



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

DEPORTES MINORITARIOS: EL DEPORTE
FÚTBOL SALA, SU TRATAMIENTO MEDIÁTICO
Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE
“TELEDEPORTE” Y “EUROSPORT”

Alumno: Ismael Villalobos Fernández

Tutor: Margarita Antón Crespo

Convocatoria: julio

**DEPORTES MINORITARIOS: EL DEPORTE FÚTBOL SALA, SU
TRATAMIENTO MEDIÁTICO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE
“TELEDEPORTE” Y “EUROSPORT”**

AUTOR

Ismael Villalobos Fernández

Universidad de Valladolid

TUTOR

Margarita Antón Crespo

Universidad de Valladolid

RESUMEN

A través de esta investigación se pretende mostrar el tratamiento que recibe el deporte Fútbol Sala por parte de los medios de comunicación, así como conocer, de la mano de los implicados (jugadores, jefes de prensa y dirigentes, a nivel nacional e internacional) mediante entrevistas, la imagen que se proyecta de ellos y de su profesión al público. Dicho estudio responderá a interrogantes como ¿observa la audiencia que la cobertura realizada por los medios es insuficiente en comparación a los éxitos que este deporte aporta a nuestro país? ¿Creen que la creciente importancia que está teniendo el fútbol sala viene impulsado por los medios de comunicación y en especial por la televisión? ¿Qué influencia tendría para el fútbol sala su reconocimiento como deporte olímpico? Teniendo en cuenta la demanda social que existe de la información deportiva en nuestro país, tenemos que observar que hace varias décadas el deporte contaba con mucha más independencia de los medios, algo que ha cambiado y que ha producido el hecho de que muchos de estos deportes pasen a un segundo plano o no reciban la importancia que se están ganando por méritos deportivos.

PALABRAS CLAVE

Fútbol sala, medios de comunicación, televisión, tratamiento mediático, evolución

MINORITY SPORTS: FUTSAL SPORT, HIS MEDIA TREATMENT AND ANALYSIS OF “TELEDEPORTE” AND “EUROSPORT” INFORMATION

AUTHOR

Ismael Villalobos Fernández

University of Valladolid

TEACHER

Margarita Antón Crespo

University of Valladolid

SUMMARY

Through this research, I'm trying to show the treatment that futsal as a sport receives from the mass media, as well as to know, by means of interviewing the people involved (players, heads of public relations and front offices, local and internationally) the image they are thrown, professionally speaking, into the public. This study will be answering enquiries such as: Is it seen that the coverage from the media is not enough in comparison to the success of this sport in our country? Do you think that the recent growing of futsal has been enhanced by the media, especially the television? What would its recognition as an olympic discipline mean for this sport? Do you think that the growing importance of futsal comes from the boost of the media, especially the television? Taking into account the social demand for sports information in our country, we have to see that some decades ago sports were more independent from the mass media, something that has changed and so many of these sports are shifted to the background and lose the significance they should have due to their own achievements.

TAGS

Futsal, mass media, television, media treatment, evolution

Lista de siglas y acrónimos utilizados

- ACFSF – Asociación de Clubes de Fútbol Sala Femenino
- AIMC – Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
- AJC – Asociación de Jóvenes Católicos
- AM – Audiencia Media
- AMC – *American Movie Classics*
- AMF – Asociación Mundial de Futsal
- A3M – Atresmedia
- CD – Club Deportivo
- COI – Comité Olímpico Internacional
- CONAFUTSAL-FVF – Comisión Nacional de Fútbol Sala – Federación Venezolana de Fútbol
- CSD – Consejo Superior de Deportes
- CSF – Confederación Sudamericana de Futsal o Fútbol de Salón
- ETBK – Euskal Telebista
- FC – Fútbol Club
- FDF – Factoría De Ficción
- FEFS – Federación Española de Fútbol Sala
- FIFA – Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol
- FIFUSA - Federación Internacional de Fútbol Sala
- FS – Fútbol Sala
- FUTSAL – Fútbol de Salón
- GTM – Grupo Empresarial de Televisión Murciana
- IB3 – Canal de televisión autonómico de *Illes Balears*
- JJOO – Juegos Olímpicos
- LNFS – Liga Nacional de Fútbol Sala
- LNFSTV – Liga Nacional de Fútbol Sala Televisión
- NBA – *National Basketball Association*
- ONG – Organización No Gubernamental
- PANAFÚTSAL – Confederación Panamericana de Futsal
- RFEF – Real Federación Española de Fútbol
- 7RM – Canal de televisión de la Región de Murcia

- RNE – Radio Nacional de España
- RRSS – Redes Sociales
- RTP – *Rádio e Televisao de Portugal*
- RTVE – Radio Televisión Española
- SER – Sociedad Española de Radiodifusión
- TDP – Teledeporte
- TDT – Televisión Digital Terrestre
- TV - Televisión
- TVE – Televisión Española
- TVG – Televisión de Galicia
- TV3 – Canal de televisión autonómico catalán de TVC (Televisión de Cataluña)
- UEFA – Unión de Federaciones de Fútbol Europeas
- UD – Unión Deportiva
- YMCA – Young Men´s Christian Association

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Justificación del trabajo	7
1.2 Preguntas de investigación	8
1.3 Objetivos	8
1.4 Hipótesis	9
2. METODOLOGÍA	10
2.1 Muestra: perfiles representantes del mundo futbol sala	10
2.2 Diseño y procedimiento de la investigación	12
2.3 Instrumentos	14
3. MARCO TEÓRICO	15
3.1 Origen del fútbol sala	15
3.2 Origen del fútbol sala en España	19
3.2.1 Origen Selección Española Fútbol Sala	24
3.3 Tratamiento mediático del fútbol sala	26
3.4 Presente y futuro del fútbol sala	32
4. TRABAJO DE CAMPO	36
4.1 Análisis, elaboración e interpretación de los datos	36
4.2 Tratamiento mediático	37
4.3 Evolución comunicativa	41
4.4 Cobertura mediática actual	45
4.5 Audiencias	54
5. CONCLUSIONES	58
6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	61
7. ANEXOS	66

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

Con la realización de este Trabajo Fin de Grado (TFG) se pretende conocer la percepción que tienen los máximos exponentes e implicados en el fútbol sala, sobre el tratamiento que los medios de comunicación, y en especial la televisión, realizan sobre este deporte.

La motivación y justificación real de este trabajo tiene sus orígenes en la celebración de la Copa Mundial de fútbol sala celebrada por la FIFA en Colombia en el año 2016. La cadena del TDT *GOL Televisión* había comprado los derechos televisivos para retransmitir la gran mayoría de los encuentros de este evento deportivo. Llegados a los octavos de final (la fase del KO) la selección española se enfrentaba al combinado de Kazajistán por una plaza entre los ocho mejores equipos del mundo, y la cadena, propiedad de Mediapro, comenzó a emitir el encuentro cuando el partido ya se encontraba en la segunda mitad (en diferido). Para conseguir ver el partido en tiempo real, la gran mayoría de los seguidores de este deporte tuvo que hacerlo a través de internet y mediante un canal de pago, *Eurosport*.

Ante tal sorpresa, decidimos acudir a las redes sociales para comprobar el revuelo que se había formado por este despropósito comunicativo. Como se esperaba, las RRSS no mostraban un malestar generalizado, sino más bien escaso y en grupos muy reducidos que eran partidarios de dicho deporte. Como consecuencia de este suceso, surge una pregunta clara, la cual fue el germen de este Trabajo Fin de Grado, ¿qué hubiese ocurrido si la televisión encargada de retransmitir el Mundial de fútbol de Sudáfrica (2010) decidiese emitir en diferido, con una parte de retraso, el encuentro de octavos de final entre la selección española de fútbol y la portuguesa? Sin duda nos encontraríamos ante uno de los mayores errores de la historia de la televisión, pero eso no ocurrirá nunca por que el fútbol tiene más audiencia que cualquier otra emisión.

Por lo tanto, a raíz de ese incidente, nos encontramos ante la necesidad de comenzar una investigación que responda a las claves y factores que necesita el fútbol sala para conseguir ese prestigio mediático. El reconocimiento por parte de los medios de comunicación, y en especial de la televisión, será un factor clave para averiguar cómo

está en la actualidad éste deporte y hacia dónde se dirige, siempre siguiendo la valoración que realizan los *mass media*.

