

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN



TRABAJO DE FIN DE GRADO
GRADO EN PERIODISMO

Análisis del auge en el seguimiento de la
Fórmula 1 en España a través del éxito de la
figura de Fernando Alonso

AUTOR:
FRANCISCO JAVIER GARCÍA ESCOBAR

TUTOR:
JOSÉ LUIS ROJAS TORRIJOS

ÍNDICE

1. Resumen	4
2. Palabras clave	4
3. Introducción	5
3.1. Justificación.....	5
3.2. Objetivos.....	6
3.3. Hipótesis	6
4. Metodología	7
5. Marco teórico	9
5.1. La Fórmula 1	9
5.2. España en la Fórmula 1 antes de Fernando Alonso (1950-2000).....	10
5.3. España en la Fórmula 1 tras Fernando Alonso (2001-2021).....	13
6. Análisis	16
6.1. Análisis del seguimiento de la Fórmula 1 en España antes de la llegada de Fernando Alonso (1950-2000)	16
6.2. Análisis de los primeros años de Fernando Alonso: el seguimiento de la Fórmula 1 en España comienza a crecer (2001-2004).....	21
6.3. El auge de Fernando Alonso. Análisis de los años dorados de la Fórmula 1 en España (2005-2007).....	25
6.4. La travesía en el desierto de Fernando Alonso y del seguimiento de la Fórmula 1 en España (2008-2009)	29
6.5. Alonso y Ferrari. Vuelta a los años dorados (2010-2014)	32
6.6. Alonso y el fracaso con McLaren. La privatización de las retransmisiones en España (2015-2018).....	36
6.7. La Fórmula 1 en España sin Fernando Alonso (2019-2020).....	39
6.8. La influencia de Fernando Alonso en otras categorías del automovilismo.....	42
7. Conclusiones	45
8. Bibliografía	47
9. Anexos	52

*Por mis padres, que siempre estuvieron ahí para
apoyarme y darme la educación y los valores
necesarios para llegar hasta aquí.*

1. Resumen.

¿Qué mueve a las retransmisiones deportivas? Diferentes valoraciones se realizan sobre lo que lleva al espectador a decidir por consumir un producto deportivo, a las televisiones a la hora de adquirir unos derechos de admisión, o a los medios de comunicación para darle protagonismo a ese deporte en sus portadas. En esta investigación nos centramos en la Fórmula 1, y en tratar de confirmar lo que se considera un hecho entre muchos aficionados y expertos de este deporte: ¿Es Fernando Alonso la causa principal de que este deporte llegara a ser seguido en masa por los españoles? A través de análisis de audiencias, de la asistencia al Gran Premio de España de Fórmula 1 y de las portadas de la prensa, principalmente deportiva, buscamos esclarecer con datos la enorme influencia que tuvo el piloto asturiano a la hora de convertir un deporte minoritario en un deporte que llegó a competir en popularidad con el fútbol durante varios años.

2. Palabras clave.

Fórmula 1, Fernando Alonso, deporte, retransmisiones deportivas, audiencias, derechos televisivos, eventos deportivos, prensa deportiva, España.

3. INTRODUCCIÓN.

3.1. Justificación.

El periodismo deportivo ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en España, tanto en la prensa tradicional, como en los medios radiofónicos y televisivos, e incluso en internet. Esta realidad es especialmente significativa en el ámbito de la prensa, donde la información deportiva constituye no solo una de las secciones estrella de los diarios de referencia y mayor prestigio, sino que además se ha convertido en la parcela del periodismo especializado que cuenta con un mayor número de cabeceras (Rojas, 2012).

Como afirma Rojas (2012), el periodismo deportivo en televisión es información, pero al mismo tiempo es espectáculo, seguramente más espectáculo que información. Esta hibridación continua tiene como inmediata consecuencia la magnificación visual y el ensalzamiento de los hechos a través de la hiperbolización del lenguaje que emplean los locutores y comentaristas.

En el artículo de Bonaut y Vincent (2019) sobre los contenidos deportivos en la programación televisiva española de 1993 a 2010, recalcan que surge un aspecto esencial entre televisión y deporte: la fidelización y exaltación de los valores nacionales, culturales y deportivos construidos bajo la idea de éxito. Un rasgo que refuerza esta etapa, y que subraya la presencia de los llamados *media events*, es la presencia de protagonistas españoles en los espacios deportivos más vistos en España. Casi un 90% de las emisiones se centraron en estrellas o equipos españoles, con los casos de Miguel Induráin o Fernando Alonso, como los más destacados, al ser los únicos que pudieron romper el monopolio absoluto del fútbol. Rojas (2012) posee un argumento calcado, afirmando que estos deportistas se convierten en ídolos y son capaces de movilizar y animar al público a buscar información y demandar opinión o análisis de una materia no balompédica.

Esto nos lleva hacia el tema principal de nuestra investigación, el cual es el auge del seguimiento de la Fórmula 1 en España a raíz del éxito de la figura del previamente mencionado Fernando Alonso. La Fórmula 1 apenas era un deporte minoritario en nuestro país, pese a tener presencia de pilotos españoles, circuitos y de incluso

retransmisiones desde prácticamente sus inicios. Con la llegada del piloto asturiano en 2001, y tras su primera victoria en 2003, la Fórmula 1 comenzó una línea ascendente hasta convertirse durante varios años en uno de los deportes más seguidos de España, superando al fútbol en varias ocasiones.

Con esta investigación queremos analizar el impacto de Fernando Alonso no sólo durante su etapa gloriosa, sino también durante años donde no pudo luchar por el Campeonato, observando cómo variaba el seguimiento de la competición durante estas temporadas. Iremos desde el análisis de audiencias hasta la asistencia total al Gran Premio de España, celebrado de forma ininterrumpida en Montmeló desde 1991, pasando también por un recorrido por las portadas deportivas y la cobertura de la prensa del Gran Circo.

3.2. Objetivos.

El objetivo principal de este estudio es analizar cómo ha repercutido la llegada y el éxito de Fernando Alonso en la Fórmula 1 a partir de un análisis de las audiencias, la cobertura periodística, los derechos televisivos y la asistencia al Gran Premio de España a lo largo de los años. Como objetivos secundarios están el descubrir las motivaciones que mueven a las televisiones, la prensa y las audiencias para el seguimiento de este deporte, y dilucidar si es posible que este paradigma del seguimiento de la Fórmula 1 en España cambie a través de un cambio de formatos o de cultura deportiva.

3.3. Hipótesis.

Hipótesis principal: el grado de seguimiento de la Fórmula 1 en España depende principalmente del éxito de un piloto español.

Hipótesis secundarias:

- La retransmisión en abierto de la Fórmula 1 es un factor clave para el seguimiento en masa de este deporte en España.
- En otras competiciones automovilísticas, el grado de seguimiento también depende del éxito de un piloto español.

4. Metodología.

En primer lugar, realizamos una introducción justificando la causa de este proyecto, el análisis del auge del seguimiento de la Fórmula 1 en España a través del éxito de la figura de Fernando Alonso. Establecemos una serie de objetivos y unas hipótesis que intentaremos refundar con el análisis.

Una vez elaborada la introducción, elaboramos un marco teórico, dividido en tres partes. El primero, una breve explicación sobre qué es la Fórmula 1, narrando sus orígenes. Los dos siguientes apartados componen un contexto histórico de la Fórmula 1 en España, dividido en dos partes cronológicamente: la Fórmula 1 en España antes y después de Fernando Alonso. Repasamos la historia de los diferentes pilotos y circuitos españoles presentes en ambas etapas, centrándonos en el asturiano en la segunda. Y en tercer lugar, hacemos un repaso histórico no sólo a circuitos y pilotos, sino también a la historia del seguimiento periodístico, principalmente televisivo, de la categoría, desde las primeras retransmisiones hasta las más actuales.

Tras ello, realizamos lo que es el núcleo de esta investigación: analizar el auge en el seguimiento de la Fórmula 1 en España a través del éxito de la figura de Fernando Alonso. Consta de ocho apartados, ordenados cronológicamente según los diferentes momentos de la carrera del asturiano. Estos apartados están cimentados en el análisis de tres diferentes formas de seguimiento: las audiencias, la asistencia al Gran Premio de España en Montmeló y la cobertura de la categoría por parte de los medios deportivos, centrándonos en las portadas de estos, especialmente *MARCA*, el medio deportivo más leído del país. El primer apartado consta del análisis de estas formas de seguimiento antes de la llegada de Alonso. La segunda, durante sus primeras temporadas en Fórmula 1. La tercera, durante las dos temporadas donde fue campeón del mundo y su temporada en McLaren. La cuarta se sitúa sobre su segunda etapa en Renault, y la quinta sobre su etapa en Ferrari. En la sexta parte analizamos sus últimos años en la categoría, siendo la séptima un análisis de los dos años que estuvo ausente en la Fórmula 1. Y para cerrar, una octava parte donde salimos de la Fórmula 1 para analizar la influencia de Alonso en otras categorías del automovilismo.

Finalmente, realizamos una breve recapitulación de los resultados obtenidos, elaborando una conclusión que busca cumplir nuestros objetivos y apoyar nuestra hipótesis.

Sobre la selección de las fuentes, hemos buscado principalmente aquellas relacionadas lo máximo posible con nuestro tema de estudio. Ha sido necesaria la selección de fuentes que repasaban la historia de España en la Fórmula 1 para realizar el marco teórico, como el documental de Víctor Abad (2017) o libros como el de Bonaut (2009) o Gómez (2000). Para el análisis, obtuvimos análisis audiencias de diferentes fuentes, pues no todas cubrían todos nuestros años de estudio. Para los años previos a Alonso nos apoyamos en la de Comunicación AL DÍA (2011), que se apoya en datos de Kantar Media. Para las audiencias de Telecinco nos apoyamos en sus informes anuales entre 2004 y 2008, y para La Sexta y Antena 3 utilizamos datos de *Fórmula TV* e Iván Flórez (2015). Para audiencias de Movistar nos apoyamos en las fuentes de @MedF1osTV y Rafael Mohedano (2021), y en varios artículos y en *Fórmula TV* para obtener las audiencias de Le Mans y la Indy 500.

Para la cobertura de la prensa deportiva, nos apoyamos principalmente en portadas del diario *MARCA*, al ser el diario más leído del país, y por tanto, el que más atención atrae sus portadas. En la asistencia al Gran Premio de España, nos apoyamos en la fuente de Roldán (2018).

En lo que a fuentes personales se refiere, contactamos con Ángel Marco, comentarista de Telecinco entre 1994 y 1996, al no contar con apenas información sobre aquellas retransmisiones, y con Javier Rubio, para aportarnos informaciones sobre el periodismo de Fórmula 1, y las retransmisiones que llevó a cabo en Le Mans. Se valoró contar con alguna fuente más, pero con sus declaraciones hemos cubierto las informaciones necesitadas que no conseguimos encontrar documentalmente.

Resumiendo, nuestro criterio a la hora de buscar fuentes son dos: fuentes que trataran nuestro tema de estudio o similares, que son Fernando Alonso, la Fórmula 1, las audiencias, los derechos de retransmisión o la cobertura deportiva en España, entre otros. Y nuestro segundo criterio es que estas fuentes aporten datos sobre nuestras tres pautas de análisis: las audiencias de la Fórmula 1 en España, la asistencia al Gran Premio de España y la cobertura de la prensa deportiva española.

5. MARCO TEÓRICO.

5.1. La Fórmula 1.

Los monoplasas conocidos como Fórmula 1 tienen su origen desde principios del siglo XX, siendo en 1906 la primera carrera oficial disputada por estos. Como afirma Williamson (2009), su auge tuvo lugar en los años de entreguerras, en lo que fue una boyante época de competiciones de motor, y su nombre se debe a que los coches que se inscribieran en la nueva competición debían seguir una ‘fórmula’ relacionada con unas especificaciones técnicas (peso, cilindrada, consumo y potencia). Al principio conocida como Fórmula A, sustituyeron la A por el 1 para recalcar que eran la primera y más importante especialidad del motor (Prieto, 2017).

A finales de los años 30 se planteó un Campeonato Mundial de Pilotos, pero este no se concretó a causa de la II Guerra Mundial. Volvieron a celebrarse carreras en 1946, como afirma Williamson (2009). Finalmente, en 1950, y como respuesta a la creación del Campeonato Mundial de Motociclismo en 1949, la Federación Internacional del Automóvil (FIA) organizó en 1950 el primer Campeonato Mundial de Fórmula 1. Fue un Mundial en el cual siete de las veinte carreras fueron puntuables (hubo carreras no puntuables hasta 1983, recalca Williamson). Giuseppe Farina logró el Campeonato inaugural de la Fórmula 1.

Como queda reflejado en la web *StatsF1.com*, 72 temporadas del Campeonato Mundial de Fórmula 1 se han disputado hasta hoy día. Como se mencionó previamente, Giuseppe Farina fue el primero de los 33 pilotos que han logrado el Título Mundial. Sólo un español ha logrado ganarlo: Fernando Alonso, en dos ocasiones. 110 pilotos han logrado vencer en un Gran Premio, siendo Lewis Hamilton el que más ha conseguido, con 96 victorias al término de 2020. Fernando Alonso logró 33 victorias. 75 circuitos diferentes han albergado un Gran Premio de Fórmula 1, siendo seis de ellos españoles. Además de Fernando Alonso, doce pilotos españoles más han comenzado un Gran Premio. En los 72 años de historia, 164 equipos diferentes han comenzado un GP, siendo sólo uno de ellos español, Hispania Racing Team, de 2010 a 2012.

Las retransmisiones de la Fórmula 1 corren a cargo de la FOM (Formula One Management Ltd) desde 1981. Su CEO en la actualidad es Stefano Domenicali.

Anteriormente se hacía llamar la FOCA. Esta proporciona servicios de distribución de los medios de comunicación y sirve a la Federación Internacional de Automovilismo de promoción (Bloomberg). En lo que a la gestión de circuitos, equipos y superlicencia, todo depende de la FIA. Esta es la que ha decidido y verificado correctamente la entrada de todo circuito, equipo y piloto español en la competición.

5.2. España en la Fórmula 1 antes de Fernando Alonso (1950-2000).

Pese a no convertirse en un deporte de masas en España hasta los triunfos de Fernando Alonso, la Fórmula 1 ha contado con presencia española desde sus orígenes, tanto de pilotos como de circuitos. Un profundo trabajo de investigación sobre la historia del deporte rey del automovilismo en nuestro país es el documental *España en la Fórmula 1*, realizado y publicado en 2017 por Víctor Abad. Sobre él nos apoyamos.

