

● Joaquín Marín Montín
Sevilla

Educar en el deporte a través de la TV

Teaching sport with TV

La televisión ha influido decisivamente en la configuración del deporte actual, convirtiéndose en muchos casos en su principal fuente de ingresos. Diferentes disciplinas deportivas han ido transformándose para poder adaptarse a su captación audiovisual. La realización televisiva ha permitido acercar aspectos técnicos del deporte difícilmente apreciables en vivo. El desarrollo tecnológico digital ha revolucionado la recepción de las imágenes y sonidos del deporte, acercando cada vez más la acción al espectador. Desde el punto de vista educativo las repeticiones constituyen uno de los recursos claves para el análisis de gestos técnicos. El desarrollo de nuevas técnicas de grafismo basadas en la realidad virtual ha ayudado a comprender nuevos aspectos del deporte. La integración de la televisión con nuevos medios audiovisuales como Internet y la telefonía móvil está permitiendo potenciar la difusión de los valores educativos de la actividad física y deportiva.

Television has a decisive influence on present sports. Television is frequently the main source of income for sports. Different sports have been transformed to adapt to television coverage. Sports television production has allowed watching technical aspects of live sports. The digital technology development has revolutionized the reception of images and sounds of the sport. From the educational viewpoint, video replays allow the analysis of gesture and action in sports. The development of virtual reality techniques has discovered new aspects of sports. The integration of television with the Internet and mobile phone is creating new ways to show educational values of physical activity and sport.

Televisión, deporte, educativo, espectáculo, realización, repeticiones, cámaras.
Television, sport, educational, show, production, replays, cameras.

El significado actual del deporte ya no se entiende sin hacer referencia a los medios de comunicación de masas. El deporte no sólo constituye un fenómeno social sino también

cultural que centra la atención de millones de personas diariamente, ya sea como practicantes o espectadores. Vivimos en una sociedad donde muchos valores y normas se modifican rápidamente, en el que los medios de comunicación de masas tienen un enorme poder para presentar y difundir estos cambios. Así, por

❖ Joaquín Marín Montín es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (jmontin@us.es).

ejemplo, los niños van aprendiendo cómo se comportan sus ídolos deportivos tendiendo posteriormente a imitar algunas conductas. El éxito mediático del deporte lleva aparejado una simbología representada por personas ordinarias confrontadas a dificultades, fracasos y alegrías. Los medios de comunicación obtienen del deporte sus mejores cifras de audiencia, los dirigentes políticos lo mencionan continuamente en sus discursos electorales y las grandes empresas compiten por patrocinar a una gran figura individual o un colectivo del deporte. Sin embargo, la creciente dependencia que el deporte tiene de las estructuras comerciales y de negocios en las sociedades capitalistas ha sido fuertemente criticada. Teóricos marxistas del deporte lo interpretan como un síntoma de la masificación y consumismo de la vida social de dichas sociedades. El desarrollo más visible del consumo unido al deporte es el del espectáculo deportivo en televisión. Pocas actividades dedican tanto espacio de tiempo y movilizan regularmente tantos espectadores.

1. Difusión del deporte en televisión

Hoy día es ya impensable que ningún gran evento deportivo se haga sin la presencia de la televisión. Muchos de los deportes que hoy conocemos se lo deben a su aparición en la televisión. Incluso han ido surgiendo nuevas disciplinas deportivas diseñadas, sobre todo, para favorecer su retransmisión. A lo largo de la historia, la televisión ha sido testigo de las hazañas realizadas por diferentes deportistas que han contribuido a la popularización de muchos deportes que no hubiera sido posible de no ser por la difusión televisiva. Pero también el deporte se ha convertido en elemento primordial de la programación de muchas televisiones gracias a las altas cotas de audiencia que se pueden alcanzar. La retransmisión de grandes eventos deportivos como los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol o el Tour de Francia mueven a un importante número de personas, tanto a la práctica deportiva como a la compra de materiales y equipos para la misma, sin que esto signifique que tales personas se conviertan en practicantes asiduos de tal deporte. Los próximos Juegos Olímpicos de Pekín movilizarán como nunca la mayor cantidad de personas de un estado en plena transformación económica. Pero también será una buena oportunidad para transmitir, democráticamente, los aspectos educativos del deporte a una sociedad heredera de un régimen totalitario reciente. Las enormes posibilidades de influencia de los medios de comunicación, especialmente la televisión, deben ser aprovechadas para difundir, no sólo grandes acontecimientos deportivos, sino también otro tipo de manifestaciones de la educación física y deportiva. Según Gutiérrez (2003: 180) los medios «deben resaltar más las virtudes humanas puestas en juego, el proceso seguido para conseguir el resultado, que el resultado en sí mismo como objetivo último y a veces único».