A pesar de que este deporte está en constante evolución, y el público cada vez está respondiendo con mayor interés a todos los campeonatos nacionales y encuentros domésticos, comprobamos que ninguna de las cadenas principales de nuestro país ha decidido apostar fuertemente por emitir un partido semanal de fútbol sala, cuando este deporte ha albergado a los mejores jugadores, ya que Javier Rodríguez en 2005, Eva Manguán en 2007 y Kike Boned en 2009, han sido elegidos los mejores jugadores del mundo, según FutsalPlanet.com, en dicho años. “Si algún medio apostara por invertir en cubrir más extensamente el fútbol sala, el público respondería con creces. Ningún canal de televisión importante lo ha hecho nunca.” (Sandiego Garay, 2013).

1.2 Preguntas de investigación

Interrogantes de los que parte este estudio:

1. ¿Cuál es el tratamiento que los medios de comunicación, y en especial la televisión, otorgan al deporte fútbol sala en España?
2. ¿Consideran los principales representantes del fútbol sala, en todos los sectores, que se priorizan otros deportes a pesar de los logros y éxitos obtenidos por dicho deporte?
3. ¿Estiman que uno de los factores que puede impulsar al crecimiento exponencial del fútbol sala radica en que este deporte sea reconocido olímpico?
4. ¿Las cadenas de televisión encargadas de los derechos de retransmisión del fútbol sala en España tratan bien este deporte?

1.3 Objetivos

Para ver la verdadera dimensión que tienen los medios de comunicación dentro del ámbito deportivo y la repercusión que estos crean en nuestra sociedad, basta con observar los líderes de cada uno de los sectores de la comunicación en España. En la radio observamos que los mayores crecimientos de audiencia son los programas deportivos, como es el ejemplo de la *cadena Cope*, que bate el record los fines de semana, estableciéndolo en 1.562.000 oyentes diarios (AIMC, 2017) con el programa “Tiempo de Juego”. De igual forma el programa deportivo de media noche dirigido por Juanma Castaño, “El Partidazo” se sitúa con 598.000 oyentes diarios, lo que supone un

aumento en 56.000 oyentes desde el mes de diciembre (AIMC, 2017). En la prensa escrita ocurre prácticamente lo mismo, y la información deportiva continúa dominando el panorama del “papel”. El diario de pago *Marca* vuelve a ser el líder con 2.062.000 lectores diarios (AIMC, 2017). El Diario *AS* se encuentra en una tercera posición con 1.115.000 lectores diarios (AIMC, 2017), lo que significa que lo que más vende e interesa al público continúa siendo el deporte.

A raíz de este protagonismo mediático, el profesor Moragas Spá comentó: “Desde este momento, los medios no sólo fueron intérpretes o informadores de las actividades deportivas, sino que se convirtieron en sus auténticos coautores. Por decirlo de una manera expresiva: los cambios empezaron a ser radicales cuando los estadios se convirtieron en “estudios” o en “platós” de televisión” (Moragas Spá 2007:10).

Partiendo de todo lo comentado anteriormente, con la realización de este Trabajo Fin de Grado se persiguen una serie de objetivos que pasamos a enumerar:

1. Explicar, a través de las distintas personas involucradas en el fútbol sala (jugadores, jefes de prensa y directivos), la percepción que estos tienen de los medios de comunicación sobre dicho deporte.
2. Describir la evolución mediática que ha sufrido el fútbol sala a lo largo de los años y sopesar en qué momento se encuentra y cuál será su futuro.
3. Explicar la repercusión que tendría la retransmisión de encuentros de fútbol sala por las principales cadenas de televisión de nuestro país, en lugar de retransmitirse por cadenas secundarias.

1.4 Hipótesis

Para realizar este estudio sobre el deporte del fútbol sala en España, se ha partido de una serie de hipótesis:

Hipótesis 1: España es el país en el que los medios de comunicación dan mayor cobertura al fútbol sala.

Hipótesis 2: Los representantes y partícipes del deporte fútbol sala consideran que este deporte tiene un tratamiento insuficiente en los medios de comunicación.

Hipótesis 3: Existe una evolución creciente en la retransmisión del fútbol sala en los medios de comunicación a lo largo de los años.

2. METODOLOGÍA

2.1 Muestra: perfiles representantes del mundo futbol sala

Como se ha comentado al principio de este trabajo, optamos por una metodología cualitativa. Para llevarla a cabo hemos realizado una serie de entrevistas a los máximos partícipes del deporte fútbol sala en España. De igual forma, se ha realizado un análisis cuantitativo de las audiencias de los partidos de fútbol sala con mayor repercusión, emitidos en nuestro país. Para finalizar, hemos realizado una encuesta para corroborar y apuntalar en mayor medida los datos obtenidos anteriormente sobre el fútbol sala y su tratamiento en los medios de comunicación.

A la hora de hablar del tratamiento mediático que recibe el fútbol sala en España, vamos a centrarnos en la disciplina masculina ya que obtendremos más información y menos limitada que si realizásemos un análisis de este deporte en su vertiente femenina, de la cual no obtendríamos prácticamente información. A la hora de hablar del escaso seguimiento que recibe el *futsal* masculino, debemos asimilar que en el apartado femenino ese tratamiento es prácticamente nulo, y que la gran mayoría de los reconocimientos y apariciones en los medios vienen promovidas por la ACFSF.

El contraste entre el fútbol sala femenino y otros deportes femeninos es abismal, ya que a pesar de pertenecer a la LNFS y ser una de las selecciones más competitivas del continente, no recibe ese tratamiento que correspondería a la responsabilidad social de información que deben tener los medios de comunicación con todo consumidor deportivo. Ni se realizan retransmisiones de finales ni se producen quejas más allá de las RRSS, algo que debilita mucho esta sección de nuestro deporte nacional.

Continuando con las aclaraciones en cuanto a la metodología que vamos a seguir en este trabajo de investigación, es conveniente comentar que vamos a realizar análisis de todos los medios de comunicación excepto la radio. Esto se debe a que no tenemos constancia de la implicación de la radio en el fútbol sala hasta hace unos pocos años, y tan solo de forma eventual. En la actualidad conviene decir que han incrementado este seguimiento, ya que en la gran mayoría de los fines de semana las radios se desplazan a los pabellones españoles, así como es habitual su presencia en los grandes eventos deportivos (Supercopa de España, Copa de España y los *play-off* por el título liguero). De esta forma la radio no ha estado presente en este tratamiento mediático al *futsal* y

por tanto hemos decidido no analizar este medio, que ahora cuenta con la presencia de *RNE*, la *cadena Cope* o la *SER*.

Para conseguir una muestra lo más correcta y fiable se han realizado las entrevistas a los tres “estamentos” fundamentales del fútbol sala: jugador, directivo y jefe de prensa. Para ello se ha contado con la colaboración del jugador internacional de la selección española José Miguel Ruiz Cortés, más conocido como José Ruiz, con sobrada experiencia en la Liga Nacional de Fútbol Sala (LNFS), este año juega en Italia, con lo cual aportará el conocimiento y experiencia de ambos países. En cuanto al directivo elegido, se ha contado con Javier Lozano Cid, actual presidente de la LNFS, y con sobrado conocimiento del fútbol sala nacional. Y por último, en el apartado de la comunicación se ha optado por la jefa de prensa y del gabinete de comunicación de la LNFS, María Rodrigo Sagastizábal.

A continuación explicamos brevemente la importancia que tienen cada uno de nuestros protagonistas en el panorama nacional del deporte fútbol sala:

JOSÉ MIGUEL RUIZ CORTÉS (Abrera, 1983)

Este jugador profesional de fútbol sala, actualmente milita en el *Acqua&Sapone* de la Serie A italiana, ha sido medalla de bronce en el Europeo de Bélgica 2014 y campeón de Europa en el Europeo celebrado en Serbia en el año 2016. Así mismo, cuenta en su palmarés con dos Supercopas de España (2012 y 2014) y una Copa del Rey (2016). La veteranía de este jugador y su reciente cambio de país, resultan claves a la hora de hablar de comunicación con este jugador.