Pese a que se considera que este deporte tiene poca tradición en nuestras tierras, ha habido presencia española en la Fórmula 1 desde sus inicios hasta nuestros días, afirma Abad (2017). En los 71 años de historia de la Fórmula 1, quince pilotos españoles han participado en ella. Tres pilotos españoles y un circuito español estuvieron presentes en los años 50. El circuito de Pedralbes fue el primero de seis circuitos que albergaron un Gran Premio de Fórmula 1, en 1951 y 1954. Paco Godia, Juan Jover y Alfonso de Portago fueron los tres pilotos, siendo el último de ellos capaz de conseguir un podio. De Portago falleció el 12 de mayo en la *Mille Miglia*. En este fallecimiento ya tenemos las primeras pruebas de la cobertura periodística de la Fórmula 1 en España, pues tanto la radio como periódicos del país se hicieron eco del fallecimiento del piloto, como se observa en el documental.

En los años 60 sólo tuvimos un español participando, Antonio Creus. Por otra parte, encontramos la primera retransmisión deportiva de un GP de Fórmula 1 en España. Fue el 14 de mayo de 1961, en el que TVE retransmitía el Gran Premio de Mónaco, una de las pruebas más importantes del Campeonato Mundial (Gómez, 2000). Eurovisión permitió a TVE la conexión durante 30 minutos y la realización de un resumen de 25 minutos a lo largo de la tarde (Bonaut, 2009). Desde 1968 a 1976, el GP de España se celebró con alternancia entre el circuito del Jarama y el circuito urbano de Montjuic. Ya en los 70 debutó Alex Soler, pero tuvo una trayectoria corta y no muy agradable, como afirma Abad (2017). Montjuic celebró su última carrera en 1975, pues la peligrosidad

del circuito y la muerte de cinco espectadores en la grada tras el accidente de Rolf Stommelen provocaron su marcha del calendario.

El Jarama continuó hasta 1981, y dos pilotos más llegaron a la categoría, Emilio Zapico y Emilio de Villota. El segundo corrió varios grandes premios, llegando a competir en 1977 con su propio equipo, Iberia Airlines F1. Al no ser constructor, no es considerado el primer equipo español en Fórmula 1. En este mismo año, José María Íñigo acogió en su programa de TVE *Esta noche... fiesta* a los pilotos Niki Lauda, James Hunt y Ronnie Peterson, realizándole varias preguntas, en víspera del Gran Premio de España de 1977 (Anexo 1). Ese mismo fin de semana, Mercedes Milá entrevistó al piloto argentino Carlos Reutemann para *Polideportivo*, también de TVE (Anexo 2). Esta cadena continuó con las retransmisiones a lo largo de los 60 y los 70, también con escasa duración, que aumentaba en los 80 (Rasueros, 2014).

El lustro sin Grandes Premios de España terminó en 1986, con la primera carrera en el circuito de Jerez. Con la llegada del circuito, llegó el debut de Adrián Campos en 1987. Corrió hasta 1988, temporada en la que compartió asiento con Luis Pérez Sala, siendo la primera y única pareja de pilotos titulares españoles en un equipo de Fórmula 1. Pese a dejar la categoría, la figura de Adrián Campos estuvo muy presente en las retransmisiones deportivas en España. El “ex” piloto participó ocasionalmente como comentarista en las retransmisiones de esta época (Rasueros, 2014).

En 1991 apareció el quinto circuito español en la Fórmula 1. El circuito de Montmeló en Cataluña llegó para quedarse, siendo la casa del Gran Premio de España hasta la actualidad. Jerez regresó en 1994, y acogió la última carrera del Mundial en 1997, siendo la segunda y última vez que un circuito español lo hizo tras el circuito de Pedralbes en 1951 y 1954. Jerez se mantuvo como sede de test invernales hasta 2015.

A partir de 1994, como afirma Rasueros (2014), la Fórmula 1 pasaba a formar parte de la parrilla de Telecinco. Desde Madrid y en contadas ocasiones desde el circuito, Ángel Marco y Gonzalo Serrano se hacían cargo de las retransmisiones durante tres temporadas. Después de este periplo en Telecinco (Anexo 3), la televisión pública volvía a hacerse con los derechos de las retransmisiones de la mano de Jesús Fraile, Pedro Fermín Flores, Joaquín Verdegaray, y Adrián Campos ocasionalmente. Esta

apuesta de TVE tuvo lugar ante la nueva hornada de pilotos españoles que iba a aumentar el interés en torno a este deporte en España.

Esta nueva hornada llegó en 1999, diez años después de Luis Pérez Sala. Fueron Pedro Martínez de la Rosa, con Arrows (patrocinado por Repsol), y Marc Gené, con Minardi (patrocinado por Telefónica). El debut espléndido de Pedro de la Rosa, con un sexto puesto, no pasó desapercibido para la prensa, ocupando una página en el interior del diario *MARCA* y de *La Vanguardia*, en las que lo titulaban como “Un fenómeno” y “De la Rosa hace historia”. Pero como afirman tanto Abad (2017) como Rasueros (2014), apenas podían brillar en pista con sus limitados monoplazas, algo habitual en los españoles que habían llegado a la categoría hasta entonces. Esa tendencia cambió a partir del nuevo siglo.

5.3. España en la Fórmula 1 tras la llegada de Fernando Alonso (2001-2021).

En 2001 De la Rosa fichó por Jaguar, y Gené pasó a ser piloto probador de Williams, pues fue sustituido en Minardi por un joven asturiano de 19 años, Fernando Alonso. Este corría cedido por Benetton, que en 2002 se convertiría en Renault. Tras un 2001 con un coche poco competitivo que no le permitió puntuar pero sí lograr grandes actuaciones, pasó a ser probador de Renault al año siguiente. Ese año Pedro de la Rosa rescindió su contrato con Jaguar a final de temporada, y fichó como probador de McLaren.

En 2003 Fernando Alonso cambió el paradigma de la Fórmula 1 en España. Renault lo subió como piloto titular a su monoplaza, y como afirma Abad, apenas tardó dos Grandes Premios en hacer historia, al hacer la pole en Malasia. Fue el primer español y el piloto más joven de la Fórmula 1 en conseguirlo, y el primer español en lograr un podio tras Alfonso de Portago, 47 años después. Logró un podio en Brasil pese a un aparatoso accidente, y la segunda posición en el Gran Premio de España. La historia cambió en el GP de Hungría. En palabras de Abad (2017), llegó el momento más histórico del automovilismo español: Fernando Alonso conseguía la primera victoria de un piloto español en la Fórmula 1. Como venía siendo tradición en años anteriores, el GP fue retransmitido por La 2 de TVE. En palabras de Jesús Fraile durante la

retransmisión: “Satisfacción de Televisión Española de poder ofrecerles este momento. Fernando Alonso, ganador de un Gran Premio de Fórmula 1” (Anexo 4).

Tras esa victoria y esa temporada luchando con los de arriba, la prensa deportiva y las retransmisiones de Fórmula 1 ganaron un interés exponencial. Telecinco (Anexo 5) se hizo con los derechos para la temporada 2004, con Antonio Lobato como comentarista, acompañado de Gonzalo Serrano, que ya estuvo en la anterior etapa en la cadena. A diferencia de las retransmisiones en el pasado, donde las carreras no se retransmitían completas, o en diferido, Telecinco decidió innovar en su apuesta. La retransmisión comenzaba con un previo de 40 minutos que ayudaba a preparar al espectador de cara a la carrera. En él, Antonio Lobato daba paso a diferentes reportajes que ayudaban a comprender el automovilismo desde cero, tratando de llegar a un público escasamente especializado con el objetivo de fomentar la cultura en torno a la Fórmula 1 en España (Lorenzo, 2013). Indagaremos en esto en el análisis del seguimiento.

Tras una temporada 2004 marcada por el dominio de Schumacher, en 2005 Fernando Alonso cambió la historia de la Fórmula 1 en España. En palabras de Abad (2017), “fue el año del automovilismo español. El año de Fernando Alonso”. Siete victorias, seis poles y quince podios convirtieron a Alonso en el campeón del mundo de la Fórmula 1 más joven de la historia, y el primer español en lograr el título. Al ser retransmitida en abierto para todo el país, hizo que la Fórmula 1 comenzara a copar ese año las portadas de la prensa deportiva, algo en lo que se profundizará en el análisis. La Fórmula 1 comenzaba a compartir espacio mediático con el fútbol desde aquel entonces. Ese mismo año Pedro de la Rosa corrió el GP de Bahrein, logrando la vuelta rápida, la cual mantiene en la actualidad. Volvió en 2006 para correr las últimas ocho carreras, logrando su primer podio en el GP de Hungría, siendo el tercer español en lograrlo. Ese mismo año, con su marcha ya confirmada a McLaren para la siguiente temporada, Fernando Alonso se convirtió en bicampeón del mundo tras superar a Michael Schumacher en un duelo fratricida durante todo el año.

Ya en McLaren, Fernando tuvo una temporada polémica por las disputas internas en McLaren a causa del presumible trato favorable a su compañero, el *rookie* Lewis Hamilton. La prensa española hizo de esta rivalidad una guerra, algo que profundizaremos más adelante. Finalmente, Alonso terminó el año con cuatro victorias y tercero en el Mundial, empatado a puntos con Hamilton, y a un punto del campeón del

mundo, Kimi Raikkonen. Antonio Lobato afirmó en su retransmisión al terminar el GP de Brasil que “McLaren ha perdido el Mundial”, en alusión a las disputas internas que hubo durante la temporada.

Alonso regresó a Renault en 2008 y 2009, unas temporadas donde apenas logró dos victorias y estuvo alejado de la lucha por el Mundial. Esto supuso un cambio de etapa en las retransmisiones, cuando Telecinco finalizó su cobertura de la Fórmula 1 al terminar la temporada de 2008. La competición pasaría a manos de La Sexta, manteniendo al mismo equipo de comentaristas, excepto Gonzalo Serrano. En 2008, el sexto circuito español llegó al calendario, el circuito urbano de Valencia, tras el acuerdo entre Bernie Ecclestone y el Gobierno del PP de la Comunidad Valenciana. Fue ideado como una promesa de elecciones autonómicas (Abad, 2017).

Tras dos años alejado de la lucha por el título, Fernando Alonso recalaba en Ferrari, y tanto las retransmisiones deportivas como la prensa volvieron al auge de la primera etapa de Renault. Además, la temporada 2010 contaba con el aliciente de dos pilotos españoles más, Jaime Alguersuari y Pedro de la Rosa, además de la primera escudería española en la Fórmula 1, Hispania Racing Team. Tanto el equipo español como los dos españoles estuvieron lejos de los puntos, pero Fernando Alonso consiguió cinco victorias y peleó por el Mundial hasta la última carrera, donde un fallo estratégico le hizo perder la ventaja de 15 puntos con Sebastian Vettel.

En un 2011 donde sólo logró una victoria y diez podios, Alonso estuvo alejado de la lucha por el Mundial. 2012 vino con un cambio de cadena de nuevo en la televisión española, aunque no de empresa. La Fórmula 1 se mantiene en Atresmedia, pero pasa de La Sexta a Antena 3, de nuevo con el mismo equipo de comentaristas. Ese año Fernando Alonso volvió a quedarse a las puertas del Campeonato, de nuevo ante Sebastian Vettel. Este fue el último año de Hispania Racing Team en la Fórmula 1, tras un periplo que se saldó sin puntos, en el que los vaivenes económicos del equipo fueron el último clavo en el ataúd (Abad, 2017). Y tras la victoria épica de Fernando Alonso en su última edición, el GP de Valencia abandonó el calendario a finales del 2012. Fue un Gran Premio que generó numerosos sobrecostes y deudas. Como relata Abad (2017), el circuito en la actualidad languidece a merced de la naturaleza.

Alonso en 2013 logró el Subcampeonato del Mundo y sus últimas dos victorias en la categoría, antes del cambio de reglamentación con la entrada de la era Turbo en 2014. El inicio de esta era también fue el inicio de un nuevo modelo de retransmisiones deportivas en España. Llegaba Movistar F1 en la temporada 2014 como alternativa a las retransmisiones en Antena 3, con una oferta diferente, la oferta de un canal de Fórmula 1 las 24 horas al día. Como por aquel entonces predijeron Gallego y Maestro (2014), esta opción de *Pay Per View* llegó con la previsión de afincarse en la televisión durante las siguientes temporadas, abriendo paso a una nueva forma de contar la Fórmula 1.

Tras un 2014 lejos de las victorias, Fernando Alonso abandonó Ferrari para volver a McLaren en 2015, con su nuevo motor Honda. Lo que parecía ser un proyecto ilusionante resultó ser un coche desastroso en todos los aspectos, apenas puntuando en dos carreras en todo el año. Ese año debutaron en la categoría Carlos Sainz, hijo del legendario piloto de rallyes y del Dakar, y Roberto Merhi. Fue la última temporada con retransmisiones deportivas en abierto de la Fórmula 1 en España, pasando a pertenecer en exclusiva a Movistar+.

Durante los siguientes años, Alonso y Sainz lucharon constantemente en la media tabla, lejos de victorias y podios, lo que hizo que la afición de la Fórmula 1 en España y el seguimiento del periodismo deportivo se diluyera en España, como veremos más adelante. La Fórmula 1 se retransmitió dos veces más en abierto en nuestro país. Fueron el Gran Premio de España de 2016 y 2017, echando a partir de ahí el cierre definitivo a las retransmisiones en abierto del Gran Circo en España. En 2018, Antonio Lobato regresó a las retransmisiones, uniéndose como comentarista de Movistar F1. A finales de ese año, Fernando Alonso dejó la Fórmula 1 de manera indefinida, siendo Carlos Sainz el único piloto español las dos siguientes temporadas, ocupando su lugar en McLaren. Se unió a De Portago, Alonso y De la Rosa como el cuarto español en lograr un podio en Fórmula 1, en Brasil 2019.

Ya en 2021 volvemos a tener a dos españoles en la parrilla. De nuevo Fernando Alonso y Carlos Sainz. El primero corriendo para Renault, ahora llamado Alpine, y Carlos Sainz pilotando para Ferrari, siendo el tercer español que lo hace tras el propio Alonso y Alfonso de Portago (Marc Gené y Pedro De la Rosa se subieron al Ferrari pero como pilotos probadores). Por el lado de los medios, las retransmisiones deportivas pasan a un nuevo modelo, llegando a la plataforma en *streaming* deportiva de DAZN.

