



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión
española (2003-2023)**

Miguel Velázquez Sancho

Tutora: Marta María Redondo García

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2023-24

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023)

AUTOR

Miguel Velázquez Sancho

TUTORA

Marta María Redondo García

RESUMEN

La Fórmula 1 ha experimentado una notable evolución en la cobertura televisiva en España desde el año 2003. La llegada de Fernando Alonso es el principal factor de que las cadenas apuesten por la retransmisión de las carreras año tras año. Este trabajo analiza cómo han evolucionado las narraciones desde el año 2003 hasta el 2023, los traspasos de derechos televisivos, el rol de los periodistas claves y el crecimiento del previo y de la post carrera. Para ello, se estudian las seis etapas en las que se dividen las retransmisiones de la Fórmula 1 en España, comenzando con Televisión Española y finalizando con DAZN. Además, se examina como la audiencia ha ido decreciendo con el fin de la emisión privada de la mano de Movistar.

PALABRAS CLAVE

Fórmula 1, Motor, Fernando Alonso, Retransmisiones deportivas, Televisión

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Two decades of Formula 1 on Spanish television (2003-2023)

AUTHOR

Miguel Velázquez Sancho

TUTOR

Marta María Redondo García

ABSTRACT

Formula 1 has experienced a notable evolution in television coverage in Spain since 2003. The arrival of Fernando Alonso is the main factor in the networks' commitment to broadcasting the races year after year. This work analyzes how narratives have evolved from 2003 to 2023, the transfers of television rights, the role of key journalists and the growth of pre- and post-career. To do this, the six stages into which the broadcasts of Formula 1 in Spain are divided are studied, starting with Spanish Television and ending with DAZN. Furthermore, it is examined how the audience has been decreasing with the end of the private broadcast by Movistar.

KEYWORDS

Formula 1, Motor, Fernando Alonso, Sports broadcasts, Television

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Justificación	5
1.2 Objetivos	6
1.2 Hipótesis	6
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	8
2.1 El periodismo deportivo	8
2.2 Las retransmisiones deportivas	9
2.3 El dominio del fútbol	11
2.4 La expansión de la Fórmula 1 en España	12
3. METODOLOGÍA	16
4. RESULTADOS	21
4.1 El previo	21
4.2 La retransmisión de la carrera	25
4.2.1 Los narradores en las retransmisiones televisivas de Fórmula 1 durante estos 20 años	25
4.2.2 La evolución en las cámaras de la retransmisión de la carrera	29
4.5 La evolución de la post carrera	35
5. CONCLUSIONES	39
6. BIBLIOGRAFÍA	41
7. ANEXOS	45
7.1 ANEXO I	45
7.1.1 Algunos ejemplos de la ficha de análisis (Tabla 2)	45
7.2 ANEXO II	51
7.2.1 Entrevistas	51

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

La Fórmula 1 es uno de los deportes que más ha evolucionado en el siglo XXI. España era y sigue siendo un país muy ligado al motociclismo, pero a partir del año 2004, los coches empezaron a cobrar importancia. Gran culpa de este cambio la tiene Fernando Alonso, piloto asturiano que debutó en esta categoría con Minardi en el año 2001. Telecinco fue la cadena que arriesgó comprando los derechos en el año 2004 sin saber si obtendría éxito alguno y, para sorpresa de muchos, triunfó con una gran cifra de audiencia.

Los dos años en los que Fernando Alonso se alzó con los campeonatos del mundo, 2005 y 2006, permitieron a Telecinco duplicar primero y, posteriormente, triplicar los números de audiencia conseguidos anteriormente. La Fórmula 1 comenzó a ganar espacio en los informativos y millones de personas se contagiaron del orgullo de que un piloto español estuviera entre los mejores.

El objetivo de este trabajo es analizar cómo han ido cambiando las retransmisiones televisivas de este deporte paralelamente a los sucesivos cambios de cadena debidos al traspaso de derechos. Desde Telecinco, pasando por Antena 3 y acabando por emisoras de pago que han provocado una reducción del consumo de la Fórmula 1 en España. Para ello se han establecido seis etapas que se corresponden con los periodos de emisión en cada antena: una primera etapa (TVE) en el año 2003, una segunda etapa (Telecinco) del 2004 hasta el 2008, una tercera etapa (La Sexta) desde el año 2009 hasta el 2011, una cuarta etapa desde el 2012 hasta el 2015 (Antena 3), una quinta etapa que comprende desde el 2016 hasta el 2020 (Movistar F1, aunque ya existía un año antes) y un último periodo desde el 2021 hasta el 2023 (DAZN).

La audiencia moderna no solo busca presenciar la acción en la pista, sino también sumergirse en el mundo que rodea a la Fórmula 1. Este TFG analiza también cómo las transmisiones televisivas han abrazado esta demanda cambiante, adoptando segmentos adicionales que ofrecen un análisis más profundo, historias detrás de los bastidores y una mayor interacción con el público.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Además, se presta atención a la introducción de nuevos formatos, como los segmentos de previo, la carrera en sí y el post, que han agregado capas de profundidad a la experiencia del espectador. El estudio se ha realizado en cada etapa mencionada analizando las diferencias en cada una de ellas.

El tema ha sido elegido por la importancia en la actualidad de este deporte de motor, más de 700.000 personas ven cada fin de semana las carreras, así como su importancia en los medios de comunicación ha sido clave para designar este proyecto como de interés para la sociedad.

1.2 Objetivos

Objetivo 1: Comprobar la evolución de la cobertura de la Fórmula 1 en la televisión en España y el cambio producido a partir de la llegada de Fernando Alonso.

Objetivo 2: Estudiar los sucesivos traspasos de derechos de la Fórmula 1 en la televisión española a lo largo de dos décadas, desde el año 2003 hasta 2023.

Objetivo 3. Analizar diacrónicamente cómo ha ido cambiado el género de la retransmisión para verificar los nuevos elementos que se han ido incorporando a la retransmisión de las carreras: la nueva forma de transmisión con el previo, la carrera y luego el post carrera.

Objetivo 4. Investigar quiénes son los periodistas vinculados a la Fórmula 1 y sus diferentes estilos de narración deportiva.

1.2 Hipótesis

Hipótesis 1: La llegada de Fernando Alonso supondría un antes y un después en el mundo del motor, generando una afición en los espectadores a las carreras de coches inexistente hasta su aparición.

Hipótesis 2: La etapa de mayor esplendor de audiencia ha sido durante la televisión gratuita. El cambio de derechos de cadenas de televisión gratuitas a privadas habría supuesto una pérdida de audiencia masiva de la Fórmula 1.

Hipótesis 3: La creación de la previa y el post de las carreras se justificaría por la necesidad de ofrecer a la audiencia una experiencia más completa e interactiva. Con esto, se busca que el espectador sienta una mayor cercanía con la Fórmula 1.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Hipótesis 4: La continuidad de Antonio Lobato en el mundo de la Fórmula 1 a lo largo de los años se debe a su experiencia, estilo de narración y conexión con la audiencia, que han consolidado su posición como un referente en la cobertura televisiva de este deporte en España.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 El periodismo deportivo

El deporte, según la RAE, es cualquier actividad física ejercida como juego o competición y cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas. Sin embargo, son muchos los autores que han buscado una definición más específica para esta palabra. García Ferrando (1990) lo describe como “una actividad física e intelectual humana, de naturaleza competitiva, gobernada por reglas institucionalizadas”. Según Parlebas (1988) el deporte “es un conjunto de situaciones motrices codificadas bajo forma de competición e institucionalizadas”. Cagigal (1975) asegura que “el deporte es juego (reglamentado), practicado casi siempre en forma competitiva y con ejercicio físico”.

El despliegue del deporte puede contemplarse desde varias perspectivas: formativa, lúdica, técnica, profesional, comercial y política (Joan Riera, 1985,). Sin embargo, para Quiroga “el deporte del siglo XXI navega en la ideología del entretenimiento. Televisión y deporte parecen haber sido creados el uno para el otro. Van de la mano por pistas, pantallas, colores y estadios” (2000, p. 4).

El origen del periodismo deportivo se encuentra en Londres en el año 1852. El periódico *Sportsman* se centraba exclusivamente en la cobertura de eventos deportivos y contenía información sobre carreras de caballos, cricket y otros deportes populares de la época. En el año 1959, cambió su nombre a *Sporting Life* y, en 1883, se convirtió en un periódico con publicación diaria. (Altabella, 1988).

En España, el éxito de la selección española de fútbol en los Juegos Olímpicos de Amberes, de 1920 impulsó el despegue de la incorporación del contenido deportivo en los periódicos (Simón, 2012). Como apunta Pérez, en España se considera a la revista *El Cazador* como la pionera en deportes. Esta publicación data del año 1856 y centraba su contenido en el arte cinegético. En el año 1866, surge *El Colombaire*, un semanario valenciano dedicado al mismo contenido que el anterior, pero siendo bilingüe. También destacan otros periódicos como *La Caza* o *El Pedal*, publicación oscense dedicada exclusivamente al ciclismo (2023).

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante (Molina-Vizcarra, 2009). Las noticias deportivas han conseguido consolidarse como contenido informativo consiguiendo una mayor audiencia de los medios y un interés periodístico creciente. “Hoy, seguramente, no se vería con buenos ojos que un medio de comunicación generalista no tuviera una sección deportiva” (Rincón y Cano, 2016).

Según Alcoba, “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, como fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado” (2005, p. 10).

Las nuevas tecnologías han cambiado al periodista deportivo. Antes se limitaban a contar lo que sucedía o a realizar crónicas o resúmenes de los acontecimientos principales del deporte. Hoy en día, este profesional además de elaborar artículos informativos, debe cumplir otras tareas como “la programación, el fotoperiodismo, la video edición o la infografía. Empieza a imponerse el periodista multitarea o multifunción, el también llamado hombre orquesta” (Rojas, 2014).

2.2 Las retransmisiones deportivas

Desde un punto narrativo, Blanco define la retransmisión como un género periodístico espectacular que trata de informar del desarrollo de unos hechos o de un acontecimiento (2003). Además, este género explota las posibilidades comunicativas del medio que vienen determinadas por la combinación de las técnicas narrativas de los profesionales involucrados (periodistas y técnicos) y por el uso espectacular de las tecnologías disponibles.

Roger también coincide en dar importancia a la voz del narrador y menciona el uso de la tecnología que genera un drama para mantener el interés de la audiencia (2015). La retransmisión no constituye propiamente un género, sino la forma en que se ofrece técnicamente la realización de ciertos géneros o contenidos (Jaime Barroso, 1996).

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Por tanto, la técnica televisiva y sus posibilidades marcan la evolución de este género. Lizaga-Villarroya (2014) considera que el primer experimento audiovisual centrado en un evento deportivo se encuentra en el documental cinematográfico de “Olympia”, dirigido por Leni Riefenstahl. “Riefenstahl exhibió perspectivas y encuadres inéditos hasta ese momento, empleando para ello a 60 camarógrafos y utilizando hasta 400 mil metros de película”.

El deporte no se entendería de una forma completa si no existieran las retransmisiones. Sin ellas, la audiencia no podría visualizar o entender lo que sucede en un campo de fútbol o en cualquier otro evento deportivo. Con el paso del tiempo, estas emisiones han ido progresando y ganando gran identidad por el lenguaje especializado que se utiliza y por tener unas características propias. Marín asegura que “las retransmisiones deportivas han ido configurándose como un género particular dentro de los medios audiovisuales” (2004, p. 48).

Para Monzó (2015), la estructura narrativa de una retransmisión deportiva está configurada por la unión de tres niveles de significado:

1. Imagen: determinada por la ubicación de las cámaras, el tipo de plano y las y repeticiones
2. Sonido: sonido ambiente y comentarios
3. Rótulos: elementos gráficos

Los comentaristas y los narradores contribuyen para este autor a la comprensión del deporte que se emite, sin ellos sería más complicado llegar a la audiencia.

Para Dayan y Katz (1995), la tipología de las retransmisiones debe desplegarse en torno al contenido temático y al grado de previsibilidad del evento. Este último aspecto contempla hasta qué punto es posible preparar con antelación la retransmisión. Un tercer atributo tipológico sería el despliegue de medios técnicos en la retransmisión.

