

El fútbol en abierto: el papel de GOL TV. Análisis de los datos de audiencia y las principales causas. Temporada 2017/18¹

Daniel Berciano Jiménez²

Recibido: 27 de abril de 2020 / Aceptado: 11 de mayo de 2020

Resumen. Las empresas privadas de televisión se han hecho con el dominio del mundo deportivo y, en especial, del deporte rey: el fútbol. Desde hace unas temporadas, el canal GOL TV es el único que emite en abierto partidos de primera división, aunque en éstos no participan equipos clasificados en competiciones europeas. La masa social de los clubes, el rendimiento de los equipos y las variables referentes al calendario se presentan como principales factores que determinan la audiencia de los encuentros. Mediante estas referencias, el estudio se ha llevado a cabo con la finalidad de dar respuesta a las principales causas que confeccionan el recuento de cifras de telespectadores de los partidos emitidos durante la temporada 2017/2018.

Palabras clave: audiencias, calendario futbolístico, fútbol, fútbol en abierto, GOL TV, partidos de fútbol, primera división, telespectadores.

[en] Free-to-air football: The role of GOL TV. Analysis of the audience data and the main causes. Season 2017/18

Abstract. Private television companies have taken control of the sports world, specially the main one: football. Since some seasons ago, GOL TV is the only free-to-air channel that broadcasts first division matches, even though any team that takes part in European competitions can't participate in these games. The social mass of the clubs, the performance of the teams and the calendar variables show up as the main factors that determinate the audience of the matches. Through this references, the study was carried out to identify the main causes that make the viewers' figures of the games broadcasted during the season 2017/2018.

Keywords: audience, football calendar, first division, football, free-to-air football, GOL TV, football matches, viewers.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Análisis de la muestra. 4. Datos generales de audiencias. 5. Cronología; 5.1. Días de emisión; 5.2. Evolución mensual. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Berciano Jiménez, D. (2020): El fútbol en abierto: el papel de GOL TV. Análisis de los datos de audiencia y las principales causas. Temporada 2017/18, en *Documentación de Ciencias de la Información* 43, 121-130.

1. Introducción

El nacimiento de las emisiones deportivas tiene lugar en la Alemania nazi. En 1936 se celebraron los Juegos Olímpicos en la capital, Berlín, y fue el primer acontecimiento deportivo que se mostró a los ciudadanos mediante la televisión. Dos años después, en 1938, Inglaterra se convierte en el primer país que empieza a retransmitir partidos de fútbol. El balompié se convierte en el deporte rey, llegando a alcanzar cifras de audiencias inimaginables con las proyecciones televisivas de

la Copa del Mundo de selecciones nacionales (Villena Flengo, 2006: 44).

Las retransmisiones deportivas llegan a España de la mano de TVE, operador de televisión pública nacional que tuvo los derechos televisivos del balompié hasta el año 1986. Ese año concluye el monopolio del canal público nacional con la adquisición de ciertos derechos por parte del primer canal de pago en el Estado español, Canal+. Aquí da comienzo una guerra entre las televisiones por tener bajo su control este monstruo, que era el fútbol, que tenía la capacidad de mover masas de audiencias de un canal

¹ Este artículo ha sido dirigido por la profesora Julia R. Cela en la asignatura Fuentes Documentales para la Comunicación Social del Máster de Comunicación Social.

² Universidad Complutense de Madrid
danberci@ucm.es

a otro según donde se emitiera su contenido (Fernández-Cavia, López-González, Martí-Guart, 2017: 1029-1030).

En la campaña 2017/18, Movistar y Mediapro crearon un nuevo monopolio al que el consumidor sólo podía acceder mediante una cuota específica. De esta forma, tenían el derecho de retransmisión de 9 de los 10 partidos totales que tenía cada jornada. Además, estas dos empresas tenían derechos sobre todos aquellos partidos donde un equipo disputara competición europea (UEFA Champions League o Europa League). Dentro de la ecuación, los derechos del partido que resta de cada una de las 38 jornadas fueron a parar al canal GOL TV (Pérez, V., 2017). La temática de este canal se basa exclusivamente en contenido deportivo. No sólo el partido de cada jornada, sino que también disponen de un amplio abanico de emisión en el que se incluyen partidos de segunda división, fútbol femenino y telenoticias deportivos, entre otros productos audiovisuales (TVguía, 2019).

El objetivo de este artículo es recopilar los datos de audiencias del canal GOL TV durante los partidos emitidos el año futbolístico 2017/2018 y llevar a cabo un análisis valorativo de las cifras para conocer los factores partícipes de dichos resultados. Se tendrán en cuenta aspectos relacionados principalmente con los equipos participantes y el calendario que determinó La Liga. De esta forma, podremos hallar las principales causas y extraer las conclusiones oportunas al respecto.

Hemos escogido esta temporada deportiva porque se trata de una muestra reciente. Al no estar obsoleta, y teniendo en cuenta las limitaciones para obtener las cifras de la temporada 2018/19, creemos que los datos de esta campaña nos permitirán valorar y establecer de la misma forma las relaciones con los equipos y los datos de audiencia que pretendemos extraer.

Las entidades deportivas que componen nuestra muestra son las siguientes: CD Leganés, Deportivo Alavés, Getafe CF, Girona CF, Levante UD, Málaga CF, RC Celta de Vigo, RC Deportivo de la Coruña, RCD Español, Real Betis Balompíe, SD Éibar, Valencia CF y UD Las Palmas. Junto a estos equipos, encontramos, pese a no disponer de todos los datos de audiencia, otras entidades futbolísticas que disputaron competiciones europeas y que, una vez eliminados, pudieron emitirse sus partidos en abierto. Estamos hablando de los casos de Athletic Club de Bilbao, Real Sociedad de Fútbol, Sevilla CF y Villarreal CF.

Por último, las retransmisiones de los partidos de estos equipos, como tónica general, ocupan su lugar en la programación en dos días: los lunes y los viernes. Veremos cómo La Liga también determinó otros días de la semana para la emisión de los partidos en el canal GOL TV, siendo estos casos claras excepciones respecto a la mayoría de la muestra que presentamos. Gran parte de los partidos, como veremos a continuación, se sitúan en la franja nocturna cercana a las 21h aproximadamente. Estas variables no siempre serán exactas, pues los partidos vienen definidos según el calendario y los intereses de los canales con derechos y la propia liga. Las jornadas intersemanales y las jornadas unificadas también serán otras de las causas que harán variar el horario y la fecha de emisión.