JAVIER LOZANO CID (Toledo, 1960)

Es el actual presidente de la LNFS y ex jugador, además es uno de los entrenadores más famosos del panorama internacional de este deporte. Con Javier Lozano como entrenador, la selección española de fútbol sala se convirtió en la potencia mundial que es ahora mismo en fútbol sala. Con dos Campeonatos mundiales de fútbol sala FIFA (2000 Y 2004) y tres Eurocopas (1996, 2001 y 2005) se ha convertido en el mejor seleccionador de la historia de este deporte, lo que ha deparado para su persona en reconocimientos individuales como la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo, otorgada por el Consejo Superior de Deportes (2014). Por todo esto y por

sus más de 35 años al servicio de este deporte es el referente del fútbol sala y pieza fundamental de este trabajo de investigación.

MARÍA RODRIGO SAGASTIZÁBAL (Logroño, 1974)

Esta profesional cuenta con sobrada experiencia en los medios de comunicación, ya que en su currículum consta el haber trabajado como periodista en el Diario *AS*, cadena *SER* La Rioja, la Agencia *Europa Press* o *20 Minutos* entre otros. Desde hace 16 años se encuentra al frente del gabinete de comunicación de la LNFS, donde ha vivido grandes cambios y evoluciones.

2.2 Diseño y procedimiento de la investigación

Al tratarse de una investigación cualitativa, la información y los datos obtenidos a través de las entrevistas a los protagonistas pasan a ser de fundamental importancia para la consecución de dicho trabajo. Mediante su conocimiento y sus palabras acerca del tratamiento que los medios de comunicación, y en especial la televisión, realizan sobre el fútbol sala se obtendrán unos resultados que serán claves, junto con la valoración de las audiencias en los partidos más relevantes de esta modalidad deportiva en nuestro país, así como la encuesta realizada, que servirá para dar una mayor cohesión al grueso del trabajo.

Arriaza (2006) en su obra *Guía práctica de análisis de datos* afirma acerca de las encuestas lo siguiente:

“La información primaria que necesitamos se ha de conseguir mediante encuestas, las cuales hay que depurar y analizar. Posteriormente la información obtenida se tiene que procesar para obtener los resultados que nos permitan obtener conclusiones que mejoren el estado de conocimiento de la materia o el área de estudio” (Arriaza, 2006: 10).

Para la realización del proceso de las entrevistas, se pueden estructurar las preguntas en distintas fases o momentos. En primer lugar, se parte del origen mediático del fútbol sala, es decir, el medio que existía para conseguir mantenerse informado sobre este deporte y cómo los entrevistados podían obtener esa información. Se continúa con una segunda etapa que comprende la evolución mediática del fútbol sala hasta nuestros días y el presente de este deporte. Esta fase comprende la explicación de los pasos seguidos por este deporte en la faceta de comunicación y el punto en el que se encuentra a nivel comunicativo, nacional e internacionalmente. Y por último se valoraría en una

hipotética tercera fase, el futuro del fútbol sala en los medios, así como los pasos que debe seguir para alcanzar una mayor relevancia dentro de los medios de comunicación escritos y digitales.

Con la estructura narrada anteriormente, y con una revisión bibliográfica específica sobre el tema, se realizaron en torno a 15 preguntas a cada uno de los entrevistados, con muy pequeñas variaciones en un par de interrogantes, más específicos, ya que debimos diferenciar cada uno de los roles que estas personas ejercen dentro de la comunicación y del deporte fútbol sala.

Por último, y dentro del proceso de la realización de las entrevistas, el trabajo de campo fue sencillo en los tres casos. Para llevar a cabo la entrevista con José Ruiz, se realizó a través de *Skype* al encontrarse en Italia disputando los *play-off* por el título de liga con el conjunto italiano *Acqua&Sapone*. Por otro lado, las otras dos entrevistas se concertaron y se realizaron en persona en la sede de la Liga Nacional de Fútbol Sala, en la ciudad de Madrid.

Otro procedimiento para la realización coherente y estructurada de esta investigación fue la interpretación de las audiencias de una serie de partidos emitidos por las televisiones españolas. Teniendo en cuenta los programas que preceden a dichos encuentros, se interpretará la audiencia que generan dichos eventos y qué porcentaje de esa audiencia mantendrá la fidelidad en la emisión de fútbol sala. De igual forma se tiene en cuenta la dificultad que existe a la hora de encontrar información relacionada con las audiencias televisivas de las emisiones de este deporte. Tanto el canal de la televisión pública *Teledporte*, como el canal privado *Eurosport* no publican las audiencias de las determinadas emisiones, sino que las establecen y encuadran en franjas horarias, limitando así el conocimiento real de las personas que visionan este deporte.

Como se ha comentado antes, el último de los elementos utilizados para la elaboración de este trabajo, es la realización de una encuesta. Con este procedimiento se pretende conocer el pensamiento global que tienen nuestra sociedad sobre el fútbol sala. Se estructurará en una serie de preguntas con las mismas características que se realizaron para los entrevistados.

2.3 Instrumentos

Como hemos comentado anteriormente, los elementos que vamos a utilizar para obtener la información en nuestro trabajo de investigación serán una encuesta, las tres entrevistas realizadas a las personas partícipes del fútbol sala, y un análisis de audiencias de las cadenas encargadas de la emisión de este deporte. A continuación mostramos los instrumentos que vamos a utilizar en este trabajo de investigación.

La encuesta partirá de una serie de cuestiones para conseguir extraer la información necesaria para conseguir demostrar o por el contrario refutar las hipótesis planteadas:

1. Sexo
2. Edad
3. ¿Qué medios utilizar para seguir la información sobre el fútbol sala en España?
4. ¿Cómo calificaría en tratamiento que recibe el fútbol sala por parte de los medios de comunicación?
5. ¿Cree que existe una evolución en comunicación y difusión del fútbol sala en España?
6. ¿Considera que las cadenas de televisión titulares de los derechos tratan bien a este deporte?
7. ¿La figura del jugador portugués “Ricardinho” ha mejorado la imagen de la Liga Nacional de Fútbol Sala?
8. ¿Cómo valoraría la inclusión de más clubes de fútbol en la Liga Nacional de Fútbol Sala?
9. Seleccione cuales serían sus claves para que el deporte fútbol sala alcanzara una mayor relevancia.
10. Con la posibilidad de elegir, ¿qué cadena de televisión elegiría para ver el fútbol sala en España?
11. Seleccione los deportes que considere que se encuentra por delante del fútbol sala.

En cuanto a las entrevistas, debido a su extensión, irán ubicadas en el apartado de los anexos. Las audiencias por su parte requieren una labor de interpretación de los datos obtenidos a través de la LNFS y los conseguidos a través de una revisión documental y bibliográfica en profundidad.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Origen del fútbol sala

Con la celebración del primer Mundial de Fútbol (deporte más practicado) en el año 1930, nace una nueva era en las competiciones internacionales por selecciones. La selección uruguaya, contra todo pronóstico, se convierte en el primer país campeón del mundo en el evento del que partían como anfitriones.

Tras el éxito nacional de este deporte, la población uruguaya pretendía ocupar su tiempo libre jugando al fútbol, lo que produjo que no existieran campos de fútbol suficientes para satisfacer las necesidades de la gente, relegando así la práctica de este deporte a las calles o a lugares impropios para llevar a cabo este ejercicio. (Solofutbolnet, 2012). Es el momento en el que el profesor uruguayo de educación física, Juan Carlos Ceriani Gravier, cambia la historia y crea un nuevo deporte, inspirado en el fútbol, y con ciertos matices de otras modalidades, el fútbol sala. De la misma forma que el estadounidense James Naismith es reconocido mundialmente como el creador del baloncesto, el profesor Ceriani y Uruguay son considerados el origen y cuna del fútbol sala.

“Todos los autores especializados coinciden en afirmar que, tal y como se conoce actualmente, tuvo su origen en Uruguay, a partir de 1930, cuando el profesor Ceriani, tras observar como los jóvenes jugaban con gran pasión a este juego que empezaron a llamar “*indoor-foot-ball*”, en los recreos, define tiempos y reglas, jugándose en una cancha de BC (baloncesto) con 5 jugadores por equipo. Del fútbol tomó la esencia, del baloncesto el tiempo de juego, del balonmano la validez del gol y del waterpolo la acción del portero” (Cachón-Zagalaz, 2012:251).

