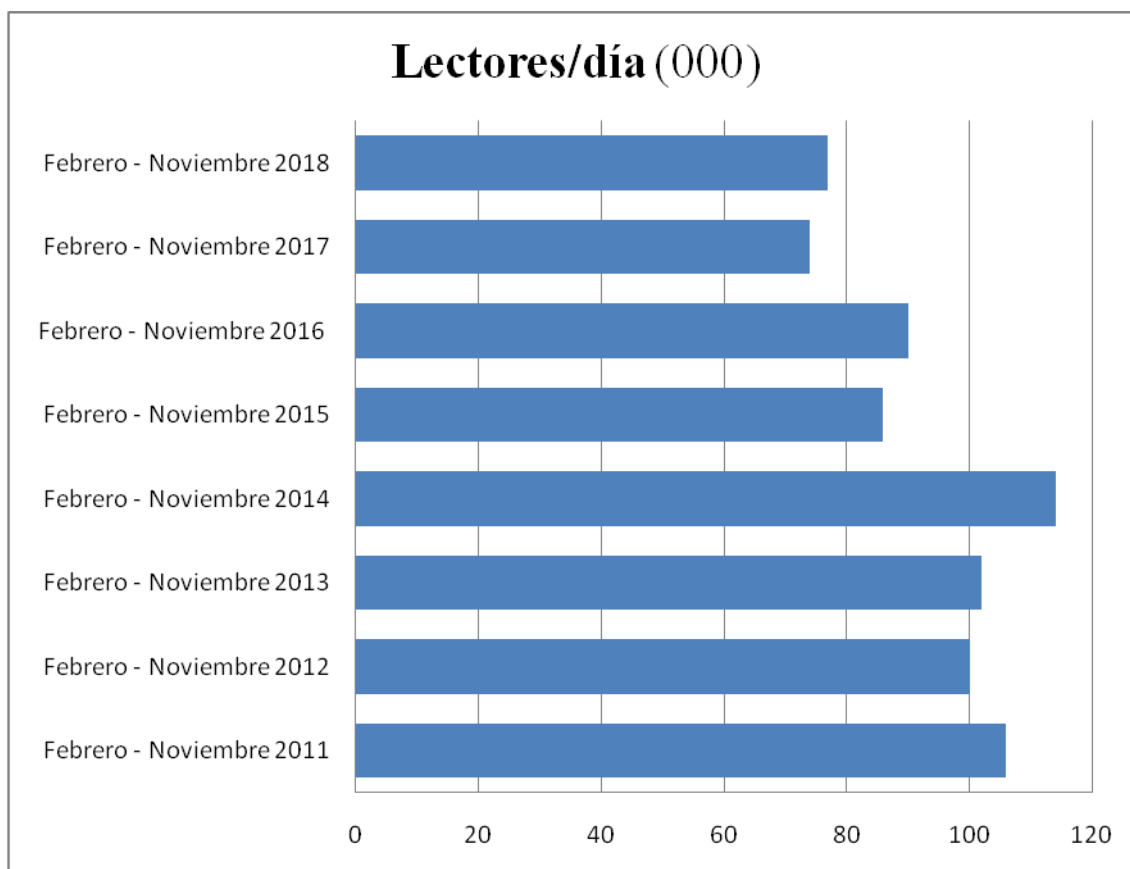
7.4.2 *Viva Sevilla*

Viva Sevilla es un periódico español de información general y de distribución gratuita, perteneciente al grupo editorial Publicaciones del Sur. Se publica de lunes a viernes y su ámbito de distribución es a nivel local y regional, concretamente dirigido a la población andaluza.

Este grupo se fundó en 1988, principalmente, según su web, para “*realzar la información local*”. Su creación y comienzo tuvo lugar en la provincia de Cádiz hasta extenderse a lo largo del tiempo por las diferentes y restantes provincias andaluzas, abarcando el 70% de la comunidad. A día de hoy, Publicaciones del Sur cuenta con sesenta ediciones locales impresas bajo la marca Viva. Dedicar más de 4.000 páginas a la semana a contenidos andaluces y distribuye casi 5.000.000 ejemplares impresos cada mes.

El posicionamiento informativo alcanzado durante todo este tiempo, basado en una creciente expansión por los municipios más importantes de Andalucía ha desarrollado con el paso de los años, que este periódico se convierta en uno de los referentes y con más difusión en la comunidad andaluza. Así lo confirman los datos que ofrece el EGM desde 2011 hasta 2018. A continuación, se muestra un gráfico con cifras que indican la evolución y progreso de la marca Viva durante dichos años.

⁶ Las cifras que se muestran con respecto a las Redes Sociales de este medio se pueden conocer a través de los diferentes enlaces que aparecen en la página web de *20 Minutos*.



*Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.
Resumen General EGM de 2011 hasta 2018.*

Se puede apreciar la disminución de lectores diarios que han sufrido los diarios impresos de la marca Viva, seguramente debido al descenso de consumidores, a su vez, de los periódicos impresos en favor de la edición digital. Las cifras se muestran hasta el año 2018, puesto que es el último resumen general al que se puede acceder y en el que aparezcan los datos de esta empresa de manera pública.

Por otra parte, en cuanto a la edición digital, el Grupo Online Publicaciones del Sur, está compuesta por una gran oferta de webs como:

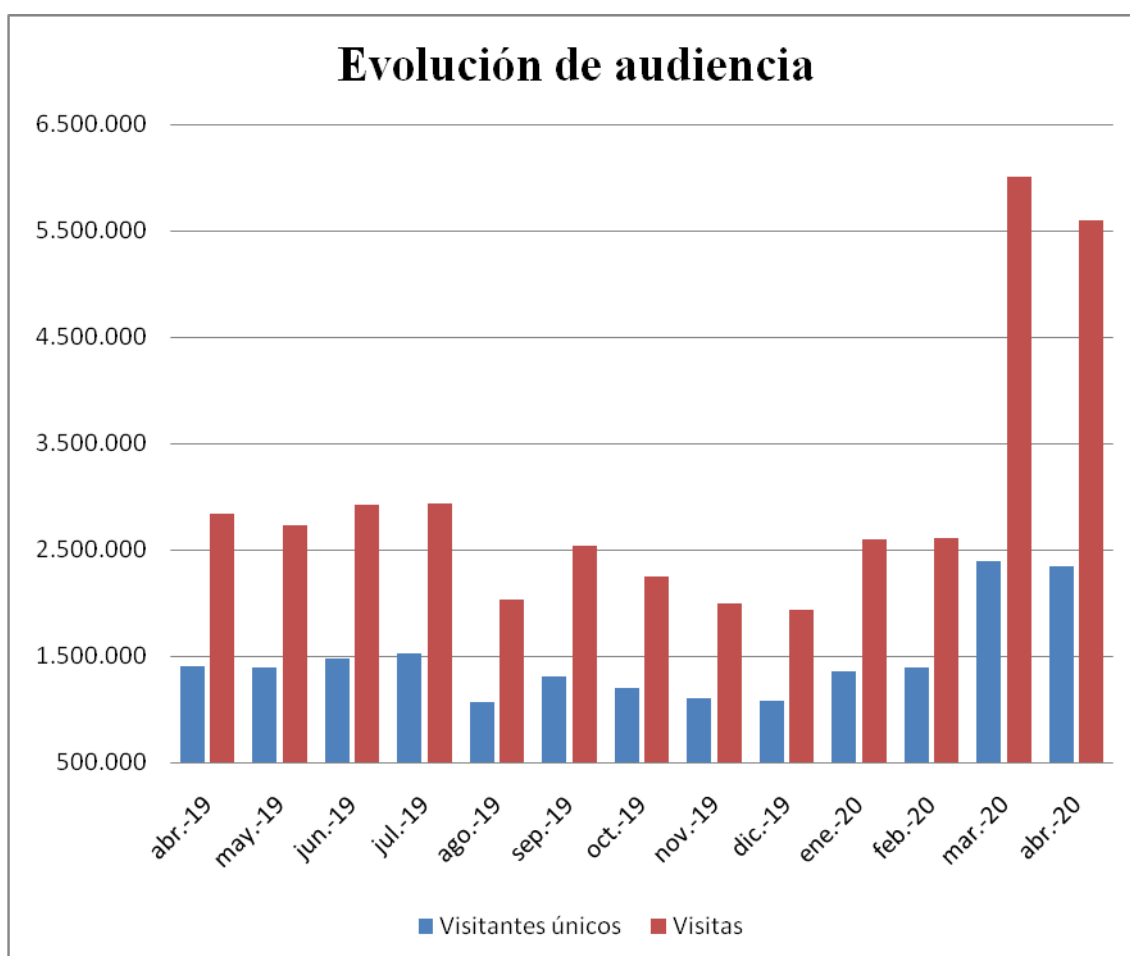
- * <andaluciainformacion.es>,
- * <7tvandalucia.es>,
- * <viruji.es> y
- * <andaluciagame.es>.

Según el dossier genérico de 2020 de este grupo editorial, se sitúan entre las 10 agrupaciones más influyentes en España en cuanto a tráfico online auditado. Cabe destacar que fue uno de los primeros en dar el salto hacia la Prensa digital, allá por el año 2001. A día de hoy, se trata de una marca consolidada a nivel de SEO en Google.

Cabe señalar, que el trabajo realizado a través de esta edición digital recibió en 2017 su consideración y recompensa, con la entrega del premio nacional Medialover como la mejor iniciativa informativa de España. Este galardón, otorgado por

Infoperiodistas y la Guía de Medios Digital, la cual cuenta con 62.000 profesionales del periodismo, examinó a 88 medios finalistas de un total de 375 que se preinscribieron.

El desarrollo y crecimiento de esta web se pueden comprobar por los estudios ofrecidos por la OJD desde noviembre de 2010, cuando tenía 231.514 visitantes únicos y 476.390 visitas, hasta abril de 2020, donde ha atesorado un total de 2.343.732 usuarios únicos y 5.597.806 visitas. Unas cifras que muestran el progreso y el valor que ha adquirido en la población andaluza su especialización en la información regional y local. A continuación, se expone una gráfica, la cual revela la evolución que ha sufrido esta edición digital en los últimos 13 meses, desde abril de 2019 hasta el mismo mes de 2020.



Fuente: OJD Interactiva.

Se puede apreciar un repunte considerable tanto de usuarios únicos como del número de visitas en los meses de marzo y abril de 2020. Precisamente, estos dos meses coinciden con la pandemia que ha atizado al mundo entero y que ha obligado al confinamiento de los ciudadanos en el domicilio. Por lo tanto, se puede concluir que, debido al covid-19, los usuarios han hecho un mayor uso de la edición digital, consumiendo la información proporcionada por este diario a través de internet.

Recientemente, han puesto en marcha un nuevo proyecto, se trata de Boom Social Media, una plataforma informativa digital audiovisual diseñada para producir contenidos y compartirlos en las Redes Sociales. Una propuesta a través de la cual intentan revolucionar el mundo del branded content, tanto audiovisual como redaccional. Para ello, desarrollan contenidos de gran valor estratégico y de alta calidad audiovisual e informativa para, posteriormente, difundir a un público determinado y definido.

Publicaciones del Sur, además de producir información a través de formatos impresos y digitales, se introdujo en el mercado audiovisual mediante canales propios de Televisión digital. Estas Televisiones locales 7 se han convertido en unos de los pilares más importantes del proyecto. Además, a las Televisiones tradicionales, se ha sumado su versión online que cuenta con la gran novedad de ofrecer servicio de streaming de cada una de las Televisiones locales, así como Televisión a la carta, videoteca y programación, entre otras muchas novedades que se pueden encontrar en 7tvandalucia.es (antigua Ondaluz Televisión). Según los datos del EGM y presentados en el dossier de este grupo editorial, cuentan con más de 500.000 espectadores diarios.

Por supuesto, también tienen una gran presencia en las Redes Sociales⁷. Así, Andalucía Información se encuentra en Facebook, donde acumula 103.004 seguidores; Twitter, con 11.000 seguidores y 129,3 mil tweets publicados; Instagram, en la cual suma 3.749 seguidores; Youtube, que cuenta con 6.050 suscriptores y más de cinco millones de visualizaciones, y LinkedIn.

7.5 Resultados del análisis de contenido

Una vez contextualizado el tema a tratar en el presente documento, es hora de plasmar y evidenciar toda la información recabada e investigada, desarrollando lo averiguado a través de la ayuda de tablas, gráficos y cualquier elemento que el trabajo requiera, para de esta manera hacer un cómputo de todo lo examinado, comparar resultados y justificar y comprobar los objetivos e hipótesis que fueron planteadas al comienzo del trabajo.

Hay que recalcar que el presente documento se ha basado en torno a dos periódicos de contenido generalista, por lo tanto, el contenido analizado en esta investigación, es decir, la información deportiva, es muy reducida respecto a aquella Prensa que dedican sus páginas exclusivamente a este contenido.