2. Metodología

El presente artículo trata de responder a las cuestiones que planteamos en la introducción. El trabajo dio comienzo con la búsqueda de audiencias de los partidos ligeros de la temporada preestablecida. Una vez hallada la muestra, proseguimos con el análisis valorativo de los datos que concernían al elenco de equipos, claves para empezar a entender la cantidad de espectadores registrados en cada encuentro.

Concluida la revisión de la muestra, procedimos a comentar de lleno los datos de audiencia de los enfrentamientos pertinentes a cada jornada, teniendo en cuenta aquellos aspectos más significativos y explicando qué factores habían sido claves en las cifras de telespectadores. Seguidamente, hemos propuesto una visión más general de los datos mediante la cronología. De esta forma, pretendemos ver la evolución a lo largo de los diez meses de competición y qué papel juega el calendario en el mundo de las audiencias.

En último lugar, hemos sido capaces de extraer unas conclusiones que responden a nuestras cuestiones. Principalmente, hemos dado respuesta al porqué de los datos y las causas que propiciaron dichos resultados. Desde la importancia de la masa social y los resultados deportivos de cada club hasta el papel que juega el calendario.

3. Análisis de la muestra

El primer paso que debemos dar antes de indagar en los datos de audiencia es repasar la muestra que vamos a tratar a continuación. Conocer a los clubes en cuestión es el primer factor fundamental para entender las cifras de audiencia que hemos recopilado, pues se trata de una variable fundamental del resultado de espectadores que se registra en cada partido. De hecho, podemos determinar la importancia de los equipos a partir de dos datos fundamentales: el rendimiento deportivo y la masa social calculada mediante el número de socios de cada entidad.

El primer dato no se trata de una ciencia cierta. Los especialistas deportivos pueden vaticinar cuál va a ser el rendimiento de los jugadores, por ejemplo, a partir de los números de temporadas anteriores, pero estas predicciones pueden no parecerse a los sucesos una vez comienza la competición. Por lo tanto, hablamos de datos que las propias televisiones van a tener en cuenta a medida que avanza el calendario, consiguiendo a su favor, en el caso de Mediapro y Movistar, los derechos de los partidos más atractivos para el espectador y que susciten un mayor interés por los objetivos de cada *squadra*.

En cuanto a la masa social, hemos podido obtener las cifras del año 2017/18 para ver la cantidad de gente abonada de cada equipo y su evolución respecto a dos campañas anteriores. Con estos datos podemos denotar que no se trata de una mera casualidad estadística o de un auge inesperado de alguna entidad, sino que la evolución de los equipos sigue una estabilidad sobre la que nosotros podremos trabajar más adelante los datos de audiencias. Por último, hemos recontado los parti-

dos disputados por cada equipo durante la temporada 2017/18. Estos tres datos han sido representados en la Tabla 1, que nos permitirá tener una noción detallada del impacto de los clubes y relacionarlo con los datos de audiencia.

A simple vista, vemos cómo hay un equipo notablemente destacado en cuanto a partidos emitidos en GOL TV. El Real Betis Balompié fue partícipe en un total de 15 encuentros a lo largo de la temporada. No sólo es simbólico el dato en sí, sino la diferencia patente con el segundo equipo con más partidos jugados en abierto: el RC Celta de Vigo, con 9 encuentros en su haber. La lista de equipos con más retransmisiones la cierra el Málaga CF, con 7 partidos. ¿Estos datos tienen relación con la cantidad de aficionados que tienen los equipos? En el caso de los tres equipos, vemos cómo existe relación entre la cantidad de partidos emitidos y sus seguidores. No sólo eso, sino que fueron equipos que tuvieron la capacidad de atraer a los aficionados al fútbol gracias al entretenimiento que ofrecían por sus objetivos.

En primer lugar, el Real Betis Balompié tenía unas expectativas que correspondieron a su puesto en la clasificación (Transfermarkt, 2018). Dejando a un lado los resultados a nivel futbolístico, podemos apreciar la influencia de la masa social en la audiencia y el interés que tuvo GOL TV para conseguir los derechos de buena

parte de sus partidos. La audiencia media de los 15 partidos en abierto del conjunto verdiblanco fue de 921.500 espectadores, tratándose de la cifra más elevada de toda la muestra y a la altura de su masa social y los resultados deportivos. En cuanto a Málaga y Celta de Vigo, con 7 y 9 partidos respectivamente, se trata de dos equipos cuya masa social también era de las más altas de la competición dentro de los equipos con derechos disponibles para emitir sus partidos. Contaron con 24.000 y 20.000 abonados respectivamente. La cifra media de audiencia de ambos equipos fue similar, igual que su masa social. El Málaga CF superó escasamente los 800.000 telespectadores de media, mientras que el Celta ronda los 760.000 espectadores por partido.

El caso del Girona CF es un tanto atípico. Los números de audiencia del décimo clasificado de La Liga no corresponden a la masa social, pero los datos futbolísticos avalan el interés de los aficionados por un equipo pequeño que estuvo a punto de entrar en la segunda competición a nivel continental (Transfermarkt, 2018). La cifra de abonados del equipo dirigido, por aquel entonces, por Pablo Machín, fue de 8.000 socios y los datos de audiencia de sus 6 partidos en GOL TV alcanzaron los 653.000 espectadores de media.

La cifra negativa, al margen de los datos de los equipos que participaron en Champions League y Europa

TABLA 1

Muestra de equipos	Abonados 2015/16 ³	Abonados 2017/18 ⁴	Partidos emitidos 2017/18
CD Leganés	9.700	9.700	1 partido
Deportivo Alavés	17.000	17.000	5 partidos
Getafe CF	12.000	12.000	4 partidos
Girona FC	8.500	8.000	6 partidos
Levante UD	20.000	21.000	4 partidos
Málaga CF	24.000	24.000	7 partidos
RC Celta de Vigo	20.000	21.000	9 partidos
RC Deportivo de la Coruña	26.029	26.000	4 partidos
RCD Español	25.000	26.000	5 partidos
Real Betis Balompié	49.000	50.000	15 partidos
SD Éibar	5.731	6.000	4 partidos
Valencia CF	36.000	33.000	0 partidos
UD Las Palmas	18.023	17.000	5 partidos
Athletic Club de Bilbao	44.560	44.500	3 partidos
Real Sociedad de Fútbol	22.830	23.000	1 partido
Sevilla CF	39.218	39.000	2 partidos
Villarreal CF	17.500	17.000	1 partido

Elaboración propia.