La difusión televisiva de los espectáculos deportivos complementa a los otros medios de comunicación. Los periódicos deportivos y en menor medida, la prensa generalista aprovechan la difusión de imágenes deportivas. Las descripciones y los análisis que encontramos en la prensa escrita, parecen completar la imagen y el comentario en directo. Muchas crónicas y análisis se apoyan en repeticiones de jugadas o acciones ofrecidas por televisión. Por otro lado, la radio en directo utiliza la señal de televisión para ofrecer narraciones lo más minuciosas posible. Así, la televisión se convierte en testigo del cumplimiento del reglamento en diferentes deportes. Pero también la televisión permite analizar gestos técnicos desde distintos puntos de vista que ayudan al aprendizaje y perfeccionamiento en el entrenamiento deportivo. No cabe duda que la pequeña pantalla ha sido además uno de los elementos claves para el mantenimiento del deporte convertido en profesional y espectáculo gracias al medio televisivo. Mediante un amplio despliegue de medios técnicos, la televisión aporta a la puesta en escena de la competición una serie de recursos estéticos y expresivos para hacer llegar al telespectador sensaciones y efectos que ni en el propio recinto deportivo el aficionado podría percibir.

2. La adaptación del deporte a las exigencias televisivas

La comercialización del deporte tiene su origen en Estados Unidos, impulsada decisivamente por la televisión. Las grandes ligas de béisbol (MLB), baloncesto (NBA), fútbol americano (NFL) y hockey hielo (NHL) se profesionalizan especialmente gracias a la venta de sus derechos televisivos que alcanzan cifras desorbitadas. La principal fuente de ingresos de los equipos o franquicias procede de los contratos con la televisión. Ya en 1974 un combate de boxeo por el título mundial de los pesos pesados entre Cassius Clay y George Foreman llegó a ser el programa más visto de la historia por encima incluso de la llegada del hombre a la Luna.

En las últimas décadas, determinados deportes, como el fútbol, han jugado un importante papel en muchas estrategias televisivas de mercados, especialmente en Italia, España, e Inglaterra. La venta y explotación de los derechos de televisión de los clubes deportivos, reconvertidos en empresas, transforman las competiciones con cifras

económicas inimaginables hasta entonces en el deporte. En España la llegada de las sociedades anónimas deportivas y los derechos de televisión permiten en el caso del fútbol alcanzar elevados niveles económicos hasta el punto de atraer la llegada de grandes estrellas mundiales con gran impacto publicitario como David Beckham. Sin embargo, el éxito del fútbol no es extensible al resto de deportes en esos niveles.