Cabe señalar, que la visualización de ambos periódicos (*20 Minutos* y *Viva Sevilla*), ha comprendido durante todo el mes de marzo de 2020. Teniendo en cuenta que ambos periódicos se distribuyen de lunes a viernes, a final de mes se habrían analizado un total de 44 ejemplares. No obstante, durante dicho mes, el mundo quedó paralizado debido a una pandemia producida por la enfermedad covid-19, la cual obligó a la población a mantenerse confinados en el domicilio. En este caso, esta situación

⁷ Las cifras que se muestran con respecto a las Redes Sociales de este medio se pueden conocer a través de los diferentes enlaces que aparecen en la página web de *Viva Sevilla*.

también ha afectado a los Medios de Comunicación, los cuales han priorizado la información y difusión de contenidos acerca de dicho tema, ocupando de este modo el espacio destinado a diversas secciones, como la deportiva, la cual se ha visto acortada o, en ciertos días, incluso suprimida. Como consecuencia directa, esta investigación se ha llevado a cabo mediante el uso, únicamente, de documentación vía internet. Cabe puntualizar, que el diario *20 Minutos*, dejó de proporcionar y publicar las ediciones impresas, pertenecientes a Sevilla, en su página web a partir del 25 de marzo, no volviendo a retomarla hasta el 11 de mayo. Por lo tanto, todo lo examinado en cuanto a este medio, corresponde hasta el 24 de marzo. De esta manera, finalmente, ha sido posible el estudio de 39 ejemplares.

En primer lugar, es preciso comparar a los dos medios de la investigación con los principales Medios especializados en la materia deportiva en el territorio español (Marca, As, Mundo Deportivo y Sport). En la siguiente tabla, se observa la evolución de la audiencia de estos distintos periódicos desde 2014 hasta 2019, teniendo en cuenta el porcentaje de consumidores que ha tenido la Prensa impresa durante dichos años.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL)

(*) Penetración %

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total Lectores Prensa	29,8	28,5	26,5	24,3	22,8	21,7
DIARIOS DE PAGO						
Marca	6,3	5,9	5,5	4,8	4,3	4,1
As	3,3	3,0	2,9	2,6	2,1	1,9
Mundo Deportivo	1,5	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0
Sport	1,3	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9
DIARIOS GRATUITOS						
<i>20 Minutos</i>	2,7	2,5	2,3	1,8	1,5	1,5
<i>Viva</i>	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2

(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.

Fuente: Marco General de los Medios en España (2020).

El nacimiento de nuevas tecnologías y herramientas para ofrecer información, ha ampliado la forma en la que los usuarios pueden acceder a ella. Este asunto ha pasado factura en la Prensa impresa, la cual se ha visto relegada a un segundo plano tras la aparición de las páginas web y los formatos y ediciones digitales. A través de la tabla anterior, se puede observar la decaída que han sufrido estos medios con el paso de un año a otro. No obstante, se puede observar que Marca continúa siendo la publicación deportiva con más audiencia y que *20 Minutos* acumula cifras superiores con respecto a medios tan asentados como Mundo Deportivo o Sport. Se aprecia, por otro lado, que la penetración de audiencia de los periódicos Viva, se ha mantenido regular y en una misma línea en estos años, sin acusar de manera tan contundente y radical esta transformación de los Medios de Comunicación, aun así, se trata de la que menor porcentaje de penetración tiene en cuanto a audiencia con respecto a los demás.

Centrando este documento, a partir de aquí, en los dos periódicos gratuitos y generalistas como son *20 Minutos* y *Viva Sevilla*, se planteaba al comienzo como objeto de estudio, la extensión, en lo que a número de páginas se refiere, que estos medios dedican a la sección deportiva.

Marzo de 2020 - <i>20 Minutos</i>						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2 (2 páginas)	3 (2 páginas)	4 (2 páginas)	5 (2 páginas)	6 (2 páginas)	7	8
9 (5 páginas)	10 (2 páginas)	11 (2 páginas)	12 (2 páginas)	13 (2 páginas)	14	15
16 (1 página)	17 (1 página)	18 (1 página)	19 (1 página)	20 (1 página)	21	22
23 (1 página)	24 (1 página)	25	26	27	28	29
30	31					

Elaboración propia

Este calendario muestra el número de páginas que el diario *20 Minutos* concedió a la información deportiva durante los diferentes días del mes de marzo en el que se llevó a cabo esta investigación. Este periódico suele emplear dos páginas para dicha sección de manera regular, salvo casos excepcionales. A partir del día 16, se redujo a una sola página en favor de cubrir de manera prioritaria el acontecimiento que por esas fechas alcanzaría una emergencia importante y superior, el covid-19.

Mayo de 2020 - <i>Viva Sevilla</i>						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2 (4 páginas)	3 (2 páginas)	4 (2 páginas)	5 (2 páginas)	6 (2 páginas)	7	8
9 (3 páginas)	10 (2 páginas)	11 (2 páginas)	12 (1 página)	13 (2 páginas)	14	15
16 (1 página)	17 (Ninguna)	18 (1 página)	19 (Ninguna)	20 (Ninguna)	21	22
23 (Ninguna)	24 (Ninguna)	25 (1 página)	26 (Ninguna)	27 (Ninguna)	28	29
30 (Ninguna)	31 (1 página)					

Elaboración propia

La sección deportiva del diario *Viva Sevilla* durante el mes de marzo ha tenido una extensión irregular y variable. Al igual que en *20 Minutos*, este tipo de información se vio perjudicada por el tema del momento (covid-19), por lo que su número de páginas se ha tenido que amoldar y modificar dependiendo del día, la actualidad deportiva y la importancia de esta. Así, el periódico ha proporcionado desde cuatro páginas máximo, pasando por tres, dos o una, hasta la opción de no ofrecer contenido deportivo en ciertos días.

Fuera de los casos excepcionales y de las consecuencias conllevadas por el acontecimiento vivido, se puede extraer que ambos periódicos, de manera habitual, suelen emplear dos páginas, mínimo, a la información deportiva. Los dos medios reaccionaron de forma parecida a la pandemia, condensando y reduciendo este material en un menor número de páginas. Aunque, hay que distinguir que, a pesar de esta situación, mientras que *Viva Sevilla*, independientemente de la actualidad deportiva, de reducir su contenido o de dejar de cubrirlo, ha funcionado como lo hace usualmente, *20 Minutos* dejó de publicar a finales de marzo su publicación referente a la edición correspondiente a la ciudad de Sevilla, la cual no se volvió a reanudar hasta ya entrado el mes de mayo.

Por otra parte, como ya se ha comentado anteriormente, es evidente que dicha cantidad de páginas es muy inferior a la que uno puede encontrar en un diario especializado en esta materia, como es el caso de Marca, As, Mundo Deportivo o Sport. Por lo tanto, se puede concluir que esta situación obliga a ambos periódicos a realizar una selección y jerarquización de contenido más selectiva, siempre teniendo en cuenta aquellas noticias que serán de mayor interés para el público. Como consecuencia, es imposible tratar todas las modalidades deportivas existentes, no obstante, esta cuestión no significa que no se pueda elaborar y componer dichas páginas a través de un procedimiento equilibrado, que incluya una variedad proporcional en relación a la ocupación de estos espacios con la introducción del mayor número de deportes posibles.