³ Menchén, M. (2017), *Los clubes de Primera y Segunda rozan los 800.000 abonados en 2017-2018*, Palco23. Disponible en: <https://www.palco23.com/clubes/los-clubes-de-primera-y-segunda-rozan-los-800000-abonados-en-2017-2018.html> [Fecha de consulta: 14-11-19]

⁴ Lechuga, J.I. (2017), *La clasificación de La Liga Santander según el número de abonados*, El Desmarque. Disponible en: <https://eldesmarque.com/actualidad/futbol/primera-laliga-santander/195713-la-clasificacion-de-laliga-segun-el-numero-de-abonados> [Fecha de consulta: 14-11-19]

League, la recoge el equipo de Butarque, el CD Leganés, con únicamente 1 partido en abierto. El conjunto madrileño tuvo un total de 9.700 abonados y peleó por no descender a lo largo del año. Finalmente, culminó su objetivo a falta de varios partidos por concluir la liga. El reducido número de aficionados es el reflejo del interés de la cadena por conseguir otros partidos para su emisión.

Dentro de los datos negativos, en términos de audiencia, podemos incluir el caso del Valencia CF. El equipo *taronja* desapareció por completo de las emisiones en abierto y, pese a no participar en competiciones europeas, ha sido incluido en la muestra porque se trata de un equipo cuyo rendimiento marcó el interés de las plataformas de pago por adquirir los derechos de sus encuentros. El arranque liguero fue fundamental, hasta el punto de ser incluido en las apuestas para competir el campeonato a Real Madrid CF, FC Barcelona y Atlético de Madrid.

Junto a estos datos, encontramos hasta siete equipos que oscilan entre los 4 y los 5 partidos emitidos: Deportivo Alavés, Getafe CF, Levante UD, RC Deportivo de la Coruña, RCD Español, SD Éibar y UD Las Palmas. Dentro de este grupo de entidades, el caso del RC Deportivo de la Coruña es un tanto peculiar, pues se trata de un equipo con una cifra de abonados superior a la de Málaga CF y RC Celta de Vigo, con 3 y 5 partidos menos de emisión en comparación a los dos equipos mencionados, pero los resultados futbolísticos dejaron mucho que desear. A falta de más de 4 jornadas para finalizar la campaña, el equipo gallego ya era, matemáticamente, equipo de la división de plata. Otro caso paradójico dentro de este grupo de equipos es el de la SD Éibar, que es cuanto menos similar al del Girona CF. El equipo con menos masa social de la liga consiguió aparecer en 4 partidos de GOL TV, un dato sorprendente. El equipo dirigido por José Luis Mendilibar peleó, igual que el Girona CF, por entrar en Europa hasta los últimos partidos, igualando la cifra de puntos del equipo catalán y superándolos en la tabla por el golaveraje particular (Transfermarkt, 2018). Su masa social debería ser comparable a la del CD Leganés, pero su rendimiento deportivo y el interés por los aficionados al fútbol situaron al equipo vasco a la altura de equipos con un cierto nombre en La Liga.

En último instancia, encontramos los equipos participantes en competiciones europeas. En estos casos es complicado establecer relaciones a lo largo de nuestro estudio. En primer lugar, porque no disponemos de todos los datos de audiencia de sus encuentros y, en segundo lugar, porque no podemos establecer relaciones con su masa social con tan sólo un par de partidos disputados en abierto. Pese a eso, podemos atribuirles la importancia que merecen al ver que, en cuanto el canal pudo, intentó incluir sus partidos en la programación.

Cabe añadir que GOL TV tenía una capacidad de elección reducida, pues podía darse la casuística de que, en una misma jornada, hasta en 7 partidos hubiera un equipo europeo, condicionante notable para poder escoger un encuentro con derechos de emisión. Pese a esta cierta limitación, el canal consiguió derechos de grandes equipos y partidos de cierta relevancia, incluido un derbi gallego en la jornada 17.

4. Datos generales de audiencias

Ahora que ya conocemos la muestra de nuestra investigación, el pilar fundamental para poder llevar a cabo este estudio es recoger todos los datos de audiencias de los 38 partidos de liga que fueron emitidos por GOL TV en cada una de las jornadas de La Liga. Cuando planteamos la posibilidad de llevar a cabo este análisis, conocíamos la dificultad que podía entrañar hallar los datos de todas y cada una de las jornadas. Pese a que no ha sido posible recopilar todas las cifras de los 38 encuentros, hemos sido capaces de juntar una muestra completa para analizar los contenidos que queremos detallar a lo largo de nuestra investigación. En nuestro caso, contamos con un total de 30 partidos con la cifra de espectadores y el correspondiente porcentaje de *share* que se registró durante la emisión. Una vez encontrados todos los datos, los hemos agrupado en la Tabla 2. Ésta muestra los datos recopilados y el partido en cuestión junto a la fecha en que tuvo lugar el partido y la franja horaria que La Liga determinó.

Como ya hemos comentado, la Tabla 2 refleja la muestra obtenida de gran parte de los partidos de la temporada 2017-2018. Dicha tabla consta de 5 variables que hemos diferenciado en 5 parcelas distintas. Éstas muestran los equipos involucrados, el día de emisión, la fecha, la franja horaria en que se disputó el partido y los datos de audiencia de espectadores junto a la cuota de pantalla.

Tras una primera ojeada, destaca el partido líder de audiencia de toda la temporada 2017-2018. Se trata del enfrentamiento de la jornada 23 entre RC Deportivo de la Coruña y Real Betis Balompié. Los datos de audiencia superaron el millón de espectadores (1.147.000) y alcanzaron los 6 puntos de *share* en aquella franja de emisión. Por una parte parece curioso, pues ningún otro equipo, incluidos los que participaron en competiciones europeas, fue capaz de superarlos, pero no es casualidad. En el encuentro participó uno de los equipos con mayor masa social de La Liga y eso conlleva dicho efecto en el índice de audiencias de todos sus partidos, en especial, como podemos ver, en éste.