6. ANÁLISIS.

6.1. Análisis del seguimiento de la Fórmula 1 en España antes de la llegada de Fernando Alonso (1950-2000).

Como repasamos previamente en el marco teórico, el seguimiento de la Fórmula 1 en España fue bastante menor a lo que estamos acostumbrados en la realidad. Recordamos que en 1961 tuvo lugar la primera retransmisión de un Gran Premio de Fórmula 1 en nuestro país, el GP de Mónaco, en el que Eurovisión permitió a TVE la conexión durante 30 minutos y la realización de un resumen de 25 minutos a lo largo de la tarde (Bonaut, 2009). Continuaron a lo largo de los 60 y los 70, también con escasa duración, que aumentaba en los 80 (Rasueros, 2014). La programación deportiva fue un elemento clave en el desarrollo estratégico de las televisiones públicas, que vieron en estos contenidos un vehículo magnífico para conectar emocionalmente con la audiencia. TVE especializó su cadena en contenidos deportivos durante la década de los ochenta para aumentar su división (Bonaut y Vincent, 2019).

La aparición hace casi 30 años de las primeras cadenas de televisión comerciales de cobertura nacional, Antena 3, Telecinco y Canal Plus, supuso un hito en la historia de los medios de comunicación españoles. Su introducción provocó un cambio sin precedentes en el panorama televisivo al establecer un régimen de competencia en un mercado con diferentes agentes públicos y privados que lucharon, por primera vez, por la audiencia (Bonaut y Vincent, 2019).

Telecinco tomó los derechos de la Fórmula 1 durante 1994, 1995 y 1996, con Ángel Marco y Gonzalo Serrano haciéndose cargo de las retransmisiones (Rasueros, 2014). Esto se concibió al comprar Silvio Berlusconi los derechos de retransmisión, llevando estas también a España para maximizar beneficios, afirma Ángel Marco (Anexo 10). Este y Gonzalo Serrano realizaron una prueba donde más de 30 equipos de comentaristas se presentaron para narrar, venciendo finalmente a Pedro de la Rosa y Josep Lluís Santamaría. En sus retransmisiones, Marco comenta que su objetivo era “no contar nunca lo que ocurría en pantalla, y contar aquello que no llegaba al espectador”.

Retransmitían los entrenamientos clasificatorios del viernes y el sábado, y la carrera el domingo, con un previo de 15 minutos y un post-carrera hasta que finalizara el podio.

En estos previos aprovechaban para enseñar conocimientos desconocidos para el espectador: cuánto medía el diámetro de un volante, cuáles eran las presiones de los neumáticos o cómo latía el corazón de Alain Prost mientras conducía el Fórmula 1. Esto último causó tanta impresión que copó todos los informativos, según Ángel Marco. Pero afirma que contaban con un problema principal: el no contar con un piloto español en la parrilla. “Al no haber pilotos españoles, no nos quedaba otra que sacar a Heinz Harald-Frentzen hasta en la sopa, porque su madre era de Alicante”. Marco diferencia principalmente de sus retransmisiones frente a las que realizó Telecinco diez años después, el hecho de que “ellos no querían ser los protagonistas, el protagonista era las carreras. Las retransmisiones diez años después eran un partido de fútbol, con un jugador principal: Fernando Alonso”.

El motivo principal por el que finalizaron las retransmisiones en Telecinco, comenta Ángel Marco, fue el dinero. Renault aportó mucho dinero en patrocinar las retransmisiones, y “basó toda su campaña de patrocinio en Ayrton Senna. Y en la tercera carrera se mató Senna”, afirma Marco. En 1994 hubo un cambio de directiva en Telecinco, y estos no querían deporte, según Marco. En 1995 ya comentaban que se perdía dinero, pero la retransmisión de improviso del GP de Europa compensó los gastos, al pagar la FIA por su retransmisión lo que le costaba a Telecinco toda la temporada.

En 1996, sabiendo que ya acababa el contrato, Telecinco comenzó a retransmitir las carreras en diferido, e incluso, como comenta Ángel Marco, llegaron a retransmitir en diferido unos entrenamientos a la misma hora que se disputaban en directo los siguientes. Los derechos regresaron a TVE a partir de 1999, con unas emisiones que agregaron más comentaristas y el narrador principal dejó de ser Adrián Campos, que participó ocasionalmente, para darle el protagonismo a Jesús Fraile y Pedro Fermín (Flórez, 2015).

En palabras de Adrián Campos, “no eran retransmisiones como las de ahora, incluso nos perdíamos el pódium o nos retransmitían la vuelta de reconocimiento de Mónaco como si ya se hubiese dado la salida, pero eran las mejores intenciones y al menos veíamos las

carreras. Gracias a TVE mucha gente se enganchó a la F1 mucho antes de que llegase el gran cambio con Fernando Alonso” (Flórez, 2015).

Como comenta Adrián Mancebo (2018), ver la Fórmula 1 hasta la llegada de Fernando Alonso era posible, pero era todo un desafío. Lo habitual era que las carreras se emitieran de madrugada, en diferido; y no todas. Los más forofos tenían que tirar de parabólica para ver los Grandes Premios en otros idiomas, afirma. La televisión autonómica de Cataluña, TV3, adquirió los derechos de la Fórmula 1 en 1997, ofreciendo una emisión sin cortes publicitarios y con Josep Lluís Merlos al frente (Flórez, 2015).

Sobre el seguimiento de la Fórmula 1 previo a la llegada de Fernando Alonso a través de las audiencias, contamos con breves datos sobre ellas. Ángel Marco (Anexo 10) comenta que alcanzaron el mayor share de la historia en una retransmisión deportiva en España. Fue de un 88% en el GP de Australia de 1994, donde Michael Schumacher y Damon Hill se jugaban el título. Marco matiza este dato, pues la carrera se celebró a las seis de la mañana, y “no había un universo de espectadores de 15 millones de personas como ahora, era un universo de 800.000”. Comenta que en los GPs de Mónaco alcanzaban hasta un 35% de share y más de 4 millones de espectadores. En el GP de España, en cambio, lograban unos 2 millones y medio, pues, según Ángel Marco, “a la gente le aburría el circuito”.

En un informe realizado por Comunicación AL DÍA (2011, Gráfico 2), contamos con datos de audiencias de las retransmisiones llevadas a cabo por TVE desde 1998 hasta el año 2000. En 1998, apenas contaron con 37.000 espectadores de media, experimentando una subida exponencial en los dos años siguientes, alcanzando los 793.000 y los 810.000 espectadores de media. Esto se debe a la llegada a la Fórmula 1 de dos pilotos españoles una década después del último, como señalamos en el marco teórico. Pedro de la Rosa y Marc Gené estuvieron presentes esas dos temporadas en la competición, por lo que podemos deducir que son la razón de este aumento considerable de espectadores, además de la cobertura de más carreras, pues recordamos que TVE no retransmitía todas.

Sí contamos con más información sobre la asistencia de los espectadores al Gran Premio de España, celebrado ininterrumpidamente en Montmeló desde 1991.

Gráfico 1



Fuente: Adrià Roldán Murillo (2018). *TheBestF1.es*.

La zona encuadrada en rojo corresponde a nuestra etapa de análisis, la época previa a la llegada de Fernando Alonso. Como observamos, los números de asistencia son muy reducidos con respecto a la zona no encuadrada. La nula presencia de pilotos españoles pudo ser la razón principal de esas cifras durante los primeros años. Ya en 1995 se superaron por primera vez los 100.000 espectadores totales, pese a la subida de precios hasta las 10.000 pesetas (Roldán, 2018). Podemos deducir que las retransmisiones en Telecinco durante esa temporada y la anterior ayudaron a esa subida de asistentes, al narrar en directo hechos que quedaron grabados en la retina de la Fórmula 1, como el accidente fatídico de Ayrton Senna en Imola en 1994.

Los años 1999 y 2000 serían previsores de lo que estaría por venir, pues experimentaron una subida considerable hasta superar los 150.000 espectadores. La razón, como resaltamos previamente en los datos de audiencias de TVE, fue la presencia de Pedro de la Rosa y Marc Gené en pista.

En lo que a la prensa se refiere, observábamos en el marco teórico cómo los medios españoles se hacían eco del fallecimiento de Alfonso de Portago en la *Mille Miglia* (Abad, 2017). Normalmente los medios españoles solían publicar informaciones sobre Fórmula 1 cuando implicaba una tragedia, como ocurrió con las portadas del 2 de mayo de 1994, en la que las portadas de los medios deportivos fueron copadas por el fallecimiento de Ayrton Senna. En lo que a pilotos españoles se refiere, sus resultados

aún no serían suficientes para copar portadas, pero medios como *La Vanguardia* ya cubría en una página el debut de De la Rosa en Australia 1999 (2), logrando un sexto puesto.

Observamos en ambas noticias cómo predomina el sensacionalismo, en pro de que llamara la atención los hechos que ocurrieron en una competición poco seguida por los españoles, llegando *MARCA* a titular la tragedia con un “Se estrelló Senna” (1), y *La Vanguardia* calificando de historia una sexta posición, cuando un piloto español había logrado un podio muchos años atrás.



Fuente: Guioteca.com.



Fuente: Víctor Abad (2017).

Resumiendo, la prensa y la televisión no llevaron a cabo una exhaustiva cobertura de la Fórmula 1, pero nos dieron pistas del fenómeno en el que se convertiría en unos años. Estas pistas quedan más claras observando la asistencia al GP de España, que aumentó levemente con la llegada de la Fórmula 1 a Telecinco en 1994, y especialmente con la llegada de Pedro de la Rosa y Marc Gené en 1999.

Javier Rubio (Anexo 9) comenta desde su perspectiva lo que era ser periodista de Fórmula 1 en esta época:

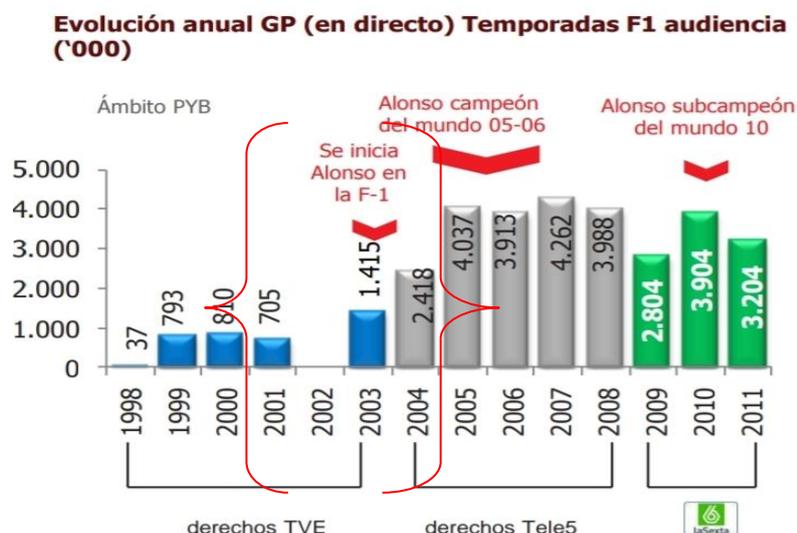
“Al principio lo hacía por pasión, y el mercado era más reducido. Iba como aficionado durante mucho tiempo, pero cuando llegaron Adrián Campos y Luis Pérez-Sala había más interés en España, pero ni mucho menos lo que había ahora. Entonces, digamos que era una labor con

menos repercusión, sobre todo en los círculos profesionales de revistas de motor o en algún medio generalista que daba más información. Cuando se fueron Campos y Sala, hasta que no llegaron De la Rosa y Marc Gené estuvo la cosa bastante reducida a círculos de aficionados”.

6.2. Análisis de los primeros años de Fernando Alonso: el seguimiento de la Fórmula 1 en España comienza a crecer (2001-2004).

2001 es el comienzo de la fiebre que calaría en la población española durante los próximos años. Fernando Alonso llegaba a Minardi y sustituía a Marc Gené, mientras que Pedro de la Rosa continuaba en la categoría. TVE mantenía sus derechos y dos españoles continuaban en la parrilla. Y los índices de audiencia, la asistencia al Gran Premio de España y la cobertura de la prensa siguieron experimentando cambios.

Gráfico 2



Fuente: Comunicación AL DÍA, Kantar Media (2011).

En este gráfico se recogen los datos de audiencia de estos años (entre corchetes). Podemos observar que el debut de Fernando Alonso en 2001 no aumentó la tendencia ascendente que experimentaban las audiencias de la Fórmula 1 en TVE. ¿La razón? Fernando Alonso por aquel entonces era un piloto desconocido, “uno más”. Sustituía a Marc Gené en un coche nada competitivo que no le permitió luchar por los puntos. En

2002, cuando pasó a ser probador de Renault, TVE dejó de retransmitir la Fórmula 1 esa temporada, pese a que De la Rosa siguiera presente.

Ya en 2003, TVE aceptó retransmitir la Fórmula 1 a cambio de la publicidad de Renault España (Rodríguez, 2015). Fernando Alonso, con un Renault competitivo que le permitió lograr dos poles y la primera victoria de un español en la Fórmula 1, fue el factor clave para que la audiencia de TVE se duplicara respecto a 2001, llegando a casi el millón y medio de espectadores de media. Un total de 23.899.000 personas vieron las 15 carreras que transmitió TVE, pues no retransmitió la de Australia. La primera victoria de Fernando Alonso en Hungría fue seguida por 2.263.000 personas, mientras que el más seguido fue el Gran Premio de España, con 2.381.000 espectadores, en el que Alonso terminó en segunda posición (Díaz, 2003).

El panorama de las retransmisiones deportivas de la Fórmula 1 en España dio un paso aún más adelante en 2004, con la compra de los derechos por parte de Telecinco, que volvía a retransmitir la competición desde 1995. La cadena adecuó sus emisiones a una afición que pedía más y pasó de emitir la clasificación y la carrera a introducir las sesiones de entrenamientos libres. Para poder llevar a cabo este nuevo modelo, Telecinco amplió su plantilla y a Gonzalo Serrano se unió un Antonio Lobato más conocido en los campos de fútbol que en las pistas (Flórez, 2015). Antonio Lobato, en *Volando sobre el asfalto (2015)*, afirma que “Fernando Alonso había empezado a correr en Renault y había logrado su primera victoria, en el Gran Premio de Hungría. La audiencia de la gesta de un español en la Fórmula 1 había sido de 2.260.000 espectadores, con un share del 27%, pero a TVE seguía sin convencerle este deporte. No le veía potencial. Así que decidió no prolongar el contrato”.

