

# Los informativos de deportes de Antena 3: más historias que deporte

*Antena 3 sports news: more stories than sport*

**MIGUEL GONZÁLEZ GARCÍA.** *Universidad de Málaga*

[mggarcia@uma.es](mailto:mggarcia@uma.es)

<https://orcid.org/0000-0002-5889-9851>

Recepción: 12.05.2023

Aceptación: 13.06.2023

Publicación: 30.06.2023

## RESUMEN

Este artículo parte de la iniciativa de conocer los contenidos que se emiten en los espacios informativos de deportes de Antena 3. El estudio se basa en un análisis de contenido del informativo de la tarde, que se ha realizado durante cinco semanas (del 8 de agosto al 11 de septiembre de 2022). Además, se ha hecho un análisis comparativo para ver si existía una coincidencia de contenidos entre los espacios de deportes del Telediario de La 1 de TVE e Informativos Telecinco. Los datos recogidos evidencian una escasa similitud en la temática y la jerarquización durante las emisiones, y que existe una notable cantidad de piezas informativas en Antena 3 que cuentan historias alrededor del deporte que tienen poco o nada que ver con la información deportiva.

**Palabras clave:** Informativos, deportes, Antena 3, infoentretenimiento

## ABSTRACT

This article is part of the initiative to find out about the content that is broadcast in Antena 3's sports newscasts. The study is based on a content analysis of the afternoon newscast, which has been carried out for five weeks (from August 8 to as of September 11, 2022). In addition, a comparative analysis has been carried out to see if there was a coincidence of content between the sports programs of Telediario de La 1 de TVE and Informativos Telecinco. The data collected shows little similarity in the themes and the hierarchy during the broadcasts, and that there is a notable amount of news pieces on Antena 3 that tell stories about sports that have little or nothing to do with sports news.

**Keywords:** News, sports, Antena 3, infotainment

## 1. Introducción

La información deportiva en los medios de comunicación son espacios que no pasan de largo para el público en general. Las secciones de deportes cuentan con un peso específico en las distintas redacciones, pese a que (Rowe, 2007) lo califica como el departamento “de juguete” de los propios medios. Rojas Torrijos (2014: 179) señala que el periodismo

especializado en deporte ha logrado una sensación de pertenencia con la comunidad y de proximidad con los propios ciudadanos, “a los que involucra en la celebración de los logros de los propios deportistas”. El propio autor llegó a hacer consideraciones muy positivas del éxito social en el periodismo deportivo dejando claro que había marcado tendencias, “creando un estilo propio, fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas” resaltando todo ello por un modelo de las informaciones con un lenguaje visualmente atractivo y accesible para todo tipo de público (Rojas Torrijos, 2010: 301).

Alcoba (2005:10) se preguntaba por los efectos que produce en el auditorio este tipo de información, que no es más que la demostración y el atractivo que posee en las masas. Resuelve que una de las principales causas de ese interés entre clientes y receptores de la prensa, la radio, la televisión e Internet tenga que ver con que los periodistas deportivos informan de un género específico “comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del deporte”.

La información deportiva ha ido dando pasos agigantados para adaptarse a todas las circunstancias y escenarios que haya podido encontrarse para encontrar un espacio en el que asentarse debido a su popularidad y dimensión global (De Moragas, 2007: 7). Tanto es así que el deporte y la información que genera tiene más de espectacularización (Rojas Torrijos (2012a) que, de lo propio noticiable, y Paniagua (2006) no duda en calificar como *pseudoperiodismo*, aunque el fin, según Gurgel (2017), es otro bien distinto:

Es importante señalar que la comunicación deportiva es un área especializada de la Comunicación Social que surge de la interfaz con el mundo del deporte, Y más que eso: ella posee un papel que no puede ignorarse, ya que innegablemente el número de personas que desea informarse sobre un determinado evento deportivo en los dispositivos comunicativos es infinitamente mayor que las personas que pueden ir al lugar donde está ocurriendo la acción deportiva (Gurgel, 2017: 186).

En televisión, apunta Casanovas (2009: 285), la información deportiva “es aquella que se ofrece dentro de los informativos de las cadenas”, siendo una de las secciones que postula en la última parte de estos programas y que puede estar separada por una cabecera, publicidad y patrocinio que se emite antes y después de la sección. Para Prado Olivares (2019: 6) los informativos de deportes en televisión no son más que una estrategia orientada a un público específico y que está gestionada por una redacción periodística.

Precisamente, el camino de la espectacularización ha sido el que ha tomado los informativos de deportes en televisión, una tendencia a la que (Redondo, 2020) hace referencia pese al incremento que tiene la opinión, la improvisación y elementos que nada tienen que ver con la noticia o la información en sí.

Llegar al mayor número de espectadores es el objetivo principal de cualquier cadena de televisión, si bien la diversificación de canales hace que la audiencia se divida en busca de un producto que satisfaga sus necesidades informativas o de entretenimiento. García Avilés (2007: 60) destaca que la desvirtualización de la información y la mezcla de

géneros favorece que los estilos “desdibujen las fronteras entre el periodismo y el sensacionalismo”, de ahí que “los informativos incrementan su agenda de deportes, de espectáculos y de asuntos triviales”.

Paniagua (2006: 186) destaca que uno de los casos más claros de *pseudoperiodismo* tenía que ver principalmente por los espacios deportivos en televisión. Justifica su definición admitiendo que el deporte televisivo ha añadido “espectáculo”, un componente que tiene que ver más con el propio medio que con lo que atañe principalmente al deporte.

A la espectacularización de la información se refiere Rojas Torrijos cuando profundiza que el crecimiento generalizado de programas de carácter deportivo, “hasta tal punto de dejar a esta supeditada al entretenimiento como fórmula que prioriza por encima de todo el éxito comercial, aunque para ello sea preciso renunciar a hacer periodismo” (Rojas Torrijos: 2015: 49).

### *1.1 La noticia como elemento principal*

Dice Mas Manchón (2011) que la manera en que los presentadores de televisión “hablan” la noticia “debería ser lo menos casual posible y lo más ajustada a un modelo estructural estratégico”, y lo encuadra dentro de un discurso audiovisual que lo ha formado en tres niveles: información, estructura y superestructura, quedando cada uno de las cuales en función dependiente del resto. Teniendo en cuenta el modelo, el discurso y los niveles aportado, la noticia como elemento en un informativo de televisión también tiene su propio significado:

Es una construcción textual y visual llevada a cabo alrededor de un eje central de pensamiento, de una determinada perspectiva, construida por un profesional de la información (aunque no sólo por éste) que proporcionará un marco de interpretación para los públicos que se expongan al mensaje (Ardèvol-Abreu: 2015: 424).

La pieza informativa necesita, por tanto, tener una descodificación, un elemento imprescindible para comprender la noticia y la realidad a la que ésta se refiere, y será el periodista el que le dé el enfoque necesario para llevar a cabo el encuadre (Ardèvol-Abreu: 2015: 425), conocido como el *framing* o teoría del encuadre. Goffman (1974), referenciado por Morales (2014: 196), afirma que el encuadre es una tendencia que propone “un paradigma propio que asume que las noticias no son otra cosa que una representación de la realidad realizada por el periodista”. implicando con ello un “enfoque o encuadre”.

Pero encontramos que la teoría de encuadre *framing* y *agenda-setting* van de la mano. Resuelta la primera parte de la ecuación, queda por conocer la parte de esa parte más mediática. El objetivo de la *agenda-setting* es que los medios otorguen mayor relevancia a unos determinados temas que a otros (McCombs y Shaw 1972). Lo que Humanes (2001) define como los criterios que guían la selección de acontecimientos “y que nos sitúan en el lado del emisor, concretamente en la ideología e intereses que subyacen en el producto final del periodismo”.