A raíz de esto, por tanto, queda claro que el fútbol sala no es de origen anglosajón como el fútbol, sino que el epicentro de este deporte se origina en Latinoamérica. Las medidas reglamentarias del campo donde se juega al fútbol sala son 40 metros de longitud y 20 metros de anchura, aunque estas medidas pueden oscilar o variar en los encuentros internacionales, con una longitud de 40-42 metros, y una anchura de 20-25 metros (CSD, 2017).

Con tales medidas, la práctica de las competiciones de fútbol sala se podían realizar en polideportivos que originariamente no estaban destinados para albergar este nuevo deporte. Con motivo de esta localización de los terrenos de juego, en un principio, Juan

Carlos Ceriani otorgó el nombre de “fútbol de salón” a este nuevo deporte. Posteriormente se conocería con otros nombres como fútbol sala (España 1985), futsala o *futsal*, vocablo con el que se conoce internacionalmente a este deporte (Cajal, 2017).

Muchos son los términos del fútbol sala que se han ido extendiendo por los distintos países en los que se practica este deporte, hasta que finalmente se instauró la palabra *futsal*. Mientras en Uruguay se llamaba fútbol de salón, otra de las principales potencias que acogieron con gran entusiasmo este deporte fue Brasil, que lo acuñó como *futebol de salão*. Por otro lado, existen países que a día de hoy pretenden llegar a ser baluartes mundiales, como es el caso de Francia e Italia, los cuales han acuñado al fútbol sala como *football de salle* y *Calcio* respectivamente.

Pero esta gran difusión de términos vino provocada por un factor clave. Juan Carlos Ceriani ejercía como profesor de gimnasia en la Asociación Cristiana de Jóvenes de Montevideo, la cual funcionaba a través del Instituto Técnico de la Confederación Latinoamericana de la Asociación Cristiana de Jóvenes, a Ceriani le visitaban profesores de toda Sudamérica para mejorar en sus prácticas de la gimnasia con los alumnos. De esta forma, al conocer el resto de profesores de actividades físicas el invento deportivo que había logrado Ceriani, se decidieron a exportarlo al resto de países del continente americano, lo que provocó un crecimiento exponencial en muy poco tiempo y la diversidad deportiva que necesitaba el fútbol sala como nueva creación (Bonnettini, 2007).

La evolución del fútbol sala se convertía en un hecho y los países sudamericanos se encargaron de llevar el peso de dicho proceso. En los años 60 las selecciones de Uruguay, Brasil, Perú, Argentina y Paraguay establecen un acuerdo para disputar un torneo de fútbol sala, el cual se encontraba bastante lejos en cuanto a organización de los instaurados por otros estamentos de deportes mundiales, como ocurría en los Campeonatos del Mundo de Fútbol.

Con motivo de este inesperado campeonato celebrado entre algunas de las selecciones de fútbol sala del continente americano, según la información de Cajal (2017): “Los medios de comunicación sudamericanos no demoraron en seguir de cerca este deporte, el cual apareció reseñado como *futsal* en la radio, en los periódicos y en la televisión. Más tarde se integraron países, a la ola del fútbol sala, como Bolivia y Portugal”.

Con motivo de la realización de este torneo, los países sudamericanos mencionados anteriormente, deciden fundar la Confederación Sudamericana de Futsal o Fútbol de Salón, en el año 1965, con sede en Asunción (Paraguay). Convirtiéndose esta ciudad, en el primer ente de control y promoción internacional del fútbol sala. Todo esto era necesario para el continente sudamericano, para dar a este deporte una mayor visibilidad y promover el crecimiento que necesitaba en su fase de desarrollo.

En el año 1971 el fútbol sala se disponía a dar el paso más importante desde su origen, 4 décadas atrás, con el impulso de la CSF y con el apoyo de la Confederación Brasileña de Deportes se crearía el primer estamento independiente del fútbol y de la FIFA, naciendo la FIFUSA.

La FIFUSA se encontraba integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay, Portugal, Uruguay y Perú. Su primer presidente sería Joao Havelange del cual podemos afirmar, fue una de las personas que más entorpeció la labor del fútbol sala y su crecimiento mundial. Pese a ser el presidente de tan importante organismo, según la revisión bibliográfica que se ha realizado, las labores de mando recaían sobre el secretario general Luis Gonzaga. Joao Havelange quien centraba todos sus objetivos en presidir la FIFA, cargo que consiguió el 8 de mayo de 1974 (CONAFUTSAL-FVF).

Con la llegada al cargo de presidente de la FIFA del brasileño Havelange, el fútbol sala sufriría un gran revés con la persona que capitaneó su independencia como deporte. El máximo órgano deportivo (FIFA) junto con el COI, ven en el fútbol sala un enemigo dentro de “casa”, cuando en realidad es un nuevo deporte con ganas de crecer, pero que se encontraba con barreras institucionales que no le permitían seguir con el crecimiento regular que se estaba experimentado desde su creación en Montevideo en el año 1930.

“Se juega con los pies, fundamentalmente, y eso no lo olvida, sobre todo, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), que teme perder una variante muy practicada ya en el mundo y que le puede reportar pingües beneficios. Incluso se ha inventado un sucedáneo, el fútbol a cinco, para entorpecer su independencia hasta el fin” (*El País*, 1987).

Posteriormente de la llegada del fútbol sala a España (1972), en el año 1980 se produce uno de los factores clave para ver el alcance real que tiene el *futsal* en el presente. La elección de Juan D'Alesio como presidente de la FIFUSA cambiaría el camino

seguido por Joao Havelange y daría el sentido y el valor real que tiene este deporte minoritario, haciendo que desde sus orígenes en Sudamérica y medio siglo después sea un deporte que compite para hacerse un hueco entre las élites deportivas, como lo son el fútbol, el baloncesto o los deportes de motor.

Con D'Alesio comandado la FIFUSA se celebraría el primer mundial de fútbol sala en el año 1982. Posteriormente llegarían otros seis campeonatos del mundo hasta la disolución de esta organización en el año 2002. Como se ha comentado con anterioridad, las tensas relaciones entre la FIFA y la FIFUSA hicieron que esta federación independiente del fútbol sala sufriera diversos contratiempos hasta la fecha de su desaparición.

Después de producirse estos conflictos surgiría la PANAFÚTSAL en los años noventa. Esta organización se había desmarcado completamente de la FIFUSA pretendiendo conseguir un enlace con la FIFA que supusiese una estabilidad para esta nueva agrupación de países, en conjunto con el gran estamento del fútbol mundial. Con el fracaso en este intento surgiría la AMF en el año 2002 con sede en Asunción (Paraguay) y cuyo presidente es Rolando Alarcón Ríos.

Con la creación de esta última agrupación (AMF) el fútbol sala conseguiría esa estabilidad necesaria para seguir creciendo al lado de la siempre acaparadora FIFA. Hemos realizado un pequeño repaso a la historia de la creación y origen del fútbol sala, y deseamos recordar las palabras del profesor De La Cruz (2012): “Para los países del continente sudamericano se le conoce como Fútbol, ahora en los que cohabitan las dos federaciones, se conoce como Fútbol al de AMF y Fútbol-FIFA” (p.5).

3.2 Origen del fútbol sala en España

La llegada de este deporte minoritario a España se establece en el año 1972, y según la indagación bibliográfica que hemos realizado a través de la LNFS, la YMCA de Madrid y varios expertos en la materia, el Club YMCA de Madrid, por aquel entonces, sería el lugar escogido donde se comenzó a practicar este deporte en nuestro país. A raíz de esto podemos establecer una relación muy coherente sobre esta afirmación y vemos que: “Por otra parte, no tiene nada de extraño, pues el citado club estaba constituido por una asociación de jóvenes católicos, homónima de las de Paraguay y Brasil (A.J.C.) en las que se inició el fútbol sala” (De La Cruz y Galán, 2012: 6)

Con un carácter no oficial, en el año 1977, se celebraría uno de los primeros campeonatos de *futsal* celebrados en España bajo el nombre de Campeonato de Castilla de Clubes de Fútbol Sala. Con motivo de este nuevo evento, el CSD decidió que este nuevo deporte que estaba surgiendo en España pasase a depender total y únicamente de la RFEF. Esta decisión será de vital importancia para la evolución de este deporte en nuestro país y para el presente que vive esta disciplina.