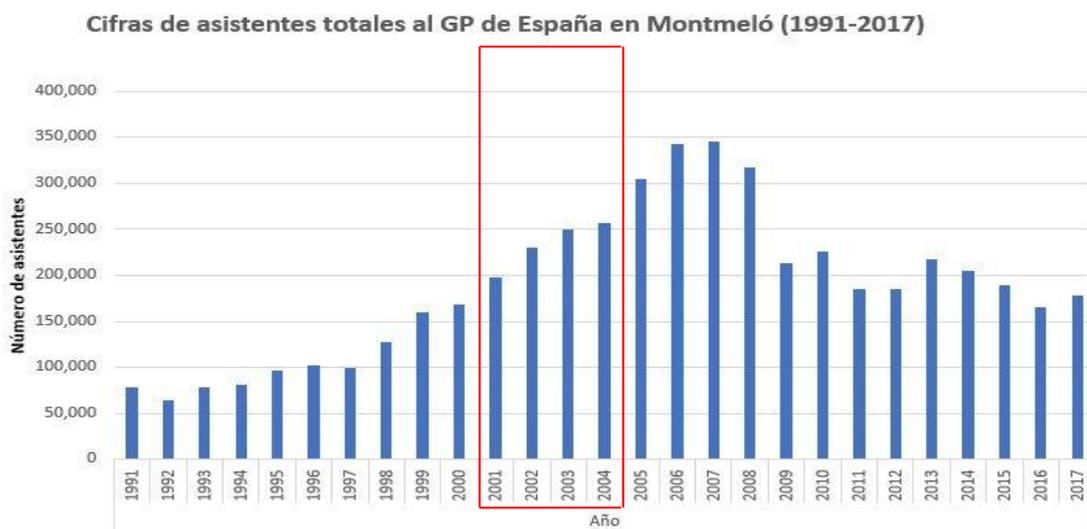
Las audiencias en 2004 aumentaron en un millón respecto al anterior, como observamos en el gráfico de Comunicación AL DÍA (2011), aunque en el informe anual de Telecinco (Gráfico 3), estos indican que la media de espectadores fue de 2.707.000 de media, con un 32,9% de share. Un total de 52.436.000 vieron las 18 carreras del Campeonato. Esto supuso un incremento de 29.205.301 espectadores respecto a 2003, en la que TVE sólo llegó a los 23.230.699 de audiencia total, aunque dicha temporada hubo dos carreras menos y el GP de Australia no se televisó. Telecinco y TV3 superaron los cuatro millones de espectadores en dos ocasiones (GP de Mónaco y GP de España), mientras que TVE nunca subió de los dos millones y medio (García, 2004). El

debut de Telecinco en Australia contó con más de dos millones de espectadores entre el directo y la repetición de la carrera, que se disputaba a las 7 de la mañana, afirma Lobato (2015). Calificó esta temporada como un fenómeno insólito pues “lo que hasta hacía un año en España sólo seguía por televisión una minoría se había convertido en el segundo deporte del país. Datos espectaculares en uno de los años más aburridos y previsibles de la historia de la Fórmula 1”.

Antonio Lobato también relata en su libro cómo en 2004 decidió dedicar el 90% de los informativos a Fórmula 1: “Mientras todas las cadenas de televisión abrían su bloque deportivo con el entrenamiento del Real Madrid, nosotros explicábamos cómo funcionaba un coche de Fórmula 1”. Él mismo confiesa en su libro cómo intentó aportar una cobertura revolucionaria para atraer más espectadores. “Que diez minutos antes de la salida el narrador estuviese en la parrilla rodeado de coches y pilotos había provocado que el espectador se sintiese mucho más involucrado. Los reportajes habían gustado y la forma de narrar había sorprendido. Nadie había hecho algo así en la Fórmula 1 en España en ese momento”.

Javier Rubio, afirma que cuando Telecinco cogió los derechos en 2004, “lo hizo muy bien, porque supo llenar toda la programación de la cadena de Fórmula 1. En aquella época, quien tenía los derechos, tenía la exclusividad de la información. Alonso sólo hablaba con Telecinco. La principal información estaba en Telecinco, y supieron impregnar toda la programación con píldoras, reportajes, pequeñas noticias y con historias durante la semana, que creó mucha presencia de Fórmula 1 al margen del fin de semana de carreras”.

Gráfico 1



Siguiendo la tendencia de años anteriores, la asistencia al Gran Premio de España continuó incrementándose, rozando los 200.000 espectadores totales. Pese a no contar con la presencia del asturiano, se superó la barrera de 200.000 espectadores en 2002. Ya en 2003 y 2004 se alcanzaron los 250.000 y 257.000 espectadores, respectivamente, con un Fernando Alonso ya subido en el Renault y logrando la segunda plaza en 2003. La llegada del asturiano, sumada a la influencia de las retransmisiones deportivas de TV3, TVE y Telecinco, ayudaron a que el Gran Premio de España se asentaran en cifras que triplican las de diez años atrás.



Fuente: todocolección.net.



Fuente: ABC.

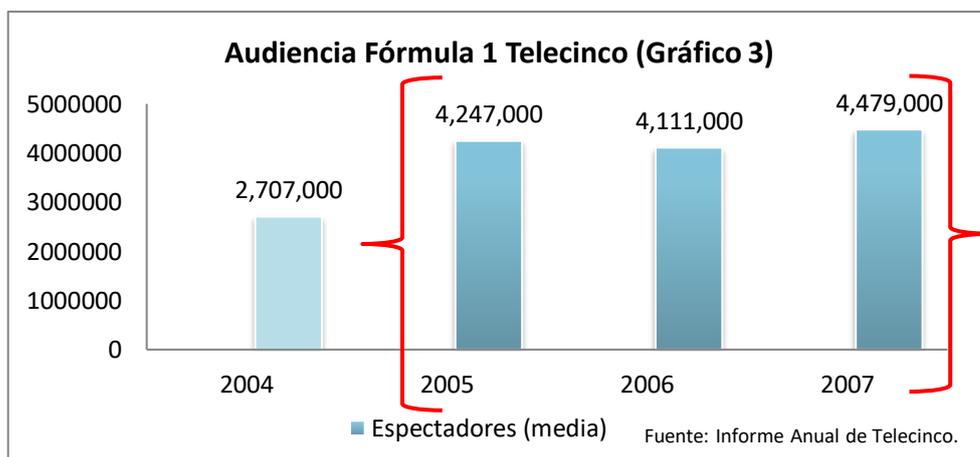
En lo que a la prensa se refiere, la cobertura siguió siendo mínima, como en años anteriores, pero la explosión de Fernando Alonso en 2003 nos llevó a un hecho histórico: los periódicos colocaban la victoria de Fernando Alonso en Hungría en sus portadas. *MARCA* (3) mostraba la victoria del asturiano a doble página, anteponiéndose al partido del Real Madrid o del partido de España en el Europeo sub-17, mientras que un diario de información general como el *ABC* (4) se hacía eco de tal hecho, ocupando gran parte del espacio de su portada.

ABC recalca brevemente que se convertía en el piloto más joven en ganar un Gran Premio y el primer español en lograrlo. Por su parte, *MARCA* tiraba de un titular llamativo, y muestra cómo la cobertura de la Fórmula 1 era escasa, utilizando las declaraciones de su padre como guía breve de su trayectoria en la portada. En la segunda página de la portada, Roberto Palomar incluso habla de cómo afectó su victoria

al tráfico. Nunca la Fórmula 1 había copado las portadas de los periódicos, excepto con el fallecimiento de Ayrton Senna. Lobato (2015) afirma que la gente en la calle empezaba a hablar los lunes de Fórmula 1, todavía como un deporte relativamente desconocido.

6.3. El auge de Fernando Alonso. Análisis de los años dorados de la Fórmula 1 en España (2005-2007).

Tras la llegada de Fernando Alonso a Renault en 2003, apreciamos un incremento considerable de la audiencia y la asistencia del GP de España, además de un mayor tratamiento del deporte en la prensa. Telecinco adquirió los derechos en 2004 y experimentó un buen seguimiento por parte de los espectadores. Pero lo que estaba por llegar superaría con creces los datos del anterior apartado.



En lo que a las audiencias se refiere, nos apoyamos en los informes anuales de Telecinco, y podemos observar cómo la media de espectadores ascendió de 2,7 millones de espectadores en 2004 a 4,2 millones. ¿La razón? Fernando Alonso pasó de pelear por podios y alguna victoria puntual, a coronarse como campeón del mundo en 2005. El share subió de un 32,9% a un 47,6%. El Gran Premio de Brasil, en el que Fernando Alonso se coronó como campeón del mundo, fue seguido por 7.179.000 espectadores y un 55,7% de share. Fue la emisión deportiva más vista de la historia de la televisión española al margen del fútbol por aquel entonces. Los instantes finales de la carrera fueron seguidos por más de 9,6 millones de espectadores, con un share del 68,3%, unos datos de audiencia impensables unos años atrás. Telecinco apostó por un nuevo incentivo para las retransmisiones. Comenzó a retransmitir la GP2, categoría satélite de la F1, los domingos antes del previo de la carrera.

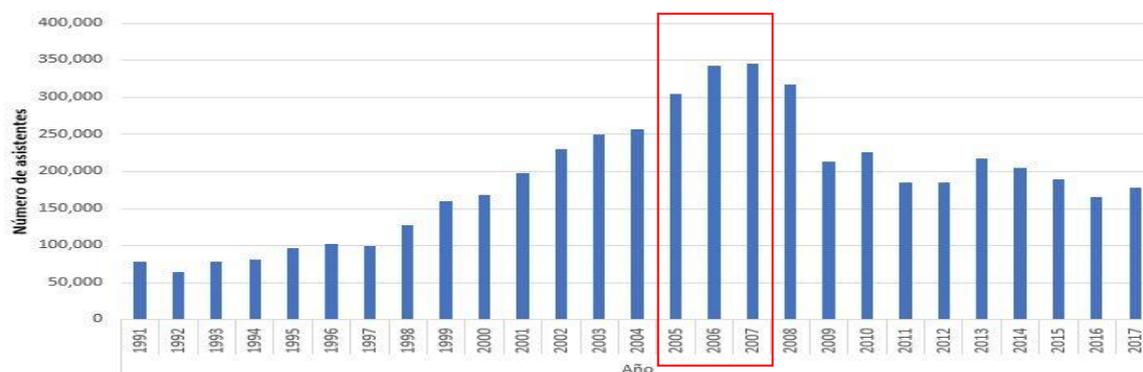
En 2006 observamos una mínima bajada de la media de espectadores, pero se mantiene por encima de los 4 millones. No obstante, la cuota de pantalla aumentó hasta el 48,4%. Esta temporada, Fernando Alonso se alzó de nuevo con el Campeonato del Mundo, y el GP de Brasil de 2006 reemplazó al del año anterior como la retransmisión deportiva más seguida de Fórmula 1 en España, con 8.620.000 espectadores. Fue el cuarto evento más visto del año, sólo precedido por el fútbol.

En palabras de Flórez (2015), “esta etapa de Telecinco coincidió con la etapa dorada de España en la Fórmula 1, dos títulos de Fernando Alonso que llegaron a poner por delante a esta competición frente a todo un clásico, que tuvo que ser retrasado para no coincidir con la carrera de Brasil. Audiencias que superaban los 5 millones de espectadores, una hinchada que copó los circuitos con sus camisetas azules y sus banderas de Asturias y minutos de oro que han hecho que la carrera de Brasil en el año 2006, que superó los 9 millones, siga entre los eventos deportivos más vistos de la historia de la televisión en España”.

2007 se coronó como el año en el que la Fórmula 1 en España contó con la mayor media de espectadores de su historia, alcanzando prácticamente los 4,5 millones de espectadores de media, con un 48,3% de share. Podemos deducir claramente los incentivos de esta temporada: Fernando Alonso llegaba como bicampeón del mundo a McLaren, que se posicionó claramente como el mejor coche de la parrilla, y durante la temporada, la rivalidad con su compañero Lewis Hamilton por el Campeonato del Mundo y las tensiones dentro del equipo fueron argumentos de peso para que el espectador español se sentara todos los domingos a ver las carreras.

Gráfico 1

Cifras de asistentes totales al GP de España en Montmeló (1991-2017)



Fuente: Adriá Roldán Murillo (2018). *TheBestF1*,

En estas tres temporadas, la afluencia de espectadores alcanza su punto más álgido. Fueron los años más exitosos del Gran Premio de España. En 2005 observamos cómo por primera vez se superaron los 300.000 espectadores en un fin de semana, unos 50.000 más que en 2004. Lobato (2015) afirma que el circuito de Cataluña había vendido todas las entradas disponibles, y por primera vez en la historia, la nacionalidad de los espectadores era mayoritariamente española.

Que Fernando liderara el Campeonato en 2005, junto con las retransmisiones en abierto de Telecinco del año anterior, fueron factores claves para ese aumento de asistencia. Algo que se intensificaría en 2006 y 2007, años en los que Fernando Alonso llegaba al Gran Premio como campeón del mundo y líder del Mundial, y las audiencias en Telecinco alcanzaban máximos históricos. Factores que llevaron a la asistencia del Gran Premio a rozar los 350.000 espectadores en el fin de semana esos dos años.



Fuente: MARCA.

En lo que a la cobertura de la prensa se refiere, en estas tres temporadas la Fórmula 1 se convirtió en un habitual en las portadas de los diarios deportivos españoles, como el diario MARCA. Concretamente, Fernando Alonso. En este diario ocupó una docena de portadas durante 2005 (Anexo 6), y prosiguió lo mismo durante 2006 y 2007. Ya observábamos en portadas al comienzo de su primer Mundial en las que lo calificaban como “el nuevo Schumacher” (5). Y el 26 de septiembre, tanto MARCA como casi todas las portadas españolas se hicieron eco del triunfo de Fernando Alonso como campeón del mundo de Fórmula 1 (7). Y observábamos piezas de ese sensacionalismo y

patriotismo exacerbado que se observó en la prensa deportiva con la Fórmula 1 y el asturiano. En la portada del 21 de agosto de 2005, día que se disputaba el GP de Turquía, *MARCA* abrió la portada con un “¡Déjale pasar!”, aludiendo a Giancarlo Fisichella (6), compañero de Fernando Alonso, que partía en parrilla entre él y Kimi Raikkonen, su rival por el Campeonato.

Pero el sensacionalismo de la prensa deportiva española sobrepasó los límites en la temporada de 2007, alcanzando cotas de racismo, a raíz de los problemas que Fernando Alonso sufrió por el supuesto trato preferencial de McLaren hacia el *rookie* británico Lewis Hamilton. Los medios de comunicación juegan un rol importante en la reproducción del racismo y la desigualdad racial (van Dijk, 2000. Mencionado por Gonzales, 2018). Los estereotipos étnicos están tan arraigados en el uso del lenguaje en la prensa deportiva escrita que nadie se cuestiona que sea así. Esta es una de las formas sutiles con las que se establecen diferencias entre ciudadanos. Conforme formas históricas de discriminación como la esclavitud o el apartheid se despojaron de sus estructuras originales de dominación, surgieron nuevas formas contemporáneas de expresar la supremacía blanca y de derogación explícita (Gonzales, 2018).