El podio de los partidos con mayores datos de audiencia lo completan los encuentros de las jornadas 21 y 25. El primero, encuentro que enfrentó al RC Celta de Vigo y al Real Betis Balompié, acogió a 1.061.000 espectadores delante del televisor, mientras que el segundo, el Levante UD - Real Betis Balompié, registró 7.000 personas menos. Ambos comparten un *share* similar, 5,5 y 5,3 respectivamente. Junto a estos tres partidos, encontramos un cuarto encuentro que superó el millón de telespectadores. El Real Betis Balompié - CD Leganés obtuvo 1.049.000 telespectadores y 5,5 puntos de *share*. Estos cuatro partidos, aparte de superar el millón de espectadores, tienen un denominador común: en todos ellos el Real Betis Balompié fue uno de los dos equipos que participó en el choque.

Por el contrario, el dato negativo fue recogido en la jornada número 5. El choque lo disputaron el RC Deportivo de la Coruña y el Deportivo Alavés, pero su participación en el encuentro y la masa social de cada equipo no

son el principal motivo del bajo índice de audiencia. El partido se disputó en jornada intersemanal (miércoles), la cual cosa no permite a la población hacer un seguimiento del contenido televisivo a causa de la propia rutina. Este partido no es el único que se disputó entre semana. Junto

a él, encontramos el Girona CF - RC Celta de Vigo y el Real Betis Balompié - UD Las Palmas. El enfrentamiento disputado en Montilivi registró 574.000 espectadores y una cuota de 2,9 puntos. Por su parte, y con una cifra superior a la de los dos primeros partidos intersemanales,

TABLA 2⁵

Jornada	Equipos partícipes	Día de emisión	Fecha de emisión	Horario	Datos de audiencia (share)
J1	Málaga - Éibar	Lunes	21/08/2017	22:00 h.	684.000 (5,3%)
J2	Betis - Celta	Viernes	25/08/2017	22:00 h.	772.000 (6,7%)
J3	Málaga - Las Palmas	Lunes	11/09/2017	21:00 h.	716.000 (4,6%)
J4	Español - Celta	Lunes	18/09/2017	21:00 h.	815.000 (5,1%)
J5	Deportivo - Alavés	Miércoles	20/09/2017	21:00 h.	360.000 (2,3%)
J6	Betis - Levante	Lunes	25/09/2017	21:00 h.	977.000 (5,8%)
J7	Celta - Girona	Viernes	29/09/2017	21:00 h.	
J8	Las Palmas - Celta	Lunes	16/10/2017	21:30 h.	678.000 (3,9%)
J9	Deportivo - Girona	Lunes	23/10/2017	21:00 h.	
J10	Español - Betis	Lunes	30/10/2017	21:00 h.	847.000 (4,6%)
J11	Betis - Getafe	Viernes	03/11/2017	21:00 h.	751.000 (4,7%)
J12	Éibar - Betis	Lunes	20/11/2017	21:00 h.	797.000 (4,3%)
J13	Español - Getafe	Lunes	27/11/2017	21:00 h.	593.000 (3,3%)
J14	Girona - Alavés	Lunes	04/12/2017	21:00 h.	583.000 (3,2%)
J15	Español - Girona	Lunes	11/12/2017	21:00 h.	648.000 (3,5%)
J16	Málaga - Betis	Lunes	18/12/2017	21:00 h.	964.000 (5,2%)
J17	Deportivo - Celta	Sábado	23/12/2017	18:30 h.	
J18	Málaga - Español	Lunes	08/01/2018	21:00 h.	750.000 (4,1%)
J19	Betis - Leganés	Lunes	15/01/2018	21:00 h.	1.049.000 (5,5%)
J20	Éibar - Málaga	Lunes	22/01/2018	21:00 h.	766.000 (4,0%)
J21	Celta - Betis	Lunes	29/01/2018	21:00 h.	1.061.000 (5,5%)
J22	Las Palmas - Málaga	Lunes	05/02/2018	21:00 h.	
J23	Deportivo - Betis	Lunes	12/02/2018	21:00 h.	1.147.000 (6,0%)
J24	Getafe - Celta	Lunes	19/02/2018	21:00 h.	658.000 (3,4%)
J25	Levante - Betis	Lunes	26/02/2018	21:00 h.	1.054.000 (5,3%)
J26	Girona - Celta	Martes	27/02/2018	21:30 h.	574.000 (2,9%)
J27	Celta - Las Palmas	Lunes	05/03/2018	21:00 h.	
J28	Alavés - Betis	Lunes	12/03/2018	21:00 h.	903.000 (4,7%)
J29	Levante - Éibar	Viernes	16/03/2018	21:00 h.	
J30	Getafe - Betis	Lunes	02/04/2018	21:00 h.	933.000 (5,3%)
J31	Villarreal - Athletic	Lunes	09/04/2018	21:00 h.	749.000 (4,1%)
J32	Girona - Betis	Viernes	13/04/2018	21:00 h.	810.000 (5,2%)
J33	Betis - Las Palmas	Jueves	19/04/2018	21:30 h.	835.000 (4,7%)
J34	Athletic-Levante	Lunes	23/04/2018	21:00 h.	784.000 (4,6%)
J35	Betis-Málaga	Lunes	30/04/2018	21:00 h.	923.000 (4,6%)
J36	Sevilla - Real Sociedad	Viernes	04/05/2018	21:00 h.	855.000 (5,7%)
J37	Alavés-Athletic	Sábado	12/05/2018	18:30 h.	
J38	Sevilla-Alavés	Sábado	19/05/2018	18:30 h.	

Elaboración propia.

⁵ Referencias en la bibliografía.

el Betis - Las Palmas de la jornada 33 atrajo a 835.000 espectadores frente al televisor, alcanzando un 4,7% de *share*. Los datos de este tercer partido no disputado en fin de semana son equiparables a los resultados de los demás partidos de liga cuya fecha y hora no se vio alterada por la necesidad de condensar el calendario.