El fútbol sala español le debe, en parte, un especial reconocimiento a las figuras de dos periodistas: Juan Manuel Gozalo y sobre todo a José María García. Ambos crearon dos clubes de fútbol sala con la intención de divertirse e introducir este deporte en la sociedad española, Unión Sport e Interviú Hora 25 (nombre que recibió por el informativo realizado de noche en la cadena *SER*). Con jugadores retirados como Amancio o Ufarte, se confeccionaron las plantillas que incluían a los propios periodistas.

Estos dos conjuntos creados para fomentar el fútbol sala (deporte que entusiasmaba a ambos periodistas) eran los encargados de acudir a las inauguraciones de los polideportivos y pabellones a lo largo y ancho del territorio nacional, así como invitados a las fiestas de los pueblos. Existen ejemplos en multitud de localidades españolas, algunos con motivos muy llamativos y a la vez peculiares, pero que demuestran que el fútbol sala iba a tener un gran peso en nuestra sociedad.

En el *diariodepontevedra.galiciae.com* (2016) encontramos un ejemplo sobre lo que hemos comentado:

“Un día como el pasado sábado de hace 35 años, el periodista José María García fue condenado por llamar payaso a Pío Cabanillas y un día como el de este lunes, también de hace 35 años, el periodista jugó, con su *Interviú Hora 25*, un partido de fútbol sala en el pabellón que había originado el artículo que estuvo a punto de llevarle a la cárcel casi una década después” (*diariodepontevedra.galiciae.com*, 2016).

Continuando con la progresión de este deporte en España, surgieron dos corrientes en lo referido a la dependencia de la RFEF. Unos veían que sin esta sumisión el fútbol sala sería un deporte desprotegido, débil y temían por su desaparición. Sin embargo, existía otro grupo liderado por José María García que optaron por un independencia total del fútbol sala para conseguir establece un crecimiento y una clara distinción entre el fútbol y este deporte minoritario.

Al analizar los trabajos que versan sobre este tema se observa un detonante fundamental, la creación de la FEFS en el año 1982. Esta nueva organización viene impulsada por un grupo de personas que se establecieron como líderes, ellos son Antonio Alberca (Presidente de la FEFS) y Teodosio Carbonell (Secretario), y los conjuntos que siguieron al *Interviú Hora 25*. Los estudios consultados revelan que: “El grupo, con la ayuda del abogado gallego Germán Rodríguez y 53 clubes, presentó en el Registro General del Consejo Superior de Deportes el 22 de abril de 1.982 la solicitud de creación de la nueva Federación (F.E.F.S.)” (De La Cruz y Galán, 2012, p. 6).

El mismo conflicto que llevaba a enfrentarse a la FIFA con la FIFUSA, encadenó un nuevo conflicto. Esta vez los implicados serían la FEFS y la RFEF, por el mismo caso que los dos estamentos mundiales: supeditar el fútbol sala a una organización. Como afirma Javier Lozano Cid (Presidente de la LNFS) “estas trabas nos hicieron perder un tiempo muy valioso en nuestra evolución. En el pasado hicimos muchas cosas mal”.

De La Cruz y Galán (2012) en su obra *Patrimonio Histórico Español del Juego y del Deporte: Federación Española de Fútbol Sala* afirma lo siguiente:

“El 4 de febrero de 1.986, el C.S.D. inscribe a la Federación Española de Fútbol Sala en el Registro Nacional de Asociaciones y Federaciones Deportivas, con el número 54. Casi cuatro años después de su solicitud de inscripción. El 4 de diciembre de ese mismo año, el Comité Olímpico Español (C.O.E.) reconoce y admite a la F.E.F.S. como miembro de pleno derecho del C.O.E.” (p.7).

A raíz de este reconocimiento como asociación por parte del CSD, las confrontaciones entre la FEFS y la RFEF siguieron durante años. Los continuos obstáculos de esta última a la nueva federación de fútbol sala se vieron reflejados en la desinscripción en el Registro Nacional de Asociaciones y Federaciones Deportivas que constituye el propio CSD. Lo que pretendía conseguir la RFEF con esa presión constante sobre el CSD era que esta retrocediera en su decisión de inscribir a la nueva federación, dejándola de esta manera sin ningún tipo de subvención económico o ayuda anual.

El País (1989) en su artículo “El CSD suprime la Federación Española de Fútbol Sala” sentenciaba lo siguiente:

“El Consejo Superior de Deporte (CSD), de acuerdo con la sentencia de la sala especial de revisión del Tribunal Supremo, ha procedido a suprimir del Registro de Asociaciones y Federaciones Deportivas la Federación Española de Fútbol Sala (FEFS). Con ello, este deporte, que largo tiempo ha tratado de tener una federación independiente del fútbol, pasa a ser competencia exclusión de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF)” (El País, 1989).

Con el conflicto abierto entre la FIFA y la FIFUSA por el término fútbol, es de esperar que el máximo organismo del fútbol mundial (FIFA) apoyase a la RFEF en su intervención contra la FEFS, debido a que vivían situaciones semejantes. La RFEF pretendía tener controlado al nuevo deporte minoritario que emergía con fuerza en España, de la misma manera que la máxima federación deportiva mundial no quería que otra federación que portase el nombre del “fútbol” se escapase de su jurisdicción.

Con el retroceso del CSD acerca de la inscripción de la FEFS, surgió una nueva incógnita acerca de qué pasaría con aquellos equipos que siguieron a José María García y a su *Interviú* Hora 25 en la andadura de la nueva federación. Entre la desaparecida federación y la RFEF se llegó a un acuerdo para formar una liga conocida como División de Honor, que constaría de cuatro grupos con 12 equipos en cada uno de estos grupos. También se realizaría una división menor compuesta por 100 conjuntos de toda España.

Pero surge un nuevo proceso en la historia del fútbol sala, el cual nos explican muy bien los profesores De La Cruz y Galán: “La creación de la Liga Nacional de Fútbol Sala se aprobó el 28 de agosto de 1989, y su primera jornada se disputó el 30 de septiembre de

ese mismo año al amparo, del CSD y la RFEF” (De la Cruz y Galán, 2012: 9). El primer presidente de la LNFS sería Aurelio Gómez Araujo. Con la formación de esta liga bajo el entendimiento de esas dos instituciones se conseguiría cierta regularidad en el crecimiento del fútbol sala.

Esa temporada tendríamos al primer campeón de liga y de copa. No podría ser otro que el conjunto de José María García el Interviú Lloyd’s (cambiaría de nombre después de firmar un contrato de patrocinio con El Corte Inglés), que en su primera temporada oficial en la LNFS conseguiría alzarse con el doblete, tras vencer al Keralite Macer FS de Almazora (LNFS, 2017).

Pese a este inicio fulgurante, es conocido por todos que el número de equipos y de participantes sufrió un duro revés una vez avanzaba la andadura de la LNFS con paso firme. Con esta reducción progresiva de equipos, de la misma manera que ocurrió con Interviú Lloyd’s, los grandes patrocinadores deciden invertir parte de su dinero en este nuevo deporte minoritario con claras vistas a la evolución que se suponía que iba a alcanzar.

Algunos patrocinadores todavía están presentes como el caso de El Pozo Murcia y otros ya desaparecidos. Algo muy frecuente en estos inicios era que las cajas de ahorros locales invirtiesen para convertirse en los patrocinadores principales de ciertos conjuntos, como el caso que nos refleja el diario *ABC* sobre los bancos manchegos: “Herederoy testigo de la época dorada del fútbol-sala toledano -militó como jugador en el Toledart en la temporada del ascenso y en el Caja Toledo y Caja Castilla-La Mancha, ya en División de Honor” (*ABC*, 2007).