Portadas en las que aludían a “cacicadas” (8) contra Fernando o a “favorcetes” (9) a Hamilton. A la derecha del todo observamos un dibujo (10) que realizó *MARCA* cuando Hamilton logró el Mundial en 2008. Un artículo titulado “El campeón prefabricado”, en el que utilizaban ese dibujo, mezclando el logo de McLaren-Mercedes con el de una persona tribal, cuando Lewis Hamilton es británico. Ese artículo fue publicado en la edición impresa y digital de *MARCA*. Aunque no aparezca tal artículo en internet, el portal *F1alDía.com* (2008) realizó una crítica a este, mostrando el dibujo y el artículo íntegro.



Fuente: MARCA.

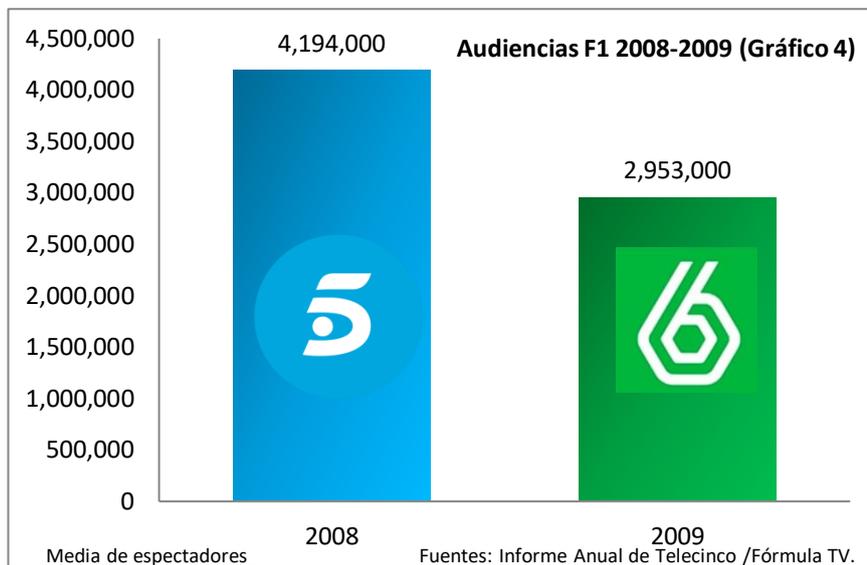
Javier Rubio, sobre el sensacionalismo de los medios cubriendo la Fórmula 1:

“En el periodismo, según que medios, el sensacionalismo siempre está presente, y siempre lo va a estar. En los medios británicos, los tabloides no tratan igual la Fórmula 1 que los medios generalistas. Yo haría de esa viñeta una anécdota, fruto de que en esa época la Fórmula 1 era tremendamente popular en todos los medios, por lo que siempre habría gente que utilizaría el sensacionalismo. Pero al final el sensacionalismo es consustancial al periodismo, depende de los medios que quieran posicionarse en esa línea. La popularidad de la Fórmula 1, que llegara a tantos medios, daba pie a que hubiera cierto sensacionalismo. De hecho, yo leía cosas en medios generalistas que no se adecuaban a la realidad de la Fórmula 1. Es un mundo bastante especializado que hay que conocer, no puedes opinar con tanta ligereza. Para saber hablar de Fórmula 1, requiere conocerla bien”.

6.4. La travesía en el desierto de Fernando Alonso y del seguimiento de la Fórmula 1 en España (2008-2009).

Los índices de audiencia permitieron adaptar los programas a los gustos de la audiencia y maximizar su rendimiento económico. El éxito quedó marcado por los resultados en forma de rating y share. La presión por la rentabilidad económica, centrada fundamentalmente en los índices de audiencia, lanzó a todos los operadores a una alocada carrera por ostentar la propiedad de los derechos de retransmisión de las principales competiciones deportivas, para posteriormente utilizarlos como principal herramienta de atracción para los espectadores y futuros consumidores (Bonaut y Vincent, 2019).

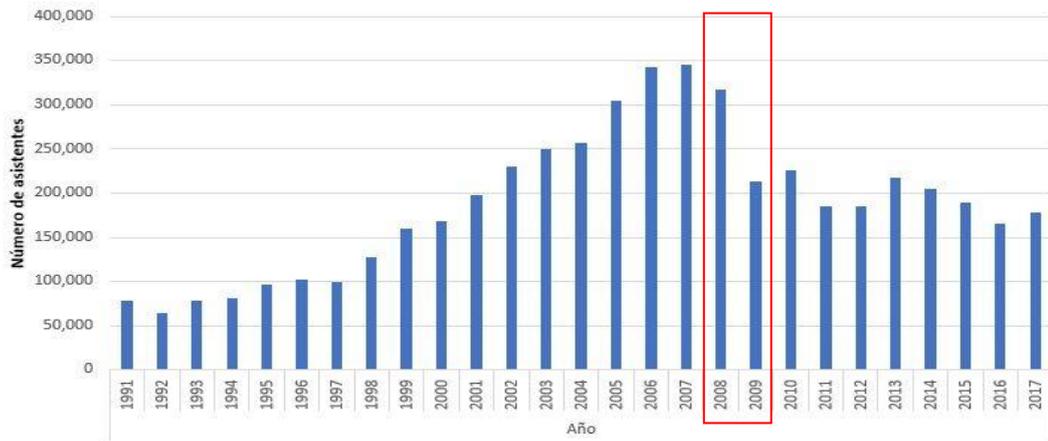
Volvemos a este artículo porque si hay algo que determina esta etapa es la lucha por la propiedad de los derechos de la Fórmula 1. Telecinco mantuvo los derechos para 2008, pero en 2007 Mediapro los adquirió para su retransmisión en La Sexta a partir de 2009. Telecinco explicaba su renuncia a que la retención de los derechos de retransmisión de la Fórmula 1 necesitaba de una “importante inversión que escapaba a cualquier criterio de rentabilidad” (*El Mundo*, 2007).



Pese a que Fernando Alonso no se encontraba en la lucha por el Campeonato, finalizando quinto con dos victorias, en 2008 la Fórmula 1 apenas vio reducida su audiencia, superando por cuarto año consecutivo los cuatro millones de espectadores de media, con un 42,5% de share. El GP de Brasil alcanzó un máximo de audiencias con 6.808.000 espectadores que se congregaron para ver la lucha por el Mundial en la última carrera entre Lewis Hamilton y Felipe Massa, con un 43,5% de share (*El Mundo*, 2008).

Con el cambio de derechos de retransmisión, el equipo de comentaristas se mantuvo prácticamente intacto, con Antonio Lobato a la cabeza, salvo por la marcha de Gonzalo Serrano y la llegada de Nira Juanco y Toni Cuquerella (Flórez, 2015). Pese a ello, las audiencias se desplomaron con respecto a años anteriores. La cifra de espectadores de media bajó de los 3 millones de espectadores por primera vez desde 2004, cayendo a un 33,9% de share. El Gran Premio con más audiencia de esa temporada fue el GP de Bahrein, que alcanzó los 4.338.000 espectadores con un 33,6% de share, y fue el único que superó los 4 millones esa temporada. El GP de Brasil, donde Jenson Button se coronó campeón del mundo, cayó de los más de 6 millones del año anterior (y más de 9 de años previos) a apenas 2 millones y medio de espectadores con un 21% de share. Podemos afirmar que la razón principal de este fracaso en audiencias fue la temporada de Fernando Alonso, con un coche poco competitivo que sólo le permitió un podio y finalizar noveno el Campeonato, más lejos que nunca de la lucha por él.

Cifras de asistentes totales al GP de España en Montmeló (1991-2017)



Fuente: Adriá Roldán Murillo. *TheBestF1* (2018).

La asistencia en 2008 cayó respecto a los dos años previos, pero fue mayor que en 2005. Pese a que Alonso no tuviera un coche para luchar por el título esa temporada, sí lo tenía para pelear la victoria (salió en segunda posición). Más de 300.000 espectadores acudieron, pero al igual que con la audiencia, fue en 2009 cuando nos encontramos ante una caída sideral de la cantidad de espectadores totales en el GP. Hasta 114.000 personas menos asistieron en 2009. Un Fernando Alonso que ya llevaba dos años lejos de pelear el título es la razón principal de que la “marea azul” fuese desapareciendo tras los años gloriosos de 2005 y 2006.

11



12



Fuente: MARCA.

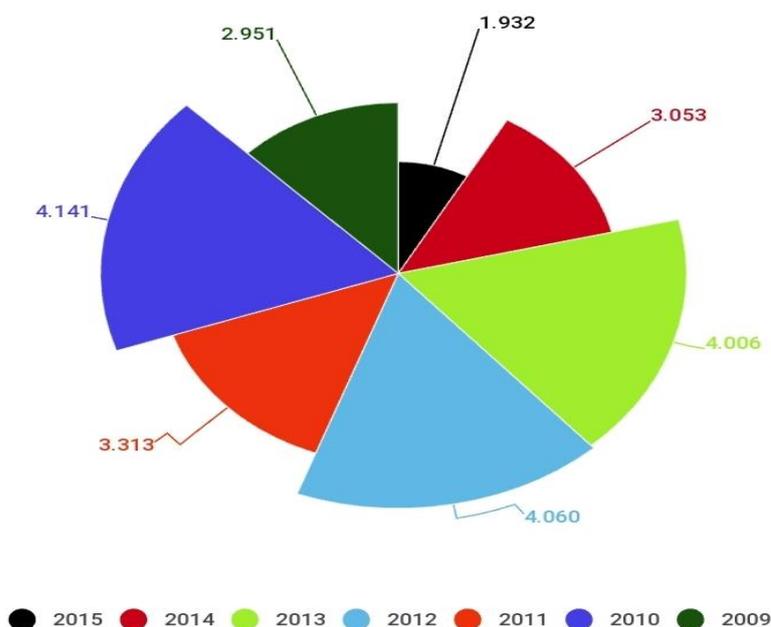
En lo que a la cobertura informativa se refiere, ante la falta de victorias de Fernando, falta de portadas. De ser un habitual en la portada de lunes y domingos entre 2005 y 2007, a aparecer esporádicamente, sólo cuándo lograba una victoria (11). Eso sí, cabe destacar que MARCA comenzó a sacar anualmente una guía (12) sobre la temporada de Fórmula 1 correspondiente, desde 2006 hasta 2016.

En resumen, estos dos años fueron una travesía en el desierto no sólo para Alonso, sino para la Fórmula 1 en España. Los espectadores se engancharon a este deporte al ver a un español ganar, y en cuanto ese español dejó de ganar, el seguimiento se reduzo drásticamente, tanto en prensa, como en audiencias y en asistencia al GP de España.

6.5. Alonso y Ferrari. Vuelta a los años dorados (2010-2014).

En 2010, Fernando Alonso fichó por Ferrari, y con ello, esa pasión perdida por la Fórmula 1 regresó. En esta temporada y la siguiente no sólo La Sexta retransmitía las carreras en nuestro país: se unieron TPA7 en Asturias, Canal Nou en la Comunidad Valenciana, y la habitual TV3 en Cataluña, presente desde 1997. De esta forma, cada carrera de F1 de la temporada 2010 era transmitida por un canal nacional (La Sexta) para todo el territorio español, y simultáneamente por los tres canales de ámbito autonómico antes mencionados. Como resultado, algunos españoles - aquellos en Cataluña, Comunidad Valenciana y Principado de Asturias - tenían la opción de ver una determinada carrera de F1, de modo simultáneo y en dos canales diferentes de forma totalmente gratuita (Pérez y Rodríguez, 2018).

Gráfico 5: Audiencias F1 La Sexta – Antena 3 (2009-2015)



Fuente: Iván Flórez (2015).

En este gráfico podemos observar la subida exponencial de la audiencia media de espectadores desde 2009 con respecto a los años siguientes. Volvemos a caer en nuestra hipótesis, pues la razón principal de este aumento de espectadores se debe al fichaje de

Fernando Alonso por Ferrari, la escudería más popular de la competición, y con la que volvería a pelear por el título. En 2010 las audiencias volvieron a alzarse sobre los 4 millones de espectadores de media, con un 42,4% de share (*Fórmula TV*). La diferencia se observa claramente en el último GP de la temporada, el de Abu Dhabi. En 2009, con el título decidido y con Fernando Alonso lejos de la victoria, la audiencia fue de 2.562.000 espectadores y un 22,8% de share. En cambio, en 2010, con Fernando Alonso llegando líder del Campeonato y con este en juego, la audiencia fue de 7.436.000 y un 49,4% de share.

Además, debemos tener en cuenta que estos números fueron bastante cercanos a los años dorados de la F1 en España pese a que en 2010 contaba con tres televisiones autonómicas retransmitiendo la competición junto a La Sexta. Pérez y Rodríguez (2018) dedujeron que la audiencia del canal nacional (La Sexta) en determinadas regiones donde los canales de ámbito autonómico transmiten simultáneamente el GP, pudo verse negativamente impactada.

En 2011 vimos una caída de las audiencias hasta los 3.313.000 espectadores de media, pues esa temporada Fernando Alonso apenas consiguió una victoria en lo que fue un dominio abrumador de Sebastian Vettel. Tras tres temporadas, los gastos se hicieron inadmisibles para La Sexta, pero gracias a la fusión con el Grupo Antena 3 la competición quedó en casa, pasando a ser competencia de Antena 3 (Flórez, 2015).

Ya en Antena 3 en 2012, con el regreso de Alonso a la lucha por el Campeonato hasta la última carrera, las audiencias volvieron a rebasar los 4 millones de espectadores de media y un 39,1% de share (Armando, 2012). El GP de Brasil, donde se volvió a decidir el título entre Fernando Alonso y Sebastian Vettel dos años después, fue seguido por 7.149.000 espectadores. Un aumento considerable respecto a 2011, donde el GP de Brasil, con el título ya decidido, fue seguido por 2,7 millones de espectadores y un 18,8% de share. No obstante, el Gran Premio más seguido de 2012 fue el de EEUU, con 7.166.000 espectadores.

En 2013 volvieron a superar los 4 millones de espectadores de media, con un Fernando Alonso que cosechó 2 victorias, una de ellas en el GP de España, y estuvo en la lucha por el Campeonato hasta mitad de temporada, donde volvió el dominio de Sebastian Vettel. En 2014 la Fórmula 1 recibió un nuevo mazazo en las audiencias, cayendo hasta

los 3.053.000 espectadores de media. El dominio de Mercedes, Alonso lejos del título y la nueva reglamentación con motores V6 son las razones con las que deducimos este desplome de audiencias, en lo que fue el principio del fin de la Fórmula 1 en abierto.