Respecto al lenguaje periodístico utilizado en las narraciones deportivas, su característica más importante es la llaneza de su estilo. El lenguaje oral, con toda su improvisación, está muy presente. Los coloquialismos ganan protagonismo y se repiten intentando dotar de cercanía a la retransmisión, algo que, según Seijas, llega a inquietar a ciertos intelectuales y a varios puristas de la lengua (2003).

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

La estructura de la retransmisión deportiva se divide en tres partes: previa, partido (o evento deportivo) y post:

1. La previa: recoge lo que sucede antes del acontecimiento deportivo, es decir, los comentaristas realizan sus análisis tácticos, estadísticas, antecedentes y las posibles predicciones de lo que puede suceder. Se entrevista a entrenadores o jugadores para lograr una información extra para la audiencia. Además, se informa de los datos como las alineaciones o las novedades que vayan a marcar el duelo.
2. La retransmisión: La segunda fase es el acontecimiento deportivo con narración en vivo y comentarios técnicos del deporte.
3. El post: se analiza lo sucedido, se realizan entrevistas a los protagonistas para obtener sus opiniones sobre el rendimiento y otros aspectos del partido o la carrera, se publican las estadísticas finales y las reacciones de los aficionados tanto en redes sociales como de los espectadores que han ido de forma física al evento.

2.3 El dominio del fútbol

La aparición hace más de 30 años de las primeras cadenas de televisión comerciales de cobertura nacional, Antena 3, Telecinco y Canal Plus supuso un hito en la historia de los medios de comunicación españoles. Este cambio en el panorama televisivo estableció un régimen de competencia en un mercado con diferentes agentes públicos y privados en lucha por la audiencia (Bonaut y Vincent, 2019). “Antena 3 fue la primera cadena en España que comenzó a negociar de manera contundente por los derechos de retransmisión de encuentros de fútbol en televisión” (Santamaría, 2011, p. 9).

Desde los orígenes del medio en España, el fútbol ha sido utilizado como un programa clave en el desarrollo de las retransmisiones en directo, en la conexión con otras televisiones y en la creación de una estructura de emisión internacional (a través de las retransmisiones futbolísticas de la Copa de Europa entre 1959 y 1960). También se ha establecido un espacio programático consolidado en el fin de semana donde la televisión pública fue pionera gracias a las retransmisiones semanales del Campeonato Nacional de Liga y, sobre todo, por generar espacios en vivo entendidos como grandes eventos y que atraen a grandes masas (Bonaut, 2008). Autores como Rojas admiten la hegemonía

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

del fútbol por encima de los demás deportes que solo puntualmente concitan un interés equiparable:

Esta supremacía es tan indiscutible que solo se pone en entredicho temporalmente cuando aparecen y eclosionan grandes figuras nacionales en otros deportes, como ocurre en España con el tenista Rafael Nadal, el piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso o el jugador de baloncesto Pau Gasol. Los éxitos de estos deportistas movilizan y animan al público a buscar información y demandar opinión o análisis de una materia alejada de los campos de fútbol, lo que suele traducirse, a corto y medio plazo, en una mayor atención periodística a estos deportes. (2012, p 4-5)

Esto no solo ocurre en España, en el resto de los países el predominio del fútbol es muy similar. Solo algunos países como Estados Unidos con el baloncesto o Canadá con el hockey pueden ser la excepción a la regla. Sin embargo, influye mucho la presencia de un deportista nacional en la élite de un deporte determinado. Por ejemplo, la Fórmula 1 fue capaz de hacer sombra al fútbol en el año 2005, año en el que Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo.

2.4 La expansión de la Fórmula 1 en España

La Fórmula 1 es una categoría de automovilismo de velocidad que se lleva a cabo a nivel mundial. Es considerada la máxima expresión de este deporte y se rige por las normativas establecidas por la Federación Internacional del Automóvil (FIA). En España, tuvo su auge desde que Fernando Alonso debutó con Minardi en el año 2001. Sin embargo, la época dorada de la Fórmula 1 fue cuando el joven asturiano fichó por Renault y se alzó con dos coronas mundiales en los años 2005 y 2006.

A la hora de trazar la evolución de la F1 en la televisión en España, se pueden establecer diversos hitos:

- Año 2003. El primer gran cambio en la gestión televisiva de la F1 sucedió en el año 2003. Fernando Alonso había firmado por Renault en el año 2002 y, aunque comenzó siendo piloto de pruebas, se subió al monoplaza como piloto oficial al año siguiente.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Televisión Española decidió volver (había retransmitido alguna carrera de los años 80) a emitir el motor en sus pantallas, pero ni siquiera la primera victoria de un español en la Fórmula 1 en el Gran Premio de Hungría que propició 2.260.000 de espectadores iba a convencer a TVE de la rentabilidad de apostar por este deporte. Finalmente decidieron no prolongar el contrato (Lobato, 2015).

Jesús Fraile y Pedro Fermín Flores fueron los encargados de dar voz a las carreras durante el año 2003. “Satisfacción de Televisión Española de poder ofrecerles este momento histórico en el automovilismo y en el deporte español” comentaba Jesús Fraile con un tono de alegría y admiración en la 2 de TVE tras la victoria de Fernando Alonso en Budapest.

- Año 2004. Ante la moda de la Fórmula 1, Telecinco decidió adquirir sus derechos en el año 2004 y aquí empezó la figura del comentarista referente del mundo del motor en España en el siglo XXI, Antonio Lobato. Él mismo cuenta la consigna que recibió de Juan Pablo Valentín, director de informativos de la cadena, “necesitamos a alguien que lo viva, que contagie tensión, pasión, sufrimiento, que nos ponga la carne de gallina. Es un deporte a trescientos kilómetros por hora, no podemos narrarlo a sesenta” (2015, p. 36). Gonzalo Serrano iba a ser su acompañante durante las carreras.

- Año 2005. El año 2005 fue histórico para el motor en España y también para las audiencias de Telecinco. Fernando Alonso se consagró como campeón mundial de la Fórmula 1 con el equipo Renault por primera vez en la historia de este país. Un total de 15 podios, 7 victorias y 6 poles en 19 carreras sirvieron al asturiano para elevar su nombre a la cima de la élite. El Gran Premio de Brasil fue el acontecimiento más visto de 2005 en España, con una media de audiencia de 7.8 millones de personas, cifra que aumentó a 9.6 millones cuando Fernando Alonso cruzó la meta.

- Año 2006. Otro año fundamental fue el 2006. El asturiano mantuvo una gran lucha con el siete veces campeón del mundo, Michael Schumacher y consiguió la doble corona para sorpresa de muchas personas del mundo del automovilismo. 14 podios, 7 victorias y 6 poles fueron las cifras de Fernando Alonso en ese gran año. La marea azul era un icono en el país. La audiencia en Telecinco siguió con unas cifras espectaculares, el Gran Premio de Brasil superó los números del año anterior, con una media de 8.6 millones de espectadores.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

- Año 2007. Alonso decidió abandonar Renault tras ganar dos mundiales y se embarcó en una aventura que le iba a traer más tristezas que alegrías. Su fichaje por McLaren supuso una guerra entre España e Inglaterra, entre el ovetense y su compañero, Lewis Hamilton. Esta rivalidad permitió que Telecinco siguiese triunfando en pantalla con una media por carrera de 4.6 millones de espectadores.

- Año 2008. En el 2008, Fernando Alonso volvió a Renault y llegó un hecho clave, la inclusión en el calendario de un nuevo circuito español que se añadió a Motmeló: el circuito urbano de Valencia. El acuerdo entre Bernie Ecclestone, presidente y director ejecutivo de la Fórmula 1 y el Gobierno del PP de la Comunidad Valenciana fue ideado como una promesa de las elecciones autonómicas.

La Sexta decidió apostar por las carreras de coches y consiguió los derechos tras ganar el concurso público que realizó Mediapro, accionista de la cadena, tras desembolsar unos 40 millones de euros por ellos. Antonio Lobato, Nira Juanco, Jacobo Vega y Pedro de la Rosa, cuando no corría, fueron los encargados de comentar los grandes premios.

- Años 2009 a 2011. Los años de 2009, 2010 y 2011 fueron años aceptables de audiencia, aunque el más destacado fue el segundo, ya que Fernando Alonso perdió el mundial en la última carrera con Ferrari y consiguió reunir durante ese Gran Premio a más de 7 millones de personas, siendo la tercera carrera más vista de la historia del país. Además, en ese mismo año, la cobertura de Fórmula 1 de Lobato, y también la de TV3, fue galardonada con el Premio Ondas (EFE, 2010).

- Años 2012 a 2014. En el año 2012, otra cadena de Atresmedia como Antena 3, adquirió los derechos hasta el año 2015. Repitieron los mismos comentaristas, con la novedad que desde el año 2014, la cadena iba a compartir las retransmisiones con un nuevo canal, Movistar Fórmula 1: “un canal exclusivo de Fórmula 1 que no está sólo en los Grandes Premios, sino que también ofrece más contenidos entre carrera y carrera. [...] Quieren ofrecer algo nuevo” (Gallego & Maestro, 2014, p. 7). Los narradores de esta nueva emisora fueron Josep Lluís Merlos, Joan Villadelprat y el ex piloto Jaime Alguersuari.

- Años 2015 a 2017. El año 2015 fue el último en el que la Fórmula 1 se pudo ver en abierto en España. Desde esa fecha, Movistar F1 compró exclusivamente los derechos,

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

obligando a los espectadores que quisieran ver el deporte a pagar mensualmente una cuota. La cifra de audiencia bajó considerablemente, pasando de los casi dos millones de personas que veían la Fórmula 1 en el año 2015 a poco más de 300.000 en el 2016, según los datos de Kantar Media. Además, esos años no fueron buenos para los pilotos españoles: Carlos Sainz que debutó en la máxima categoría del automovilismo con el equipo Toro Rosso y Fernando Alonso que fichó por McLaren, un equipo que no pasaba de las últimas posiciones de la parrilla. Esto, unido a tener que pagar por ver la Fórmula 1 provocó que descendiera el interés por este deporte en España.

- Años 2018 a 2020. 2018 fue una fecha clave. Antonio Lobato volvió a ser el narrador principal de la Fórmula 1 tras un periodo de dos años sin estar activo. A su lado estaban dos colaboradores bastante conocidos del mundo del motor: Pedro de la Rosa, ex piloto de F1 y Toni Cuquerella, ingeniero de carreras. Los tres siguen hasta la actualidad como los principales comentaristas de la Fórmula 1 en España.

- Año 2021. Desde el 2021, DAZN es la empresa que tiene más control sobre las emisiones de la máxima categoría del automovilismo en España, aunque con un acuerdo con Movistar +. La vuelta de Fernando Alonso en ese mismo año a la Fórmula 1 de la mano del equipo de Alpine provocó un nuevo entusiasmo de los aficionados españoles por este deporte. La audiencia media superó en 300.000 espectadores al año anterior, alcanzando los 472.000.

El fichaje por el equipo Aston Martin del asturiano en 2023 y su posibilidad de luchar de nuevo por victorias y podios ha provocado un incremento del público en España a través de las redes sociales. Además, el hecho de que Carlos Sainz esté en Ferrari ha provocado que la audiencia media por carrera supere los 700.000 espectadores, aún lejos de los más de 4 millones que había en el año 2005, pero cifra que muestra el gran impacto que está volviendo a tener la Fórmula 1 en España de la mano de Fernando Alonso y de Carlos Sainz.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

3. METODOLOGÍA

Para realizar el estudio de las distintas fases en las retransmisiones de la F1 en España se ha empleado el método del análisis de contenido. Una técnica de investigación que permite “la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952:18).

Para ello se ha confeccionado una ficha de análisis (Tabla 2) que permite recopilar las variables significativas de la muestra elegida. Esta muestra está formada por seis retransmisiones de carreras de Fórmula 1, una por cada etapa establecida, lo que equivale a un total de 22 horas de programación analizadas: nueve horas de las propias carreras, unas ocho de previos y más de cinco de las post carreras.