Una agenda según Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020: 2) está formada por tres niveles: una primera en la que se agrupa una colección de asuntos, temas o problemas, una segunda en la que hay un grupo de atributos y, la tercera y definitiva en la que hay temas y atributos conectados en forma de red más o menos compleja.

Esa noticia que va a ver la luz en televisión tiene que seguir unos criterios. Está insertada en una escaleta, que según Caldera Serrano (2017: 27):

Es un documento en el que se señalan en orden cronológico de aparición cada una de las noticias que conforman un informativo; se indica en primer lugar la hora, minuto y segundo de la información en el soporte y/u hora de emisión, para posteriormente informar de qué ocurre en la información y cuáles son los sujetos pasivos y activos en la realización de la noticia.

### *1.2 El infoentretenimiento en los informativos de deportes en televisión*

Llegados a este punto nos encontramos en la necesidad de conocer más en profundidad si la información deportiva es información como tal o entretenimiento. García Avilés (2007:51) no duda en reconocer que en los medios audiovisuales disipa “la distinción entre periodismo y entretenimiento, entre información y espectáculo”. Berrocal *et al* (2014) se decantan en la intensa competencia entre los canales para lograr audiencia, lo que provoca que se estén utilizando todo tipo de recursos para traer consigo a usuario y telespectadores, y añaden que este fenómeno es capaz de adaptarse a la actualidad de las noticias “de manera frívola o superficial (p, 89). Esta es una tendencia, según Pallardó (2020: 7), que es la principal vara de medir para atraer inversiones publicitarias. El impacto que pueda causar en la audiencia es la lógica que aplican Rojas y González (2022: 127) a la hora de querer ofrecer el verdadero sentido al infoentretenimiento para apostar por estos espacios o creación de contenidos noticiosos, y el deporte no es ajeno a ello.

De Moragas (2007: 7) incide en que el deporte es una fuente inagotable de noticias con gran reclamo popular, de ahí que constituya recursos inagotables de programas enfocados en espacios que van tanto en las retransmisiones en directo o diferido, debates, resúmenes, entrevistas, reportajes, entre otros, siendo una de las temáticas que ocupa altos porcentajes de tiempo en la programación.

Los deportes ofrecen, pues, numerosas ventajas y atractivos a los programadores de la televisión. Por una parte, le ofrecen productos audiovisuales altamente competitivos, algunos de ellos incluso de bajo coste en la producción, es el caso de los eternos culebrones sobre fichajes, estado de ánimo de los jugadores, especulaciones sobre los arbitrajes, exclamaciones patrióticas sin fin. Por su parte los programas más costosos, adquiridos a partir de complicadas redes de intermediarios, tienen como contrapartida importantes retornos para la “imagen” y posición de las cadenas de televisión (De Moragas, 2007: 8).

Rojas Torrijos (2012b) hace hincapié en la futbolización de la información deportiva como elemento clave de la espectacularización del periodismo, desplazando contenidos “más puramente informativos referentes a otras disciplinas”.

La televisión sigue siendo el medio de comunicación más consumido según los datos del Eurobarómetro publicado en julio de 2022, si bien el dato aumenta considerablemente para el público mayor de 55 años llegando hasta 75%, seguido por las plataformas de noticias en línea (43 %), la radio (39 %) y las redes sociales y los blogs (26 %). Precisamente la televisión, la radio y la prensa (incluidas sus versiones electrónicas) son los medios de comunicación en los que más confían los ciudadanos según el estudio publicado.

### *1.3 Los deportes en los espacios informativos bajo el prisma del infoentretenimiento*

Hay una especial atención en numerosos trabajos académicos que ponen el foco en el infoentretenimiento cuando se refiere al análisis de las noticias deportivas en espacios informativos o noticieros (Montaner, 2014), (Lupi3n, 2017) o (Pallard3, 2020), si bien otros buscan m3s una comparaci3n entre cadenas (Molinero Falag3n, 2017), (Prado Olivares, 2019) o (Gonz3lez-Ramos, 2019). Comparaci3n o infoentretenimiento, el contenido de la pieza informativa es lo que realmente tiene sentido.

Las plataformas digitales se han convertido en los verdaderos aliados de los medios y periodistas para dar a conocer qu3 informaci3n se quiere ofrecer en el espacio o noticiero, y que posteriormente tendr3 un an3lisis m3s profundo. Los periodistas invierten tiempo en el uso de estas herramientas para conseguir prioridades estrat3gicas y hacerse con un mayor alcance y hasta tratan de ganarse la confianza del p3blico (Ross Argueda et al. 2022), si bien la jerarqu3a informativa que proporcionan los medios de comunicaci3n tradicionales ante las redes sociales, ser3an resolutivos para explicar el verdadero protagonismo que tiene los medios digitales y los informativos en televisi3n (Masip et al. 2020).

## **2. Objetivos y metodolog3a**

Este estudio pretende avanzar en la exploraci3n del contenido que tienen los informativos de deportes en la televisi3n, si verdaderamente es informaci3n deportiva lo que se est3 contando a la audiencia o tiene que ver m3s con otras secciones que ofrecen los propios noticieros. El presente trabajo tiene como objetivo general analizar las noticias deportivas que se emiten en los espacios informativos de deportes de Antena 3.

De este planteamiento inicial se llega a tres objetivos espec3ficos:

- O1. Analizar si todas las piezas emitidas cuentan un patr3n en com3n y tienen una relaci3n con la de otros espacios informativos de deportes.
- O2. Estudiar si hay coincidencia en la jerarquizaci3n a la hora de emitir la pieza informativa.
- O3. Examinar la composici3n de la escaleta informativa y los elementos que la conforman.

La investigación parte con la premisa de un conocimiento previo sobre el contenido que emiten los informativos de deportes de Antena 3, de ahí que algunas de esas informaciones tengan un difícil ajuste su emisión en espacios que tienen que ver única y exclusivamente con el deporte, aunque las mismas tengan cierta relación. Por ello se propone responder las siguientes preguntas.

P1. ¿Con qué frecuencia recurre Antena 3 a noticias que tienen difícil ajuste en la programación deportiva?

P2. ¿Qué posición utiliza este tipo de noticias en la jerarquización de la escaleta de los informativos?

P3. ¿Es solo la cadena de televisión Antena 3 la única que utiliza estos recursos informativos para incluirlos en sus espacios de deportes?

El método utilizado para conocer qué tipo de noticias de deportes se emiten es del análisis de contenido, que según Aigner (2009: 4) “es la técnica que permite investigar el contenido de las ‘comunicaciones’ mediante la clasificación de categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje”.

Además, Piñuel y Raigada (1995: 520) añaden una selección de la comunicación, las categorías, las unidades y del sistema de recuento o de medida para entender el verdadero significado de esta herramienta.

## *2. 1 Selección de la muestra*

Para conseguir dar respuesta a los objetivos y las preguntas que se han formulado, se ha seleccionado una muestra del espacio de informativos de deportes de Antena 3 de la tarde, que se emite a continuación del noticiero de las 15:00 horas durante cinco semanas completas; del 8 de agosto de 2022 al 11 de septiembre de 2022, contabilizando un total de treinta y cinco días. Para ello, además de realizar una visualización en directo del informativo de deportes en el mismo momento de la emisión, se realizó una segunda visualización con posterioridad a través de la plataforma Atresplayer en su versión Premium, que daba la posibilidad de acceder al espacio ya grabado bien a través de una sección específica de deportes o a través de la pestaña en directo, que permite la visualización de los últimos siete días de emisión.