Pepa Gallego y Lidia Maestro (2014), ofrecen tres razones que clarifican el éxito en los índices de audiencias durante estos años:

- Aparición de Fernando Alonso en el ranking de los principales pilotos y la gran lealtad que se da hacia el deportista, que hace que se identifique con el consumidor.
- Los excelentes resultados deportivos que se festejaban en unos años gloriosos para el deporte español y que crearon percepciones de pertenencia que se fidelizaron hacia el “héroe” local.
- Pasionales retransmisiones del periodista Antonio Lobato, que ha ido cambiando de canal según los propietarios de los derechos de cada año, y que se convirtió lo que hasta el momento eran tediosas retransmisiones de carreras de coches, en experiencias personales de ir conociendo la Fórmula 1, desde las características más técnicas, hasta el último saludo desde el *paddock* antes del semáforo de salida.

Gráfico 6



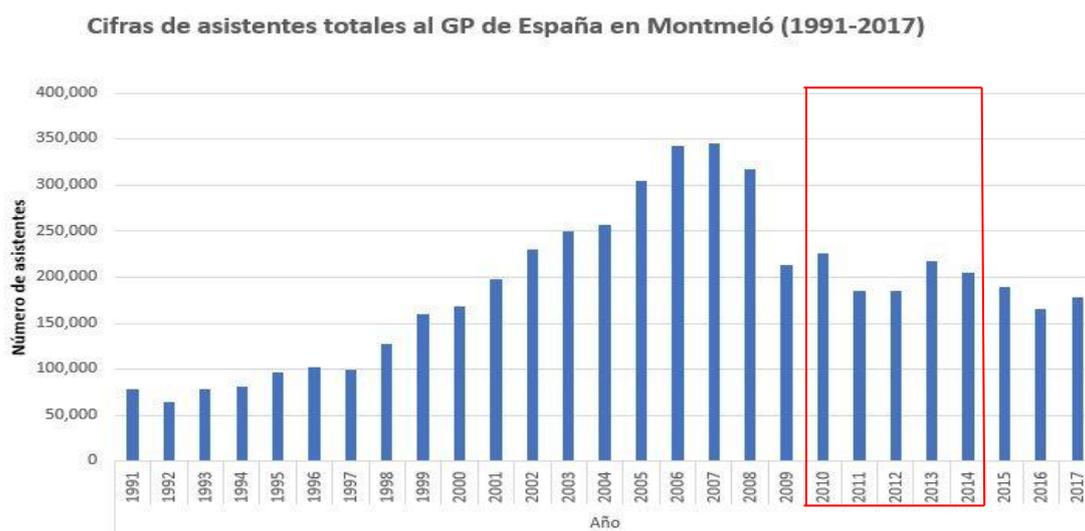
Fuente: Gallego y Maestro (2014).

En su investigación, Gallego y Maestro (2014) establecen un interesante paralelismo: “la caída de las audiencias a medida que el piloto español no tiene buenos resultados, nos demuestra que el interés mayoritario se basa en los resultados del asturiano y no en

un deporte que cada vez tiene menos interés”. Una manifestación que coincide con nuestra hipótesis, pues observamos que las audiencias del GP de España alcanzaron su pico en los años que Fernando luchó por el título (2005-2007), bajaron levemente en 2008 al arrancar en segunda posición, y recuperaron la audiencia tras finalizar segundo en 2010 y 2012, y vencer en 2013. En 2011 también mantuvo apenas una leve caída gracias a colocarse en primera posición en la salida, pero en 2009 y 2014, años en los que estuvo alejado incluso del podio, las audiencias se desplomaron.

Sin embargo, en la asistencia al Gran Premio de España no encontramos realmente una correlación con los éxitos de un piloto español. En 2010, con tres españoles en la pista y Fernando Alonso luchando por el Campeonato, apenas hubo 23.000 espectadores más respecto a 2009, y en 2011 y 2012 la asistencia cayó por debajo de los 200.000 espectadores, algo que no ocurría desde 2001. No tiene realmente correlación pues en 2012 Alonso luchaba por el Campeonato, y no se experimentó un aumento de asistencia por ello. En 2013 si podríamos encontrarla, pues la asistencia volvió a superar los 200.000 en un Gran Premio donde venció Alonso. Ya en 2014 volvieron a bajar levemente, pero pese al cambio de reglamento, con unos coches más lentos y que sonaban menos, se mantuvo sobre los 200.000 espectadores.

Gráfico 1



Fuente: Adriá Roldán Murillo. *TheBestF1* (2018).

Las portadas de prensa deportiva recuperaron el protagonismo de Fernando Alonso en cuanto se confirmó su llegada a Ferrari. Volvía a copar estos espacios en una época marcada por los éxitos deportivos del deporte español (13). Esto nos hace volver a la

cita de Rojas (2012) al comienzo de nuestra investigación: “La preeminencia de la información futbolística en los espacios deportivos es tan evidente que solo es puesta en entredicho temporalmente cuando se produce la aparición esporádica de grandes figuras nacionales en otras modalidades”. Y eso lo apreciamos en la portada nº14, donde en la victoria de Fernando Alonso, la portada la titula como “una victoria de España, por España”. Y como era habitual entre 2005 y 2007, cuando las cosas iban mal, los medios buscaban un culpable. En esta época no era Hamilton, era Ferrari (15), que no conseguía darle el coche campeón a Alonso, y la prensa no dudaba un segundo en clarificarlo.

13



14



15



Fuente: MARCA.

6.6. Alonso y el fracaso con McLaren. La privatización de las retransmisiones en España (2015-2018).

En 2014, vivimos el comienzo de un cambio de paradigma que sería definitivo en 2016. La Fórmula 1 comenzaría a retransmitirse en un canal de pago: Movistar F1, un canal exclusivo de 24 horas dedicado a Fórmula 1. La plataforma de la empresa de telefonía negoció directamente con la FOM y no con Mediapro, poseedor de los derechos en España, como hicieron Telecinco y Atresmedia (Gallego y Maestro, 2014). En su artículo muestran unas declaraciones de Antonio Lobato en las que afirma que “llegó la crisis económica e hizo aún más inviable el poder mantener la Fórmula 1 con esos precios. No hay ninguna inversión publicitaria que pudiera compensar el dineral que se

iba en derechos de televisión, cuyo culpable fue Mediapro que disparó los derechos y los convirtió en el doble de lo que costaban”.

Gráfico 7



Con la llegada de Fernando Alonso a McLaren, y su correspondiente temporada desastrosa, observábamos en el gráfico del anterior apartado que la audiencia de Antena 3 se desplomó por completo en 2015 (Gráfico 5), con 1.932.000 espectadores de media y un 19,7% de share, bajando por primera vez por debajo de los 2 millones desde 2003. Ese año fue el segundo de Movistar F1 en parrilla, que formó parte de la absorción de la compañía telefónica de Canal +, transformándolo en Movistar +. Ese año aún competían con la Fórmula 1 en abierto, por lo que apenas superaron los 50.000 espectadores de media y un 0,45% de share.

Ya en 2016 la Fórmula 1 sería de pago definitivamente, y observamos que los números no pueden ni compararse con los de años anteriores, pues el hecho de tener que pagar por la posibilidad de ver las carreras disminuyó drásticamente el número de espectadores. Eso sí, la media de espectadores de Movistar F1 prácticamente se cuadruplicó en ese primer año de exclusividad. Esta temporada contó con la retransmisión en abierto del Gran Premio de España por TVE. Fue seguido por casi 2,5 millones de espectadores, con un 23,7% de share, mientras que en Movistar F1 fue seguido por 195.000 espectadores y un 1,9% de cuota de pantalla (Bolea, 2016). El GP más seguido por Movistar ese año fue el GP de Mónaco, con 302.000 espectadores y un 2,8% de share.

En 2017 continuó aumentando la audiencia hasta los 200.000 espectadores de media con un 2% de share, siendo el GP de México el más visto con 335.000 espectadores. La audiencia seguía bastante baja, y deducimos que la poca competitividad del McLaren Honda de Fernando Alonso, que lo mantenía alejado de los puntos constantemente, tuvo mucha culpa. En 2018, ya sin motor Honda, siendo más competitivo, y con Carlos Sainz en Renault, observamos cómo Movistar llegó a alcanzar 240.000 espectadores de media y un 2,9% de share. Este año superaron los 500.000 espectadores en el GP de España, alcanzando el 4,5% de cuota de pantalla.

En líneas generales, podemos afirmar que la emisión de la Fórmula 1 de pago en lugar de en abierto no favorece el seguimiento masivo del deporte a nivel nacional, pues observamos como pasamos de millones de espectadores a sólo unos miles, los únicos dispuestos a pagar por disfrutar de esta competición.



Fuente: TheBestF1.com / Motor.es.

La asistencia al GP de España, que ya experimentaba una tendencia a la baja, bajó de nuevo de los 200.000 espectadores totales durante el fin de semana, algo que ya ocurrió en 2011 y 2012, pero experimentaron un incremento los dos años siguientes. Esta vez, la asistencia inferior a 200.000 llegó para quedarse. 2017 fue una excepción con 13.000 espectadores más que el año anterior, pero en 2018 volvió a los mismos 165.000 espectadores que en 2016. Varias razones para clarificar estos bajos números: la primera, la poca competitividad de los monoplazas de Fernando Alonso, como mencionamos en el análisis de audiencias. La segunda, los nuevos motores V6 turbo, que hicieron que los coches perdieran decibelios de sonido, lo que resta espectacularidad a la competición. Y la tercera, el dominio apabullante de Mercedes durante esta época, que no permitió a otro equipo pelear por el Campeonato.

En lo que a la prensa se refiere, recordábamos que *MARCA* comenzó a realizar una guía sobre la temporada de Fórmula 1 desde 2006. Da claras señales sobre la reducción del interés de este deporte en España cuando en 2015 la guía ya no era exclusiva, sino compartida con MotoGP (Anexo 7), realizándose su última edición en 2016. Durante esta época, la presencia de Alonso en el fondo de la parrilla provocó un vacío de portadas sobre Fórmula 1 más que considerable, aunque no de información, pues Javier Rubio afirma que había mucho seguimiento cuando Alonso no ganaba con McLaren Honda. Y realmente lo que observamos en las pocas portadas de esta época fue la centralización en los problemas de Fernando con McLaren Honda, como se observa en la portada nº16.

Ya en 2018, con McLaren abandonando su colaboración con Honda y firmando con Renault, un quinto puesto de Fernando Alonso en la primera carrera hizo que la portada del *MARCA* (17) afirmara literalmente que “Alonso resucitó la ilusión de España por la Fórmula 1”. Una portada en la que sin tapujos afirman que el seguimiento de este deporte en nuestro país dependía de los éxitos del asturiano. Al fin y al cabo, esa temporada tampoco terminó de ser competitivo, por lo que su presencia en portadas siguió siendo testimonial hasta el GP de Abu Dhabi (18), última carrera de Fernando Alonso en la Fórmula 1 hasta su regreso en 2021.

16



17



18



Fuente: *MARCA*.

6.7. La Fórmula 1 en España sin Fernando Alonso (2019-2020).

En 2019 nos encontramos con un vuelco al paradigma de la Fórmula 1 en España. Por primera vez desde 2001, Fernando Alonso no estaría en el Gran Circo, la persona que

convirtió este deporte en uno de los más seguidos de España se marchó a otras categorías. Durante estos dos años, Carlos Sainz era el único español en la competición.

Gráfico 9



Fuente: Rafael Mohedano (2021).

Con la marcha de Fernando Alonso, observamos que las audiencias de Movistar F1, en línea ascendente desde 2015, se desplomaron completamente. Pasaron de casi 250.000 espectadores de media en 2018 a apenas 150.000 en 2019. Podemos afirmar que la ausencia del asturiano fue el motivo principal de esta caída.

No obstante, en 2020 observamos una leve subida. Podemos deducir que la razón principal fue el gran rendimiento de Carlos Sainz durante la temporada anterior, finalizando sexto el Campeonato y consiguiendo un podio en la penúltima carrera. A eso debemos añadirle dos motivos más: comenzó la temporada 2020 habiendo firmado por Ferrari para el año siguiente, lo que pudo despertar gran interés, y segundo, el McLaren era aún más competitivo que el año anterior, lo que le permitió quedarse a las puertas de la victoria en el GP de Italia y finalizó el Campeonato sexto de nuevo. Esto no hace más que refutar que el éxito de audiencia de este deporte depende simple y llanamente de que un español pueda competir en puestos altos.

En lo que a la asistencia se refiere, en 2019 tuvo lugar la peor asistencia al Gran Premio de España de Fórmula 1 desde 1999: 160.428 espectadores, unos 5.000 menos que el año anterior (Europa Press, 2019). A las razones argumentadas en el apartado anterior, debemos sumarle este año la ausencia de Fernando Alonso, el cual fue el principal culpable de que este Gran Premio superara los 300.000 espectadores de media una

década antes. Esto llevó a intensos rumores de que el Gran Premio de España sería sustituido por el de Holanda en 2020, pero finalmente fueron incluidos ambos en el calendario. El Gran Premio de España de 2020 se disputó a puerta cerrada a causa de la COVID-19, por lo que no tiene cabida en este análisis.



Fuentes: AS / MARCA.

El 2019, sin la figura de Fernando Alonso presente en la Fórmula 1, esta pasó a un papel secundario en las portadas, como ocurría antes de los triunfos del asturiano. Este sí contó con portadas cuando logró éxitos en otras competiciones, como veremos en el siguiente apartado. Ni siquiera el podio de Carlos Sainz en Brasil 2019 copó las portadas, ocupando pequeños huecos en estas (Anexo 8).

Ya en 2020, la Fórmula 1 volvió a las portadas, pero en muy menor medida, y por dos hechos extradeportivos: el fichaje de Carlos Sainz por Ferrari (19) y el regreso de Fernando Alonso (21) a la Fórmula 1 en 2021, de la mano de Renault. La “casi” victoria de Carlos Sainz en Monza (20) fue la única portada relacionada con lo ocurrido en la pista. Y volvimos con ella a titulares de tiempos atrás, resaltando la “madera de campeón” de los pilotos españoles.

6.8. La influencia de Fernando Alonso en otras categorías del automovilismo.

La figura de Fernando Alonso no sólo tuvo la capacidad de aumentar exponencialmente las audiencias de la Fórmula 1. A partir de 2017, el asturiano exploró nuevas competiciones, y las audiencias notaron su presencia en ellas.

El 28 de mayo de 2017, Fernando Alonso renunció a disputar el Gran Premio de Mónaco de Fórmula 1 para disputar las 500 Millas de Indianápolis, una de las tres competiciones cuya victoria implica obtener la Triple Corona (GP de Mónaco, 24 Horas de Le Mans y 500 Millas de Indianápolis). Ese domingo, las 500 Millas se retransmitieron por #0, el principal canal de Movistar +, y obtuvieron una audiencia media de 328.000 espectadores (*Fórmula TV*), durante las casi 5 horas de retransmisión, con un 2,9% de share, más los 84.000 que la siguieron por Movistar Deportes, lo que haría un 3,6% total. El GP de Mónaco, disputado unas horas antes, sin Fernando Alonso, fue visto por 212.000 espectadores y un 2% de cuota de pantalla. La deducción se antoja simple: Fernando Alonso partía quinto en Indianápolis, y estuvo liderando buena parte de la carrera, quedándose cerca de vencer. Por el otro lado, eso implicaba que no estuviera presente en la Fórmula 1, en una temporada donde estaba muy lejos de los puntos, y donde tampoco Carlos Sainz se encontraba cerca de las posiciones de cabeza.