La clasificación de las etapas aparece representada en la Tabla 1 (el año elegido de estudio de cada etapa aparece con la letra en color blanco):

PERIODO	CADENA	PRECIO PAGADO POR LOS ESPECTADORES CADA MES	AUDIENCIA MEDIA POR GRAN PREMIO
2003	TELEVISIÓN ESPAÑOLA	0	1.442.000
2004	TELECINCO	0	2.420.000
2005	TELECINCO	0	4.040.000
2006	TELECINCO	0	4.130.000
2007	TELECINCO	0	4.600.000
2008	TELECINCO	0	4.250.000
2009	LA SEXTA	0	2.955.000
2010	LA SEXTA	0	4.162.000
2011	LA SEXTA	0	3.315.000
2012	ANTENA 3	0	4.180.000
2013	ANTENA 3	0	3.670.000
2014	ANTENA 3	0	3.060.000
2015	ANTENA 3	0	1.915.000

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

2016	MOVISTAR +	10 euros	307.000
2017	MOVISTAR +	10 euros	304.000
2018	MOVISTAR +	10 euros	240.000
2019	MOVISTAR +	7 euros	150.000
2020	MOVISTAR +	7 euros	162.000
2021	DAZN + MOVISTAR +	9,99 euros	472.000
2022	DAZN+ MOVISTAR +	12,99 euros	535.000
2023	DAZN+MOVISTAR +	18,99 euros (12,99 si se contrata el año entero)	700.000

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Kantar Media y de Motorsport.

La Tabla de análisis es la siguiente (Tabla 2):

FICHA DE ANÁLISIS		
Etapa:		
Año:		
Cadena:		
Gran Premio:		
Contiene previo:		
Contiene post carrera:		
En caso afirmativo, completa la siguiente tabla		
FICHA DE ANÁLISIS DE LOS PREVIOS		
Duración		
Colaboradores		
Entrevistas a pilotos		
Reportajes		
Presencia de patrocinadores		

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Calidad de la imagen		
Calidad del sonido		
Interacción con la audiencia		
FICHA DE ANÁLISIS DE LAS CARRERAS		
Duración		
Narrador		
Ayudantes en la narración		
Están presentes en el circuito		
Uso de repeticiones		
Lenguaje		
Calidad de la imagen		
Cámaras on board de los pilotos		
Calidad del sonido		
Anuncios publicitarios durante la carrera		
Audiencia		
Radios de los pilotos escuchadas por la audiencia		
FICHA DE ANÁLISIS DEL POST CARRERA		
Duración		
Resumen de la carrera		
Valoraciones de los encargados de narrarla		
Colaboradores extras		
Los espectadores ven a los narradores		
Retransmisión de las		

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

entrevistas del podio		
Entrevistas a los pilotos españoles		
Entrevistas a pilotos de otras nacionalidades		
Repeticiones de la carrera		
Anuncios		
Contestación de preguntas de la audiencia		

La ficha de análisis se compone de un primer bloque de identificación de la retransmisión donde se recogen datos tales como aparece indicado el circuito y el año de cada carrera. En cuanto a las variables estudiadas han tenido características comunes y diferentes al referirse del previo, de la propia carrera o del post.

En el previo, es conveniente mostrar los minutos de duración para poder ver cómo ha ido aumentando a medida que han pasado los años. También, se ha señalado el número de personas que han participado en él, si ha habido entrevistas a pilotos, en especial a los españoles, y si aparece algún signo de publicidad. La calidad de imagen y sonido son otras de las variables que han estado presentes en el estudio.

La carrera es el periodo de la retransmisión que se ha considerado el más importante, ya que la mayoría de los aficionados simplemente ven esta parte del programa (olvidándose del previo y del post). Para ello, se analiza el uso de repeticiones de momentos clave, la presencia de los narradores en el circuito y diferentes aspectos técnicos como los diferentes planos utilizados en los años analizados. Además, se estudia la presencia de diferentes colaboradores y la existencia o no de anuncios publicitarios en plena carrera.

En cuanto a la post carrera, es conveniente saber la duración para comprobar cómo ha sido su progresión. Además, se ha estudiado el número de entrevistas que hacen a los pilotos tanto españoles como extranjeros. El resumen de la carrera con valoraciones de los encargados del post es otro de los aspectos a tener en cuenta. El factor de la

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

publicidad ha vuelto a ser analizado nuevamente así como la presencia de elementos de interactividad con la audiencia para comprobar si se le da importancia a su opinión.

La ficha de análisis ha permitido proporcionar una estructura coherente y uniforme para la recopilación de datos a lo largo de todas las etapas y años analizados. Esto ha facilitado, en gran medida, la comparación de las retransmisiones de diferentes años y una organización más eficaz de la información recopilada.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

4. RESULTADOS

La cobertura televisiva de la Fórmula 1 en España ha experimentado cambios muy significativos a lo largo del periodo estudiado: las dos décadas comprendidas entre 2003 y 2023. Para poder ver estas modificaciones y evoluciones se han analizado seis carreras, una por cada etapa en las que se han dividido estos 20 años (Tabla 2).

4.1 El previo

Televisión Española compró los derechos de retransmisión de la Fórmula 1 en el año 2003. La cadena pública programó los Grandes Premios centrándose en la propia carrera limitándose a conectar con el circuito cuando los pilotos estaban dando la vuelta de calentamiento, es decir, a escasos dos o tres minutos de comenzar la carrera.

El canal pionero en crear un pequeño espacio antes de la salida fue Telecinco en el año 2004, dando paso a un nuevo término que no se empleaba anteriormente: el previo. Aunque su duración no era muy extensa, no llegaba a los 30 minutos, los espectadores comenzaron a ver en esa franja formatos nuevos como reportajes breves sobre la Fórmula 1 abordando temas como la vida personal y la trayectoria de Pedro de la Rosa, el lugar en el que se hospeda Fernando Alonso durante la carrera o comentarios y explicaciones sobre las características del circuito.

Además, el elemento clave en estos espacios eran las entrevistas a diferentes personalidades del motor justo antes de la salida de la carrera, entre las que destacaban siempre las palabras de Fernando Alonso. Telecinco quiso dar importancia a la opinión y los intereses de la audiencia también en esta franja poniendo a su disposición un correo sobreimpresionado en pantalla, DUDASF1@INFORMATIVOST5.COM, en el que los espectadores podían escribir sus preguntas sobre la Fórmula 1 (Tabla 3).

El traspaso de derechos de Telecinco a La Sexta modificó la manera de ver el previo. Se decidió aumentar su duración hasta las dos horas con contenidos diversos. Se aumentó el número de reportajes de pilotos como el de Taki Inoue por ser atropellado dos veces por el coche de seguridad, la vuelta al trazado correspondiente de la mano de Alonso y a explicar los elementos del coche de Fórmula 1 gracias a la sección con el ingeniero Toni Cuquerella. Los espectadores conocieron cómo funcionaba la aerodinámica, la potencia y las partes que componen el vehículo.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Jacobo Vega, colaborador en las narraciones de esta cadena, asegura que “las secciones del previo se proponía entre todos los colaboradores, aunque la última palabra la tenía Antonio Lobato y su otro jefe, Julio Morales”. “La escaleta del programa del fin de semana se elaboraba casi al cien por cien el lunes de esa misma semana”, explica Vega.

De La Sexta se pasó a Antena 3. El previo no se modificó en gran medida. La extensión y los formatos eran los mismos: reportajes sobre pilotos y equipos, novedades técnicas con Cuquerella y entrevistas a distintas personalidades. Sin embargo, Antena 3 sí introdujo una primicia como fue el espacio dedicado a la audiencia. Laura Simón era la encargada, desde Madrid, de controlar las redes sociales para hacer llegar los comentarios más destacados a los comentaristas de la carrera. Simón se ocupaba de la página web, de Twitter y de Facebook.

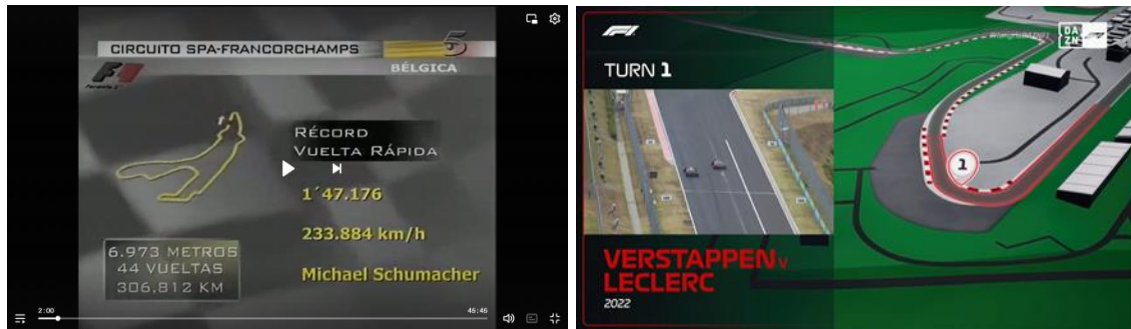
El gran cambio en las retransmisiones de Fórmula 1, llegó en el año 2016 con la emisión exclusiva de Movistar de los Grandes Premios. Los espectadores tenían que pagar una cuota de 10 euros mensuales para ver la gran competición del mundo del motor. En lo que se refiere a la estructura del previo, Iñaki Cano se encargaba de presentar tanto este espacio como el post.

Los contenidos se decidían según la actualidad, aunque como ha comentado Cano, muchas veces se improvisaba y se modificaba el plan inicial. Además, la televisión privada modificó la tónica habitual de la presencia de los narradores y colaboradores en los circuitos con un sistema híbrido.

Movistar en su año de aparición en el 2015, compartiendo derechos con Antena 3, también utilizaba esta fórmula. Pero desde el año 2016 se estructuró un sistema híbrido, es decir, en algunas carreras se desplazaba todo el equipo y en otras solo los reporteros y una parte del equipo. Las secciones del previo seguían la tónica habitual desde su impulso por La Sexta, aunque la calidad de los gráficos era mucho mejor.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Imagen 1 y 2: Ejemplos de gráficos utilizados en el previo



Año 2004

Año 2023

Fuente: Telecinco y DAZN.

En el año 2017, para acercarse a la audiencia se creó ‘Hora de F1’, un programa que se emitía los martes o miércoles posteriores al Gran Premio para que, con las ideas más reposadas, Iñaki Cano, Noemí de Miguel y Pedro de la Rosa hablaran sobre lo sucedido y contestaran a preguntas y a comentarios de los espectadores.





A partir del año 2021, con la llegada de DAZN, dejó de implementarse el sistema híbrido y se transformó con la presencia únicamente de los reporteros y de parte del equipo en los circuitos. Los narradores, otros colaboradores y otra parte del equipo se quedaban en Madrid.

La duración siguió siendo en torno a las dos horas y se creó una nueva sección en la retransmisión del previo: las Fabregalecciones. Este espacio consistía en que Alberto Fábrega, colaborador y reportero, presentaba y explicaba diferentes partes y aspectos del monoplaza. Es decir, tenía un símil con la sección de Cuquerella en Atresmedia.



Además de lo mencionado, empezó a utilizarse el formato tertulia entre los narradores de la carrera, Antonio Lobato, Pedro de la Rosa, y Toni Cuquerella, y la encargada de dirigir los previos, Nira Juanco y más adelante Noemí de Miguel. La tertulia, comentando los aspectos más importantes y las previsiones de la carrera, se empezó a introducir con Movistar, aunque fue DAZN quien dio el impulso definitivo.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Tabla 3: La evolución del previo en las retransmisiones televisivas

CADENA Y AÑOS	DURACIÓN	PRESENCIA EN EL CIRCUITO	ENTREVISTAS Y REPORTAJES	INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA	COLABORADORES
 (2003)	No existe un previo				
 (2004)	30 minutos	Sí	Combinan ambos formatos, con dominio de la entrevista	A través del correo electrónico	Antonio Lobato, Gonzalo Serrano, Víctor Seara y Pedro de la Rosa
 (2011)	2 horas	Sí	Combinan ambos formatos	Escasa	Antonio Lobato, Nira Juanco, Pedro de la Rosa, Jacobo Vega y Marc Gené
 (2012)	2 horas	Sí	Combinan ambos formatos	A través de las redes sociales con Laura Simón	Antonio Lobato, Nira Juanco, Marc Gené, Jacobo Vega y Laura Simón

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

 (2016)	2 horas	Sistema híbrido, algunas carreras sí y otras no	Combinan formatos, con dominio del reportaje	Escasa, por redes sociales	Iñaki Cano, Josep Luis Merlos, Joan Villadelprat, Pedro de la Rosa, Silvia Moreno, Noemí de Miguel, Albert Fábrega y Marc Gené
 (2023)	2 horas	Solo van los reporteros	Combinan formatos, con dominio del reportaje	Redes sociales	Antonio Lobato, Noemí de Miguel, Albert Fábrega, Melissa Jiménez, Toni Cuquerella y Pedro de la Rosa

Fuente: elaboración propia. Logos de las cadenas obtenidos de Google. (Tabla 3)

4.2 La retransmisión de la carrera

4.2.1 Los narradores en las retransmisiones televisivas de Fórmula 1 durante estos 20 años

La evolución de los narradores de Fórmula 1 en la televisión española refleja cambios no solo en el estilo de presentación, sino también en la profundidad y calidad del análisis de las carreras. Desde Jesús Fraile en el año 2003 hasta Antonio Lobato y su equipo en el 2023, cada narrador ha aportado su sello distintivo a la retransmisión, adaptándose a las demandas cambiantes del público y a las innovaciones tecnológicas del medio. Entre todos ellos destaca este último quien lleva más de quince años poniendo la voz a las carreras de Fórmula 1.