Con el fin de interesarse por la televisión, los diferentes deportes han debido adaptarse a las necesidades televisivas que lograsen atraer niveles de audiencia y, en consecuencia, de mercado comparables al fútbol. Pero esta adaptación del deporte tiene su origen nuevamente en Estados Unidos. De hecho, las reglas de algunos deportes como el fútbol americano comenzaron a introducir cambios a principios de la década de los setenta del pasado siglo. Así se varió la división de los periodos de tiempo en el juego para permitir más anuncios, se reformaron las dimensiones del campo y se modificó el tipo de penalizaciones para favorecer el espectáculo televisivo. En los últimos años las diferentes federaciones deportivas han ido cambiando sus normas introduciendo nuevas reglas que favorecen prioritariamente la producción televisiva. Así, por ejemplo, la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) siguiendo el ejemplo norteamericano de la NBA posibilita la introducción de «tiempo muerto para televisión» que interrumpe el juego según lo solicite la cadena televisiva responsable de la retransmisión del evento. Por otro lado, la Federación Internacional de Tenis para impedir que los partidos duren indefinidamente ha introducido en su reglamento un cambio en el sistema de puntuación del «tie-break». Esta medida responde a la exigencia de las televisiones de reducir el tiempo de duración de los partidos debido a la caída de índices de audiencia en algunos países (Estados Unidos, Francia, Alemania) con mayor seguimiento de este deporte. Asimismo, la Federación Internacional de Voleibol (FIVA) ha cambiado algunas reglas como la anotación de puntos en cada intercambio. La Federación Internacional de Atletismo ha eliminado las dos salidas nulas en las carreras de pista, así como los tres intentos en los concursos con el fin de no alargar el tiempo de competición y poder adaptarlo a la programación televisiva.

3. Puntos de vistas del deporte y sus repeticiones

El deporte como actividad física implica casi siempre movimiento. Gracias al lenguaje audiovisual la actividad deportiva puede ser mostrada desde variadas perspectivas y bajo diferentes significados. La realización televisiva de un acontecimiento deportivo trata de ofrecer la mayor cantidad de información posible, ofreciéndola de la forma más estética posible, buscando para ello ofrecer los mejores ángulos y transmitir las mejores sensaciones a los espectadores. El punto de vista de la cámara es clave para ver correctamente una acción sin que ocasione dudas o confusión. Hay que tener en cuenta que el espectador deportivo suele ser, por lo general, un público especializado que es capaz de apreciar el más mínimo detalle. En este sentido, es muy importante que el equipo de producción y realización conozca con claridad el deporte a mostrar, conociendo sus reglas y aspectos más importantes. A lo largo de la historia, el deporte ha servido de banco de pruebas para poner en marcha diferentes tipos de cámaras para captar de la forma más espectacular posible las acciones deportivas. La aportación de Leni Riefenstahl en la filmación del deporte ha sido fundamental para la televisión. La realizadora alemana llegó a utilizar hasta treinta y cinco tipos de cámaras. A muchas de ellas hay que unir diferentes mecanismos a través de los cuales les daba movimiento. Muchos de aquellos dispositivos resultan hoy día, setenta años después, habituales en las retransmisiones de televisión, como pueden ser las mini-cámaras, los travelling, las cámaras aéreas, etc.

Debido a la concepción cada vez más espectacular del deporte, los movimientos de cámara constituyen recursos fundamentales en las realizaciones televisivas. Pese a esta circunstancia, desde el punto de vista del lenguaje audiovisual, los movimientos deben tener siempre una justificación para que sean aceptados por el espectador de forma lógica y natural. Las constantes innovaciones tecnológicas, favorecidas por la digitalización, están afectando a la percepción de los mensajes. Vamos a referirnos a dos de ellas: la cámara superlenta es un dispositivo que, a diferencia de las cámaras normales, capta con mayor detalle las acciones. Su fundamento tecnológico reside en lograr un mayor número de cuadros por segundo (150 frente a los habituales 50). Frente a la cámara lenta tradicional, la «superslow motion» logra mayor detalle de los movimientos consiguiéndose mostrar unos planos de gran espectacularidad y belleza. Este dispositivo se utiliza generalmente para mostrar sobre todo repeticiones de acciones no reflejadas en vivo así como recalcar momentos destacados; por otra parte, las mini-cámaras son ya habituales en las realizaciones televisivas de muchos deportes, especialmente en los de motor. La Fórmula 1 y el motociclismo han transformado totalmente su retransmisión gracias a estos dispositivos. Según Fandiño (2002: 136), «las mini-cámaras aportan sensación de velocidad al ver la pista relacionada con el coche y la actuación del piloto». En el baloncesto es habitual encontrarla en la parte posterior del tablero de la canasta. A veces, también se coloca sobre