Como se ha comentado anteriormente, la reducción de equipos en la Liga Nacional era palpable, pero esto no cambió nada en la estructura de la organización y se continuó con los cuatro grupos en la División de Honor. A través de este crecimiento, mención aparte merecerá la Selección Española de Fútbol Sala que conseguiría clasificarse desde su creación en 1982 para los máximos eventos internacionales. Los conjuntos que dominaron la LNFS durante estos primeros años fueron Maspalomas Sol de Europa, Pinturas Lepanto Zaragoza, Caja Toledo FS, Marsanz Torrejón FS e Interviú Lloyd’s, ambos en rivalidad constante, arrebatándose unos a otros títulos en los diferentes años de competición (De La Cruz y Galán, 2012: 10).

En el año 1995 se produciría un cambio en el organigrama de la LNFS, dejando a un lado el sistema de grupos y dando paso al sistema actual de una liga regular compuesta por 20 equipos, con un posterior *play-off* por el título liguero. De la misma forma se avanza conjuntamente, y se aplican las normas que establecía la FIFA, con algunos cambios claves, como el aumento del diámetro del balón de juego. De esta forma quedaba estructurada la División de Honor y un total de nueve grupos confeccionaban la liga de Primera Nacional (LNFS, 2017).

A medida que la competición crecía y los años pasaban, muchos patrocinadores perdieron el interés por este deporte, lo que propició la desaparición o el traslado a otras ciudades de muchos clubes de nuestra Liga Nacional. Con motivo de estos movimientos, la LNFS no se detiene y aparecen nuevos equipos que a la postre serían fundamentales para el fútbol sala español, no por su nueva irrupción sino por todo el reconocimiento que dieron al *futsal* español en el panorama internacional.

Un ejemplo, son Playas de Castellón FS y Caja Segovia FS (actualmente Segovia Futsal). El primero, ya desaparecido, consiguió alzarse con el trofeo como mejor equipo de Europa en dos ocasiones, mientras que el conjunto segoviano conseguiría ser el primer campeón español de la *Copa Intercontinental de Futsal* (2000). Por todo lo que estaba ocurriendo en el panorama nacional e internacional (también con la selección española) la LNFS se autodenominó “La mejor liga del mundo”. Se pueden fijar aquí los años mejores del fútbol sala español hasta el momento.

Sin embargo, esta evolución se iba a ver truncada como resultado de una pésima gestión llevada a cabo por los dirigentes de la LNFS, los cuales sumieron a esta organización en una crisis económica e institucional tremenda, que tuvo como desencadenante la pérdida de más patrocinadores, y por consiguiente la desaparición de más clubes, y la desmotivación en el espectador, ya que los aficionados dejaron de acudir a los pabellones, disminuyendo considerablemente la masa social de los conjuntos de División de Honor.

En el año 2009 la RFEF sitúa al frente de la LNFS al ex jugador y ex seleccionador de España, Javier Lozano Cid, con la intención de sanear las cuentas de la organización y devolver ese interés que transmitía a la gente este deporte minoritario. A su llegada la deuda ascendía a 3.400.000 euros y gran cantidad de juicios pendientes, que generaban más perjuicios a la LNFS que beneficios. Con el trabajo de la junta gestora elaborada

por Javier Lozano se consiguió subsanar esa gran deuda. La proyección y expectativas son altas, pero ahora no se avanza si no hay potencial económico que respalde los proyectos futuros (*20 minutos*, 2013).

3.2.1 Origen Selección Española Fútbol Sala

La historia de la selección española surge en 1982 y su entrenador será Teodoro Nieto. España disputaría su primer partido como equipo nacional el dos de abril ante la selección italiana consiguiendo una victoria por 2-4. Este partido se corresponde con el I Torneo 4 Naciones de Fútbol Sala disputado en Lindenberg (Holanda). El cuatro de abril nuestra selección disputaría el último encuentro del torneo al caer 7-3 ante la selección anfitriona. (LNFS, 2017).

El verdadero despunte de esta selección llegó con la victoria en el campeonato de Europa celebrado en España en el año 1996, tras vencer en la final 5-3 a Rusia. Aquella selección estaba compuesta por algunos jugadores de talla mundial, como el nacionalizado Paulo Roberto (considerado uno de los precursores del fútbol sala en España así como uno de los mejores jugadores de la historia de este deporte), Vicente Martínez Bas “Vicentín”, Pato, Javier Limones o Julio García Mera (UEFA.com, 2017).

Los méritos deportivos hablan por sí solos, y España se ha convertido en una de las grandes potencias mundiales del fútbol sala, con un palmarés envidiado por la gran mayoría de los países: 2 veces campeones del Mundo (Guatemala '00, Taipei '04), 7 veces campeones de Europa (España '96, Rusia '01, República Checa '05, Portugal '07, Hungría '10, Croacia '12, Serbia '16), 7 veces campeones IV Naciones (Italia '91, Bélgica '93, Holanda '94, España '95, Holanda '97, España '98, España '10), 2 veces campeones FIFA Singapur 1997 y 2001, 1 vez campeones Grand Prix (Brasil '10), 2 veces subcampeones del Mundo (España '96, Brasil '08), 1 vez subcampeón de Europa (España '99) (LNFS, 2017).

A nivel de clubes, España también se ha hecho un hueco en el panorama internacional consiguiendo que varios de los clubes integrantes de la LNFS se hayan alzado con el título como mejor equipo de Europa. El primero de todos sería Playas de Castellón F.S. consiguiendo el título en 2002 y 2003. Tras la desaparición de este, continuaría con su relevo el Club Inter Fútbol Sala y el F.C. Barcelona Fútbol Sala. El primero, y vigente

campeón, ganaría el trofeo en los años 2004, 2006, 2009, 2017, mientras que el conjunto catalán lo haría en 2012 y 2014.

El proceso de evolución y arraigo de este deporte fue muy duro. Constantes trabas entre federaciones, así como gestiones pésimas por parte de las instituciones lastraron un crecimiento que se suponía de gran alcance en nuestro país. Pese a ello, el resultado ha sido fantástico y España puede presumir de ser la mejor liga del mundo y contar con la segunda selección más laureada de la historia después de la potente selección brasileña. En una entrevista que personalmente hemos realizado a Javier Lozano nos comentó: “Las cosas a lo largo del tiempo se han hecho mal, pero con sacrificio y constancia hemos conseguido mantener más vivo que nunca este deporte”.

3.3 Tratamiento mediático del fútbol sala

Según el profesor Moragas (2007) “entre la comunicación y el deporte se están produciendo unas sinergias que a su vez están transformando las economías y las dimensiones sociales de todos aquellos deportes que deciden participar e integrarse dentro de este circuito. La economía total de estos clubes depende en su gran mayoría de la televisión, y a su vez, la popularidad de diversos deportes como pueden ser el fútbol, el baloncesto o el tenis sería mucho más reducida sin la existencia de estas sinergias” (Moragas Spà, 2007: 10).

A raíz de esta cita del profesor Miquel Moragas, se observa con claridad lo que se produce hoy en día. El deporte depende prácticamente en su totalidad de los medios de comunicación y en especial de la televisión. La agenda deportiva se fija en función de la disponibilidad de la televisión para retransmitir ciertos eventos. Mediante esta sencilla explicación sobre las sinergias se puede entender por qué un partido clásico entre el FC Barcelona y el Real Madrid se disputa un sábado a las 16:00 horas. Ocurre exactamente igual con el deporte sobre el que estamos trabajando. Tanto TDP como Eurosport ofrecen unos horarios para la retransmisión de los partidos de la LNFS, y esta fija los encuentros en esas franjas horarias.

El comentado caso sobre el fútbol sala y la no retransmisión de la entrega de trofeos de la UEFA Futsal Cup, celebrada el 30 de abril, por parte de la cadena de televisión de pago *Eurosport* tiene una fácil explicación. Según Sagastizabal, jefe de prensa de la LNFS, (2017) lo importante en aquel momento para los dueños de Eurosport (con sede en París) era la etapa final del Tour de Romandía, y decidieron cortar la emisión para emitir el ciclismo. Obviamente a los comentaristas (Miguel Ángel Méndez y Julio García Mera) no les gustaría mucho, pero ellos son solo empleados. Por esto decimos que los medios de comunicación deben tomar un importante papel en el tratamiento que realizan sobre este deporte.