Dicho lo cual, a continuación se va a exponer lo analizado e investigado en cuanto al contenido de las páginas de la sección deportiva, desde el 02/03/2020 hasta el 31/03/2020, con la ayuda de tablas, gráficas y ejemplares de los distintos periódicos.

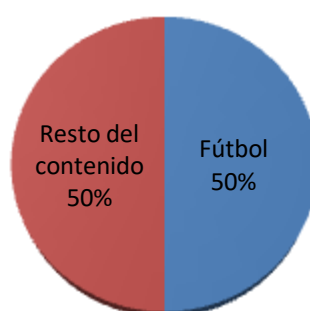
20 Minutos	
Modalidades	Porcentaje del total de páginas analizadas
Fútbol	50%
Baloncesto	11%
Motor	8%
Tenis	5,5%
Atletismo	4%
Ciclismo	3%
Polideportivo*	13%
JJO**	5,5%
Total	100%

* El apartado polideportivo contiene las distintas modalidades deportivas que se mencionan a continuación: Rugby, balonmano, pádel, natación, bádminton, vela, kárate, boxeo, tenis de mesa, beisbol, snowboard, tiro deportivo, hockey, esquí, piragüismo y waterpolo.

** Se ha incluido la sección JJO, no como modalidad sino como apartado distintivo, para comprobar si al ser este 2020 año de dicho evento deportivo, supone un escaparate suficientemente significativo para transformar las prioridades informativas del medio o si influye a la hora de ofrecer un mayor plano y difusión a todos aquellos deportes que, habitualmente, se encuentran a la sombra de las principales modalidades.

A través de los datos que se aprecian en la tabla diseñada, queda reflejado el trato y la importancia que este medio ha proporcionado a cada deporte durante el mes de marzo. Teniendo en cuenta que el análisis de este periódico fue posible hasta el día 24 de dicho mes, las cifras representadas corresponden al estudio de un total de 17 ejemplares, de los cuales se han analizado una cantidad de 30 páginas referidas a la sección deportiva del diario.

Como se puede observar, el fútbol es el deporte al que mayor interés le otorga el medio y, por tanto, el contenido que más espacio ocupa con un porcentaje del 50% del total de páginas examinadas. Una cifra bastante elevada que evidencia las prioridades informativas del diario. Una de cada dos páginas pertenece a materia futbolística. Por lo tanto, 15 de las 30 páginas acumuladas corresponden a esta modalidad deportiva.



El contenido restante ocupa el otro 50% de la información que se publicó durante el mes de marzo. Este es un dato significativo, ya que una sola modalidad deportiva como es el fútbol posee el mismo tratamiento periodístico que la suma de 21 deportes, las cuales individualmente, unas más que otras, adquieren una extensión o dimensión informativa escasa. Tan solo uno de estos deportes supera el 10% de cobertura, el baloncesto.

Si bien es cierto que concede lugar en sus páginas a determinados deportes que pueden considerarse ‘minoritarios’ o, como indicaba Rojas Torrijos, “emergentes”, como es el caso de la vela, snowboard, beisbol o tiro deportivo, su tratamiento se encuentra demasiado lejos de considerarse suficiente, completo y equilibrado con respecto a las modalidades más conocidas, ya que la difusión que se realiza de unos y de otros, como indican las cifras de la tabla, implican un procedimiento extremadamente desigual.

De esta manera, tal y como indica y revela la tabla, existe una diferencia abismal en cuanto a la predilección e interés sobre el que basa este medio las páginas destinadas a esta sección.

A continuación se incorporan, de forma alterna a unos breves apuntes, una serie de ejemplares que corresponden a los días 3, 4, 5 y 6 de marzo, a modo de demostración e instrumento y material visual a través del cual se puede comprobar y constatar los resultados plasmados anteriormente a través de una pequeña muestra.



Fuente: Sección deportiva de 20 Minutos del 03/03/2020

Como se puede observar en estos ejemplares, aparece una nueva etiqueta dentro de la sección deportiva, la cual combina y relaciona el asunto del momento, el coronavirus, y el deporte. A través de la misma, durante todo el mes de marzo, se ha informado de la situación en la que se ha visto inmersa cada deporte y el futuro de los mismos. No obstante, con el paso de los días, este contenido se ha limitado tan solo a información pertinente sobre las modalidades de mayor popularidad.



Fuente: Sección deportiva de 20 Minutos del 04/03/2020



Fuente: Sección deportiva de 20 minutos del 05/03/2020

Como se puede apreciar a simple vista, las grandes noticias e imágenes, en su mayor parte, incumben tanto a fútbol como a baloncesto, dejando espacios muy reducidos para las noticias restantes que, en ciertas ocasiones, conciernen también a estos dos deportes.

Como consecuencia, la cantidad de noticias referidas a otras modalidades, suponen una pequeña parte de las páginas de material deportivo que este diario publica diariamente, ya que se ven limitadas al estar expuestas en muy pocas líneas de extensión.



Fuente: Sección deportiva de 20 Minutos del 06/03/2020

Por otro lado, el apartado de los Juegos Olímpicos aportó, durante todo el mes, poco más de un cinco por ciento del total. Por lo tanto, la existencia de un evento de gran calado como supone este, no parece ser, durante los meses previos al acontecimiento o, al menos a fecha de marzo, un aporte y aspecto diferenciador que modifique la agenda setting de este Medio generalista, ya que su influencia ha resultado escasa y reducida tan solo a la información relacionada al futuro y cancelación del evento debido al covid-19 y, en varias ocasiones, al debate sobre quién debía ser la persona que abanderara a España.

Viva Sevilla	
Modalidades	Porcentaje del total de páginas analizadas
Fútbol	79,5%
Tenis	5%
Baloncesto	4%
Motor	4%
Balonmano	1%
JJOO*	6,5%
Total	100%

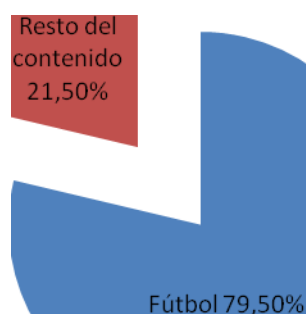
** Se ha incluido la sección JJOO, no como modalidad sino como apartado distintivo, para comprobar si al ser este 2020 año de dicho evento deportivo, supone un escaparate suficientemente significativo para transformar las prioridades informativas del medio o si influye a la hora de ofrecer un mayor plano y difusión a todos aquellos deportes que, habitualmente, se encuentran a la sombra de las principales modalidades.*

Al igual que con *20 Minutos*, en esta tabla se exponen los deportes que, durante el mes de marzo, han sido objeto de tratamiento por el diario *Viva Sevilla*. Para conocer la importancia e interés que este medio otorga a cada uno de ellos, se ha indicado el porcentaje de aparición que cada modalidad ha presentado con respecto al total de páginas y noticias que el periódico ha publicado en la sección deportiva y que, posteriormente, se ha analizado.