Televisión Española apostó por el tándem formado por Jesús Fraile y Pedro Fermín Flores, dos periodistas que no eran expertos del mundo del motor. Esta etapa se caracterizó por una cobertura más tradicional y menos interactiva, con una escasa

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

utilización de términos técnicos y con la presencia en el lenguaje de abundantes adjetivos. Sin embargo, con el cambio de derechos a Telecinco ninguno de los dos continuó al frente de las narraciones.

En el año 2004, entró en escena Antonio Lobato, quien tras varios años en la radio y en informativos fue el hombre elegido para narrar la Fórmula 1. Junto a él estaban Gonzalo Serrano, en cabina, y Víctor Seara al pie del circuito. Sin embargo, no eran los únicos. Se apostó porque Pedro de la Rosa, piloto de la Fórmula 1 que no estaba en activo ese año ya que era reserva del equipo McLaren, estuviera con los tres en las retransmisiones para poder aportar unos comentarios más técnicos y de primera persona al haber sido piloto.

La idea de introducir un comentarista que tuviera conocimientos del mundo del motor fue refrendado por la audiencia. Además, la capacidad comunicativa de Lobato para las narraciones provocó que triunfara entre la gente. Los espectadores comenzaron a entender a Lobato como un elemento esencial en las retransmisiones de Fórmula 1.

Ante esto, La Sexta continuó confiando en el narrador por excelencia del motor. Desde el año 2009, la cadena decidió que el piloto siguiera en las narraciones, siempre y cuando no tuviera que competir, y contrató a dos periodistas más, Jacobo Vega y Nira Juanco para enriquecer las retransmisiones de la Fórmula 1. Además, el éxito de De la Rosa provocó que se siguieran los mismos pasos con Marc Gené, piloto de otras categorías de coches y muy ligado al equipo Ferrari. Antena 3 siguió con los mismos narradores tras la adquisición de los derechos desde el año 2012.

Movistar comenzó las emisiones en el año 2015, compartiendo derechos con Antena 3. Lobato decidió tomarse unos años de descanso y su equipo al completo se desvaneció de la pantalla. Durante ese año, las personas encargadas de la narración eran Josep Lluís Merlos y María Serrat. Junto a ellos estaban Joan Villadelprat y el piloto Dani Clos.

La adquisición en exclusiva de los derechos por parte de Movistar supuso una continuación al planteamiento del año 2015. Con una gran diferencia destinada a limitar la inversión realizada en las retransmisiones: en algunos Grandes Premios, los

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

narradores no viajaban al circuito, solo lo hacían los reporteros y una parte del equipo. Era la primera vez que sucedía.

En el año 2016, Merlos y Villadelprat continuaron al frente de las narraciones. Además, se contó con la presencia de los reporteros Noemí de Miguel, Albert Fábrega y Silvia Moreno y de los comentarios de Pedro de la Rosa. Marc Gené colaboraba sobre todo en los previos, ya que estaba trabajando para el equipo Ferrari. Iñaki Cano era el encargado de presentar tanto el previo como el post carrera y desde el 2017, se contó con la presencia en la narración de Toni Cuquerella.

El estilo de Merlos era muy diferente al de Lobato. Tanto él como Villadelprat aportaban conocimientos de este deporte que no estaban al alcance de muchos periodistas. Sin embargo, los espectadores echaban de menos el lenguaje cercano y la pasión que transmitía Lobato. Por eso, tras un par de años de parón, le ofrecieron volver a la Fórmula 1 y aceptó.

En el año 2020, DAZN compró los derechos de retransmisión, aunque firmando un acuerdo/alianza con Movistar. El equipo estaba formado por dos reporteros, Albert Fábrega y Noemí de Miguel primero y más tarde Melissa Jiménez, una persona encargada de dirigir el previo y el post, Nira Juanco, luego llegaría al cargo la reportera Noemí de Miguel, Antonio Lobato, Pedro de la Rosa y el ingeniero Toni Cuquerella.

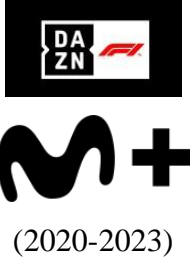

Estos tres últimos se consideran clave y esenciales a día de hoy en las narraciones de televisión de Fórmula 1. No se entiende una carrera sin sus voces. La cobertura de DAZN F1 destaca por su profundidad y calidad, reflejando la evolución tecnológica y el cambio en las preferencias del público, como han expuesto en las redes sociales.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Tabla 4: Narradores de las diferentes cadenas de televisión

CADENA Y AÑO	NARRADOR	AYUDANTES EN LA NARRACIÓN	IMAGEN
 (2004)	Jesús Fraile	Pedro Fermín Flores	
 (2005-2008)	Antonio Lobato	Gonzalo Serrano, Pedro de la Rosa y Víctor Seara	
 (2009-2011)	Antonio Lobato	Marc Gené, Pedro de la Rosa y Jacobo Vega	
 (2012-2015)	Antonio Lobato	Marc Gené, Jacobo Vega y Pedro de la Rosa (a veces)	
 (2014-2020)	Josep Lluís Merlos (Antonio Lobato en el	Joan Villadelprat, Pedro De la Rosa (Alguersuari en 2014 y Dani Clos en el	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.


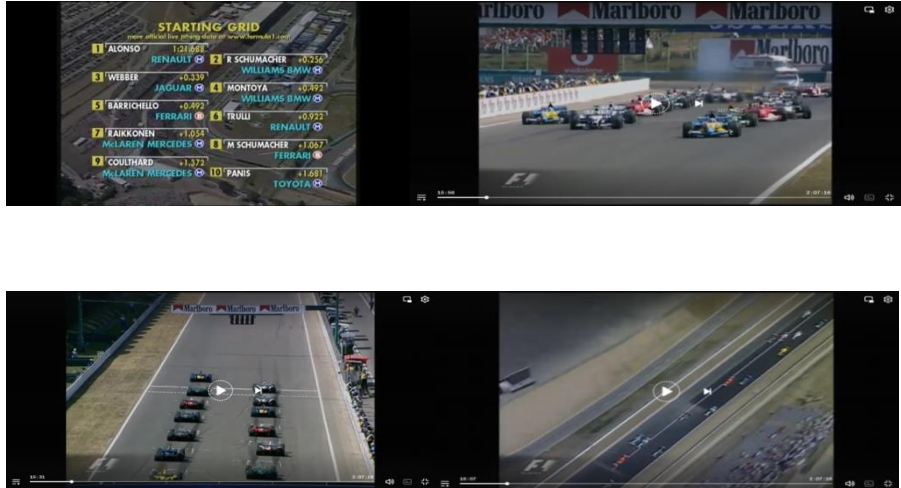
	año 2018)	2015) y Cuquerella a partir del 2017	
 <p>(2020-2023)</p>	Antonio Lobato	Pedro de la Rosa y Toni Cuquerella	

Fuente: elaboración propia con imágenes de Google (Tabla 4).

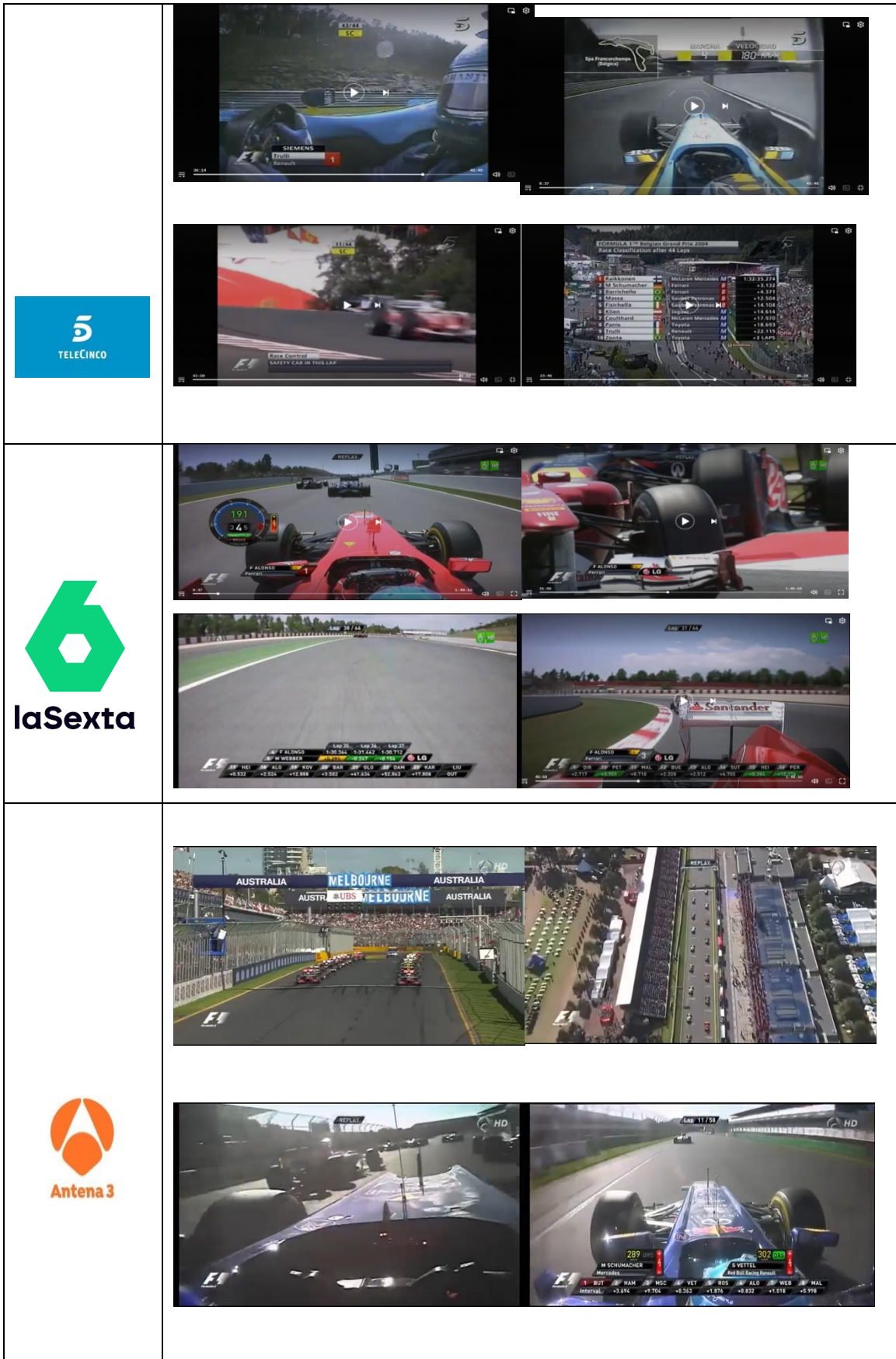
4.2.2 La evolución en las cámaras de la retransmisión de la carrera

El crecimiento y la mejora de las cámaras de retransmisión de la Fórmula 1 en televisión han sido muy significativos, reflejando avances tecnológicos y un enfoque creciente en mejorar la experiencia del espectador. A lo largo de estas dos décadas, se ha pasado de una cobertura básica a una producción sofisticada que maximiza la inmersión y el análisis detallado de las carreras (Tabla 5).