Para hacer una comprobación más exhaustiva del estudio, se ha llevado a cabo de manera paralela las visualizaciones de espacios de deportes de otras cadenas coincidiendo con el mismo horario de emisión que el de Antena 3, tomando muestras de la sección de deportes del Telediario de La 1 de TVE y el de Informativos Telecinco, que al igual que el de Antena 3, el espacio de información de deporte está separado del informativo. En estos casos las visualizaciones se han tenido que realizar en emisión en diferido a través de las plataformas RTVE Play para el informativo de La 1 de TVE y Mi Tele para el de Informativos Telecinco al tener una coincidencia de horario entre los tres programas.

## *2. 2 Ficha para el análisis*

Para llevar a cabo esta investigación se diseñó una plantilla en una hoja de cálculo a través de Google Sheets. En la plantilla se insertaron nueve ítems con los siguientes campos a rellenar: Fecha de emisión, Deporte, Contenido, Duración de la noticia, Recursos de imágenes, Tipo de conexión (en caso de utilizarse la videoconferencia, grabación móvil, etc.), Totales (Si la pieza analizada contaba con declaraciones de los protagonistas de estas), Tipo de noticia (Si era una pieza cerrada, colas, una mezcla de ambas y si contaba con totales) y Jerarquización.

En la misma hoja de cálculo se insertaron dos páginas más para hacer la comprobación y comparación con los otros espacios: una para los deportes de los informativos de La 1 de TVE y otra para Informativos Telecinco. Los ítems en este caso fueron seis nada más: Fecha, Deporte, Contenido, Duración de la noticia, Tipo de noticia y Jerarquización. La disminución de elementos en estos dos apartados tiene su justificación, dado que el objetivo de estudio son los informativos de deportes de Antena 3. Los análisis de las otras dos cadenas son un complemento para la comprobación de posibles coincidencias en la emisión en caso de que se programen los mismos contenidos.

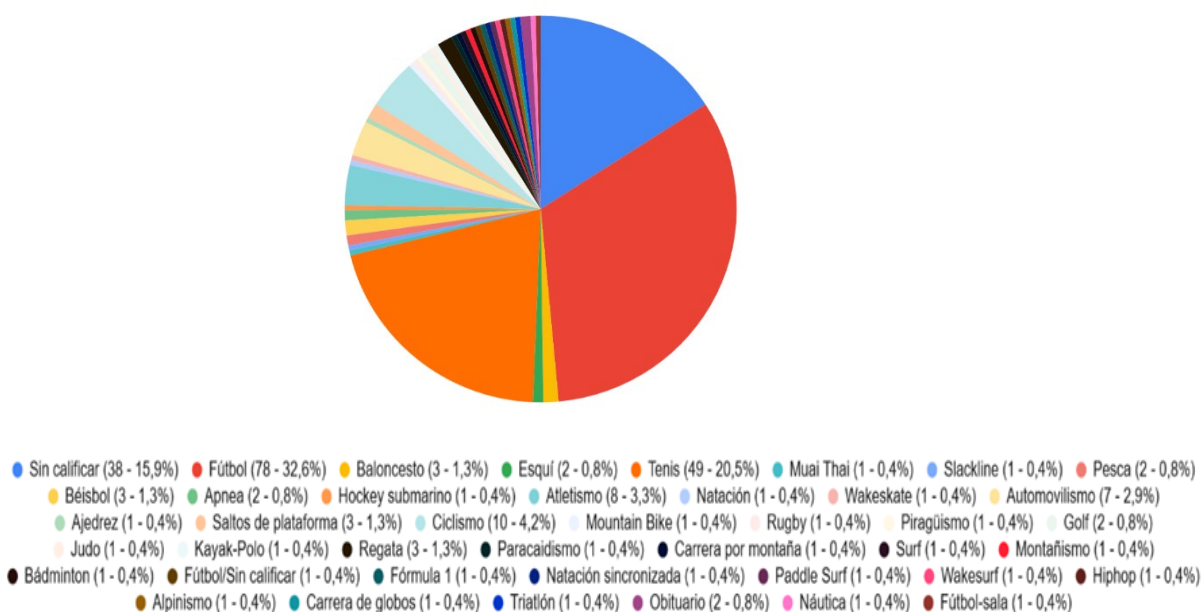
## **3. Resultados**

Como se ha mencionado con anterioridad, esta investigación parte de la idea de analizar las noticias deportivas emitidas en el informativo de la tarde de Antena 3, y averiguar si el contenido tiene que ver con la competición o el deporte en sí. En total se han analizado 239 piezas informativas correspondientes al canal del grupo Atresmedia, si bien el número total alcanza las 766 si sumamos las del telediario de La 1 de TVE (252) y los de Informativos Telecinco (275) durante los 35 días que se han examinado.

Antes de profundizar en el verdadero contenido de las noticias, como se observa en el gráfico 1, se han emitido 39 actividades deportivas diferentes sin mencionar las noticias que se ha agrupado bajo el nombre de sin calificar, informaciones que por su curiosidad, enfoque o actividad en sí no se ha encontrado el lugar para catalogarlas.



Gráfico 1. Deportes emitidos en Antena 3 durante el periodo de estudio



Fuente: Elaboración propia

El fútbol y el tenis han sido los deportes con un mayor porcentaje y número de piezas informativas, con 78 y 49 noticias de diferente calibre conformando un 32,6% del primero y un 20,5% del segundo. Los porcentajes bajan sustancialmente si observamos que la siguiente actividad con mayor emisión durante los 35 días de estudio fue el ciclismo con 10 noticias y un 4,2%, el atletismo con 8 noticias y un 3,3% de la cuota y el automovilismo con 7 noticias y un 2,9%. Las cifras bajan más aún cuando observamos deportes como el baloncesto y las regatas con 3 informaciones, la pesca, la apnea, el esquí, el golf con 2 y el resto hasta completar las 39 actividades con una sola noticia. En ellas deportes tan curiosos o poco conocidos como el *wakeskate*, hockey submarino o el *slackline*. Un detalle que se observa en el gráfico es que hay dos noticias que han sido catalogadas como obituario. Las mismas se deben a que se ofrecieron informaciones relacionadas con los homenajes y muestras de respeto por parte del público y las instituciones deportivas en los estadios y escenarios deportivos por la muerte de la reina de Inglaterra Isabel II.

El hecho de que el fútbol y el tenis hayan sido las actividades que más protagonismo han tenido durante este periodo se debe a la coincidencia en el inicio del campeonato nacional de Liga con la disputa de las cinco primeras jornadas de la competición, además de los primeros enfrentamientos en competición europea de los equipos españoles. En tenis, la participación de los españoles en torneos como los de Montreal, Cincinnati o el US Open -uno de los cuatro Grand Slam del calendario anual- también ha tenido su aliciente.



### 3.1 Noticias sin calificar

Lo que más ha llamado la atención a la hora de llevar a cabo esta investigación ha sido dónde enfocar actividades que bien nada tienen que ver con el deporte o, aunque sean deportivas, tienen un enfoque más para la escaleta del informativo o programas de infoentretenimiento que para el espacio de deportes, y que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 1