A pesar de la pandemia sufrida y a diferencia del otro medio analizado en esta investigación, este rotativo no ha visto transformado su habitual método de trabajo en cuanto a la publicación y distribución frecuente. Por lo tanto, hasta el día 31 de marzo, ha sido posible analizar un total de 22 ejemplares. No obstante, secciones como la que en este documento ha sido elemento de estudio, la deportiva, sí se ha visto afectada con el paso de los días y la considerable gravedad que el virus ha adquirido y provocado en

el territorio español y en el mundo entero. Como consecuencia directa, en determinadas ocasiones, la materia deportiva del diario se ha visto reducida a una sola página, en favor de asignar una mayor cobertura al tema del momento. Mientras que, durante un gran número de días, la incesante actualidad ha originado la renuncia completa de este apartado. Así, la suma total de páginas analizadas en este periodo de investigación y recopilación de datos ha sido 26.

Mediante las cifras plasmadas, llama la atención la excesiva y exagerada diferencia que existe entre la cantidad que manifiesta el contenido futbolístico y el resto de deportes que ocupan un lugar en las páginas deportivas de *Viva Sevilla*. El 79,5% del total de noticias examinadas, durante todo el mes de marzo, han correspondido al balompié. De esta manera, se puede asegurar que las páginas que este diario concede al área deportiva se basan y giran en torno a material futbolístico, ya que prácticamente cuatro de cada cinco noticias pertenecen a este deporte o, lo que es lo mismo, 20 páginas y media de las 26 que el noticiero ha destinado a esta sección.



Este procedimiento permite muy poco margen de visibilidad al resto de contenidos que completan las páginas deportivas. Cabe señalar que ninguno de los deportes, a excepción del fútbol, que han ocupado un espacio en *Viva Sevilla* durante marzo, ha superado el 5% de tratamiento periodístico. Se trata de una cifra muy baja, sobre todo, teniendo en cuenta la limitada y poca variedad informativa que este medio ha ofrecido durante dicho mes. Este es un dato relevante, ya que de la extensa, diversa y heterogénea lista de modalidades deportivas que existen, tan solo cinco han disfrutado de un lugar en el medio. Esto refleja la tendencia del diario a la hora de informar sobre este tipo de contenido, cimentando sus páginas y noticias en los deportes principales y más conocidos, dejando a la sombra a multitud de modalidades, las cuales parecen resultar inexistentes.

Por lo tanto, siguiendo los números que refleja la tabla, este medio, durante el mes analizado, no ha proporcionado un lugar a aquellos deportes que se incluyen y designan en la condición de tener menor prestigio.



Fuente: Sección deportiva de Viva Sevilla del 03/03/2020

A través de esta muestra de ejemplares, a simple vista, se puede apreciar cómo los grandes titulares e ilustraciones corresponden de manera habitual a contenido futbolístico.



Fuente: Sección deportiva de Viva Sevilla del 04/03/2020



Fuente: Sección deportiva de Viva Sevilla del 05/03/2020

Además, sirven de gran ejemplo, ya que posibilitan la demostración, comprobación y verificación de aquellos datos que se han indicado anteriormente en la tabla, pudiéndose apreciar la desigualdad existente en el tratamiento deportivo de estas páginas.



Fuente: Sección deportiva de Viva Sevilla del 06/03/2020

Por otra parte, el apartado de los Juegos Olímpicos aportó, durante todo el mes, un seis con cinco por ciento del total. De esta manera, tal y como muestran las estadísticas de la tabla, obtuvo un espacio superior a las modalidades deportivas tratadas, a excepción del fútbol. No obstante, la existencia de un evento de tanta importancia mundial como supone este, no parece ser, durante los meses previos al acontecimiento o, al menos a fecha de marzo, un aporte y aspecto diferenciador que modifique la agenda setting de este Medio generalista, ya que su influencia ha resultado insuficiente y reducida tan solo a la información relacionada al futuro y cancelación del evento debido al covid-19.

7.6 Comparación y discusión

Después de plasmar los resultados obtenidos en ambos medios a través de los distintos métodos de investigación y examen del material necesario, es posible y, a su vez, preciso desarrollar y proceder a una equiparación de los mismos, para, consecuentemente, llevar a cabo un planteamiento crítico acerca de la situación en la que se encuentra la materia que ha sido motivo de estudio a lo largo del trabajo.

Primeramente, es riguroso reiterar que, al tratarse ambos Medios generalistas, debido a la situación acontecida sobre el coronavirus, la sección deportiva de cada uno de ellos, se ha visto directamente damnificada, circunstancia que también ha influido en la investigación.

El número de ejemplares y páginas analizadas tanto en *20 Minutos* como en *Viva Sevilla*, durante el mes de marzo, ha resultado ser distinto por dichos antecedentes mencionados, variando en cinco ejemplares y cuatro páginas. Pese a que *Viva Sevilla* publicó cinco periódicos más, el número de páginas examinadas fue mayor en *20 Minutos*. Teniendo esto en cuenta, cabe resaltar la amplia y holgada diferencia con respecto al número de noticias que ha tenido lugar en el apartado deportivo de uno y otro diario. Así, *20 Minutos* prácticamente ha triplicado en este aspecto a *Viva Sevilla*, con 218 y 78 noticias respectivamente. Unas cifras que llaman la atención, puesto que la distancia resulta excesiva conociendo la cantidad de ejemplares y páginas analizadas por cada uno de estos medios.

El fútbol, supone para ambos diarios el deporte rey a nivel informativo, ya que tanto uno como otro han concedido gran espacio en sus páginas a este deporte. Sin embargo, la diferencia en cuanto a esta modalidad es notable en uno y otro. Mientras que *20 Minutos* le concede un 50%, *Viva Sevilla*, prácticamente, basa sus páginas en este contenido, llegando a ocupar un 79,5%. Es un dato revelador, ya que haciendo caso al número total de noticias que este último ha publicado en marzo, puede hacernos deducir cuáles son las prioridades y preferencias informativas de este diario en cuanto a lo que se refiere a esta sección.