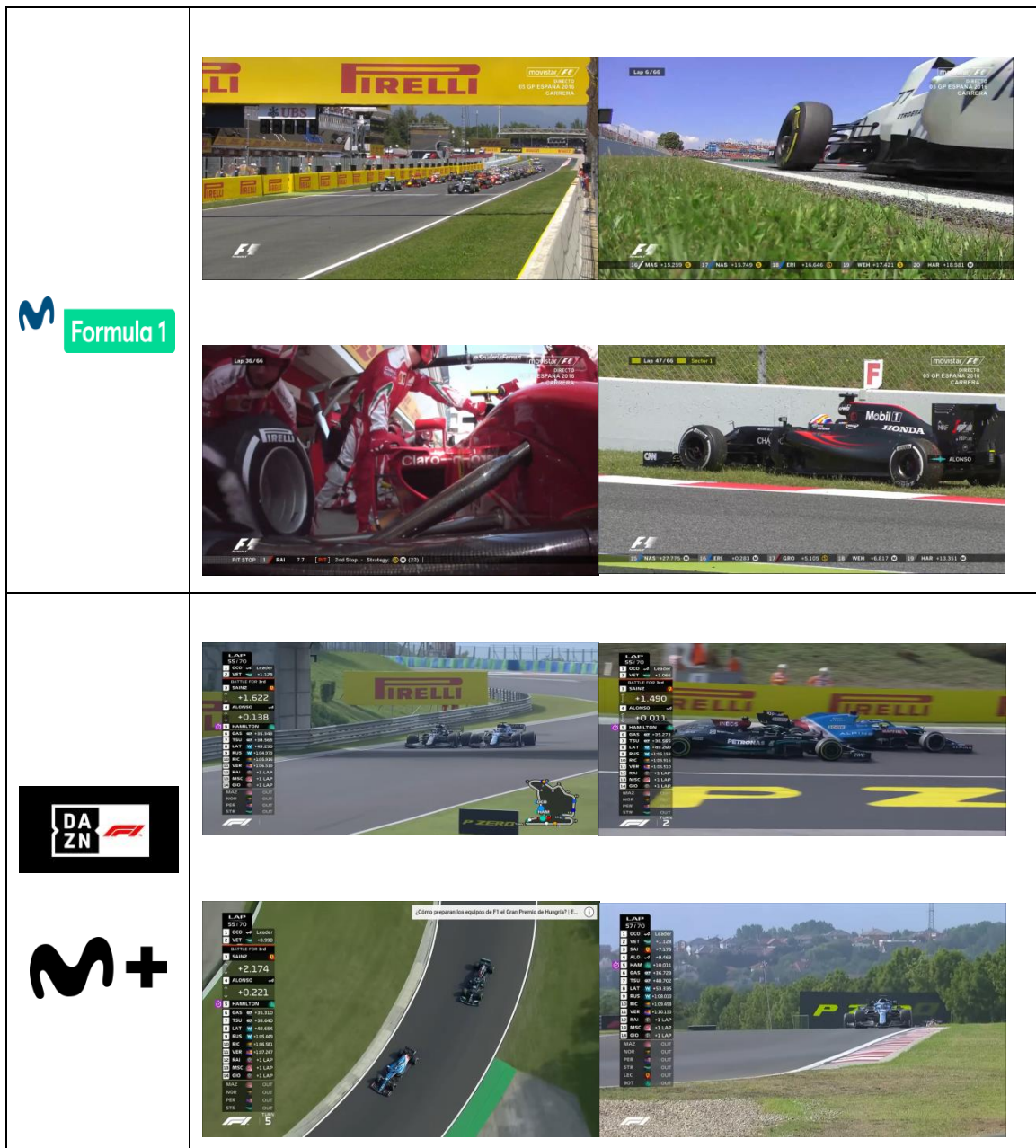
Tabla 5: Evolución de la imagen durante las etapas

CADENA	PLANOS
	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.



Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.



Fuente: elaboración propia. Capturas de imagen de las carreras. (Tabla 5)

En el año 2003, Televisión Española utilizó imágenes *on board*, es decir, cámaras en los coches para ofrecer la mayoría de planos. Además, era frecuente la toma lateral y la aérea. Las repeticiones de incidentes y momentos destacados eran escasas, lo que impedía tener una clara visión de lo sucedido. La tecnología de cámaras y las técnicas de retransmisión eran más básicas, centrándose en cubrir la carrera de manera funcional sin demasiados adornos visuales.

La cobertura de Telecinco desde el año 2004 fue superior a la de TVE en cuanto a la calidad de imagen y la variedad de repeticiones desde diferentes ángulos. Este aumento

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

de planos permitió al equipo de Antonio Lobato una mejor narración y un análisis más detallado.

Los años de La Sexta y Antena 3 fueron un salto grande en las retransmisiones de Fórmula 1. Además de mejorar la calidad de la imagen y de las repeticiones, incorporaron a la pantalla distintos gráficos que ayudaban al espectador a sumergirse en la competición. El ejemplo más claro es que se podía ver la velocidad y la potencia a la que iba el coche en todo momento. La producción visual de las retransmisiones se volvió más sofisticada, reflejando un enfoque creciente en la calidad de la presentación y en el análisis.

Imagen 3: Ejemplo de gráficos utilizados por Antena 3 durante la carrera



Gráficos de Antena 3

Fuente: Antena 3.

El paso a la televisión privada en exclusiva en el año 2016, elevó aún más el nivel de la tecnología de cámaras. Las imágenes de alta definición ofrecían vistas que permitían sumergir al espectador en el coche por su gran resolución. No obstante, lo que no varió son las cámaras *on board* que pese a comenzar en el año 2003, se seguían utilizando varios años después. Además, la cobertura incluyó cámaras especiales en el *paddock* y los *boxes*, proporcionando una visión más completa de todo lo que ocurría durante el fin de semana de carreras.

DAZN F1 entró a la Fórmula 1 en el año 2021. La calidad de la imagen fue muy superior gracias a la tecnología de ultra alta definición (UHD) y a la implementación de cámaras 360 grados. Esto provoca que la cobertura visual de la Fórmula 1 resulte más

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

inmersiva y detallada que nunca. Además las imágenes aéreas permiten capturar vistas aéreas dinámicas y detalladas del circuito, permitiendo ver perspectivas únicas.

Las cámaras superlentas graban 960 fotogramas por segundo, lo que significa que permite capturar la acción 32 veces más lentamente que en una grabación normal. Gracias a su aplicación, se han podido capturar momentos clave con una claridad impresionante, lo que ha facilitado un mejor análisis de incidentes y de las maniobras de los coches. Estas cámaras son esenciales para desglosar los momentos más críticos de la carrera, ofreciendo repeticiones desde múltiples ángulos y en diferentes velocidades. La tecnología ha avanzado hasta el punto de que incluso los detalles más minúsculos, como el desgaste de los neumáticos o los movimientos precisos de los pilotos, son visibles para los espectadores.

Poder ver la telemetría de los coches, es decir, las estadísticas que ven los ingenieros desde el muro (distancia de frenado, velocidad, potencia...) y comparar el rendimiento de diferentes pilotos son innovaciones que no solo provocan que se mejore la experiencia visual de los espectadores, sino que aumente el conocimiento de la audiencia sobre la Fórmula 1 contribuyendo a su fidelización.

4.3 La importancia de la publicidad y espacio dedicado a la audiencia

La publicidad ha tenido y tiene mucha importancia en el mundo de la televisión. La ley a principios de los 2000 permitía que las cadenas públicas interrumpieran la emisión de la carrera para dar paso a unos minutos de publicidad. Esto provocaba que la audiencia no pudiera seguir con claridad lo que estaba sucediendo en el Gran Premio.

Esto se modificó en el año 2010 con el artículo 14 de la Ley de lo Audiovisual en el que se afirma que: “Las retransmisiones de acontecimientos deportivos por televisión únicamente podrán ser interrumpidas por mensajes de publicidad aislados cuando el acontecimiento se encuentre detenido. En dichas retransmisiones se podrán insertar mensajes publicitarios siempre que permitan seguir el desarrollo del acontecimiento” (BOE, 2010). Por eso, La Sexta y Antena 3 comenzaron a utilizar la pantalla dividida, dependiendo de la cadena era más grande o más pequeña, donde se podía ver la carrera a la vez que había publicidad.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Imagen 4: Ejemplo de pausa publicitaria durante la retransmisión de la carrera



Antena 3, la pausa publicitaria durante la carrera

Fuente: Antena 3.

Con el paso a las cadenas privadas, se eliminaron estos anuncios durante el tiempo que estuvieran los coches dando vueltas. Se optó por la publicidad unos minutos antes del comienzo, lo que provocó que la audiencia pudiera seguir con normalidad la emisión de la carrera. Antes del post, también ha optado por garantizar otro espacio a la publicidad. De esta manera, los canales de televisión se garantizan una serie de ingresos mensuales.

La interacción con la audiencia en las retransmisiones de Fórmula 1 no siempre ha sido una cuestión relevante para las cadenas. Televisión Española se limitaba a narrar la carrera, sin intentar tener un mínimo de contacto con los espectadores. En cambio, Telecinco sí que optó por aportar un correo en el que la audiencia pudiera preguntar o comentar lo sucedido en la carrera.

Imagen 5: Ejemplo de interacción con la audiencia durante el previo en Telecinco



Correo que aparecía en la retransmisión de Telecinco en el año 2004

Fuente: Telecinco.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

La llegada de las redes sociales a finales del 2010 provocó un cambio visible en las retransmisiones. Antena 3 decidió contratar a la periodista y presentadora, Laura Simón, para que desde Madrid controlara los comentarios y opiniones de los espectadores, una información que se emitía en el previo.

Imagen 6: Ejemplo de interacción con la audiencia durante el previo de Antena 3



Laura Simón controlando las redes

Fuente: Antena 3.

Movistar decidió, debido a la expansión de la Fórmula 1 en España, crear el programa 'Hora de F1'. Se emitía los martes o los miércoles después de cada carrera y servía para tener un contacto con los espectadores, ya que los propios Grandes Premios eran meramente de carácter informativo, aunque existían las redes sociales que servían de acercamiento. Este programa duró un par de años porque según su presentador, Iñaki Cano, "los presupuestos fluctúan y los programas tienen que empezar y acabar".

DAZN ha utilizado la fórmula de Movistar. Intentar que las redes sociales sean el método de acercamiento entre los espectadores y los narradores. Además, se creó 'Vamos Sobre Ruedas' que tenía una finalidad parecida al programa de Iñaki Cano, pero estaba dirigido por Antonio Lobato, Pedro de la Rosa y Toni Cuquerella. Tenía una duración cercana a la hora y repasaba lo más importante que había sucedido el fin de semana para entretener al espectador.







4.5 La evolución de la post carrera

El espacio dedicado después de la carrera también ha sufrido una evolución considerable. La pequeña valoración de apenas 10 minutos que hacían los narradores en

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

el año 2003 se ha transformado en una tertulia cercana a una hora con la llegada de DAZN, pero hasta llegar hasta ese punto han tenido que pasar varios años (Tabla 6).

Tabla 6: Evolución de la post carrera en la Fórmula 1

Cadena	Imagen de la post carrera
	
	
	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Fuente: elaboración propia. Capturas de imagen de las carreras. (Tabla 6)

En el 2003, el post consistía en retransmitir el podio con las entrevistas a los tres primeros clasificados y una pequeña intervención de los comentaristas. Por eso, tenía una duración que no llegaba a los 15 minutos. Con Telecinco, la duración no se modificó, pero se empezó a incluir un resumen con imágenes de la carrera que facilitaba el análisis de los narradores. Además, la cadena integraba más entrevistas que las del podio.

La Sexta dio bastante más importancia al podio, su duración se acercaba a la media hora y contenía un análisis detallado de lo sucedido en la carrera. Las entrevistas, sobre todo a los pilotos españoles, eran parte fundamental del relato para conocer sus opiniones de

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

lo sucedido. Las repeticiones eran importantes con el objetivo de analizar y repasar las mejores maniobras.

Antena 3 siguió con la tendencia de La Sexta, mantuvo los resúmenes detallados y las entrevistas tanto a los pilotos españoles como a otros de diferentes nacionalidades. Los anuncios eran menos intrusivos, lo que permitió un enfoque mayor en el contenido deportivo.

Movistar aumentó la extensión del post, que pasó a tener una duración de entre 45 y 60 minutos. Aquí comenzó a verse el formato tertulia, es decir, por primera vez aparecieron los comentaristas en imagen y comentaban, dando su opinión, lo más relevante de la carrera. Poder ver a estas personas mientras valoraban lo sucedido aportó ese extra a la experiencia para el espectador. Las entrevistas tanto a pilotos como a jefes de equipo siguieron apareciendo en esta cadena privada.