Los inicios de las retransmisiones deportivas de fútbol sala se fijan a finales de los años 80, con la creación de la LNFS. En RTVE, por aquel entonces, se llega a un acuerdo con la nueva organización deportiva. Para el desarrollo y evolución de este nuevo deporte en España era muy importante contar con el apoyo del público y el respaldo de la televisión pública. El acuerdo se basaba en la emisión de nueve partidos del campeonato liguero, así como retransmitir los respectivos partidos de la final. TVE

pretendía ofrecer el mismo tratamiento al fútbol sala como por ejemplo al baloncesto (De La Cruz y Galán, 2012: 9).

A principios de los años noventa Antena 3 se interesó por este nuevo formato deportivo. De esta forma la primera cadena privada de España consiguió arrebatarse las emisiones del *futsal* a TVE. La euforia inicial de Antena 3 duró poco ya que en los registros de la LNFS *La 2* de TVE volvería a retransmitir este deporte a partir del año 1993 (LNFSTV, 2011).

Tras recuperar las retransmisiones, TVE consigue monopolizar el fútbol sala para emitir los partidos durante más de diez años. Los encuentros ligeros se podían seguir a través de *La 2* o del canal polideportivo TDP. Uno de los principales problemas que sufrió el *futsal*, es que sucumbió a la monotonía perdiendo cierto espectáculo y a la vez seguidores. Todo esto sumado a la pésima gestión que asolaba a la LNFS desencadenó en la pérdida de la emisión semanal de partidos ligeros por parte de la televisión pública. Después de una revisión profunda comprobamos que los partidos de las final por el título de liga si se emitían, así como también aquellos encuentros que decidirían el título copero (LNFSTV, 2011).

El apoyo y la relación entre TVE y la LNFS ha estado presente desde los comienzos de este nuevo deporte, por lo tanto tras una horrible gestión del espacio televisivo, el acuerdo entre ambas entidades para las emisiones semanales volvería a ser una realidad en el año 2007. Según el gabinete de prensa de la LNFS (2007) Televisión Española continúa apostando por el fútbol sala y retoma las retransmisiones a través de *La 2*, con la emisión de dos encuentros en fin de semana: el primero de ellos el viernes a las 21:00 horas y el segundo el domingo a las 17:00 horas.

Los medios de comunicación y en especial la televisión se encontraban cada vez más cerca aficionado al *futsal*. La implicación de la televisión pública promovió a que las cadenas territoriales o locales apostasen de igual forma por el fútbol sala. De esta forma se consiguió un nivel comunicativo para este deporte, al alcance de muy pocos, tan solo superado por el baloncesto y el fútbol.

La LNFS (2007) en su artículo en línea “*El fútbol sala regresa a La2 y TVE ofrecerá dos partidos esta jornada*” afirma lo siguiente:

“A la apuesta por el fútbol sala de Televisión Española se han sumado también esta temporada las cadenas autonómicas *TV3*, *TVG*, Televisión de la Comunidad Valenciana, Televisión Autónoma de Aragón, Televisión del Principado de Asturias y *Canal Sur*, que esta temporada ya han ofrecido diez encuentros en directo” (LNFS, 2007).

Continuando con una progresión en el tiempo, a finales del año 2009 aparece una nueva cadena de televisión *Veo 7*, propiedad de Unidad Editorial. Tras varias reuniones con el nuevo Presidente de la LNFS, Javier Lozano Cid, la nueva cadena decide apostar muy fuerte por el fútbol sala como referente deportivo para su medio. El acuerdo entre la competición doméstica y Unidad Editorial se firmó el 3 de diciembre de 2009. *Veo 7* emitiría, apenas un mes después, uno de los grandes eventos de este deporte en nuestro país: la Supercopa de España, celebrada en Vigo en el año 2010.

En el acuerdo entre la LNFS y *Veo 7* también entraba a formar parte de la parrilla publicitaria un coloso de la prensa deportiva de nuestro país: el diario *Marca*. Este alcanzaría un papel protagonista en las retransmisiones con la creación de la cadena de televisión *Marca TV* (propiedad de Unidad Editorial). Este canal emitió cada fin de semana los partidos más destacados de la temporada 2012/13.

Desde que *TVE* abandonó las retransmisiones del fin de semana, estas oscilaron constantemente de una cadena a otra, creando un gran desconcierto en el espectador. Primero llegaría *Veo 7* y posteriormente le sucedería *Marca TV*. Pero la diversidad que pretendía buscar la LNFS permitió que *A3M* consiguiera comprar la competición de la Copa Intercontinental y la Copa del Rey 2011, la cual pasó a emitirse en el canal Nitro de esta corporación (LNFSTV, 2011).

Al analizar estos resultados y según la opinión del internacional José Ruiz: “Llegar de forma un poco más directa, y que al final no tengan que buscar los canales en la televisión, ya que muchos de estos canales no son tan reconocibles como lo son los más potentes, y al final los espectadores están un poco perdidos. Si lo tuvieran un poquito más fácil con todas esas cadenas que difunden bastante más el deporte o son más accesibles, lo tendríamos mucho mejor”.

Un ejemplo claro de todo lo que estamos comentando lo encontramos en el año 2011, cuando en la tercera jornada liguera, hasta siete cadenas de televisión iban a emitir fútbol sala en directo y en diferido para sus telespectadores. Las cadenas encargadas de

aportar semejante despliegue para un deporte eran: *Marca TV*, *Esport 3*, *ETB K*, *Canal Sur 2*, *Xarxa* (televisión local de Cataluña), *Telemadrid* y *Nou 2* (LNFS, 2011).

Como se puede apreciar las televisiones locales realizan un gasto económico considerable para emitir el fútbol sala en sus comunidades, algo que por otro lado, les reportará buenas audiencias. Volviendo al ámbito nacional, tras la aventura de *Veo 7* y *Marca TV*, el grupo mediático Mediaset decide apostar fuertemente por el *futsal*, y firma un contrato de tres años para emitir la temporada regular de la LNFS, los encuentros del *play-off*, todos los encuentros de la Copa de España y la ida y vuelta de la Supercopa de España (*Marca*, 2013).

De los tres años firmados, con vistas a ese futuro, por el grupo Mediaset solo se cumpliría uno, puesto que las expectativas que pretendía obtener la cadena en cuanto a telespectadores no se cumplieron. De esta forma la LNFS y *TVE* firmarían un contrato por dos años (los restantes del grupo Mediaset) con las mismas condiciones que se establecieron en la anterior firma. Las emisiones de esta nueva andadura de la televisión pública y la LNFS comenzarían el 2 de septiembre de 2014 (LNFS, 2014).

Televisión Española ha llegado hasta la fecha de hoy, ya que ha renovado su compromiso con las emisiones deportivas del fútbol sala en *TDP* tras cumplir los dos años de contrato estipulados. La evolución del tratamiento televisivo sobre el fútbol sala ha dado un paso más allá tras confirmarse a comienzos del año 2017, la incorporación de la cadena de pago *Eurosport* en las retransmisiones de la LNFS.

La cadena privada, propiedad de *Discovery Communications*, ha firmado un acuerdo para los próximos tres años, en los que emitirá un partido en exclusiva los viernes (no se podrá seguir a través de otra cadena), emitirá la Supercopa, así como de la misma forma tendrá derechos para la emisión de un partido de cuartos de final, uno de semifinales y la final de la Copa de España, y los *play-off* por el título liguero. El peso de las retransmisiones recae sobre los periodistas Miguel Ángel Méndez y Gustavo Muñana, entre otros (*Eurosport*, 2017).

En cuanto a los eventos internacionales en los que participa la selección española (Campeonatos de Europa y Mundiales), la titularidad de los derechos sale siempre a concurso público, de esta manera la cadena que más dinero ofrezca se llevará la titularidad de ese evento. Este es el caso de las cadenas de televisión *GOL* y *Mega*. Del

2 al 13 de febrero de 2016 se celebró en Belgrado (Serbia) el Campeonato de Europa de Fútbol Sala de la UEFA, en el que España se proclamó heptacampeona, cuya retransmisión se encargó *Mega*, con una gran cobertura para este evento.