el techo del recinto de juego ofreciendo un punto de vista cenital del juego. En atletismo se utiliza en las pruebas de saltos. Así, por ejemplo, en el salto de longitud se coloca en la tabla de batida para de esta forma observar el detalle de la pisada. En el salto de altura y también el de pértiga la cámara se coloca sobre uno de los pilares que sujeta el listón. En el fútbol este tipo de cámaras se han ido utilizando sobre todo en la zona trasera de las porterías, ofreciendo puntos de vista de faltas cercanas al borde del área. La evolución tecnológica y la reducción de costes de producción en la utilización de estos dispositivos están permitiendo que las mini-cámaras se vayan extendiendo cada vez más a diferentes tipos de deportes. Su perfeccionamiento está permitiendo ofrecer ya no sólo espectacularidad sino también un mayor sentido narrativo audiovisual.

Otro de los elementos de mayor relevancia para la realización televisiva del deporte son las repeticiones o «replays». Este recurso audiovisual no sólo es fundamental en la comprensión del deporte, sino que además está ya firmemente establecido en la sintaxis de la narrativa televisiva. Además, las repeticiones han permitido crear una especie de «cultura televisiva del replan». En la realización de deportes en televisión las repeticiones se utilizan para aclarar acciones polémicas, mostrar aspectos que han pasado desapercibido en directo o recrear acciones espectaculares. Gracias a la repetición, dependiendo del número de cámaras, el espectador puede ver en segundos la acción reproducida desde diversos ángulos. Un rasgo determinante en las repeticiones es poder capturar y ofrecer todo lo espectacular del deporte que, en directo, el ojo humano no puede apreciar. Por ejemplo, durante los saltos de trampolín en piscina, al ser un deporte donde la acción dura escasos segundos, es necesario ver la acción repetida para comprobar con claridad la ejecución del ejercicio. Actualmente, el incremento del número de cámaras en las retransmisiones deportivas ha permitido convertir las repeticiones en un componente clave que traspasa la propia televisión. La presencia de pantallas en los escenarios deportivos es utilizada por diversos colectivos para poder ver repeticiones de acciones concretas. Por un lado, el espectador presente en los estadios y pabellones deportivos gracias a estas pantallas puede seguir no sólo en directo la evolución de la competición sino también ver las repeticiones de situaciones que a primera vista no ha podido percibir. Pero también los propios deportistas en la competición observan en estas pantallas detalles de las acciones que ellos han protagonizado.

4. Los sonidos del deporte y los elementos gráficos

Cada deporte tiene unos sonidos característicos que enriquecen enormemente la realización: el golpeo de un balón en fútbol, de una pelota en el tenis, el galope de los caballos, el pedaleo de los ciclistas, el motor de un Fórmula 1, el sonido de las olas al chocar con las embarcaciones en la vela, el de la pistola del juez en una salida de atletismo son algunos ejemplos de la información auditiva que los deportes ofrecen. Además el sonido ambiente que rodea un evento deportivo completa toda esa atmósfera. Al igual que ha sucedido en la imagen, se han ido buscando nuevas formas de captación del sonido que aporten nuevos elementos. Igualmente, la cámara trata de acercarse al máximo al deporte ocurre lo mismo con el sonido. Así, en Estados Unidos desde hace tiempo los árbitros de fútbol americano llevan incorporado un micrófono que permite a los espectadores escuchar las indicaciones que realiza en los partidos. En los últimos años, reglamentos de algunas competiciones deportivas han permitido introducir micrófonos en los árbitros. Este es el caso del Trofeo Seis Naciones, la competición más importante de rugby, en la que los espectadores disponen de una línea de información más sobre lo que ocurre en el campo de juego. El otro aspecto del sonido en la realización del deporte en televisión corresponde a las locuciones de los comentaristas que narran el evento en el caso de una retransmisión. Éste es decisivo, no sólo para una correcta información y comprensión, sino para educar también en ese deporte a través de la televisión. Los Juegos Olímpicos permiten la transmisión televisiva de muchas disciplinas deportivas que tienen la oportunidad de ser conocidas por primera vez millones de espectadores.