No sería la primera vez que otra competición de Automovilismo superara a la Fórmula 1 en audiencias en España, En 2018, Fernando Alonso compaginó su última campaña en la F1 con el WEC (Campeonato del Mundo de Resistencia). La primera carrera de este Campeonato (retransmitido tradicionalmente por la cadena de pago Eurosport), las 6 Horas de Spa, pudo verse en abierto a través de D-MAX. El debut y victoria de Alonso en esta carrera fue seguido por 382.000 espectadores en directo (Martín, 2018), una media muy alta teniendo en cuenta que es una carrera de 6 horas.

La semana anterior se disputó el GP de Azerbaiyán, donde Fernando Alonso y Carlos Sainz finalizaron séptimo y sexto, respectivamente, y fue seguido por 307.000 personas en Movistar F1. Debemos de tener en cuenta de que la F1 se retransmitió en cadena de pago, pero el mero hecho de que una carrera de Resistencia fuese cedida por una cadena

de pago a una en abierto, dice mucho de la influencia de Fernando Alonso en el seguimiento del automovilismo español.

El impacto de Fernando Alonso en el WEC se apreció definitivamente en las 24 Horas de Le Mans. 48.000 espectadores de promedio siguieron la carrera por Eurosport (una carrera de 24 horas, recordemos), con más de 800.000 conectando en algún momento con la retransmisión. Esto supuso un incremento de un 380% de espectadores de la cadena respecto a la edición anterior (Sánchez, 2018). La carrera volvió a retransmitirse simultáneamente por D-MAX, en abierto, obteniendo 271.000 espectadores de media con un 2,4% de share (*Fórmula TV*).

Esto no hace más que esclarecer la influencia de los triunfos de Fernando Alonso en las audiencias, consiguiendo que una carrera de 24 horas fuera seguida por más de 200.000 personas de media en abierto, y que más de 800.000 conectara en algún momento para verla en una cadena de pago.

Javier Rubio, narrador del WEC en Eurosport, afirma que “el impacto fue enorme. Para nosotros, tener en cada carrera a Alonso era brutal, pero también fuera de España. Se notaba en el seguimiento en la prensa. Fueron dos años en los que Toyota se quedaron solos el Campeonato, y la presencia de Alonso fue un balón de oxígeno para el WEC, para Toyota y ayudó para que la gente descubriera una carrera muy bonita que son las 24 Horas de Le Mans”.

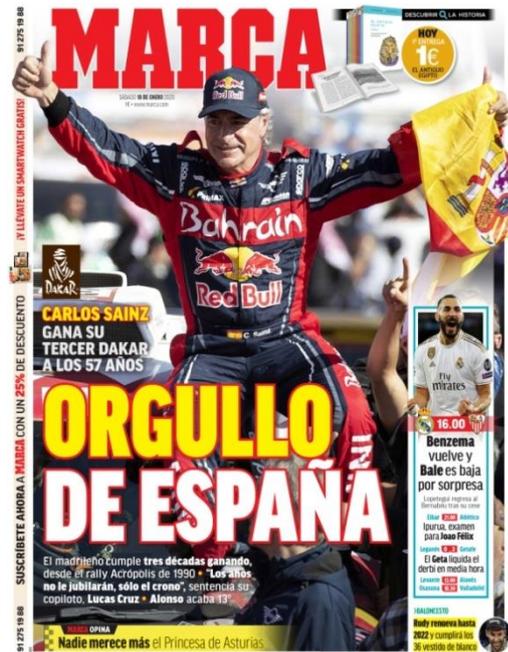
Volviendo a las portadas deportivas, los periplos de Fernando Alonso por otras categorías no ocuparon mucho protagonismo en ellas. En competiciones como el Dakar, donde finalizó 13º, la portada fue eclipsada por Carlos Sainz Sr (23), que venció el Rally. En esta portada se demuestra el objetivo claro de los medios deportivos cuando un piloto español triunfa en un deporte: exaltar el patriotismo español ante la victoria de un deportista nacional.

El día después de su segunda victoria por segundo año consecutivo en las 24 Horas de Le Mans, junto con el Campeonato del WEC, fue motivo de volver a incluirle en una portada (22). Fernando Alonso volvía a las portadas más de un año después, y no estaba relacionado con la Fórmula 1, categoría que ya había dejado meses antes. Esto nos demuestra el tirón que consiguieron sus éxitos en la categoría máxima del

Automovilismo, que consiguió que sus victorias en otras categorías también coparan las portadas.

22

23



7. CONCLUSIONES.

La hipótesis principal que nos llevó a la realización de esta investigación fue: el grado de seguimiento de la Fórmula 1 en España depende principalmente del éxito de un piloto español. Observando nuestro análisis, podemos afirmar rotundamente que esta hipótesis es un hecho. La Fórmula 1 era un deporte minoritario cuando un español no ganaba, y alcanzó las cotas de seguimiento del fútbol cuando un piloto español logró vencer. Fernando Alonso convirtió en mayoritario este deporte, pero en cuanto las victorias no aparecieron, este deporte regresó lentamente a convertirse en un deporte minoritario en nuestro país.

Sobre los datos de audiencia, observamos subidas y bajadas en función del éxito de Alonso en la pista, pero el deporte era seguido en masa pese a todo, al ser retransmitido en abierto. Conforme los derechos televisivos pasaron a Movistar, y las carreras pasaron a ser de pago, observamos cómo un deporte seguido por millones se convirtió en uno seguido por miles. Esto corrobora nuestra primera hipótesis secundaria: la retransmisión en abierto de la Fórmula 1 es un factor clave para el seguimiento en masa de este deporte en España.

Ángel Marco está de acuerdo con esta hipótesis, pues afirma que retransmitir la Fórmula 1 en abierto “es la solución principal para atraer en masa al público y a los patrocinadores”. Javier Rubio también concuerda con esta hipótesis, pues afirma que “el deporte debe estar en abierto para que haya un gran seguimiento, pero hoy en día los deportes tienen la tendencia a ser retransmitidos en PPV (*Pay Per View*)”.

No sólo hemos valorado la influencia de Alonso en la Fórmula 1, también la hemos valorado en otras categorías como la Indycar y el WEC. Observamos cómo las audiencias de estas competiciones aumentaron en porcentajes inimaginables en nuestro país, como corroboró en primera persona Javier Rubio en sus retransmisiones en Eurosport. Y no sólo las audiencias: la prensa deportiva por primera vez ponía al WEC como protagonista de una portada, con motivo de la victoria de Fernando Alonso en las 24 horas de Le Mans, e incluso a Carlos Sainz Sr tras su victoria en el Dakar. Esto corrobora nuestra otra hipótesis secundaria: en otras competiciones automovilísticas, el grado de seguimiento también depende del éxito de un piloto español.

Esto nos lleva a concluir esta investigación con una valoración final: ¿Podría la Fórmula 1 y cualquier deporte que no sea fútbol ser seguido masivamente en un futuro sin depender de que haya españoles disputando la categoría? Javier Rubio afirma que el seguimiento “continuará bajando si ocurre. En los deportes donde no hay españoles, por ley de vida, baja el seguimiento. ¿Hasta dónde llegará la cosecha de estos años? No se sabe, pero creo que bajará”. Ángel Marco opina lo mismo, pues afirma que “al final, que un deporte sea seguido masivamente aquí depende de que gane un español. Cuando se acaba el español ganador, se acaba la afición”.

En respuesta a esa valoración final, todo apunta a que si un español no triunfa o no está presente en la Fórmula 1, seguirá siendo un deporte minoritario, tal y como fue antes de que llegara Fernando Alonso. Habrá aficionados a la competición, pero al igual que en esos años, la tendencia apunta a que serán minoría en comparación con otros deportes mediáticos. Y aunque se diera el caso de que los españoles triunfaran, las retransmisiones en abierto, según se desprende de las declaraciones de Ángel Marco y Javier Rubio, son más que necesarias. La Fórmula 1, en España, es Fernando Alonso.

8. Bibliografía.

Abad, V. (2017, 10 octubre). *España en la Fórmula 1*. [Vídeo]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=R_ZyLJ4nUMo

Armando, J. (noviembre 26, 2012). *Audiencia GP Brasil: más de siete millones de espectadores*. Recuperado en abril 29, 2021, de *AutoBild*. Sitio web:

<https://www.autobild.es/noticias/audiencia-gp-brasil-mas-siete-millones-espectadores-801#:~:text=La%20audiencia%20del%20GP%20de,Historia%20y%20segunda%20del%20a%C3%B1o>

Audiencias *Fórmula TV* del 18 de junio de 2018:

<https://www.formulatv.com/noticias/81043/audiencias-tdt-17-junio-homozapping-arranca-nueva-temporada-neox/>

Audiencias *Fórmula TV* 28 de mayo de 2017:

<https://www.formulatv.com/audiencias/2017-05-28/tematicas-pago/>

Bolea, V. (mayo 16, 2016). *La audiencia televisiva se dispara en el Gran Premio de España*. Recuperado en mayo 3, 2021, de *SoyMotor*. Sitio web:

<https://soymotor.com/noticias/la-audiencia-se-dispara-en-el-gran-premio-de-espana-920774>

Bonaut, J. (2008). Televisión y deporte. *La programación española en la era democrática: la antesala de la competencia televisiva (1976-1988)*. Buenos Aires: LibrosEnRed.

Bonaut, J. y Vicent, M. (2019). *Los contenidos deportivos en la programación televisiva española (1993-2010): un análisis desde la perspectiva de los índices de audiencia*. *Communication & Society*, 32(3), 93-109.

https://www.researchgate.net/publication/333873863_Los_contenidos_deportivos_en_la_programacion_televisiva_espanola_1993-2010_un_analisis_desde_la_perspectiva_de_los_indices_de_audiencia

- Bloomberg* (s.f.). *Formula One Management Ltd*. Recuperado en marzo 24, 2021.
<http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapid=5705772>
- Díaz, I. (octubre 14, 2003). *F1: la audiencia sube un 42,6% con Alonso*. Recuperado en abril 9, 2021, de AS. Sitio web:
https://as.com/masdeporte/2003/10/14/polideportivo/1066104968_850215.html
- El Mundo* (mayo 15, 2007). *Mediapro adquiere los derechos de emisión del Mundial de Fórmula 1 de 2009 a 2013*. Recuperado en abril 26, 2021, de *El Mundo* Sitio web:
<https://www.elmundo.es/elmundo/2007/05/15/comunicacion/1179232196.html>
- El Mundo* (noviembre 3, 2008). *Telecinco dice ahora que ha renunciado voluntariamente a retransmitir la F1*. Recuperado en abril 26, 2021, de *El Mundo* Sitio web:
<https://www.elmundo.es/elmundo/2008/11/03/television/1225729233.html>
- Europa Press* (mayo 12, 2019). *La asistencia al Circuit de Montmeló sigue bajando con 87.511 espectadores en carrera*. Recuperado en mayo 7, 2021, de *Europa Press*. Sitio web: <https://www.europapress.es/deportes/formula1-00312/noticia-asistencia-circuit-montmelo-sigue-bajando-87511-espectadores-carrera-20190512185146.html>
- Flórez, I. (diciembre 15, 2015). *La F1 en los medios. Una era de Fórmula 1*. Recuperado en abril 6, 2021, de *Pitlane Motor*. Sitio web:
<https://pitlanemotor.com/2015/12/15/la-f1-en-los-medios-una-era-de-formula-1/>
- F1alDía.com* (noviembre 4, 2008). *Racismo en la prensa española: MARCA*. Recuperado en abril 20, 2021, de *F1alDía.com*. Sitio web:
<https://www.f1aldia.com/2713/racismo-en-la-prensa-espanola-marca/>
- Fórmula TV* (noviembre 15, 2010). *La Fórmula 1 cierra una magnífica temporada en La Sexta y en TV3*. Recuperado en abril 29, 2021, de *Formula TV*. Sitio web:
<https://www.formulatv.com/noticias/17154/audiencias-formula1-cierra-magnifica-temporada-lasexta-tv3/>

- Gallego, P. y Maestro, L. (2014). *Las audiencias en la Fórmula 1: ¿deporte o deportista?* Madrid: Universidad Carlos III.
- García, M. (octubre 26, 2004). *Fernando Alonso dobla la audiencia de F1 de 2003*. Recuperado en abril 8, 2021, de AS, Sitio web:
https://as.com/motor/2004/10/26/mas_motor/1098805826_850215.html
- Gómez, J. F. (2000). *Fórmula 1: 50 años de historia*. Madrid: Gonher.
- Gonzales, S. (2018). *¿Cómo estudiar el racismo en la prensa escrita deportiva?* Conexión, 10, 87-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6903745>
- Informe Anual de Telecinco 2004:
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_17bf.pdf
- Informe Anual de Telecinco 2005:
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_6cad.pdf
- Informe Anual de Telecinco 2006:
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_b049.pdf
- Informe Anual de Telecinco 2007:
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_3d59.pdf
- Informe Anual de Telecinco 2008:
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/23/thearchive_8132.pdf
- Informe de Comunicación AL DIA sobre las audiencias de la F1:
<https://www.zertem.com/files/al-da-n13-temporada-f1-2011.pdf>
- Lobato, A. (2015). *Volando sobre el asfalto*. Barcelona: Planeta.
- Lorenzo, J. R. (2013). *Historias de la Fórmula 1*. Madrid: T&B Editores.
- Mancebo, A. (noviembre 25, 2018). *¿Cómo era la Fórmula 1 en España antes de que llegara Alonso?* Recuperado en marzo 27, 2021, de AutoBild. Sitio web:

<https://www.autobild.es/noticias/como-era-formula-1-espana-antes-exitos-alonso-335265>

Mancebo, A. (marzo 9, 2019). *Alonso multiplica la audiencia del WEC en España y en el mundo*. Recuperado en mayo 10, 2021, de *AutoBild*. Sitio web:

<https://www.autobild.es/noticias/alonso-multiplica-audiencia-wec-espana-mundo-386014>

Martín, A. (mayo 5, 2018). *El triunfo de Alonso en el WEC, más visto que la Fórmula 1*. Recuperado en mayo 10, 2021, de *MARCA*. Sitio web:

<https://www.marca.com/motor/mundial-resistencia/2018/05/08/5af18484268e3e130e8b45ae.html>

Mohedano, R. (marzo 30, 2021). *La F1 vuelve a interesar en España: mejoran las audiencias*. Recuperado en mayo 7, 2021, de *FórmulaRápida.Net*. Sitio web:

<https://formularapida.net/la-f1-vuelve-a-interesar-en-espana-mejoran-las-audiencias/>

Pérez, L. y Rodríguez, P. (2018). *La audiencia televisiva del Campeonato Mundial de Fórmula 1. Un análisis de la competencia entre canales*. *Journal of Sports Economics & Management*, 8(1), 4-15.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6490568>

Prieto, J. (julio 19, 2017). *¿Por qué la Fórmula 1 se llama así?* Recuperado en marzo 18, 2021, de *Top Gear*. Sitio web:

<https://www.topgear.es/noticias/motorsport/nombre-formula-1-156030>

Rasueros, J. (31 de diciembre de 2014). *La Fórmula 1 en España ha muerto*. *VirutasF1*.