Además, cabe señalar que, mientras *20 Minutos* es un diario nacional que se compone de distintas ediciones en el territorio español, entre ellas la andaluza en Sevilla, *Viva Sevilla*, es un diario regional y local, dirigido exclusivamente a la comunidad andaluza y sus provincias. Esto influye en las publicaciones que aparecen en la sección deportiva de cada uno de estos diarios, ya que, por ejemplo, en lo que a

contenido futbolístico y baloncestístico se refiere, *20 Minutos* suele centrar sus noticias de manera general, sin embargo, *Viva Sevilla*, además de recoger la actualidad futbolística y referida al baloncesto nacional, emplea siempre una página a la información relacionada exclusivamente a los equipos locales (los que se encuentran en la máxima categoría) de la ciudad de Sevilla pertenecientes a dichos deportes. Por lo tanto, esta situación conlleva y potencia que este tipo de Prensa realice un tratamiento desigualitario, debido al aporte desorbitadamente superior de este apartado.

Si se observan las modalidades restantes en la que ambos medios coinciden a tratar, los porcentajes de *20 Minutos* son superiores a los de *Viva Sevilla*, salvo en una modalidad. Así, en baloncesto, *20 Minutos* ofrece un 11%, mientras que *Viva Sevilla* un 4%; en tenis, 5,5% y 5% respectivamente; por otro lado, en motor, *20 Minutos* concede un 8%, por el 4% que le dedica *Viva Sevilla*; por último, balonmano, que es el único deporte en el que los dos periódicos realizan el mismo porcentaje de cobertura, un 1%. Por otro lado, mientras que *Viva Sevilla* no otorga espacio más que a los deportes mencionados anteriormente, *20 Minutos* proporciona difusión a 17 modalidades más, sin embargo, estas no disfrutan de una cobertura periodística tan amplia como las ya nombradas, ya que su difusión es ocasional y cuando eso sucede, ocupan una extensión muy reducida.

De esta manera, se puede extraer que, *20 Minutos* realiza un superior y variado tratamiento deportivo y concede mayor dimensión y extensión a los deportes minoritarios que *Viva Sevilla*, aunque este resulte escaso, insuficiente y desequilibrado con respecto a los deportes más populares, sobre todo, si se relacionan sus respectivas cifras al porcentaje que alcanza el fútbol.

En cuanto a los Juegos Olímpicos, ambos diarios se encuentran en la misma línea, ya que el porcentaje de uno y otro distan de un uno por ciento (*Viva Sevilla*, 6,5%; *20 Minutos*, 5,5%). Por lo tanto, la celebración de un evento como este parece no influir en gran magnitud, durante los meses previos, a la hora de organizar y seleccionar el contenido que aparecerá en las páginas de materia deportiva de estos diarios gratuitos y generalistas o, al menos, así sucede durante el mes de marzo.

La importancia que ha adquirido el deporte, con el paso de los años, en la sociedad ha crecido a grandes escalas y eso ha sabido aprovecharlo los Medios de Comunicación, los cuales a través de sus contenidos venden al público aquello que más interés les produce, utilizando para ello, titulares llamativos, ilustraciones a gran tamaño, contenidos sensacionalistas o entrevistas de los deportistas más prestigiosos, entre otras cosas. Sin embargo, parece que la base y cimentación de este tipo de páginas deportivas se ha ido inclinando hacia una prioridad y primacía informativa que gira en torno al fútbol. Tal y como se ha demostrado y evidenciado a través de diversas tablas, cifras, estadísticas y gráficas, este tipo de contenido abunda en la sección deportiva, ocupando, como mínimo, la mitad de las mismas diariamente.

España es un país donde el fútbol reina por encima de cualquier otro deporte, sin embargo, eso no debe ser argumento para enfocar y centrar la cobertura periodística en una sola modalidad. Esta metodología tan solo se encamina hacia la potenciación y fortalecimiento de los deportes considerados más populares, estableciendo una brecha informativa entre estos y los que carecen de visibilidad en estos medios, de manera que

se provoca un tratamiento desproporcionado, dejando en la sombra a multitud de modalidades que tienen la misma, incluso mayor, necesidad de aparecer en estas páginas con el objetivo de ser reconocidos y apoyados por la audiencia. Unas modalidades que, posteriormente, reciben la etiqueta de deportes ‘minoritarios’ simplemente por la poca o inexistente cobertura que se le concede en los Medios de Comunicación, cuando muchos de estos poseen gran cantidad de seguidores y quizá, un número semejante o superior de licencias y clubes federados.

En la línea de los datos y resultados recabados, es llamativo ese desequilibrio informativo existente. Se trata de dos periódicos de información generalista, también gratuitos, que dedican una media de dos o tres páginas a la sección deportiva. Por lo tanto, el contenido que en este apartado incluyen debe ser seleccionado con mayor exactitud con respecto a ese tipo de Prensa especializada en la materia que disfrutan de un número de páginas muy superior. De esta manera, debido al poco espacio que atesoran, resulta desacertado publicar, diariamente, el mismo tipo de contenido, sobre los mismos deportes y no dar cabida, a través de una mejor organización y disposición en el interior de sus páginas, al mayor número de modalidades deportivas posibles, con el propósito de entregar y ofrecer pluralidad, una extensión equitativa de cada deporte e impulsar a aquellos que son menos populares.

Hasta el momento y así las cifras de marzo lo avalan, tanto *20 Minutos* como *Viva Sevilla*, no parecen estar encaminados hacia una transformación en cuanto al tratamiento deportivo. La cobertura sobre aquellas modalidades menos prestigiosas no suponen interés para este tipo de Prensa, salvo en contadas ocasiones, por ejemplo, el triunfo en un campeonato. En el caso de *Viva Sevilla*, ni siquiera disfrutan de una pequeña difusión. Al menos, así ha sido el caso en este mes analizado, donde todo lo alejado del fútbol, baloncesto, motor, tenis y balonmano parece no haber existido, ya que no ha recibido tratamiento alguno.

La sección se denomina ‘deportes’, en plural, por lo tanto, los lectores de este tipo de información pretenden encontrar eso mismo, diversidad.

8. CONCLUSIONES

Expuesto el denso del trabajo, a través de una contextualización del Periodismo Deportivo y su tratamiento, una investigación y análisis de la situación con respecto a los medios tratados (*20 Minutos* y *Viva Sevilla*) y exhibidos, demostrados e interpretados los resultados y datos recogidos a lo largo del proyecto, cabe dar punto y final al documento mediante la extracción de una serie de conclusiones sobre el Trabajo de Fin de Grado.

Cabe recordar, que al principio del trabajo, se plantearon un conjunto de objetivos e hipótesis, las cuales se comprobarán a lo largo de este punto.

El Periodismo Deportivo anda en horas bajas dados los numerosos debates que existen en la actualidad sobre la calidad, seriedad y la senda hacia la que se encaminan las empresas y medios de esta índole. Debido al crecimiento y evolución en las últimas décadas de la tecnología y los Medios de Comunicación, la cantidad de contenido deportivo que uno puede encontrar a día de hoy ha aumentado considerablemente. De esta manera, estos medios han colaborado de forma directa en el impulso y fomento del deporte, hasta convertirlo en un espectáculo de masas. Por lo cual, la sociedad cada vez consume más este tipo de contenido.