El deporte en televisión genera tal cantidad de información que no siempre es suficiente mostrarla con las imágenes captadas por las cámaras y las voces de los comentaristas. Las necesidades informativas de un acontecimiento deportivo varían enormemente dependiendo de la categoría del mismo. El desarrollo de la tecnología ha permitido añadir una nueva vía de información a los espectadores, que exigen cada vez más que le expliquen lo que están viendo. El grafismo sirve como instrumento de información y de guía, siendo una aportación directa al éxito de cualquier producción televisiva de deportes. Gracias a la tecnología informática el tratamiento gráfico en televisión ha evolucionado en los últimos años. Al principio la producción gráfica para deportes se limitaba a proporcionar sencillos textos. Poco a poco, siguiendo el patrón norteamericano, fueron apareciendo equipos más avanzados que incluían, entre otras prestaciones, la creación de logotipos. Más tarde, los recursos gráficos entraron a formar parte de las unidades móviles concibiéndose ya un grafismo propio para televisión. Así aparecen compañías especializa-

das en aplicaciones gráficas televisivas. El grafismo se presenta de diversas formas según la aplicación a cada deporte. Una de las funciones de las presentaciones gráficas es puramente pedagógica. En ocasiones, el espectador se enfrenta a un deporte por primera vez, necesitando que se le explique de una manera didáctica y atractiva lo que esta viendo. El componente gráfico ofrecido en los tres últimos años por Telecinco en la Fórmula 1 junto a los comentarios ha ayudado a enriquecer el producto audiovisual, acercando a los aficionados detalles de un deporte que anteriormente pasaba más desapercibido para la televisión.

Por otro lado, la relación espacio-temporal suele tenerse en cuenta en las informaciones gráficas de muchos deportes. En la vela, por ejemplo, al no marcarse un espacio fijo se precisa de un elemento aclaratorio que puede proporcionar el grafismo, acompañado en ocasiones de recreaciones virtuales en 3D gracias a la utilización de la tecnología GPS. Otra de las funciones informativas del grafismo es ofrecer datos finales del resultado de una competición. En atletismo o en natación son fundamentales las clasificaciones para saber el desenlace final de una carrera de velocidad que en muchos casos no se puede apreciar en directo y precisan además de la repetición del dato gráfico.

Completan el aspecto informativo otros datos que se van ofreciendo durante la retransmisión del evento deportivo. En el ciclismo, por ejemplo, se muestran informaciones relativas a los perfiles de la etapa, el lugar por donde pasa la carrera o la moto que está proporcionando la imagen de la carrera. La recreación virtual de espacios que no se pueden apreciar fácilmente con la imagen real es una herramienta de gran utilidad para retransmitir ciertos deportes. Es interesante destacar como los videojuegos han influido en la utilización de este elemento en televisión.

5. Conclusiones

La tecnología audiovisual ha permitido que la televisión se haya acercado como nunca lo había hecho hasta entonces al deporte. En los últimos años la digitalización ha permitido que se esté produciendo una integración entre los medios audiovisuales. La rápida expansión de Internet y la televisión digital son una clara muestra del proceso de fusión entre la telefonía, la informática y la televisión en términos de comunicación. Además, el espectador televisivo actual está ya acostumbrado a un elevado nivel de acción y quiere contemplar el deporte de la forma más precisa posible. El impacto de Internet en el deporte está creciendo impulsado por el desarrollo de aplicaciones multimedia, entre las cuales se incluye la retransmisión por televisión. La transformación de la telefonía móvil como dispositivo multimedia entra también a formar parte de todo este proceso integrador. En este sentido ya se plantean los derechos de emisión de los deportes a través de este dispositivo. Las federaciones deportivas, los patrocinadores y organizadores de eventos están haciendo ya preacuerdos con vistas a la predecir la futura emisión audiovisual a través de los teléfonos móviles. Los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 podrán seguirse en directo en alta resolución a través de dispositivos multimedia como teléfonos móviles, MP4 y cámaras digitales. La integración actual entre la televisión y los nuevos medios audiovisuales incrementarán la influencia televisiva en el deporte que favorecerán sin duda su difusión educativa.

Referencias

FANDIÑO, X. (2002): La producción del ciclismo en televisión. Santiago de Compostela, Tórculo.