DAZN junto a Movistar continuó el formato que había iniciado Movistar F1. El análisis en profundidad, con valoraciones detalladas, repeticiones de los momentos clave de la carrera y entrevistas fueron los elementos durante esta etapa.

5. CONCLUSIONES

1) La irrupción de Fernando Alonso en la Fórmula 1 en el año 2003 marcó un punto de inflexión en el interés de los espectadores españoles por el automovilismo. Además, su lucha por las victorias y por conseguir títulos mundiales provocó que el número de espectadores aumentara considerablemente llegando en el año 2005 a tener una audiencia media de más de 4 millones por carrera, superando en casi dos millones el número medio de espectadores del año 2004 con la misma cadena de televisión: Telecinco. Por lo tanto, la hipótesis 1 que mantenía que la llegada de Fernando Alonso suponía un antes y un después en el mundo del motor queda en parte confirmada: tanto Iñaki Cano como Jacobo Vega están de acuerdo en que “sin Alonso no existiría la Fórmula 1 en España”. Sin embargo, las audiencias no solo se vinculan a su aparición en el panorama internacional (ganando el Gran Premio en Hungría) sino a sus triunfos en los campeonatos mundiales que obtuvo en 2005 y 2006.

2) La transición de las emisiones públicas a privadas ha supuesto un descenso en la audiencia de forma considerable: De 1.915.000 en el año 2015 se pasó a 307.000 en el año 2016. Tener que pagar como mínimo 7 euros al mes por ver la Fórmula 1 ha provocado que miles de personas se alejaran de las retransmisiones del motor. Esto confirma la hipótesis 2 que mantenía que la etapa de mayor esplendor de audiencia se dio cuando las retransmisiones eran gratuitas, ya que los espectadores siguen mucho más los contenidos que no exigen pago y son fácilmente accesibles. Implementar una barrera económica para poder ver las retransmisiones de Fórmula 1 fue un gran impedimento para promocionar las carreras.

3) El previo y la post carrera enriquecen la retransmisión y permiten proporcionar a los espectadores un conocimiento más amplio sobre este deporte, conocer las declaraciones de los pilotos y disfrutar de un análisis extenso de lo sucedido. La extensión de ambos formatos con los años revela la importancia que han ido ganando para las cadenas. En el año 2003, no había previo y la post carrera apenas superaba los 10 minutos. Con la llegada de La Sexta, el previo rondaba las dos horas y el post superaba la media hora. La audiencia ha recibido de forma positiva el poder ver reportajes, entrevistas y un análisis detallado en ambas franjas horarias. En consecuencia, la hipótesis 3 que mantenía que la creación de la previa y el post de las

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

carreras se justificarían por la necesidad de ofrecer a la audiencia una experiencia más completa e interactiva se considera correcta.

4) Antonio Lobato ha sido el narrador por excelencia de la Fórmula 1 en España desde que comenzó en el año 2004 de la mano de Telecinco. Solamente ha estado dos años (2016 y 2017) alejado de las retransmisiones de este deporte. Lobato ha creado un estilo narrativo dinámico, capaz de captar y mantener la atención de los espectadores. Tanto Vega como Cano están de acuerdo en que se ha convertido en el narrador número de uno de la Fórmula 1 gracias a su trabajo diario. De este modo la hipótesis 4 que valoraba la continuidad de Antonio Lobato en el mundo de la Fórmula 1 por su experiencia, estilo de narración y conexión con la audiencia, es correcta, y su posición como “referente en la cobertura televisiva de este deporte en España” queda probada.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

6. REFERENCIAS

Alcoba, A (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.

Altabella, José (1988). *Historia de la prensa deportiva madrileña*. En *Orígenes del deporte madrileño. Condiciones sociales de la actividad deportiva. 1870-1936 (Vol. I)*, coordinado por Zabalza, R., Madrid: Comunidad de Madrid.

-Apuntes de la Asignatura de Periodismo Deportivo de la Universidad de Valladolid. Curso: 2023-2024. Profesor: Miguel Ángel Pérez Lamas.

- Barroso García, Jaime (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

- Berelson, Bernard (1952). *Content Analysis in Communications Research*. Nueva York, Estados Unidos: Free Press.

- Blanco, J. M. (2001). *Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático*. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 6(11), 267. <https://doi.org/10.1387/zer.6082>

- Boletín Oficial del Estado (BOE) (2010). <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>

- Bonaut Iriarte, J., & Vicent-Ibáñez, M. (2019). *Los contenidos deportivos en la programación televisiva española (1993-2010): un análisis desde la perspectiva de los índices de audiencia* [Trabajo de Investigación, Universidad de Zaragoza y de Burgos].

- Bonaut Iriarte, Joseba (2008). *Televisión y Deporte: Influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)*. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cac.cat/sites/default/files/2017-05/Television_y_deporte_-_Joseba_Bonaut.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2017-05/Television_y_deporte_-_Joseba_Bonaut.pdf)

-Cagigal, J. M. (1975). *El deporte en la sociedad actual*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA41811562>

- Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.
- Dayan D. y Katz, E. (1995): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
 - EFE [en línea]. Los Ondas 2010 premian a ‘Hoy por Hoy’ y ‘Águila Roja’. Faro de Vigo. Disponible en: <http://www.farodevigo.es/portada/2010/11/03/ondas-2010-premian-hoyhoy-aguila-roja/487419.html>
 - Ferrando, M. G. (1990). *Aspectos sociales del deporte : una reflexión sociológica*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA80695315>
 - Gallego, P.; Maestro, L. (2014). *Las audiencias de la Formula 1: ¿deporte o deportista?*, En: VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, nº 6. Tenerife: Universidad de La Laguna. 1-14.
 - García Santamaría, José Vicente; Alcolea, Gema (2011). *Los derechos audiovisuales de retransmisiones deportivas y su repercusión en el mercado televisivo español*. 9. Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010060.pdf
 - Lizaga-Villarroya, J. (2014). *Deporte, crisis y simulacro: ¿Distracción o discurso global?* En Revista *F@ro*, primer semestre de 2014, volumen 1, número 19, Universidad de Playa Ancha. 65-79. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780267>
 - Lobato, A. (2015). *Volando sobre el asfalto*. Barcelona: Planeta.
 - Macleimont, Q., & Ricardo, S. (2000). *Deporte, medios y periodismo. Deporte, Medios y Periodismo*. 26. <http://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/8.pdf>
 - Marín Montín, Joaquín (2004): *Las retransmisiones deportivas en televisión*. En *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, número 2. 41-50

- Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.
- Monzó, V. R. (2015). *La evolución de las retransmisiones deportivas en televisión a través de las nuevas tecnologías: el fútbol como paradigma en España*. DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals). <https://doaj.org/article/ab518eb34b854304b2a6d9772fd4871a>
 - Parlebas, P. (1988). *Elementos de sociología del deporte*. *Elementos de Sociología del Deporte*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=44846>
 - Pérez Gijón, Bernardo (2023). *Evolución de la audiencia de la Fórmula 1 en España desde el año 2000 hasta la actualidad*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/151831/PER_PEREZGIJON_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - Riera, J. L., & Balagué, G. (1985). *Introducción a la psicología del deporte*. *Introducción A la Psicología del Deporte*, 21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=17864>
 - Rincón, L. A., & Cano, A. M. M. (2016). *PERIODISMO DEPORTIVO*. *El Fútbol es el Rey*. *Luciérnaga*, 8(16), 10-26. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v8n16a2>
 - Rojas Torrijos, José Luis (2012). *Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo*. *Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos*, 4-5. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Del_futbol_por_exceso_a_la_espectaculari.pdf
 - Rojas-Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo*. *Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09> (TFG)
 - Sanjurjo, J. A. S. (2014). *Fútbol e identidades: la actuación de la selección española de fútbol en los Juegos Olímpicos de Amberes y París a través de su impacto en la prensa*. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1697-9906-1-PB2.pdf
 - Seijas (2003). *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Madrid: Editorial Universitas.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

-Vizcarra, J. M. (2009). *PERIODISMO DEPORTIVO 3.0. Razón y Palabra*, 14(69), 6.
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520330053.pdf>

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

7. ANEXOS

7.1 ANEXO I

7.1.1 Algunos ejemplos de la ficha de análisis (Tabla 2)

FICHA DE ANÁLISIS		
Etapa: 1º Etapa		
Año: 2003		
Cadena: Televisión Española (TVE)		
Gran Premio: Hungría (Budapest)		
Contiene previo: No		
Contiene post carrera: Sí		
En caso afirmativo, completa la siguiente tabla		
FICHA DE ANÁLISIS DE LOS PREVIOS		
Duración		
Colaboradores		
Entrevistas a pilotos		
Reportajes		
Presencia de patrocinadores		
Calidad de la imagen		
Calidad del sonido		
Interacción con la audiencia		
FICHA DE ANÁLISIS DE LAS CARRERAS		
Duración	1 hora y 40 minutos	
Narrador	Jesús Fraile	
Ayudantes en la narración	Pablo Fermín Flores	
Están presentes en el circuito	Sí	
Uso de repeticiones	Sí, aunque muy pocas	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Lenguaje	Abundancia de adjetivos y escasos términos relacionados con el mundo del motor	
Calidad de la imagen	Mejorable	
Cámaras on board de los pilotos	Sí	
Calidad del sonido	Bueno, se escucha bastante el sonido del coche	
Anuncios publicitarios durante la carrera	Sí	
Audiencia	4.000.000 de personas	
Radios de los pilotos escuchadas por la audiencia	No	
FICHA DE ANÁLISIS DEL POST CARRERA		
Duración	14 minutos	
Resumen de la carrera	No	
Valoraciones de los encargados de narrarla	Sí, aunque de forma rápida y escasa	
Colaboradores extras	No	
Los espectadores ven a los narradores	No	
Retransmisión de las entrevistas del podio	Sí	
Entrevistas a los pilotos españoles	No	
Entrevistas a pilotos de otras nacionalidades	No	
Repeticiones de la carrera	No	
Anuncios	Sí, en cuanto finaliza la	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

	carrera	
Contestación de preguntas de la audiencia	No	

FICHA DE ANÁLISIS		
Etapa: 4º Etapa		
Año: 2012		
Cadena: Antena 3		
Gran Premio: Australia		
Contiene previo: Sí		
Contiene post carrera: Sí		
En caso afirmativo, completa la siguiente tabla		
FICHA DE ANÁLISIS DE LOS PREVIOS		
Duración	2 horas de previo	
Colaboradores	Antonio Lobato, Nira Juanco, Jacobo Vega, Marc Gené y Laura Simón (desde Madrid)	
Entrevistas a pilotos	Sí	
Reportajes	Sí	
Presencia de patrocinadores	Sí	
Calidad de la imagen	Buena	
Calidad del sonido	Buena	
Interacción con la audiencia	Sí	
FICHA DE ANÁLISIS DE LAS CARRERAS		
Duración	1 hora y 26 minutos	
Narrador	Antonio Lobato	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Ayudantes en la narración	Jacobo Vega y Marc Gené	
Están presentes en el circuito	Sí	
Uso de repeticiones	Sí, desde varios ángulos	
Lenguaje	Similar a la época de La Sexta	
Calidad de la imagen	Buena	
Cámaras on board de los pilotos	Sí	
Calidad del sonido	Bueno, se escucha bastante el sonido del coche	
Anuncios publicitarios durante la carrera	Sí	
Audiencia	1.200.000 personas (teniendo en cuenta que era a la madrugada)	
Radios de los pilotos escuchadas por la audiencia	Sí	
FICHA DE ANÁLISIS DEL POST CARRERA		
Duración	20 minutos	
Resumen de la carrera	Sí	
Valoraciones de los encargados de narrarla	Sí, mientras se ve el resumen	
Colaboradores extras	Sí, Nira Juanco	
Los espectadores ven a los narradores	No	
Retransmisión de las entrevistas del podio	Sí	
Entrevistas a los pilotos españoles	Sí	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Entrevistas a pilotos de otras nacionalidades	Sí	
Repeticiones de la carrera	Sí, en especial si hay accidentes	
Anuncios	Sí, encubiertos	
Contestación de preguntas de la audiencia	No	