Dejando a un lado los partidos entre semana, los peores datos de audiencia extraídos han sido de las jornadas 13 (Español - Getafe), 14 (Girona - Alavés) y 15 (Español - Girona). El primero de estos tres partidos atrajo a 593.000 espectadores y registró un *share* de 3,3 puntos. El encuentro correspondiente a la decimocuarta jornada redujo la cifra anterior hasta los 583.000 espectadores y 3,2 puntos de *share*, registrando los peores datos de audiencia de toda la temporada. En último lugar, el Español - Girona alcanzó los 648.000 espectadores y un porcentaje de 3,5 puntos de *share*.

5. Cronología

Mediante el análisis cronológico buscamos ver la evolución de los datos analizados en el apartado anterior y cómo el período del calendario ha afectado a los datos de audiencia. Diferenciaremos según los días de emisión y los meses de competición. Este marco nos dará el último impulso para entender el porqué de las cifras obtenidas en el Análisis General y apreciaremos la influencia del segundo factor que hemos tratado: el papel que juega el calendario.

5.1. Días de emisión

La siguiente imagen, el Gráfico 1, nos muestra el reparto de retransmisiones de los 38 partidos de liga bajo el derecho del canal GOL TV según el día de emisión de éstos. Cualquier conocedor del mundo futbolístico sabe que las jornadas ligueras se disputan, mayoritariamente, en fin de semana y, desde hace unos años, también durante los viernes y los lunes. A continuación, vamos a ver cuántos partidos acogió cada día de la semana, su

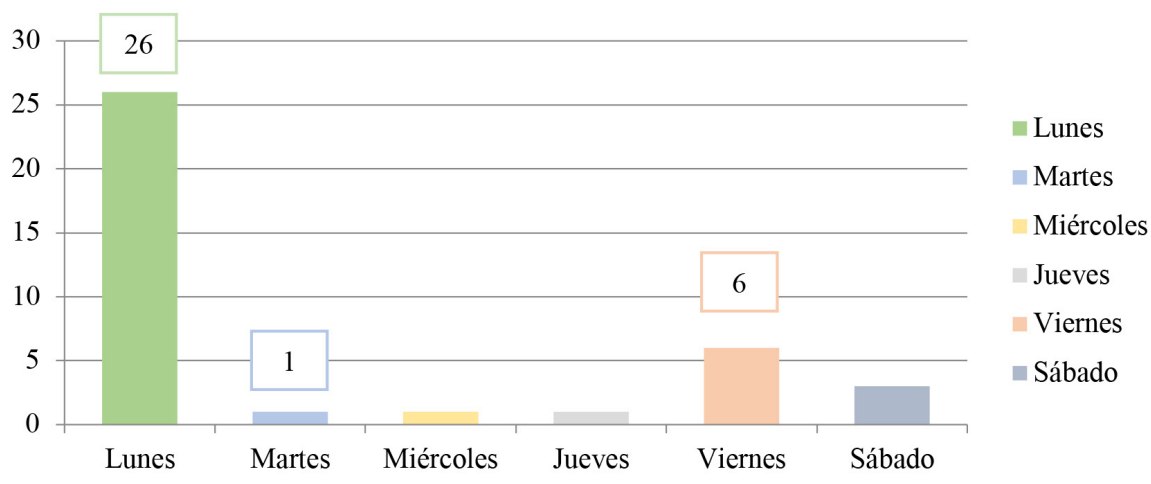
audiencia media y los motivos de las asignaciones semanales del partido otorgado a nuestro canal.

A simple vista, el gráfico nos muestra cuándo se concentraron la mayoría de partidos de liga: alrededor del fin de semana (viernes, sábado, domingo y lunes). Pero, ¿Cuál es el motivo de que los lunes y, en menor proporción, los viernes tengan mayor audiencia que los sábados y los domingos? Estos últimos, con ningún partido retransmitido. La respuesta es un tanto sencilla: a causa de las competiciones europeas, el calendario no permite reglamentariamente a los equipos participantes en Champions League y Europa League jugar los viernes o los lunes por cuestiones de descanso entre un encuentro y otro.

De esta forma, el lunes se ha convertido en el día con más emisiones de partidos ligeros de toda la temporada. Ha acogido 26 partidos, incluyendo los partidos con mejores datos de audiencia: Real Betis Balompí - Levante UD, J6; Málaga - Real Betis Balompí, J16; Real Betis Balompí - CD Leganés, J19; RC Celta de Vigo - Real Betis Balompí, J2 y Levante UD - Real Betis Balompí, J25. A su vez, también emitió los tres partidos con menos telespectadores de toda la temporada, sin tener en cuenta los partidos intersemanales. Se trata del RCD Español - Deportivo Alavés, el Girona CF - Deportivo Alavés y el RCD Español - Girona CF. En el cómputo global, la audiencia media de estos 26 encuentros fue de casi 829.000 espectadores, con una cuota de pantalla del 4,6%.

El viernes se encuentra en la segunda posición con 20 partidos de diferencia respecto al lunes. Pese a ser una cifra reducida, si establecemos la comparación con el primer partido de la semana, la cifra de los viernes suma los mismos partidos que los demás días juntos. Durante el día previo al fin de semana se pudieron ver los siguientes encuentros: Real Betis Balompí - RC Celta de Vigo, J2; RC Celta de Vigo - Girona CF, J7; Real Betis Balompí - Getafe CF, J11; Levante UD - SD Éibar, J29; Girona CF - Real Betis Balompí, J32; Sevilla CF - Real Sociedad de Fútbol. Este total de 6 encuentros consiguió la cuota de audiencia media más

GRÁFICO 1



Elaboración propia.

alta, con casi 5,6 puntos de *share*. En cuanto a la audiencia media, ésta se encuentra algo por debajo de la cifra recogida durante todos los lunes con 797.000 espectadores de media.