8/8/2022	Empresa neozelandesa ofrece lancha-submarino como atracción acuática.	1' 46"	Apertura
8/8/2022	El ingeniero francés, Franky Zapata, inventa el coche volador tipo dron.	1' 28"	Segunda
8/8/2022	De Motril a Noruega (Cabo Norte) en bicicleta por un reto solidario. Anteriormente fue campeón del mundo de comer flanes.	1' 26"	Tercera
8/8/2022	Muerte a tiros del campeón del mundo de Jiu Jitsu Leandro Pereira en una discoteca de Brasil.	1' 35"	Cuarta
9/8/2022	Un grupo de buzos cuida la posidonia oceánica en el Mediterráneo, destacando por ser un proyecto piloto.	1' 47"	Apertura
9/8/2022	Campeonato del Mundo de carrera de gallinas en Inglaterra	1' 33"	Tercera
9/8/2022	Un iraní arrastra con el dedo corazón tres camiones 23,000 kilos	1' 25"	Cuarta
13/8/2022	Un británico pretende cruzar el Océano Atlántico (de Canadá a Inglaterra) en una embarcación de 1,4 metros.	1' 55"	Apertura
13/8/2022	Ball game, actividad con más de 800 años que aún se sigue practicando en Inglaterra. Vale todo para coger el balón, incluso agredir al rival.	1' 21"	Segunda
14/8/2022	Un coche GP 2 circula por las carreteras de la República Checa. La policía busca al conductor.	18"	Sexta
15/8/2022	Un conductor persigue a un árbitro en un campo de fútbol de Sudáfrica descontento con su actuación en el partido.	14"	Sexta
15/8/2022	Neymar juega al póker en el casino de Barcelona.	25"	Séptima
19/8/2021	Retrorunning. Christian López, atleta que corre hacia atrás haciendo malabares con tres bolas.	1' 38"	Cuarta
19/8/2021	Hipoterapia para militares heridos en la guerra de Ucrania.	1' 19"	Quinta
21/8/2022	Récord del mundo de hacer dominadas colgadas de un	1' 24"	Quinta

	helicóptero.		
23/8/2022	El exgimnasta profesional, Asw Watson, salta de una barra de gimnasia a otra a seis metros de distancia y logra un récord Guinness.	1' 41"	Cuarta
24/8/2022	Rescate a una joven que practicaba paddle surf.	1' 29"	Segunda
24/8/2022	Sergio Ramos se pone en forma en el gimnasio.	18"	Quinta
25/8/2022	Familia de Kobe Bryant será indemnizada porque policías y bomberos compartieron imágenes de su marido y su hija fallecidos en accidente de helicóptero.	1' 39"	Segunda
25/8/2022	Dos hermanos iraníes aguantan con los dientes quads y motos arrancadas y en marcha.	1' 25"	Cuarta
26/8/2022	Manuel Merillas, que ganó la Ultra Trail Mont Blanc de 55 KM, entrena con su perro y corre por donde el can le dice.	1' 37"	Cuarta
26/8/2022	Jason Paul, atleta alemán de parkour, practica el Dabbawalas, reparte comida a domicilio en Bombay haciendo parkour.	1' 12"	Quinta
27/8/2022	Raquel Mirman, piloto y monitora del circuito de Nürburgring. Ayuda a conducir en un circuito que fue de la Fórmula 1.	1' 32"	Apertura
28/8/2022	Cecilia Sopena se encara con un aficionado en una carrera regional en Murcia cuando le dice que le pesa el culo. La ciclista reconoce que padece trastorno alimenticio.	1' 13"	Segunda
30/8/2022	Salvamento Marítimo rescata a un surfista en Tarifa.	1' 28"	Apertura
30/8/2022	Pareja de abuelos bailan en un partido de béisbol.	21"	Séptima
31/8/2022	Juan Ferreras se convierte en el hombre más fuerte de España; arrastra camiones, vuelca coches, levanta pesas y arrastra cilindros.	23"	Séptima
1/9/2022	Mack Rutherford, de 17 años, da la vuelta al mundo en avioneta en solitario logrando récord Guinness.	1' 36"	Quinta
2/9/2022	Kristina Makushenko, excampeona del mundo de natación sincronizada, hace vídeos bailando en el agua y se hacen virales.	1' 38"	Cuarta
2/9/2022	Hong Ciu, experto en 'fitness casero' entrena en un almacén y sus ejercicios se hacen virales.	1' 22'	Quinta
5/9/2022	Basura en el K2, que se ha convertido en un vertedero. Se estima que hay unas 140.000 toneladas de residuos	1' 37"	Segunda
5/9/2022	Pelotón verde, grupo de limpieza que recoge residuos generados durante las etapas de La Vuelta.	1' 08"	Tercera
6/9/2022	Ciclista intenta adelantar coche en curva sin visibilidad en	1' 46"	Tercera

carretera de Barcelona y acaba chocado de frente.			
7/9/2022	Un dron graba a más de 9000 metros de altura por encima del Everest.	1' 29"	Apertura
7/9/2022	Aficionada en el US Open se bebe una cerveza del tirón. Ya lo hizo el año pasado.	20"	Cuarta
8/9/2022	Cueva de geoda en Pulpí (Almería), la segunda más grande del mundo. Declaraciones de Efrén Cuesta, su descubridor hace 23 años.	1' 22"	Quinta
8/9/2022	Antena 3 presenta el programa de Joaquín en TV.	26"	Octava
10/9/2022	El Campeón de la UFC, Brando Moreno, se pasea por campos de La Liga.	1' 17"	Tercera

Tabla (1) de las noticias sin catalogar. Elaboración propia

Las 38 noticias recogidas en esta tabla tienen perfiles muy dispares. En las mismas se observan un tratamiento que tiene que ver más con los inventos, la tecnología, la solidaridad, los sucesos, la ecología, lo viral en redes sociales o hasta lo simpático como la carrera de gallinas, pero con el deporte como excusa para dar cobertura a dichas informaciones sin tener nada que ver con la competición.

Estas noticias, que han sido agrupadas en una categoría que se ha llamado Sin calificar, han llegado a tener un tratamiento especial en la escaleta a la hora de conformar el orden y programación de estas. De las 38 citadas, seis de ellas han sido las noticias de apertura del espacio informativo dedicado a los deportes. El resto también han ocupado un espacio privilegiado, si bien algunas de ellas, las que tienen una duración de menos de treinta segundos, han ocupado el último lugar el noticiero de deportes siendo las piezas que han cerrado el programa.

### 3.2 La videoconferencia como recurso para las entrevistas

Durante la visualización de las noticias se ha observado la utilización de la videoconferencia y grabaciones con teléfonos o dispositivos móviles para entrevistar y conversar con los protagonistas como recurso para acceder a los mismos. En 35 de las 239 piezas analizadas han sido requeridas estas herramientas para darle voz e imagen a las figuras destacadas, lo que supone un 14,64% de las mismas.

Este elemento ha propiciado el poder entrevistar a personajes con un notable protagonismo en noticias de una agenda propia de los deportes de Antena 3, como por ejemplo, la que se le realizó a Desireé Rovira, primera española y una de las primeras mujeres del mundo que competía en el templo del Muay Thai en Tailandia; la charla con Telma Cester, joven española de 17 años que despunta en una actividad como el wakeskate llegando a la liga profesional en Estados Unidos, o la conversación con Rubén Mateu, fisioterapeuta de Serena Williams durante cinco años para conocer mejor a la recién

retirada reina del tenis mundial. Algunas de las informaciones sin calificar mencionadas anteriormente han contado con este tipo de recurso.

### 3.3 Recursos de imágenes

Un detalle que llamó significativamente la atención fue la catalogación de la autoría de las imágenes. No deja lugar a dudas, como se puede observar en el gráfico 2 que se muestra a continuación, que un 46% de las piezas informativas (un total de 110 de las 239 analizadas) no tenían rotulado la autoría o propiedad de estas, y en el caso de que fuesen de la propia Antena 3 o del grupo Atresmedia, estaban destacada bien porque se veía el micrófono o alguna señal de identidad, que en este caso son los menos.

Hemos tenido en cuenta un detalle curioso que para la investigación sí es importante o significativo. En las siguientes imágenes hay dos capturas de pantallas, y se pueden observar cómo en una de ellas sí está referenciada de quién es la imagen, redactor gráfico u operador de cámara que realizó el trabajo, mientras que en la otra solo se observa el informante de la noticia. No hay referencia alguna de la fuente que aporta las imágenes.