No obstante, este impulso que ha adquirido el deporte, se ha evidenciado más en unas modalidades que en otras, cuestión que tiene que ver con la difusión que de estas hacen los distintos medios.

A través de los periódicos analizados y los datos agrupados, se puede confirmar la primera hipótesis, la cual indicaba que el contenido que publicaban ambos diarios (*Viva Sevilla* y *20 Minutos*) en la sección deportiva tenía un tratamiento desequilibrado de los diferentes deportes existentes. Se puede apreciar que la mayor parte del contenido que aparece en estas páginas se debe a la información futbolística (50% en *20 Minutos* y 79,5% en *Viva Sevilla*), convirtiendo a este deporte en el soporte angular de este tipo de Prensa. Como consecuencia, el resto de modalidades tratadas por el diario se reparten el porcentaje restante, a través de un tratamiento muy reducido con respecto al destinado al deporte rey. Multitud de deportes caen en el olvido, puesto que ni siquiera tienen presencia en las agendas informativas de dichos periódicos. Mientras que en *20 Minutos*, computando todos los ejemplares del mes de marzo, se introducen un total de 22 deportes, en *Viva Sevilla*, durante todo el mes, tan solo dedican su contenido a cinco modalidades deportivas.

A partir de esta primera hipótesis y los argumentos que la corroboran, se puede confirmar la segunda, ya que mantiene relación directa con esta. A través de la misma se señalaba que estos ejemplares de Prensa generalista abordan primordialmente contenido futbolístico, cediendo un espacio mínimo a noticias relacionadas con otros deportes. Las cifras mostradas anteriormente así lo ratifican. En *20 Minutos* le conceden al fútbol la mitad del total de noticias publicadas durante todo marzo, es decir, un único deporte alcanza la misma cobertura que la suma de 21 modalidades deportivas diferentes (50%/50%). Un dato relevante que demuestra la importancia que el medio concede a cada modalidad y las prioridades de este a la hora de organizar la sección

deportiva. En el otro lado, la proporción y división informativa que *Viva Sevilla* realiza es aun más llamativa y significativa, ya que el contenido futbolístico obtiene casi un 80% del total, es decir, prácticamente cuatro de cada cinco noticias publicadas pertenecen a este deporte, permitiendo tan solo poco más del 20% al resto de deportes, una cantidad que se supone insuficiente para desarrollar un tratamiento deportivo justo y equilibrado.

Por lo tanto, es indudable que el contenido deportivo que mayor interés y valor informativo tiene para este tipo de Prensa es el fútbol. Parece que, cualquier noticia de esta modalidad, tenga la importancia y transcendencia que tenga, siempre estará por delante de cualquier otro deporte sin importar los criterios de noticiabilidad y a partir de ahí, de manera secundaria, se confecciona lo que resta de espacio para las demás modalidades.

A continuación, la tercera hipótesis que apuntaba que existe poca diversidad informativa de índole deportiva también adquiere su confirmación. En la actualidad, según los datos proporcionados por el Consejo Superior de Deportes, ya comentados en las páginas de este documento, existen un total de 66 federaciones deportivas en España, una cantidad que no se asemeja para nada a la que los Medios de Comunicación introducen en sus páginas del área deportiva. *Viva Sevilla* ha ofrecido durante el mes de marzo contenido referente tan solo a cinco modalidades, una cifra exageradamente restringida e insuficiente, ya que no alcanza ni siquiera el 10% del total de federaciones existentes. Por otra parte, *20 Minutos* ha empleado una mayor pluralidad de contenido deportivo con respecto a *Viva Sevilla*, al dar cobertura a 22 modalidades diferentes, aunque gran parte de esta cifra, exceptuando a los deportes más reconocidos, han contado con una divulgación aislada, esporádica y mínima. No obstante, pese a haber ofertado un abanico de modalidades más amplio, se considera un número insuficiente teniendo en cuenta el total existente, ya que únicamente se le ha proporcionado cabida mediática a un tercio del extenso y variado repertorio deportivo que uno puede atender a día de hoy. Por consiguiente, se puede concluir que la variedad con respecto a la cobertura deportiva que se realiza varía de un periódico a otro, resultando esta, en cualquier caso, distante de la amplitud que se supone de un apartado que, paralelamente, goza de una audiencia tan numerosa y abundante. Puesto que dicha sección está muy limitada en cuanto al número de páginas en este tipo de Prensa generalista, es imposible conceder, de manera diaria, un espacio a cada una de estas modalidades. Sin embargo, a lo largo de un mes, resultaría viable y, a su vez, necesario, con la finalidad de equilibrar la balanza informativa, ofrecer y atraer al lector hacia otro tipo de contenido, lejos del habitual, del que quizás no tenga la más mínima idea debido a que no reciben tratamiento periodístico y que, como consecuencia, adquieran un reconocimiento justo, planteamiento que favorecería e impulsaría su desarrollo y crecimiento.

La cuarta y última hipótesis también se convalida al ser acertado y preciso afirmar que los deportes ‘minoritarios’, o menos populares, poseen un escaso o inexistente trato en las secciones deportivas de los Medios generalistas. Esta conjetura se corrobora una vez se plasman los datos y cifras revelados en tablas y gráficas tras el estudio de los ejemplares de ambos medios durante todo el mes de marzo. El tratamiento desequilibrado, inclinado hacia los deportes más prestigiosos, sumado a la reducida pluralidad informativa, refleja como resultado, la inexistente cobertura de

multitud de deportes que, posteriormente, se catalogan bajo esa denominación de deporte ‘minoritario’. A través de los números aportados, se aprecia que los deportes que no son fútbol, directamente reciben un porcentaje informativo mezquino y minúsculo comparado con este. Incluso aquellos deportes que pueden considerarse populares como el tenis, baloncesto, ciclismo, motor o atletismo, entre otros, obtienen una cobertura desigual con respecto al balompié. Deportes como tiro olímpico, snowboard o beisbol que pueden incluirse en la categoría de ‘minoritarios’, tienen espacio en el diario *20 Minutos*, pero este resulta escaso y ridículo. En cambio, en el diario *Viva Sevilla*, ni siquiera hay cabida para estos deportes, lo que conlleva a nutrir su invisibilidad, desestimación y, por tanto, favorece a su anulado crecimiento y desarrollo. En general, la mayor parte de estas modalidades deportivas menos populares no aparecen en las páginas de esta sección, lo cual resultan inexistentes para sus lectores, potenciándose así, esa etiqueta descalificativa y desconsiderada que supone la expresión «deporte minoritario».