Rodríguez, J. (septiembre 24, 2015). *"Antes de Alonso, en España no querían la F1 ni regalada"*. Recuperado en abril 8, 2021, de *El Mundo*. Sitio web:

<https://www.elmundo.es/deportes/2015/09/24/56042eda22601d440a8b45a5.html>

Roldán, A. (febrero 1, 2018). *La asistencia al GP de España desde su llegada a Montmeló en 1991*. Recuperado en abril 6, 2021, de *TheBestF1.es*. Sitio web: <https://www.thebestf1.es/analisis-la-asistencia-al-gp-de-espana-desde-su-llegada-a-montmelo-en-1991/>

Rojas, J.L. (2012). *La preeminencia del fútbol en la parrilla televisiva. Derechos de emisión y criterios mercantilistas en la selección de retransmisiones deportivas*. Prensa y periodismo especializado, 5, 301-310.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4146469>

Sánchez, D. (septiembre 1, 2018). *La 'Alonsomanía' se sube al carro del WEC*. Recuperado en mayo 10, 2021, de *HOY* Sitio web: <https://www.hoy.es/deportes/motor/alonsomania-sube-carro-20180901192611-ntrc.html>

StatsF1.com. Datos y estadísticas: <https://www.statsf1.com/>

Williamson, M. (2009). *A brief history of Formula One*. Recuperado en marzo 18, 2021, de *ESPN*. Sitio web: <http://en.espn.co.uk/f1/motorsport/story/3831.html>

9. ANEXOS.

Anexo 1: observamos cómo los pilotos Niki Lauda, James Hunt y Ronnie Peterson son entrevistados por José María Íñigo en su programa *Esta noche... fiesta*, de TVE.

<https://youtu.be/O0gSZ8SUSS0>



Anexo 2: Mercedes Milá entrevista a Carlos Reutemann para el programa *Polideportivo*, también de TVE.

<https://youtu.be/Do8flzgR1Ck>



Anexo 3: retransmisión de una carrera de Fórmula 1 en Telecinco en 1994, narrada por Ángel Marco y Gonzalo Serrano. En concreto, el GP de San Marino de ese mismo año, marcado por el fallecimiento de Ayrton Senna, que narraron en directo.



<https://youtu.be/bnTHMUq9WDQ>

Anexo 4: retransmisión de una carrera de Fórmula 1 en TVE2 en 2003, narrada por Jesús Fraile. Es el GP de Hungría, en el que narran la primera victoria de Fernando Alonso.

https://youtu.be/nAkC28W_bpU



Anexo 5: retransmisión de una carrera de Fórmula 1 en Telecinco, narrada por Antonio Lobato y Gonzalo Serrano. Se trata del GP de San Marino de 2005, donde retransmitieron la victoria de Fernando Alonso sobre Michael Schumacher.



<https://youtu.be/ea0GOkMFyp8>

Anexo 6: recopilación del diario *MARCA* de las portadas que dedicaron a Fernando Alonso desde el comienzo de la temporada de 2005 hasta conseguir el Campeonato del Mundo de Fórmula 1 en Brasil a falta de dos Grandes Premios.

https://www.marca.com/albumes/2015/09/18/portadas_marca_fernando_alonso_f1_2005/index_6.html

Anexo 7: la guía de *MARCA* de Fórmula 1 y Motociclismo en 2015. Tal y como mostramos en el análisis, la decadencia de éxitos españoles en Formula 1 desembocaron en que su guía de Fórmula 1 se fusionara con la de MotoGP, para su posterior desaparición tras 2016.



Anexo 8: observamos cómo pese a lograr el podio en Brasil, Carlos Sainz pasó a un segundo plano en la portada del diario *MARCA*, copada por Rafa Nadal a razón del debut de España en la Copa Davis de 2019.



Anexo 9: entrevista a Javier Rubio (periodista de Eurosport y *La Vanguardia*):

- **¿Cómo era ser periodista de Fórmula 1 antes del “boom” de Fernando Alonso?**

Al principio lo hacía por pasión, y el mercado era más reducido. Iba como aficionado durante mucho tiempo, pero cuando llegaron Adrián Campos y Luis Pérez-Sala había más interés en España, pero ni mucho menos lo que había ahora. Entonces, digamos que era una labor con menos repercusión, sobre todo en los círculos profesionales de revistas de motor o en algún medio generalista que daba más información. Cuando se fueron Campos y Sala, hasta que no llegaron De la Rosa y Marc Gené estuvo la cosa bastante reducida a círculos de aficionados.

- **¿Qué ha cambiado en la actualidad?**

Primero, que Fernando Alonso se convirtió en un deportista como pudo serlo en su día Ballesteros, Santana o Carlos Sainz, que atraían un seguimiento generalista de la sociedad. Con ello creció mucho la cultura y el conocimiento de la Fórmula 1, y eso ayuda a que la gente siga la Fórmula 1 aunque los españoles no ganen. Por ejemplo, en España había mucho seguimiento cuando Alonso no ganaba con McLaren Honda. Ha quedado una cultura que ha hecho que mucha gente entienda de Fórmula 1 aunque no tengan que ser aficionados, y eso hace que la información tenga continuidad.

- **¿Cuando la Fórmula 1 comenzó a copar portadas de periódicos, cuál cree que era el objetivo principal, informar de la competición o resaltar simplemente el éxito de un piloto español?**

Es cierto que se buscaba sobre todo un piloto español ganando, pero además era un piloto tan carismático como Alonso, que tenía una personalidad muy fuerte. Creo también que la gente en España ha descubierto la Fórmula 1 como algo sofisticado, global e interesante. Es un mundo de vanguardia y de tecnología increíble, muy global, el deporte más global como evento después de los Juegos Olímpicos. Aunque haya gente en España que considere la Fórmula 1 como un rollo, en la que siempre ganan los mismos, vio un mundo bastante curioso, algo que está mostrando la serie de Netflix y sacando aficionados. Tiene sus cosas que molan: los patrocinadores, la economía... El hecho de que esté en Fórmula 1 un país o un piloto indica que estás en primera línea de la economía, pues no es un deporte barato. Estar en la Fórmula 1, entre comillas, mola.

- **¿Cree que se llegó a niveles extremos de sensacionalismo, o incluso racismo? Por las portadas relacionadas con McLaren, Hamilton, etc.**

En el periodismo, según que medios, el sensacionalismo siempre está presente, y siempre lo va a estar. En los medios británicos, los tabloides no tratan igual la Fórmula 1 que los medios generalistas. Yo haría de esa viñeta una anécdota, fruto de que en esa época la Fórmula 1 era tremendamente popular en todos los medios, por lo que siempre habría gente que utilizaría el sensacionalismo. Pero al final el sensacionalismo es consustancial al periodismo, depende de los medios que quieran posicionarse en esa línea. La popularidad de la Fórmula 1, que llegara a tantos medios, daba pie a que hubiera cierto sensacionalismo. De hecho, yo leía cosas en medios generalistas que no se adecuaban a la realidad de la Fórmula 1. Es un mundo bastante especializado que hay que conocer, no puedes opinar con tanta ligereza. Para saber hablar de Fórmula 1, requiere conocerla bien.

- **¿Cree que Fernando Alonso es el responsable principal del auge de la Fórmula 1 en España, o la retransmisión en abierto tuvo mucho que ver?**

El impacto de Alonso es innegable, es la causa fundamental, por carisma y por talento. Cuando Telecinco cogió los derechos (en 2004), lo hizo muy bien, porque supo llenar toda la programación de la cadena de Fórmula 1. En aquella época, quien tenía los derechos, tenía la exclusividad de la información. Alonso sólo hablaba con Telecinco.

La principal información estaba en Telecinco, y supieron impregnar toda la programación con píldoras, reportajes, pequeñas noticias y con historias durante la semana, que creó mucha presencia de Fórmula 1 al margen del fin de semana de carreras.

- **He observado que el seguimiento del WEC aumentó considerablemente por la presencia de Fernando Alonso. ¿Cómo notaron ese auge desde Eurosport?**

El impacto fue enorme. Para nosotros, en Eurosport, tener en cada carrera a Alonso era brutal, pero también fuera de España. Se notaba en el seguimiento en la prensa. Fueron dos años en los que Toyota se quedaron solos el Campeonato, y la presencia de Alonso fue un balón de oxígeno para este, para Toyota y ayudó para que la gente descubriera una carrera muy bonita que son las 24 Horas de Le Mans.

- **¿Cree que algún día la Fórmula 1 u otros deportes de motor pueden llegar a ser seguidos masivamente por los aficionados españoles pese a no contar con pilotos de nuestro país?**

Yo creo que continuará bajando si ocurre. En los deportes donde no hay españoles, por ley de vida, baja el seguimiento. ¿Hasta dónde llegará la cosecha de estos años? No se sabe, pero creo que bajará. Y otro tema que desconocemos es como sería el impacto de la Fórmula 1 en *Pay Per View* sin españoles. No será lo mismo, y tampoco te sabría decir qué porcentaje. Dependerá de si está en abierto o no. El deporte tiene que estar en abierto para que haya un gran seguimiento, pero hoy en día los deportes tienen la tendencia a ser retransmitidos en PPV.

Anexo 10: entrevista a Ángel Marco (comentarista de F1 en Telecinco 1994-96):

- **¿Cómo se concibió que retransmitieran la Fórmula 1 en Telecinco en los 90?**

En esa época no había mucha presión por los derechos, y TVE no quiso seguir porque tenía muy poca audiencia. En Italia, Berlusconi decidió quedarse con la Fórmula 1 en 1994, por lo que comenzaría a retransmitirse en sus televisiones, siendo Telecinco una de ellas. Fuimos a una prueba donde buscaban a los comentaristas para las retransmisiones. Fueron más de 30 equipos de comentaristas, y nos pusieron a retransmitir el GP de Brasil del año anterior como prueba. Nos felicitaron por la prueba, ya que afirmaban que nadie había comentado lo que

nosotros comentábamos. La decisión final fue entre yo y Gonzalo frente a Josep Lluís Santamaría y Pedro de la Rosa, decantándose por nosotros. Por eso siempre presumo de que vencí a De la Rosa (se ríe).

- **¿Cuáles son las diferencias principales que observa entre las retransmisiones que realizaron usted y Gonzalo Serrano, y las realizadas por Gonzalo y Antonio Lobato 10 años después?**

Nuestro objetivo era no contar nunca lo que ocurría en pantalla, y contar aquello que no llegaba al espectador. Contábamos cuánto medía el diámetro de un volante, o cuáles eran las presiones de los neumáticos. Apenas teníamos 10-15 minutos de previo, donde contábamos estas cosas. Llegamos a emitir un vídeo de Alain Prost donde se escuchaban las pulsaciones de su corazón mientras conducía y lo mostraron en todos los informativos. Aparte del previo, retransmitíamos los entrenamientos clasificatorios del viernes y del sábado, y nos dejaban retransmitir el post-carrera hasta que terminaba el podio. Yo no quería aparecer en imagen, pues yo no quería ser el protagonista, el protagonista era las carreras. Nosotros queríamos que fuese un espectáculo total, y no sólo las carreras. Y teníamos un problema, pues no contábamos con un piloto español en la parrilla. De la Rosa y Gené aún no estaban, y Alonso corría en karts. Puedo presumir de que en la última carrera que hicimos, en 1996, dije que “ojo con este chico, porque si ha ganado el Mundial de Karts, este tío tiene talento para la Fórmula 1”. Al no haber pilotos españoles, no nos quedaba otra que sacar a Heinz Harald-Frentzen hasta en la sopa, porque su madre era de Alicante. Las retransmisiones diez años después eran un partido de fútbol, con un jugador principal: Fernando Alonso.

- **¿Qué audiencias obtuvieron?**

El mayor share de una retransmisión deportiva lo tuvimos nosotros. Un share del 88% en el GP de Australia de 1994 donde se decidía el título entre Damon Hill y Michael Schumacher. La carrera se emitió a las 6 de la madrugada, y lógicamente, no había un universo de espectadores de 15 millones de personas como ahora, era un universo de 800.000. En los GPs de Mónaco llegábamos a hacer un 35% de share y más de 4 millones de espectadores. En el GP de España lográbamos unos 2 millones y medio, pues a la gente le aburría el circuito. Para mí es el peor circuito del año. En el GP de Europa en Jerez, las audiencias fueron buenísimas, al ser una carrera preciosa.

- **¿Qué llevó a que dejara de retransmitirse la Fórmula 1 en Telecinco en 1996?**

El dinero, principalmente. Berlusconi compra los derechos porque había muchísimos pilotos y equipos italianos, y las llevó también a España para maximizar beneficios, contando con el patrocinio principal de Renault, que motorizaba a Williams en 1994, donde corría Ayrton Senna. El problema fue que Renault basó toda su campaña de patrocinio en Ayrton Senna. Y en la tercera carrera, se mató Senna. El contrato era de tres años, pero en la quinta carrera, hay un cambio directivo en Telecinco, y esos nuevos directivos no quieren deporte, sino una televisión más culta, más urbana y con estilo. En el 1995 ya tenían dudas, porque afirmaban que se perdía dinero. Pero se celebró de improviso el GP de Europa ese año, y al no estar previsto en los contratos, la FIA le pagó a Telecinco por retransmitirlo, pagándole justamente el coste de retransmisión de toda la temporada. En 1996 ya sabíamos que no renovarían el contrato, así que ya pasábamos a dar carreras en diferido. Incluso dimos unos entrenamientos en diferido cuando se estaban disputando los siguientes entrenamientos en directo.

- **¿Cree que el seguimiento masivo de la Fórmula 1 en España depende principalmente de que un piloto español esté en lo más alto?**

Sí, pues al final, que un deporte sea seguido masivamente aquí depende de que gane un español. Cuando se acaba el español ganador, se acaba la afición. Que retransmitan en abierto es la solución principal para atraer en masa al público y a los patrocinadores.