Imagen 1



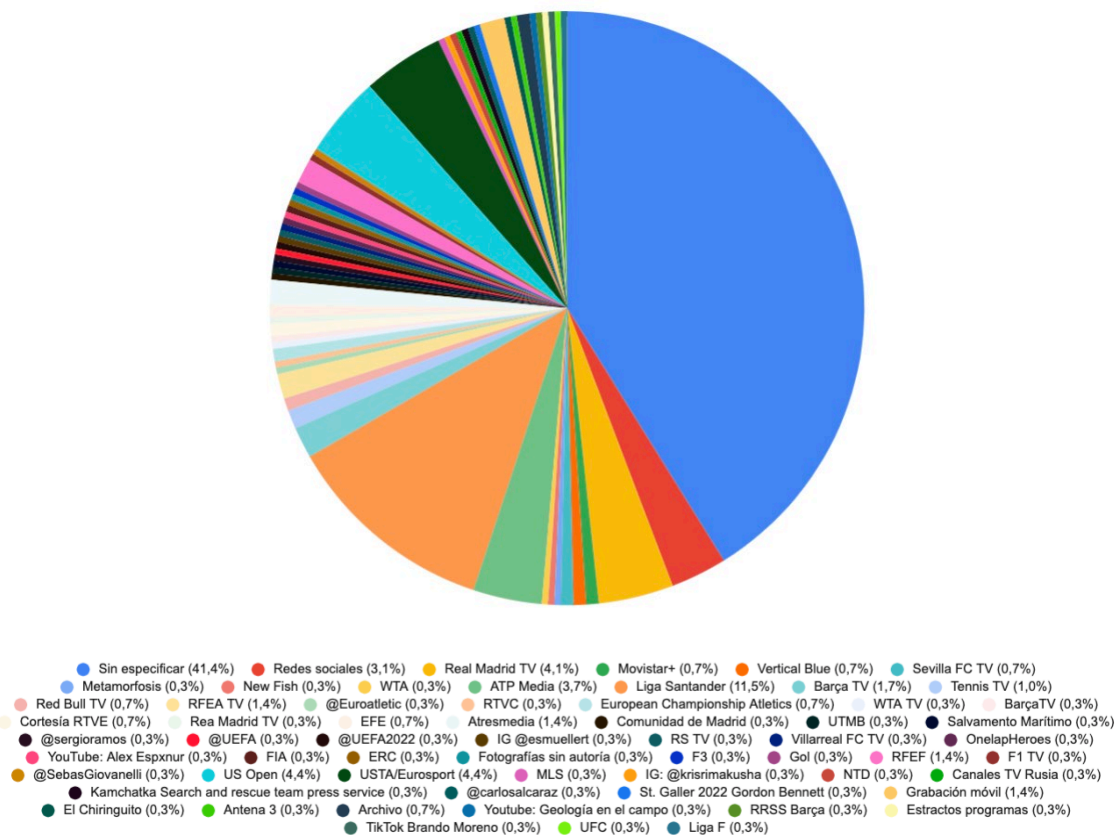
Captura de pantalla informativo Antena 3 Noticias donde se especifica quién o quiénes aportan las imágenes.

Imagen 2



Captura de pantalla de noticia del espacio de deportes de Antena 3 en el que no especifica la fuente de las imágenes.

Gráfico 2. Recursos de imágenes



Fuente: Elaboración propia



Este gráfico 2 deja una notable evidencia la parte mayor en la que se contabilizan las noticias en la que no aparece la autoría de las imágenes. Como se observa, se ha tenido en cuenta qué tipo de fuentes ha utilizado la noticia y las que se ha mostrado su autoría. Incluso, en la leyenda se puede apreciar repeticiones de estas porque se ha tenido en cuenta el orden cronológico en que han sido emitidas y rotuladas por la propia cadena, de ahí que no haya una coincidencia mayor a la hora de contabilizar todas las fuentes que sí fueron reconocidas.

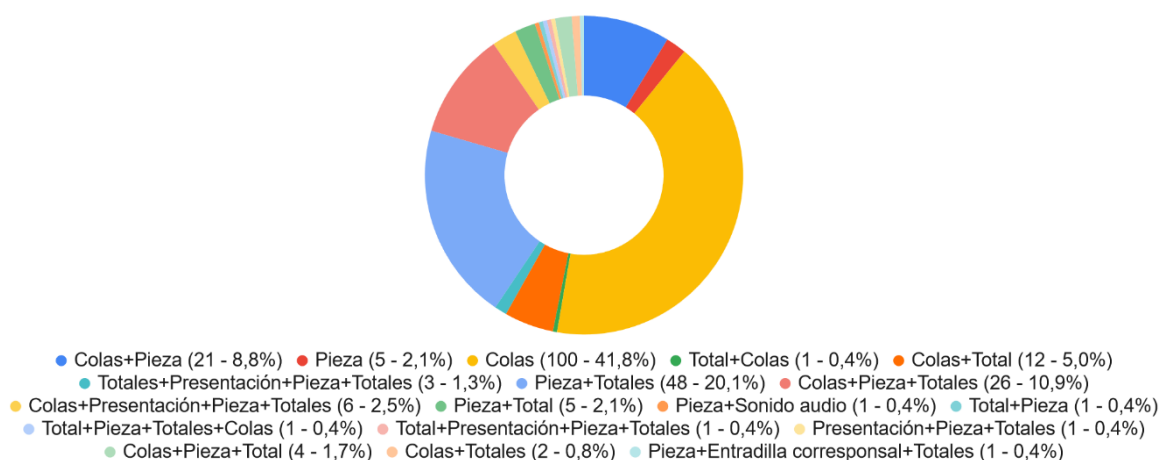
Este estudio no pone en entredicho ni juzga por qué no han sido reconocidas la autoría de las imágenes en esas 110 piezas informativas. Solo hace mención de ello.

### 3.4 Tipo de noticias

El cómo ha sido ofrecida la noticia a la audiencia ha tenido un valor importante a la hora de desarrollar esta investigación. Si ha sido una pieza como tal, si la misma ha tenido declaración o total (o totales), si el dinamismo ha propiciado que la información sea emitida a través de unas colas, y estas han estado acompañadas de una declaración o declaraciones; si ha estado precedida de la presentación inicial o una mezcla de las tres posibilidades con un orden aleatorio para darle mayor énfasis o importancia a la noticia.

Teniendo en cuenta todas estas variables, han salido hasta diecisiete maneras de presentar una noticia dependiendo de cómo han sido ofrecidas por las presentadoras o presentador durante el periodo de estudio. Aunque en el gráfico 3 aparecen las colas en la forma visual que abarca más espacio en que ha sido emitida, la pieza ha tenido mayor protagonismo, aunque la misma haya estado acompañada de las correspondientes declaraciones del protagonista o protagonistas de la información, y haya tenido diferentes variables a la hora de emitirla. El dinamismo en la presentación puede provocar alternativas en la proyección de la noticia que se quiere ofrecer.

Gráfico 3. Recuento de tipo de noticias



Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 En busca del lado más humano de la noticia

Las historias en deporte no solo se basan en la competición. La superación, el alcanzar un objetivo por muy simple que parezca, la humanización del deporte o dar visibilidad a la mujer, han sido asuntos de interés que han encontrado un hueco en los deportes de Antena 3. Estas 14 noticias que se reflejan en la tabla (2) han tenido su espacio, historias que no han contado con protagonismo en los informativos que se han analizado para esta investigación.