Por último, encontramos los 6 partidos restantes. Los sábados han acogido un total de 3 partidos, los correspondientes a las jornadas 17, 37 y 38, estas dos últimas en horario unificado. Los 3 encuentros a los que hacemos referencia no han sido incluidos en el estudio, pues sus datos no han sido publicados en ningún medio o fuente de información. Por su parte, todos los demás días han acogido un partido a lo largo de todo el año a causa de las jornadas entre semana. En primer lugar, encontramos el partido referente al martes 27 de febrero, que enfrentó al Girona CF con el RC Celta de Vigo en Montilivi. El encuentro se disputó a las 21:30 horas y acogió a 574.000 telespectadores con una cuota de 2,9 de *share*. En segundo lugar, el enfrentamiento entre el RC Deportivo de la Coruña y el Deportivo Alavés, disputado en el estadio de Riazor el miércoles 20 de setiembre a las 21 horas, alcanzó escasamente los 360.000 espectadores y obtuvo 2,3 puntos de *share*. De esta forma, este partido se convirtió en el peor registro de audiencia de toda la temporada. En tercer lugar, el choque del jueves, 19 de abril, entre el Real Betis Balompié y la UD Las Palmas, que tuvo lugar en el Estadio Benito Villamarín a las 21:30, consiguió atraer a 835.000 espectadores, con una *share* del 4,7%.

5.2. Evolución mensual

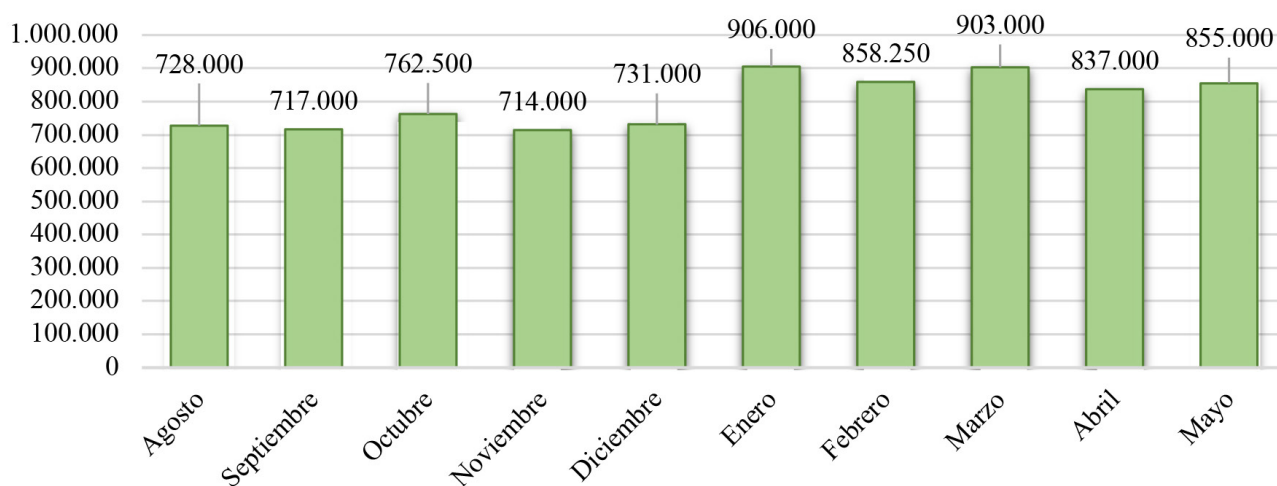
El Gráfico 2 nos muestra la tendencia y la evolución de las audiencias durante los diez meses que duró la competición liguera. Las dos variables utilizadas son los meses correspondientes ordenados de forma cronológica, situados horizontalmente en la parte inferior de la imagen, y la cifra de espectadores, situada de forma vertical en el margen izquierdo del gráfico. Los datos de audiencia mensuales han sido extraídos a partir de la media de todos los encuentros disputados en cada mes.

En primer lugar encontramos los meses del primer tramo de la temporada disputado durante el año 2017. La cifra más elevada registrada en estos primeros cinco meses fue recogida durante el mes de octubre. El décimo mes del año superó los 762.000 espectadores, mientras que noviembre, el peor registro de toda la temporada, tan sólo consiguió 714.000 espectadores de media. 3.000 espectadores más se registraron durante el mes de septiembre, por detrás de agosto, con 728.000 espectadores de media, y diciembre, que ocupa la segunda posición de la primera mitad de la temporada con 731.000 espectadores.

En cuanto a los meses correspondientes al segundo tramo de la temporada, destacan los meses de enero y marzo como los meses de más audiencia media, con 906.000 y 903.000 espectadores respectivamente. En tercer lugar, se sitúan las cifras de los meses de febrero y mayo. El segundo mes del año acogió una media de 858.250 espectadores, mientras que el último mes de competición acogió 855.000. En último lugar se encuentra el mes de abril, cuya cifra, pese a ser la peor de la segunda parte de la campaña con 837.000 espectadores de media, se encuentra notablemente por encima del mejor dato registrado en la primera mitad, los 762.500 espectadores del mes de octubre.

No es casualidad que el gráfico muestre dos bloques bien diferenciados, pues el primer tramo de la temporada no tiene la misma importancia que el segundo. La parte importante del calendario futbolístico da comienzo en enero, cuando empiezan las fases finales de las competiciones europeas y los equipos de primera inician su andadura en las eliminatorias de la Copa del Rey. Al mismo tiempo que esto sucede, los equipos que únicamente disputan partidos ligeros empiezan a vislumbrar qué objetivos planteados al inicio de la campaña van a poder cumplir y cuáles serán sus metas hasta el desenlace de ésta. El reducido margen de error y la cuenta atrás provoca un aumento en el interés de los aficionados por conocer el resultado final de los equipos en la tabla clasificatoria.

GRÁFICO 2



Elaboración propia.

6. Conclusiones

Llegados a este punto, hemos podido conocer los datos de audiencia de los clubes de la primera división española, la incidencia de dichas entidades entre los aficionados y conocer la evolución de las audiencias en el canal GOL TV a lo largo de un año futbolístico. A partir de estos datos y el análisis elaborado con de las cifras recogidas, podemos concluir con una recopilación de afirmaciones que nos sirvan como ideas fundamentales de nuestra investigación.