Por otra parte y relacionado a este aspecto, debido a que este 2020 era año de celebración de los Juegos Olímpicos, a lo largo de la investigación y desarrollo de este trabajo, se ha tratado de hacer un seguimiento a las noticias e informaciones que ambos periódicos le destinaban, con el objetivo de comprobar si un evento de gran magnitud y nivel como este, es capaz de ejercer la influencia necesaria a la hora de establecer unos criterios diferentes en cuanto a la cobertura mediática y servir de punto de inflexión o aspecto diferenciador para conceder un mayor espacio a las modalidades deportivas que, normal y asiduamente, reciben escaso o inexistente trato. Según las cifras recabadas, a fecha de marzo, este acontecimiento no ejerce un efecto destacable para organizar o reordenar la agenda setting establecida por estos medios. Lo que puede servir como panorama y escaparate novedoso con el que dar a conocer y promover deportes desconocidos para gran parte de la sociedad, resulta no ser de suficiente interés y valor informativo para esta Prensa. Unas modalidades compuestas por deportistas que consideran estos JJOO como una oportunidad de difusión y autopromoción, quedan a la sombra.

Por lo tanto, queda manifestado que esta forma de hacer Periodismo Deportivo, tan solo supone una manera de entregar argumentos a aquellos críticos que cuestionan la dirección que está tomando esta profesión. Deportes, una palabra tan completa y heterogénea como las disciplinas, especialidades y pruebas que la componen que, sin embargo, se muestra vacua ante su deficiente tratamiento periodístico. Una cobertura dirigida a potenciar aquellos deportes que ya se encuentran establecidos en la sociedad dado su prestigio y reconocimiento y a desatender esas otras modalidades deportivas ‘minoritarias’, menos populares o emergentes, las cuales necesitan, precisamente, de esta divulgación para alcanzar un mayor público, notoriedad y sostén económico.

9. BIBLIOGRAFÍA

20 Minutos (2020). Edición Impresa. *Diario 20 Minutos* Andalucía/Sevilla, marzo 2020. Recuperado de https://www.20minutos.es/edicion_impresa/calendario/sevilla/2020/05/

Andalucía Información (2020). Hemeroteca-Edición *Viva Sevilla*, marzo 2020. Recuperado de <https://andaluciainformacion.es/hemeroteca-pdf/>

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación:

- (2008). *Resumen General EGM de abril de 2007 a marzo de 2008*. Recuperado de <https://recursos.anuncios.com/files/163/68.pdf>

- (2011). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2011*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2012/04/resumegm311.pdf>

- (2012). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2012*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2012/11/resumegm312.pdf>

- (2013). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2013*. Recuperado de

https://www.reasonwhy.es/sites/default/files/egm-2013-3-oleada-ReasonWhy.es_.pdf

- (2014). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2014*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2014/12/resumegm314.pdf>

- (2015). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2015*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2015/12/resumegm315.pdf>

- (2016). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2016*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm316.pdf>

- (2017). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2017*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/resumegm317.pdf>

- (2018). *Resumen General EGM de febrero a noviembre de 2018*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/resumegm318.pdf>

- (2020). *Marco General de los Medios en España*. Recuperado de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2020/01/marco2020.pdf>

- (s.f.). *Datos EGM: Resumen General (2000-2007)*. Recuperado de <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/resumen-general-resultados-egm-2000-2007/>

- (s.f.). *Audiencia General de Medios*. Recuperado de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (2009). *DECRETO 336/2009, de 22 de septiembre, por el que se regula el Deporte de Rendimiento de Andalucía*. Recuperado de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/boletines/2009/200/d/updf/d1.pdf>

Boletín Oficial del Estado (1991). *Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas y Registro de Asociaciones Deportivas*. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1991/BOE-A-1991-30862-consolidado.pdf>

- Carta Europea del Deporte (1992). *Artículo 2. Definición y ámbito de aplicación de la Carta*. Recuperado de <http://femp.femp.es/files/566-69-archivo/CARTA%20EUROPEA%20DEL%20DEPORTE.pdf>
- Comité Olímpico Internacional (2019). *Carta Olímpica. Lausana: COI*. Recuperado de <https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/General/ES-Olympic-Charter.pdf>
- Consejo Superior de Deportes (2018). *Memoria 2018/ Licencias y Clubes federados*. Recuperado de https://www.csd.gob.es/sites/default/files/media/files/2019-07/Licencias_y_Clubes_2018_0.pdf
- Henneo (s.f.). *Un grupo en expansión*. Recuperado de <https://www.henneo.com/quienes-somos/un-grupo-en-expansion/>
- Ministerio de Cultura y Deporte (2019). *Estadística de Deporte Federado*. Recuperado de <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:6b7e9a1a-e3e5-4b45-8ae5-6f187b50235f/nota-resumen-estadistica-deporte-federado-2018.pdf>
- Montero Ramos, Francisco Javier (2017). *Deontología del periodismo deportivo. Principios fundamentales y tratamiento en prensa*. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/47695/1/T39936.pdf>
- OJD Interactiva (s.f.). *Evolución Audiencia 20MINUTOS.ES*. Recuperado de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/20minutos-evolucion-audiencia/totales/todos/240/trafico-global/#>
- OJD Interactiva (s.f.). *Evolución Audiencia ANDALUCIAINFORMACION.ES*. Recuperado de <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/andaluciainformacion-evolucion-audiencia/totales/todos/1921/trafico-global/>
- Publicaciones del Sur (2020). *Dossier publicaciones del sur 2020*. Recuperado de https://andaluciainformacion.es/web2/assets/pdf/DOSSIER%20GENERICO_2020.pdf
- Real Academia Española:
- (s.f.). Deporte | *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/deporte>
 - (s.f.). Fútbol | *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/f%C3%BAtbol>
 - (s.f.). Minoritario, minoritaria | *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/minoritario>
-

Rojas Torrijos, J. L.:

- (2013). “*Periodismo deportivo. Hacia la innovación y el emprendimiento en la red*” en SOBRADOS, M. (coord.). *Presente y futuro en el periodismo especializado*. Madrid: Fragua, pp. 197-247

- (2015, julio 13). *Eso que llamamos «deportes minoritarios»* – *Sphera Sports*. Recuperado de <https://www.spherasports.com/eso-que-llamamos-deportes-minoritarios/>

Sánchez, J. A. S. (1992, mayo 26). *Una concepción social del deporte. El Deporte para Todos*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=319146>

SportAccord (s.f.). *Who we are*. Recuperado de <https://www.sportaccord.sport/who-we-are>

V. C. (2010, febrero 23). *De un diario por el que nadie apostaba... al periódico más leído por los ciudadanos*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/635494/0/historia/periodico/20minutos/>