Tabla 2

10/8/2022	Desireé Rovira, primera española y una de las primeras mujeres en competir en el templo del Muay Thai en Tailandia.	1' 30"	Segunda
12/8/2022	Júlia Pujadas, nadadora que tuvo anorexia en la pandemia, vuelve a la competición.	1' 26"	Segunda
12/8/2022	Isabel Sánchez-Arán, la mejor apneista de España, ha logrado tres récords de España en Blue Hole de Bahamas.	1' 31"	Tercera
12/8/2022	Telma Cester, una española de 17 años despunta en wakeskate, compite en Liga profesional en EEUU en categoría masculina y queda segunda.	1' 41"	Cuarta
14/8/2022	Daniel Pulvert, primer ajedrecista ciego español que se convierte en gran maestro.	1' 18"	Tercera
17/8/2022	Ellia Green, jugadora de rugby campeona olímpica en Río 2016, ha cambiado de sexo. Ahora es hombre y ha sido padre.	1' 38"	Quinta
20/8/2022	Judoca y policía. Ramón Domínguez, 44 años enseñado judo a los agentes del orden en Canarias.	1' 56"	Apertura
24/8/2022	Militares españoles intentan sin éxito hollar el pico Honbroq, en el Karakórum, una de las cumbres más difíciles del Himalaya.	1' 46"	Tercera
26/8/2022	Leticia Méndez, ex jugadora de fútbol de Primera División, se retira por padecer bulimia.	1' 30"	Apertura
26/8/2022	Mujeres en Teherán acuden a un partido de fútbol en gradas destinadas para ellas.	22"	Sexta
30/8/2022	Equipo de veteranas de natación sincronizada consigue dos medallas en campeonato de Europa +50 años.	1' 23"	Tercera
3/9/2022	Germán Vega se convierte en el primer instructor de esquí en silla de ruedas.	1' 23"	Quinta
6/9/2022	Alex Tellés, compite en Golden Glove (vuelta al mundo de vela sin escala) rompió mástil de su barco y espera nuevo desde julio.	1' 51"	Cuarta
7/9/2022	Triatleta japonés de 85 años finaliza un ironman, logrando récord Guinness.	1' 40"	Quinta

Tabla (2) con noticias en las que se ha buscado el lado más humano de la historia. Fuente: Elaboración propia.



### 3.6 Coincidencias temáticas con La 1 de TVE y Telecinco

Una vez pormenorizada la temática informativa, los asuntos tratados, los tipos de noticias y recursos de imágenes de Antena 3, toca hacer un paralelismo para conocer si ha habido o no coincidencias de criterio a la hora llevar a la escaleta la información y la jerarquización de estas con respecto a las noticias de deportes del informativo de La 1 de TVE y los de Informativos Telecinco. Todas ellas fueron aperturas.

Encontramos que, de los 35 días analizados, en 12 de ellos ha habido una coincidencia total en la apertura de los tres espacios de deportes, con noticias de fútbol, atletismo y tenis como las principales muestras de sincronía. También encontramos otras cinco informaciones en las que la coincidencia solo se ha apreciado con uno de los informativos, y que se detalla en la tabla (3).

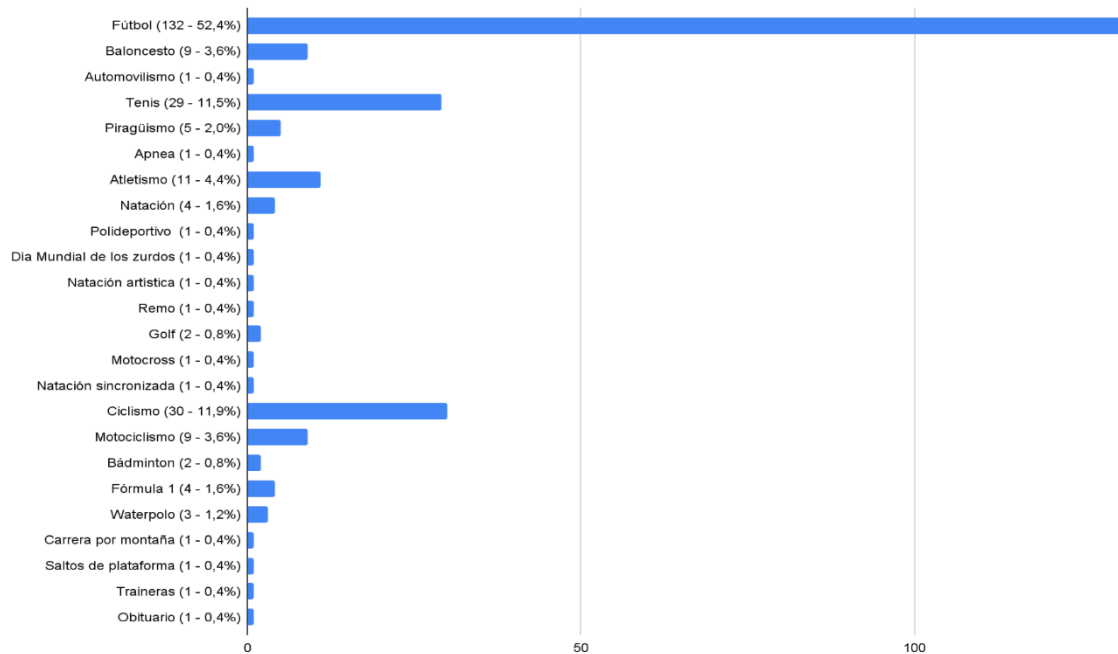
Tabla 3

11/8/2022	Triunfo del Real Madrid en la Supercopa de Europa.	A3, TVE, T5
14/8/2022	Empate del FC Barcelona en el debut liguero.	A3, TVE, T5
15/8/2022	Triunfo del Real Madrid en Almería.	A3, TVE, T5
16/8/2022	Dos medallas para atletas españoles en marcha en campeonato de Europa	A3, TVE, T5
17/8/2022	Alcaraz gana primer partido en Cincinnati.	A3, TVE
19/8/2021	Casemiro se va del Real Madrid.	A3, TVE, T5
21/8/2022	Triunfo del Real Madrid ante el Celta 1-4.	A3, TVE, T5
22/8/2022	Despedida de Casemiro del Real Madrid.	A3, TVE, T5
29/8/2022	La selección sub-20 femenina se proclamó campeona del mundo al vencer a Japón en la final por 3-1.	A3, TVE
31/8/2022	Victorias sufridas de Nadal, Alcaraz, Badosa y Muguruza en el US Open.	A3, TVE, T5
2/9/2022	Buenas actuaciones de los tenistas españoles. Solo perdió Badosa.	A3, TVE, T5
3/9/2022	Serena Williams se despide del tenis tras caer derrotada en el US Open ante Tomljanovic.	A3, T5
4/9/2022	Un Barça en construcción ilusoria y gana al Sevilla 0-3.	A3, T5
6/9/2022	Alcaraz pasa a cuartos tras victoria épica ante Cilic y puede ser número 1 del mundo + derrota de Nadal ante Tiafoe.	A3, TVE, T5
8/9/2022	Alcaraz conquista las semifinales del US Open ganando a Sinner.	A3, TVE, T5
9/9/2022	El deporte británico y mundial muestran respeto por el fallecimiento de la reina Isabel II.	A3, TVE
10/9/2022	Alcaraz pasa a la final de US Open dando espectáculo ante Tiafoe.	A3, TVE, T5

Tabla (3) Contenido donde hubo coincidencia temática entre las cadenas. Fuente: Elaboración propia.

Aunque se ha citado con anterioridad, el informativo de Antena 3 ha programado un total de 39 deportes diferentes, un número que nada tiene que ver con las otras dos cadenas analizadas. En los gráficos 4 (La 1 de TVE) y 5 (Informativos Telecinco) se podrá observar que el número de actividades disminuye considerablemente, evidenciando una notable diferencia en la producción de la emisión entre Antena 3 y las otras dos cadenas.