El primer resultado tiene que ver con la masa social de los clubes que conforman la muestra. No existe una relación directa entre la cifra de masa social de un club y la cantidad de partidos emitidos. Los casos ya comentados de Real Betis Balompié, RC Celta de Vigo y Málaga CF son ejemplos que crean un vínculo entre la cifra de abonados y los partidos emitidos, pero por el contrario, encontramos equipos como el RC Deportivo de la Coruña que, pese a tener una gran masa social, aparece en pantalla sólo cuatro veces a lo largo del año. La cantidad de partidos emitidos es un dato que, como ya explicamos a lo largo del artículo, depende de otra variable fundamental que la misma cadena de televisión tiene en cuenta a la hora de seleccionar los encuentros: el rendimiento deportivo de las entidades.

Al mismo tiempo, tampoco es posible establecer un único vínculo entre rendimiento y partidos emitidos. Sin ir más lejos, podemos extrapolar esta afirmación al caso del Málaga CF. La entidad blanquiazul cumple la relación entre masa social y cantidad de partidos emitidos pero, por el contrario, su rendimiento deportivo fue paupérrimo a lo largo de los diez meses de competición (Transfermarkt, 2018).

Aun no pudiendo extraer ningún resultado claro de los datos de masa social y del rendimiento deportivo, sí que podemos entender la forma de selección de partidos del canal. GOL TV, como cualquier otro medio televisivo, busca conseguir la cifra de audiencia más alta posible. Los datos que busca obtener la cadena se alcanzan a partir del interés del espectador, y éste puede deducirse mediante los dos datos que acabamos de comentar. En primer lugar, se tiene en cuenta la cantidad de seguidores que puede tener un equipo, pero, lógicamente, no todos los espectadores que siguen los partidos en abierto son del mismo equipo. De este modo, el objetivo es atraer y, sobretodo, entretener al mayor número de personas frente al televisor. Este objetivo está al alcance de aquellos equipos con una gran masa social, pero que también ofrezcan una propuesta de juego atractiva que interese a los no seguidores de esa entidad. Entonces, podemos decir que estos dos factores fueron esenciales para nuestro canal cuando tuvieron que determinar los encuentros que emitieron.

Prosigamos con el papel que jugó el calendario. Hemos diferenciado la estructura del calendario en dos grandes bloques: de agosto a diciembre y de enero a mayo. Los meses entre sí no experimentan grandes variaciones dentro del mismo grupo, pero sí la suficiente entre ellos como para apreciar dicha diferenciación. Esta separación se debe a un conjunto de factores que

llevaron a los espectadores a prestar más atención a la competición.

El primer factor ya lo analizamos en el apartado de cronología mensual. La competición tiene más alicientes en la segunda mitad, no sólo a nivel liguero, sino en cualquier competición. En primer lugar, los equipos que juegan competición europea empiezan su andadura en la Copa del Rey. En segundo lugar, los equipos empiezan a conocer su papel en la competición doméstica y cuáles serán sus objetivos hasta el desenlace de ésta. De esta forma, llegamos al final de la temporada con la incógnita de qué equipos descenderán a Segunda División, qué entidades se salvarán y quiénes ocuparan las plazas con billete para participar en las competiciones europeas la siguiente temporada.

El segundo factor de atracción de los espectadores aparece con un fenómeno particular: el auge deportivo del Real Betis Balompié. El equipo de la Avenida de la Palmera fue una de las grandes sorpresas de la campaña, tanto por sus resultados y su posición en la tabla como por el juego que exhibía y su propuesta táctica. Al mismo tiempo, en menor medida, encontramos también los casos del Girona CF y la SD Eibar. Ambos equipos, entidades condenadas de forma prematura a luchar por el descenso por su masa social y los recursos de que disponen, acabaron superando dicho reto con holgada facilidad y se quedaron a las puertas de conseguir plaza para Europa. Los espectadores vieron en estos tres conjuntos una atracción por visualizar sus partidos. No se trataba de una mera casualidad, sino de tres dinámicas ascendentes que obtuvieron su momento cumbre en la segunda mitad de la temporada.

Dentro del mismo calendario, hemos detectado que los partidos se concentran en los lunes y, en menor medida, también los viernes. Atribuimos el motivo de este reparto del calendario al hecho que los equipos europeos se concentran en sábado y domingo. Ante esta situación, GOL TV tiene un abanico más reducido y prefiere emitir en una franja sin la competencia de otros partidos ligueros. A nivel de audiencia, las cifras de los lunes y los viernes son similares (829.000 y 797.000 respectivamente), pero vemos cómo en los datos de las jornadas entre semana sí existe una notable reducción. Tal vez, el partido disputado entre Real Betis Balompié y UD Las Palmas quede un tanto camuflado en lo referente a los datos de audiencia. Se trata de una de las últimas jornadas del campeonato y el interés ya se ha apoderado del espectador, mientras que en los otros dos partidos intersemanales no sucedió. El partido del 19 de abril recoge en sí mismo la atención por el desenlace de la temporada junto con el brillante rendimiento del equipo bético. Los encuentros de las jornadas 5 y 26 sí experimentaron un descenso de su audiencia (360.000 y 584.000 respectivamente). Por lo tanto, podemos afirmar que las jornadas entre semana afectan de forma negativa las emisiones televisivas a nivel de audiencia.

Por último, encontramos un grupo reducido de equipos que entraron algo tarde en nuestra muestra, pero su papel cobra más importancia debido a su corta aparición. Se trata de los equipos que participaron en competicio-

nes europeas. Estos cuatro equipos aparecieron hasta 7 veces (5 partidos) en el último tramo de la temporada. Teniendo en cuenta que llegamos al final de la campaña con todo prácticamente resuelto, la aparición de estos equipos puede ser un nuevo aliciente que siga atrayendo a los espectadores a los partidos de GOL TV. Pese a no poder indagar en profundidad por la reducida presencia de estos equipos, vemos cómo dentro de este grupo las entidades con mayor masa social son las que en más partidos han aparecido.

Es fundamental tener clara una cosa. Pese al auge patente de las plataformas deportivas de pago y la problemática, principalmente económica, que supone para los canales en abierto disponer de partidos futbolísticos, el deporte rey sigue siendo un producto que se consume en la televisión convencional. Tal vez no se ofrezcan partidos de una cierta trascendencia, como podría ser un Clásico, pero el interés de los espectadores por ver este deporte no decae y sigue siendo un gran foco de atención para la audiencia.