FICHA DE ANÁLISIS		
Etapa: 6º Etapa		
Año: 2023		
Cadena: Dazn F1		
Gran Premio: Hungría (Budapest)		
Contiene previo: Sí		
Contiene post carrera: Sí		
En caso afirmativo, completa la siguiente tabla		
FICHA DE ANÁLISIS DE LOS PREVIOS		
Duración	2 horas de previo	
Colaboradores	Antonio Lobato, Noemí de Miguel, Melissa Jiménez, Albert Fábrega, Pedro de la Rosa y Toni Cuquerella	
Entrevistas a pilotos	Sí, muchas más que años anteriores	
Reportajes	Sí, destacan las 'Fabregalecciones'	
Presencia de patrocinadores	No	
Calidad de la imagen	Muy buena	
Calidad del sonido	Muy bueno	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Interacción con la audiencia	Sí, redes sociales	
FICHA DE ANÁLISIS DE LAS CARRERAS		
Duración	1 hora y 42 minutos	
Narrador	Antonio Lobato	
Ayudantes en la narración	Pedro de la Rosa y Toni Cuquerella	
Están presentes en el circuito	No	
Uso de repeticiones	Sí, desde varios ángulos	
Lenguaje	Los tres aportan un lenguaje cercano que gusta a la audiencia	
Calidad de la imagen	Muy buena	
Cámaras on board de los pilotos	Sí	
Calidad del sonido	Muy bueno	
Anuncios publicitarios durante la carrera	No	
Audiencia	607.000 personas	
Radios de los pilotos escuchadas por la audiencia	Sí	
FICHA DE ANÁLISIS DEL POST CARRERA		
Duración	1 hora y 10 minutos	
Resumen de la carrera	Sí	
Valoraciones de los encargados de narrarla	Sí, mientras se ve el resumen	
Colaboradores extras	Noemí de Miguel, Melissa Jiménez y Albert Fábrega	

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Los espectadores ven a los narradores	Sí	
Retransmisión de las entrevistas del podio	Sí	
Entrevistas a los pilotos españoles	Sí	
Entrevistas a pilotos de otras nacionalidades	Sí	
Repeticiones de la carrera	Sí, mientras se hace una especie de tertulia	
Anuncios	No, solo cuando finaliza la carrera	
Contestación de preguntas de la audiencia	No	

7.2 ANEXO II

7.2.1 Entrevistas

Entrevista a Iñaki Cano Martínez, encargado de presentar las previas y los post carrera de todos los grandes premios desde el año 2016 hasta el 2021. Además, durante los años 2017 y 2018 era el presentador de ‘Hora de F1’, programa que se emitía cada martes que había carrera.

PREGUNTA. ¿Cuántos periodistas pueden dedicarse a la Fórmula 1 en España? ¿Entre ellos tienen una buena relación o existe una competencia?

RESPUESTA. Pocos, pero debería haber más. No quiero decir una cifra porque afortunadamente hay cada vez más canales de difusión. La Fórmula 1 es uno de los deportes más seguidos en nuestro país.

Siempre hay competencia. Y siempre la habrá. Eso puede provocar fricción. Aunque yo no la he sufrido mucho. Te has dejado la envidia. Que es un pecado capital... de eso siempre hay, pero en todos los ámbitos de la vida.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

PREGUNTA. ¿Qué ha supuesto la figura de Fernando Alonso para la F1 en España? Y ¿cómo cree que ha cambiado las narraciones de la Fórmula 1 desde que llegó Alonso hasta hoy en día?

R. Por Alonso este país sigue la Fórmula 1. Le mostró un deporte que era seguido por una minoría y que creció hasta ser mayoría por sus actuaciones.

Luego se fue pero la afición se mantuvo en unos números más que interesantes. Apareció Sainz y volvió a subir. Y ahora disfrutamos de un buen momento.

También he de admitir que lo que te da más o menos seguimientos son las victorias, los podios y los jaleos. Un 10º puesto no es lo más atractivo del mundo

PREGUNTA. ¿Qué se ha hecho desde el periodismo deportivo para mantener la afición que generó Alonso? ¿Cuáles han sido las estrategias que han dado mejor resultado?

R. Por mi experiencia en F1 y en otros deportes, lo que mejor funciona son los triunfos y que el protagonista sea cercano y no se esconda. Si eso sucede, el plan desde los medios es sencillo: mostrar los triunfos y al protagonista.

Si no hay victorias, el protagonista puede sostenerlo todo. Ojo que el ecosistema de la F1 también es muy interesante y el aficionado de nuevo cuño puede descubrir lo magnético que puede ser Hamilton por ejemplo.

PREGUNTA. Desde el año 2016 hasta el 2021 ha presentado las previas y los post de todas las carreras de Fórmula 1. ¿Lo hacía siempre desde Madrid o viajaba alguna vez a los circuitos?

R. Era un sistema híbrido. Según a qué GP, se viajaba a los circuitos con todo el equipo o no. La fórmula de trabajo era buena en ambos casos.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

PREGUNTA. ¿Cuáles eran los objetivos que se marcaban en la retransmisión del previo y del post? ¿Cómo se determinaban los contenidos o secciones que debían aparecer?

R. En la previa, los contenidos se decidían según la actualidad pero el esqueleto se pintaba ya desde el final de la siguiente carrera. Reunión con la gente de redacción, proposición de temas y a trabajar en ellos. Hay que jugar con bastante previsión y también tener la suficiente cintura para improvisar y modificar el plan inicial.

Los contenidos del post sin embargo eran algo que nos daba una carrera que acababa 25' antes de iniciar esos programas. Los daba la actualidad. Empezábamos el post sabiendo lo que había pasado y el editor (que está en el Control) nos marcaba la escaleta.

Entrar en un plató sin saber qué puede pasar es una sensación maravillosa. Te obliga a ser rápido mentalmente y estar preparado. Saberte todo perfectamente.

Sin dudar.

PREGUNTA. ¿Qué secciones o novedades introdujo Movistar F1 respecto a las anteriores emisiones de cadenas como Antena 3 o Telecinco?

R. En el primer año, Merlos y Villadelprat. Dos leyendas. Eran los daban la cara. Miguel Cueto dirigía. Programas desde todos los circuitos. Despliegue de cámaras y reporteros. Una cobertura sensacional. Un año increíble.

Luego, en 2016, esa fórmula pasó a ser híbrida manteniendo los reporteros en los circuitos pero trasladando a Madrid a los narradores, comentaristas y presentador (yo).

Sinceramente, las dos maneras de hacerlo eran efectivas aunque siempre es mejor hacerlo in situ todo. Más caro también. Y al que hace los números eso no me gusta tanto.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

PREGUNTA. En las previas y en los post durante su etapa, ¿se interactuaba con la audiencia? Si es así, ¿cómo se hacía?

R. No se interactuaba en esos momentos. Los programas de los GP eran pura información. El contacto con los espectadores era después, el martes o el miércoles cuando en Hora de F1 abríamos esa puerta. Con todo más calmado y reposado.

PREGUNTA. Cuando comenzó a emitirse la Fórmula 1 por televisión en España, casi todo el contenido se centraba en la propia carrera. Sin embargo, cada vez se dedica más tiempo al previo y, sobre todo, al post. ¿Cree que es así? Y si está de acuerdo, ¿a qué se debe?

R. El espectador demanda más cosas: información, entrevistas, historias, opiniones. Los programas evolucionan para satisfacer esos deseos.

PREGUNTA. ¿Cómo valora su experiencia en los años que ha estado en Movistar F1? ¿Cuáles eran las indicaciones y los planes de la cadena para la F1?

R. Mis años en Movistar F1 los recuerdo con mucho cariño. Fueron años de aprendizaje profesional y personal. Me doctoré en ritmo y dinámica en un plató. Digamos que maduré como profesional. Comprendí mejor mi profesión.

La cadena quería mejor el producto y en líneas generales creo que se logró. Con matices pero se logró.

PREGUNTA. La llegada de Dazn, antes con Movistar, y ahora con los derechos en solitario, ¿cree que es el impulso que necesitaba la Fórmula 1 en España?

R. No soy un especialista en estos temas de derechos. Me ciño a una respuesta anterior: si hay victorias, podios españoles e historias que contar, más gente lo verá.

PREGUNTA. ¿Cuánto de importante es la publicidad en la televisión? ¿A qué tipo de clientes se dirige y cómo se relaciona con el perfil de la audiencia de la F1?

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

R. Para las televisiones generalistas, la publicidad es clave. Es la que paga la fiesta. Sin embargo, en los últimos años se ha producido un fenómeno bastante negativo.

La forma de entretenerse ha cambiado. Ya no hay audiencias de 9 millones de personas. Las marcas dicen que pagan menos y, aquí viene el problema, las teles dicen que ok. Entonces, al recibir menos dinero, el producto televisivo es peor. Con lo cual, la audiencia baja. Es un círculo vicioso que se inició cuando el primer ejecutivo televisivo aceptó la rebaja por lo de las audiencias. Es una situación que sólo se vive en España. En USA las marcas siguen pagando lo que pagaban, incluso más, aunque la audiencia se haya diversificado.

PREGUNTA. Desde dentro, ¿cómo es trabajar durante tantos años haciendo las previas y los post de los grandes premios en lo que se refiere a la organización, el tiempo dedicado, viajes y la facilidad de contacto con los pilotos y escuderías?

R. Es maravilloso y complicado al mismo tiempo. Compaginar Vida personas y profesional en esto del periodismo no es sencillo. Por los horarios, la forma de vida, la manera de entender la vida... y si a eso le añades viajes, pues es divertido. A mí me encanta esta vida que tengo.

Y luego el contacto con pilotos y escuderías, pues todo más funcionarial. Hablas con el equipo, solicitas entrevista personalizada y esperar confirmación. Luego, la propia F1 te proporciona espacio para hablar con los pilotos tras cada sesión de entrenamiento, qally o carrera. Lo de no esconder al protagonista que decíamos antes...

PREGUNTA. Ha trabajado con diferentes personalidades como Josep Lluís Merlos, Joan Villadelprat o el más destacado, Antonio Lobato. ¿Qué ha aportado cada uno de ellos a la retransmisión y por qué cree que Lobato lleva tanto tiempo en este mundo?

R. Son estilos distintos. Y cada uno tiene sus pros y sus contras. Y tienen su público también.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Merlos y Joan aportaron (y aportan) unos conocimientos del deporte que no están al alcance de mucha gente. Y dudo que, si hay gente que sepa más que ellos, hayan estado in situ. Buscar en google sabe todo el mundo para ver la historia. Pero vivir la historia sólo lo hacen unos pocos

Desconozco las razones por las que Lobato lleva tanto tiempo. Es lo que tiene estar en el momento adecuado en el sitio correcto. Y trabajárselo mucho. Entender al espectador. Ah, y la pasión.

PREGUNTA. Con el fin de la emisión pública de las carreras de Fórmula 1, el número de espectadores descendió considerablemente. ¿Cree que la emisión privada es rentable y se podrá mantener en el tiempo o estará muy relacionada con la presencia de pilotos españoles en la lucha por los podios y victorias?

R. Las victorias, los podios y las historias bien contadas atraen a la masa. Si no hay nada de eso, volveremos a la minoría.

PREGUNTA. Por último, en los años 2017 y 2018, presentó un programa los martes que se llamaba “Hora de F1”. ¿Por qué solo duró dos años? ¿No generaba la suficiente audiencia?

R. Estando en una plataforma de pago, donde un abonado paga una cuota a final de mes por tener ese canal, las audiencias dan un poco igual. Y he dicho “tener”. Verlo o no es otro tema. “Tener”.

El programa duró dos años porque los programas empiezan y acaban. Y los presupuestos fluctúan.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Entrevista a Jacobo Vega, periodista que se unió a las narraciones de las carreras de Fórmula en el año 2009 en La Sexta. Ha estado en esta función junto a Antonio Lobato y otros colaboradores como Pedro de la Rosa o Marc Gené hasta el año 2015.

PREGUNTA. ¿Cuántos periodistas pueden dedicarse a la Fórmula 1 en España? ¿Entre ellos tienen una buena relación o existe una competencia?

R. Yo te puedo hablar de los años en los que yo seguí el mundial (2004-2015) porque ahora mismo no sé exactamente cuántos periodistas hacen el campeonato. En estos años ha sido un poco variable, en la época 2004-2007, 1º boom de Alonso, había bastantes medios, unos 10, más Telecinco y TV3.