Gráfico 4. Recuento de deportes en el Telediario de La 1 de TVE



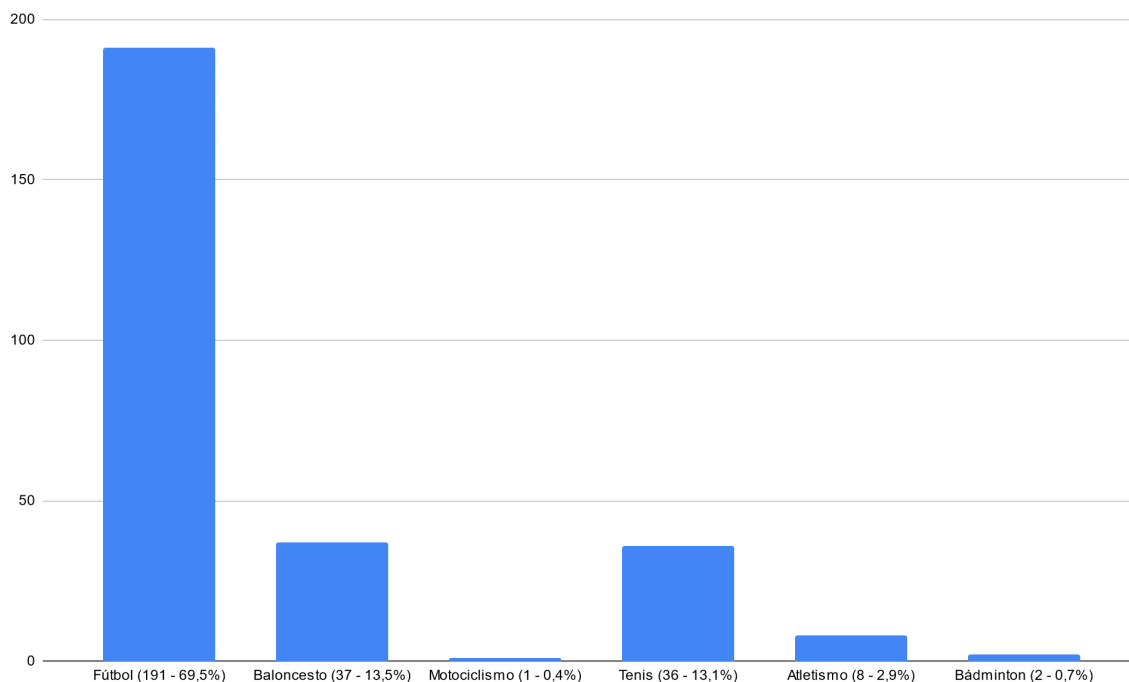
Fuente: Elaboración propia.

En caso del informativo de La 1 de TVE hay que destacar que el fútbol ha sido el deporte que mayor repercusión ha tenido con un total de 132 noticias, un 52,4%, siendo más de la mitad del recuento total de todas las emitidas (252). El ciclismo y el tenis le han seguido con una notable diferencia, con 30 y 29 noticias respectivamente. El atletismo ha sido otra de las destacadas con 11. El resto ya bajan considerablemente si bien el motociclismo tuvo un protagonismo de 9 informaciones.

En este canal debemos destacar que hay dos anomalías en el recuento de deporte. Uno de ellos es polideportivo, que fue una emisión como pieza de varias actividades a modo de información breve, y la otra, que podría tener más semejanza con la sección de Sin calificar de Antena 3, fue la emisión de una pieza haciendo alusión al Día Mundial de los Zurdos. En la misma se informaba de cómo algunos de los mejores deportistas del mundo tienen hábitos distintos cuando juegan su deporte con respecto a su vida diaria. Por ejemplo, el tenista Rafa Nadal es diestro y utiliza el brazo izquierdo para jugar, o, el jugador de baloncesto de la NBA, Lebron James, es zurdo por naturaleza y juega y lanza a canasta con la mano derecha.

Al igual que en Antena 3, también hay recogida una noticia catalogada como obituario, y que es la información de los homenajes y las muestras de respeto del mundo del deporte con la reina de Inglaterra Isabel II.

Gráfico 5. Recuento de Deportes en el Informativo de Tele 5



Fuente: Elaboración propia.

El informativo de deportes perteneciente a la cadena de Mediaset ha ofrecido 275 piezas que fueron repartidas en seis modalidades deportivas diferentes, prevaleciendo el fútbol por encima de todas sumando un total de 191 noticias, alcanzando el 69,5% del total. Notablemente más lejos quedan el baloncesto y el tenis, con 37 (13,5%) y 36 (13,1%) respectivamente, y de manera testimonial el atletismo con 8 piezas (2,9%), el bádminon y el motociclismo con 2 y 1 información emitidas.

#### 4. Conclusiones

Una vez expuesto todos los datos que han aportado los resultados, toca empezar a responder las preguntas que se han desarrollado para esta investigación y si se han alcanzado los objetivos planteados.

En primer lugar, se dará respuesta a las preguntas planteadas:

P1. ¿Con qué frecuencia recurre Antena 3 a noticias que tienen difícil ajuste en la programación deportiva?

Esas noticias de difícil encaje, en el estudio se las ha llamado ‘Sin calificar’, dado que pese a que estaban abanderadas -algunas de ellas- bajo una actividad deportiva, el contexto de la información poco o nada tenía que ver con el deporte. Teniendo en cuenta que el análisis se ha realizado de 35 días (del 8 de agosto al 11 de septiembre de 2022), en 22 de ellos se han emitido noticias de este tipo; 4 días en la primera semana (8, 9, 13 y 14); 3 en la segunda (15, 19 y 21); 6 en la tercera (23, 24, 25, 26, 27 y 28); 4 en la cuarta (30, 31, 1 y 2) y 5 en la quinta (5, 6, 7, 8 y 10).

Como se puede observar, la frecuencia para utilizar este tipo de recursos es notablemente considerable, siendo un elemento necesario para completar la escaleta del espacio de deportes de Antena 3.

P2. ¿Qué posición utiliza este tipo de noticias en la jerarquización de la escaleta de los informativos?

Para dar respuesta a la cuestión, no hay más que echar un vistazo a los datos recogidos, y si en la anterior pregunta podría existir cierta coherencia en ver que casi a diario había emisiones de noticias sin calificar, en la jerarquización no hay un orden estipulado y concreto para dar a conocer estas historias. Solo seis de estas noticias fueron apertura del informativo, mientras que en el grueso quedaba enclavadas en mitad del espacio, si bien las que menos duración tenían, ocupaban, generalmente, el cierre del noticiero de deportes.

P3. ¿Es solo la cadena de televisión Antena 3 la única que utiliza estos recursos informativos para incluirlos en sus espacios de deportes?

Si tenemos en cuenta que además de Antena 3 se han analizado los informativos de deportes de La 1 de TVE e Informativos Telecinco, la respuesta es sí. De todas las piezas analizadas solamente se ha encontrado una en TVE que hacía alusión al Día Mundial de los Zurdos, con un enfoque en grandes deportistas que siendo zurdos o diestros en su vida diaria utilizan su otra mano o brazo para la actividad deportiva.

Uno de los aspectos que se destaca en esta investigación es que estas piezas informativas agrupadas bajo el nombre de sin calificar no es que no hayan encajado dentro de los deportes llamados tradicionales o comúnmente conocidos, es que su carácter se acerca más al infoentretenimiento que a un elemento noticiable, independientemente de que pueda ser interesante para la audiencia de Antena 3.

Respecto a los objetivos de investigación y teniendo en cuenta que el foco principal del estudio eran las noticias de deportes del informativo de Antena 3 de la tarde, estos han quedado cubiertos con el análisis de contenido que se ha realizado y los ítems que se han utilizado para dar una mayor visibilidad a los datos obtenidos.