7. Referencias bibliográficas (Tabla 2)

- Fernández-Cavia, J.; López-González, H., Martí-Guart, R. (2017), “El deporte como antídoto contra la fragmentación de audiencias: Un estudio exploratorio de los programas más vistos de la televisión en España (1989-2016)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72. Pág. 1029-1030. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81952828056.pdf> [Fecha de consulta: 23-10-19]
- Lechuga, J.I. (2017), *La clasificación de La Liga Santander según el número de abonados*, El Desmarque. Disponible en: <https://eldesmarque.com/actualidad/futbol/primer-la-liga-santander/195713-la-clasificacion-de-laliga-segun-el-numero-de-abonados> [Fecha de consulta: 14-11-19]
- Menchén, M. (2017), *Los clubes de Primera y Segunda rozan los 800.000 abonados en 2017-2018*, Palco23. Disponible en: <https://www.palco23.com/clubes/los-clubes-de-primer-y-segunda-rozan-los-800000-abonados-en-2017-2018.html> [Fecha de consulta: 14-11-19]
- Pérez V. (2017), *Cómo y dónde ver online La Liga española 2017/2018*, Computer Hoy. Disponible en: <https://computerhoy.com/noticias/internet/como-donde-ver-online-liga-espanola-20172018-49074> [Fecha de consulta 23-10-19]
- Transfermarkt (2018) *Clasificación LaLiga 17/18*. Disponible en: https://www.transfermarkt.es/laliga/tabelle/wettbewerb/ES1?saison_id=2017 [Fecha de consulta: 14-11-19]
- TVguía (2019), *Programación*. Disponible en: <https://www.tvguia.es/programacion-televisión/programacion-gol> [Fecha de consulta: 23-10-19]
- Villena Flengo, S. (2006), “Fútbol, mass media y nación en la era global”. *Quórum. Revista de pensamiento iberoamericano*, núm. 14, primavera, 2006. Pág. 40-54. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/520/52001405.pdf> [Fecha de consulta: 23-10-19]

Referencias cifras de audiencia

- JORNADA 1.** Ver tele (2017), *El debut de LaLiga en abierto dispara al liderazgo temático a Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/analisis-tdt-lunes21agosto-futbol-gol-malaga-eibar-laliga_0_1932706717.html
- JORNADAS 2, 6, 10, 11, 12, 19, 21, 23, 25, 28, 30, 32, 33, 35.** Betisweb (2017), *Datos de audiencia Real Betis Temp. 2017/2018*. Disponible en: <https://www.betisweb.com/foro/principal/real-betis-balompie/6625916-datos-de-audiencia-real-betis-temp-2017-2018>
- JORNADA 3.** Ver tele (2017), *El Málaga-Las Palmas de LaLiga dispara al liderazgo temático a Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Malaga-Las-Palmas-LaLiga-liderazgo-Gol_0_1939006086.html
- JORNADA 4.** Ver tele (2017), *El Espanyol-Celta de Vigo de LaLiga brilla en la noche de Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Espanyol-Celta-Vigo-LaLiga-brilla-Gol_0_1941105878.html
- JORNADA 5.** Fórmula TV (2017), *‘Pasión de gavilanes’ se mantiene líder (4,4%) y ‘Directo Gol’ (3,7) sobresaen en Gol*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/72048/audiencias-tdt-21-septiembre-pasion-de-gavilanes-mantiene-lider/>
- JORNADA 8.** Ver tele (2017), *Kingsman se pone el traje de líder temático y Gol rinde bien con LaLiga*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Kingsman-traje-tematico-Gol-LaLiga_0_1949505036.html
- JORNADA 13.** Ver tele (2017), *El Espanyol-Getafe le regala la noche temática a Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Espanyol-Getafe-regala-noche-tematica-Gol_0_1962103775.html
- JORNADA 14.** Ver tele (2017), *La victoria del Alavés frente al Girona le regala la noche temática a Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Girona-Alaves-regala-noche-tematica-Gol_0_1964203567.html

- JORNADA 15.** Ver tele (2017), *La victoria del Girona frente al Espanyol le regala la noche temática a Gol*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/victoria-Girona-Espanyol-tematica-Gol_0_1966303357.html
- JORNADA 16.** Martínez, C. J. (2017), *El Málaga y el Betis son los equipos más atractivos de los partidos en abierto*. SUR. Disponible en: <https://www.diariosur.es/malagacf/malaga-betis-equipos-20171227002036-nt.html>
- JORNADA 18.** Ver tele (2018), *El serial juvenil Yo quisiera hace aguas con su segunda temporada en Divinity*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Malaga-Espanyol-jornada-liguera-tematico-Gol_0_1974702520.html
- JORNADA 20.** Ver tele (2018), *LaLiga regala un nuevo liderazgo temático a Gol con el Eibar-Málaga*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/LaLiga-liderazgo-tematico-Gol-Eibar-Malaga_0_1978902095.html
- JORNADA 24.** Ver tele (2018), *Nuevo récord de Fatmagül, que gana al fútbol con la emisión más vista en Nova desde 2015*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Fatmagul-record-futbol-emision-Nova_0_1987301254.html
- JORNADA 26.** Fórmula TV (2018), *'Fatmagul' mantiene su liderazgo con un 4,2% y el partido entre el Girona-Celta Vigo marca un 2,9% en Gol*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/77304/audiencias-tdt-27-febrero-fatmagul-matiene-liderazgo/>
- JORNADA 31.** Fórmula TV (2018), *El Villarreal-Athletic Club de Bilbao (4,1%) en Gol asciende a lo más visto del día*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/78649/audiencias-tdt-9-abril-villarreal-athletic-club-bilbao-gol/>
- JORNADA 34.** Ver tele (2018), *Fatmagül (4,5%) continúa imparable y regala a Nova (3,2%) su máximo de temporada*. Disponible en: http://vertele.eldiario.es/audiencias-canales/comunidades-autonomas-tdt/Fatmagul-continua-imparable-Nova-temporada_0_2006199365.html
- JORNADA 36.** Fórmula TV (2018), *El Sevilla-Real Sociedad (5,7%) lidera en GOL y 'Fatmagül' (4,4%) y 'Big Bang' (4,3%) destacan*. Disponible en: <https://www.formulatv.com/noticias/79489/audiencias-tdt-4-mayo-sevilla-real-sociedad-lidera-fatmagul-big-bang/>