En 2008 y 2009, entre la crisis de resultados con Alonso en una Renault en horas bajas y la crisis financiera, que afectó mucho a los medios, casi estábamos sólo las televisiones y esporádicamente medios grandes como AS o Marca, sobre todo en las carreras de Europa. En 2010 con el fichaje por Ferrari, se vive el 2º boom y otra vez muchos medios en los circuitos: As, Marca, Sport, Mundo Deportivo, El País, El Mundo, ABC, Prensa asturiana (Nueva España y La Voz), La Vanguardia, Catalunya Radio... y además hubo un boom de las teles al compartir Mediapro los derechos entre La Sexta y las autonómicas.

Además de TV3 que siempre había estado, empieza a venir Canal9 y TPA (Asturias) y en algunas carreras también La TV de Baleares. Luego, a partir de 2013, todas estas televisiones se dan de baja y empieza a venir menos gente. En 2014 se incorpora Movistar que comparte los derechos con nosotros (Antena3), pero esos años baja la presencia de otros medios como periódicos.

La relación era bastante cordial, aunque es verdad que había gente con la que te juntabas más y gente con la que te juntabas menos. Había rivalidad entre AS y Marca, pero nunca ninguna pelea ni nada. Había buena relación, entre casi todos, a veces íbamos a jugar al fútbol, a cenar, etc... aunque ya te digo que solías juntarte más por afinidad. Es igual que en la universidad o en el trabajo, te puedes llevar bien con todo el mundo en general, pero no vas con los 30 a cenar.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

PREGUNTA. ¿Qué ha supuesto la figura de Fernando Alonso para la F1 en España? Y ¿cómo cree que ha cambiado las narraciones de la Fórmula 1 desde que llegó Alonso hasta hoy en día?

R. La figura de Alonso es fundamental en la F1 en España, eso no se puede poner en duda. Sin Alonso no existiría la F1 en España tal y como la conocemos, para bien o para mal.

Más que las narraciones, lo que ha cambiado es el producto en general si hablamos de TV: los previos, los post, la información, cómo se da, etc... Obviamente teniendo a Alonso luchando por la victoria, pues seguramente sí que cambia un poco el enfoque, menos aséptico.

PREGUNTA. ¿Qué se ha hecho desde el periodismo deportivo para mantener la afición que generó Alonso? ¿Cuáles han sido las estrategias que han dado mejor resultado?

R. Siempre se habla de que, particularmente, en las televisiones hemos sido un poco parciales. Yo creo que sí es verdad, es imposible ser objetivo, pero ni en la F1 ni en ningún deporte, la gente se identifica con los suyos y aunque puede que hubiera algún aficionado que fuese fan de Raikkonen o de Hamilton en esos años, el 99% del público al que tú te diriges va con Alonso. Igual que van con Nadal o con la selección de fútbol.

Dicho esto, es cierto que los programas y las retransmisiones tenían el foco puesto en Alonso, no haberlo hecho, habría sido de tontos, pero si echas la vista atrás, en los programas de La Sexta o de Antena 3 hemos entrevistado o hemos hecho reportajes e historias con prácticamente todos los pilotos de las diferentes parrillas, hemos hecho reportajes con todos los equipo, con la FIA, con Ecclestone...

No sé, creo modestamente que enseñamos muchas cosas de la F1 que la gente desconocía y que ahora si son familiares es precisamente por haberlo enseñado en una época en que las RRSS o YouTube no tenían el desarrollo ni la enorme distribución que tienen ahora.

Yo creo que si ahora mismo se está viviendo en España este 3º boom de la F1 es en parte gracias a lo que se hizo todos esos años. La estrategia que creo que funcionó fue la

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

de enseñar cómo funciona la F1, como es ese mundo por dentro, a mucha gente que nunca ha tenido, y que probablemente no tendrá, la oportunidad de ir a un paddock.

PREGUNTA. Durante los años que estuviste en La Sexta y en Antena 3, ¿viajaba siempre a todos los circuitos?

R. Sí, siempre. Desde 2005 sólo me perdí una carrera, antes de entrar en La Sexta, cuando nació mi hijo en 2008 que fue el Gran Premio de Bélgica que fue famoso por la pepea entre Raikkonen y Hamilton, que Kimi se salió y a Hamilton le penalizaron por saltarse la chicane, que acabó ganando Massa y que Alonso puso neumáticos de lluvia al final y en una vuelta adelantó 4 o 5 coches.

PREGUNTA. ¿Qué cree que aportó La Sexta a las narraciones de Fórmula 1 que no lo hubiera hecho años anteriores Telecinco y TVE?

R. A las narraciones en concreto no lo sé, no cambió mucho, porque Antonio y Marc/Pedro ya estaban en Telecinco. Sólo cambié yo, bueno y Víctor Seara en 2009, y no sé. Modestamente creo que añadí un tipo de análisis y una lectura de carrera que mi predecesor no hacía. Seguramente un poco más de seriedad en el sentido de no decir cosas disparatadas.

Creo que se cambió el estilo. Estaba claro que Lobato y Serrano no casaban bien, Serrano nunca se resignó al papel de ser la segunda voz y trataba de realizar una narración paralela a la de Antonio, que quedaba muy rara y poco profesional. Antonio y yo creo que nos entendíamos bien y junto a Marc y Pedro hacíamos un buen trabajo.

PREGUNTA. ¿Cuáles eran los objetivos que se marcaban en la retransmisión del previo y del post? ¿Cómo se determinaban los contenidos o secciones que debían aparecer?

R. Realmente no se trabajaba con ningún objetivo. Los redactores de circuito proponíamos algunos temas y a veces nuestros jefes, Antonio Lobato y Julio Morales, nos los compraban y otras veces no. Luego el equipo de redacción de Madrid también proponía otros temas que hacían ellos y si necesitaban apoyo de declaraciones o imágenes nos las pedían.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

El lunes previo a la carrera hacíamos una reunión de escaleta donde ya se quedaba casi al 100% fijado como sería el programa. Las secciones se solían discutir al comienzo de la temporada. Un poco igual, proponíamos secciones y Antonio y Julio tenían la última palabra.

PREGUNTA. En las previas y en los post durante su etapa, ¿se interactuaba con la audiencia? Si es así, ¿cómo se hacía?

R. Cómo te decía antes las RRSS ni tenían tanto desarrollo, pero sí, en Antena 3 metíamos cosas de RRSS tanto en los entrenamientos libres como en los previos. Eran cosas muy básicas, pero mediante un hashtag la gente hacía preguntas, teníamos a Laura Simón en el estudio que nos las comentaba y respondíamos en directo. Luego también hacíamos un vídeo encuentros una vez al mes que la gente nos hacía preguntas. Todo muy básico.

PREGUNTA. Cuando comenzó a emitirse la Fórmula 1 por televisión en España, casi todo el contenido se centraba en la propia carrera. Sin embargo, cada vez se dedica más tiempo al previo y, sobre todo, al post. ¿Cree que es así? Y si está de acuerdo, ¿a qué se debe?

R. Yo creo que es el signo de los tiempos. Los eventos deportivos se hacen casi todos en televisión de pago y no generalista, por lo que para mantener la audiencia y enriquecer el producto tienes que hacer programas especiales previos y post.

PREGUNTA. ¿Hubo algún cambio en el paso de derechos de emisión de La Sexta a Antena 3?

R. No, el equipo que lo hacíamos era el mismo, si acaso, en La Sexta se daba bastante importancia a la F1 en los informativos y otros programas y en Antena3 el seguimiento que se hacía fuera de las propias retransmisiones dejaba bastante que desear.

PREGUNTA. La llegada de Dazn, antes con Movistar, y ahora con los derechos en solitario, ¿cree que es el impulso que necesitaba la Fórmula 1 en España?

R. Pues no sé qué contestarte, a mí el formato no me termina de convencer, es más de lo mismo, es lo que hacíamos en A3 hace 10 años, hay muy poca innovación. Lo mejor que tienen es que el trío Antonio-Toni-Pedro tiene mucho tirón entre la gente y ese es el

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

fuerte del producto, pero es que es lo mismo que se hacía en Movistar, con algunos pequeños detalles.

PREGUNTA. Cuánto de importante es la publicidad en la televisión, porque si no me equivoco en medio de las carreras en Atresmedia se hacía un parón para ir a publicidad, ¿por qué se hacía así?

R. Porque las cadenas generalistas se financian con publicidad y por eso había esas pausas. Ahora en canales de pago, no se interrumpe la carrera porque la gente paga por verla ya no se financia con anuncios, aun así hay publicidad antes y después de la carrera. La publicidad es algo inherente a los medios de comunicación, sé que es molesta, pero no se puede renunciar a ella.

PREGUNTA. Con el fin de la emisión pública de las carreras de Fórmula 1, el número de espectadores descendió considerablemente. ¿Cree que la emisión privada es rentable y se podrá mantener en el tiempo o está muy relacionada con la presencia de pilotos españoles en la lucha por los podios y victorias?

R. Ahora mismo entiendo que sí es rentable, aunque no sé el número de abonados de DAZN ni el precio que les está costando dar la F1. Cuando no esté Alonso, está claro que va a bajar el interés y, por tanto, la audiencia. Veremos qué pasa con Sainz y si llegan otros pilotos como Pepe Martí que puedan revitalizar este interés, pero seguro que se va a notar.

PREGUNTA. Desde dentro, ¿cómo es trabajar durante tantos años retransmitiendo los grandes premios en lo que se refiere a la organización, el tiempo dedicado, viajes y la facilidad de contacto con los pilotos y escuderías?

R. Bueno, al final por mi familia yo llevo siendo aficionado desde pequeño a las carreras así que, cuando te surge la oportunidad de trabajar en la Fórmula 1 lo vives como un sueño aunque al final es duro por lo que tú dices, todo el tiempo que pasas fuera viajando.

Cuando yo empecé eran 16 carreras, muy llevadero ahora es mucho más complicado para la gente que tiene familias. Lo de organización no sé a qué te refieres y el poder

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

formar parte de ese mundo, con los equipos y los pilotos, pues una experiencia inolvidable.

La F1 es un entorno en el que todo el mundo desconfía de todo el mundo, al principio cuesta que te den confianza, pero luego poco a poco pues ya eres uno más del paisaje, siempre teniendo en cuenta que siendo periodista por un lado te van a tratar de utilizar y por otro lado nunca van a confiar 100% en ti. Hay muchos periodistas que se piensan que por tener una buena relación con algunos pilotos son sus amigos y esto no es así, nunca lo van a ser.

PREGUNTA. Ha trabajado con diferentes personalidades como Pedro de la Rosa, Marc Gené o el más destacado, Antonio Lobato. ¿Qué ha aportado cada uno de ellos a la retransmisión y por qué cree que Lobato lleva tanto tiempo en este mundo?

R. Antonio es un tío muy trabajador, muy cabezota, nunca se da por vencido y luego tiene un talento natural para narrar, además de una buena voz. Para mí, es uno de los mejores narradores deportivos de la historia en España aunque haya gente que le critique, sobre todo, por esa parcialidad con Alonso, que ya la hemos comentado antes.

Antonio en 2015 estaba agotado de la F1, ten en cuenta que en T5, La Sexta y Antena 3 era el director además del narrador. Yo he hablado con él muchas veces y me decía que quería hacer otras cosas y, de hecho, estuvo dos años alejado de la F1, pero si te acuerdas seguía tuiteando cosas, se metió en la web esa con Rosaleny, hacía vídeos en su casa... o sea, que no abandonó del todo la F1.

Cuando Julio Morales le llamó para volver a narrar en 2018, pensaba que le iba a decir que no, pero le atrajo la idea de volver y ahora yo creo que se hace un poco complicado escuchar en España una carrera de F1 y que no la narre Antonio. Concretamente creo que dura porque él quiere seguir y porque a la gente, en general, le gusta como lo hace.

Pedro al principio aportaba algo que nunca se había visto en las retransmisiones de F1 y es el punto de vista técnico de un piloto que hablaba de las ruedas, el graining, cosas que la gente no tenía ni idea. Luego desarrollo un perfil muy cachondo que ha enganchado con la gente.

Velázquez Sancho, M. (2024). Dos décadas de Fórmula 1 en la televisión española (2003-2023). Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2023-2024.

Marc es una persona que explica muy bien todo lo que está pasando en carrera o en una crono, te disecciona muy bien los tiempos, lo que hace cada piloto en cada momento. En la época que estaba en cabina con nosotros y que coincidió que Fernando estaba en Ferrari, tenía una información que era muy valiosa y daba un punto a las retransmisiones muy interesante.