La realización de este artículo arroja un poco de luz sobre los asuntos y el tratamiento informativo que un espacio en concreto de televisión puede emitir en un momento puntual y con qué contenidos. La idea inicial era conocer las noticias deportivas que emite Antena 3, y hacer una comparación con otras dos cadenas para comprobar posibles semejanzas - en caso de las hubiera-, en la elección de temas y asuntos de interés.

A pesar de todo, se trata de un estudio con muchas limitaciones. En primer lugar, la muestra obtenida que, si bien es representativa, está centrada en un periodo escaso de tiempo, por lo que los resultados podrían confirmarse en futuras investigaciones con una recogida de datos más amplia.

Por otro lado, este estudio se ha centrado en la obtención de datos a través del análisis de contenido, haciendo visualizaciones diarias de los elementos en cuestión para obtener los mejores y mayores resultados. Para próximas investigaciones, además del análisis de contenido, se podrían utilizar otras herramientas de carácter más cualitativo (entrevistas, encuestas...) para la obtención de respuestas como los criterios que tienen para emitir estas noticias ‘Sin calificar’.

## Bibliografía

- Aignerren, M. (2009). “Análisis de contenido. Una introducción. La Sociología en sus escenarios, (3)”. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Alcoba López, A. (2005) *Periodismo deportivo*. Síntesis. Madrid.
- A. Ross Arguedas, Sumitra Badrinathan, Camila Mont’Alverne, Benjamin Toff, Richard Fletcher & Rasmus Kleis Nielsen (2022): “It’s a Battle You Are Never Going to Win”: Perspectives from Journalists in Four Countries on How Digital Media Platforms Undermine Trust in News, *Journalism Studies*, DOI: [10.1080/1461670X.2022.2112908](https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2112908)
- A Ardèvol-Abreu (2015): “Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 423 a 450. DOI: [10.4185/RLCS-2015-1053](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053)
- Ardèvol-Abreu, Alberto; Gil de Zúñiga, Homero; McCombs, Maxwell E. (2020). “Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019)”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, e290414. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Caldera Serrano, J. (2017). “La ‘escaleta’ como base para la gestión documental para noticiarios televisivos”. *Cuadernos de Documentación Multimedia* 28 (1) 2017: 26-37. DOI: [10.5209/CDMU.55364](https://doi.org/10.5209/CDMU.55364)
- Casanovas Mascarell, J. (2009). “La información deportiva en televisión: ¿Otra manipulación?” *II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales. Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo*. Actas. Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco Javier Gómez Tarín (editores).

- García Avilés, J. A. (2007). “El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea”. *Anàlisis* 35, 2007 47-63
- González Ramos, Á. (2019). “Contenidos de los espacios de deportes en los telediarios. Análisis comparativo de La 1 Y Antena 3”. *Trabajo Fin de Grado*. Universidad de Sevilla. URI: <https://hdl.handle.net/11441/90974>
- Gurgel Campos, A. (2017). “El poder de las imágenes en el periodismo deportivo. Conceptos para entender el papel de la fotografía y del audiovisual en la producción periodística dirigida al deporte”. En *Periodismo deportivo de manual*, coord. José Luis Rojas Torrijos. *Tirant Humanidades*. Valencia.
- Humanes, M. L. (2001). “El encuadre mediático de la realidad social: Un análisis de los contenidos informativos en televisión”. *Zer* 6 (11): 2001. URI: <http://hdl.handle.net/10810/40797>
- Lupión Robles, M. (2017). “Análisis del infoentretenimiento en el periodismo deportivo televisivo en España: los casos de ‘Deportes Cuatro’, ‘Jugones La Sexta’, ‘El Golazo de Gol’ y el ‘Telediario 1’ de TVE”. *Trabajo Fin de Grado*. Universitat Jaume I. URI: <http://hdl.handle.net/10234/168638>
- MAS MANCHÓN, Lluís (2011): “Modelo superestructural de la noticia en Televisión”. *Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol. 17, núm. 1, págs.: 95-116*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Masip, Pere; Aran-Ramspott, Sue; Ruiz-Caballero, Carlos; Suau, Jaume; Almenar, Ester; Puertas-Graell, David (2020). “Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo”. *El profesional de la información, v. 29, n. 3, e290312*. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972): “The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.
- Molinero Falagán, L. G. (2017). “Análisis comparativo de los programas deportivos de televisión Jugones, Deportes Cuatro e Informativo de deportes de TVE”. *Trabajo Fin de Grado*. Universidad de Valladolid. URI: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/27927>
- Montaner Barranco, F. (2014). “El infoentretenimiento en los informativos deportivos españoles: el caso de Deportes Cuatro”. *Trabajo Fin de Grado*. Universitat Jaume I. URI: <http://hdl.handle.net/10234/103695>
- Moragas Spà, Miquel de (2007). “Comunicación y deporte en la era digital [artículo en línea]”. Barcelona: *Centre d’Estudis Olímpics UAB*. [Consultado el: 07/09/22] [http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107\\_spa.pdf](http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf)
- Noticias Parlamento Europeo (2022). “Eurobarómetro: los europeos confían más en los medios tradicionales”. Consultado el 1 de septiembre de 2022.  
<https://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20220704IPR34401/eurobarometro-los-europeos-confian-mas-en-los-medios-informativos-tradicionales>

- Pallardó Pérez, I. (2020). “El infoentretenimiento y su aplicación en el tratamiento de sucesos deportivos en Deportes Cuatro”. *Trabajo Fin de Grado*. Universitat Politècnica de València. Escuela Politècnica Superior de Gandía. <http://hdl.handle.net/10251/151732>
- Paniagua Santamaría, P. (2006). “Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo”. *Estudio sobre el mensaje periodístico* 2006, 12 185-193.
- Piñuel Raigada, J. L. Gaitán Moya, J. A. (1995) “*Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*”. Síntesis. Madrid.
- Prado Olivares, G. (2019). “La influencia del deporte y, especialmente el fútbol, como argumento informativo. Análisis comparativo de las escaletas de los bloques de deportes de las principales cadenas españolas: Antena 3, Tele 5 y la 1 de RTVE”. *Trabajo final de carrera*. Universidad Politècnica de València. <http://hdl.handle.net/10251/125913>
- Redondo, M. (2020). “*Sensacionalismo informativo, el periodismo como espectáculo*”. Fragua Libros.
- Rojas Torrijos, J. L. (2010). “La preeminencia del fútbol en la parrilla televisiva. Derechos de emisión y criterios mercantilistas en la selección de noticias deportivas”. *V Congreso Internacional Prensa y Periodismo Especializado (historia y realidad actual)*. Guadalajara, 6 y 7 de marzo de 2010.
- Rojas Torrijos, J. L. (2012a). “Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuesta para mayor diversificación temática de los contenidos”. *IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - IV CILCS - Universidad de La Laguna*, diciembre 2012.
- Rojas Torrijos, J. L. (2012b). “La futbolización de la información deportiva. Un estudio de casos de cuatro diarios europeos”. *Comunicação & Cultura*, nº 13, 2012, pp 77-95.
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro”. *Correspondencias & Análisis*, Nº 4, año 2014.
- Rojas Torrijos, J. L. (2015). “La creciente banalización de los contenidos deportivos”. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 31, 48-56. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11441/68349>
- Rojas Torrijos, J. L. y González Ramos, A. (2022). “La música como intensificador del infoentretenimiento en los informativos de deportes en televisión en España”. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. Nº 56, (2022), 124 - 142.
- Rowe, D. (2007). “Sports journalism still the ‘toy department’ of the news media?”. *Journalism* August 2007. DOI:[10.1177/1464884907078657](https://doi.org/10.1177/1464884907078657).
- S. Berrocal Gonzalo, M. Redondo García, V. Martín Jiménez, E. Campos Domínguez (2014): “La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 85 a 103. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1002