El máximo evento internacional de fútbol sala se celebraba en Colombia. Del 10 de septiembre al 1 de octubre de 2016, el país sudamericano albergó la Copa Mundial de Futsal, la cual fue retransmitida en España por la cadena de *GOL Televisión*. A diferencia de la perfecta difusión que *Mega* realizó sobre otro campeonato internacional en ese mismo, el canal propiedad de Mediapro dejó un mal sabor de boca al público español al emitir el España – Kazajistán correspondiente a los octavos de final en diferido, algo que no había ocurrido en todo el torneo. La explicación tiene un denominador común: las sinergias. El canal *GOL* prefirió continuar con el boxeo en directo y retrasar el comienzo de la selección española (Fifa.com, 2016).

De Dios (s.f) en su obre *La comunicación en el deporte* constata lo siguiente:

“La influencia que el deporte ejerce en los medios de comunicación se manifiesta principalmente en su programación y en su economía. No obstante también podemos descubrir esta influencia en otros importantes aspectos tales como la tecnología o el prestigio de las instituciones mediáticas” (p.30).

Como a firma la profesora De Dios Viñas, las programaciones y la economía están íntimamente ligadas, de la misma forma que establecía el profesor Morgas Spà sus conocidas sinergias. Las retransmisiones de fútbol sala han ido variando sus horarios en función de la cadena titular de los derechos de la LNFS. Un ejemplo palpable es la diferencia horaria que se ha establecido entre los partidos que le corresponden a *TDP* (sábado 13:15 horas) y a *Eurosport* (viernes 21:30 horas), fijados por las propias cadenas en función de sus programaciones semanales. Los eventos se fijan en función de la audiencia, y siempre con la intención de retener el mayor número de telespectadores posibles.

En referencia a la tecnología, uno de esos nuevos aspectos fundamentales en la comunicación mediática, la LNFS ha sido una institución ejemplar a la hora de situarse del lado de las nuevas tecnologías. En el año 2014 la Liga Nacional crea un programa online con frecuencia semanal, con el nombre de “Pista Azul”. Este espacio se dedica a realizar un análisis de todo lo que ha sucedido en la jornada anterior así como repasar

todas las noticias del panorama internacional. Con seguimiento online en directo a través de la *lnfs.es*, contará con la dirección de Chema Rubio y Gustavo Muñana, y con la colaboración del experto José Rodríguez Navia “Cancho” se entrevistara a un protagonista cada semana (LNFS, 2014).

Continuando con los avances tecnológicos, la LNFS ha desarrollado una página web (*lnfsdirecto.es*) en la que cada jornada se emiten, en directo, cuatro partidos como máximo. Estos encuentros se dividen, como regla general, en dos correspondientes a Primera División y otros dos a la Segunda División. Esta iniciativa comenzó a utilizarse en el año 2011 con el partido Xacobeo Lobelle vs Barcelona Alusport (LNFS, 2011).

En lo referente a la aparición del fútbol sala en otros programas deportivos, cabe destacar, según Sagastizabal (2017) “El Punterazo”, un espacio creado para hablar sobre fútbol sala en la tertulia deportiva “El Chiringuito de Jugones” cuya emisión se realiza en el canal *Mega* a partir de las 00:00 horas. Dirigido por Alfredo Duro y Álex Silvestre que han dado un punto de vista más al fútbol sala, y una mayor promoción para este deporte. Como afirma María Sagastizabal (Jefa de prensa de la LNFS): “Muchos deportes sienten envidia. Aunque se hable poco, existe la difusión”.

La aparición de noticias relacionadas con el fútbol sala en los diarios deportivos de nuestro país se ve muy reducida en función de si es para la web, o por el contrario será reseñable para aparecer en el formato de papel. Después de realizar una revisión bibliográfica de las distintas páginas webs deportivas de nuestro país, la gran mayoría de las noticias de fútbol sala que aparecen en estas, son redactadas por la LNFS y enviadas a los distintos medios, que lo único que hacen es publicarlas en su webs y atribuir su autoría a la Liga.

Por el contrario, si las informaciones van a ir destinadas desde un principio al formato de papel del diario, se realizará una noticia propia, mucho más elaborada y generalmente con tintes de periodismo de investigación. Los ejemplos más reciente de este tipo de noticias los tenemos en el diario *Marca*, el cual suele mantener la autoría de la noticia cuando se refiere a fichajes o informaciones destinadas a la web, pero cuando sucede un evento de interés como es el caso de la UEFA Futsal Cup conquistada por el Inter Movistar en abril de este mismo año, el encargado de esta sección en el periódico madrileño, actúa como enviado especial (este año la Final Four se celebró en Almaty (Kazajistán)) (*Marca*, 2017).

3.4 Presente y futuro del fútbol sala

La comunicación actual del fútbol sala ha establecido una continuidad en el tiempo, lo que mantiene con casi toda seguridad el proyecto creado por la LNFS, y augura una evolución constante en cuanto al sistema comunicativo de las televisiones. Como vemos el hecho de tener dos canales de televisión pueden ser clave en este proceso. Un ejemplo observable es que la final de la Liga Nacional va a ser emitida en exclusiva por ambos canales, *TDP* y *Eurosport*, con lo cual, estos deben plantear algo novedoso para atraer al telespectador a seguir su formato y no el de la cadena “rival” (LNFS,2017).

Gracias a esta competencia el presente y futuro del fútbol sala español está asegurado, al menos hasta la temporada 2019, ya que son los contratos que mantienen en vigor ambos canales. Como nos comentaba Sagastizabal (2017), antes en los pabellones no se colocaban más que dos cámaras de televisión, y ahora para los *play-off* de liga, Eurosport va a fijar seis cámaras, con lo cual vemos que la evolución es grande y más en recintos pequeños como lo es el Pavelló Nou de Catgas Energía Fútbol Sala.

Después de sufrir una mala gestión, el *futsal* ha conseguido recuperarse con la llegada a la presidencia de la LNFS de Javier Lozano Cid en el año 2009. Con la sede de la liga (calle Mateo Inurria, 26) a punto de ser embargada y con una deuda superior a los tres millones de euros, esta institución consiguió sanear su cuentas y según Lozano (2013) han conseguido ser una empresa totalmente ejemplar, ya que deben cero euros (20minutos, 2013).

En referencia a esto, tanto la LNFS como los clubes que la integran se han visto beneficiados, puesto que los equipos no tienen una dependencia tan exagerada de los patrocinadores para subsistir, ya que reciben una ayuda económica por parte de la liga. Esta ayuda se ha generado tras conseguir que esa deuda sea cero, y a través de una buena gestión en la venta de los derechos televisivos, los cuales reportan unos beneficios directos a los conjuntos de la mejor liga del mundo. La unanimidad en las juntas de administración entre los equipos y la liga es una de las grandes y satisfactorias novedades para el bienestar del fútbol sala (LNFS, 2016).

La afirmación de que la LNFS es la mejor liga del mundo queda patente en muchos detalles y ejemplos que se están viendo a lo largo del tiempo. Por suerte podemos decir que los mejores jugadores del mundo tienen unas ganas inmensas de jugar en nuestra

liga, y eso es palpable a la hora de nombrar a estos jugadores los cuales o han jugado o juegan actualmente en nuestro país. Algunos ejemplos son Paulo Roberto, Betao, Fernandao, Gadeia, Bateria, Miguelín, Sergio Lozano o como no, “Ricardinho”.

Los conjuntos que en los últimos años llegan a la final de la UEFA Futsal Cup están repletos de jugadores que han dado su mejores años al *futsal* español, como el Kairat Almaty, finalista en la edición de este año. Y eso tiene una explicación muy sencilla. La LNFS es un escaparate mundial que sirve como trampolín para los mejores jugadores del mundo. Existe una relación de reciprocidad entre la liga y esos jugadores en los que ambos se dan cosas.

El ejemplo más sencillo de esta afirmación es el caso de Ricardo Felipe da Silva, alias Ricardinho. Este jugador es actualmente el más conocido en el panorama internacional del fútbol sala, pero todo gracias a su llegada al conjunto español de Inter Movistar F.S. Anteriormente militaba en el Benfica F.S. y tuvo un periplo por el fútbol sala chino, pero no era la mega estrella que es hoy en día. De la misma manera en que el jugador portugués ha recibido la ayuda de la LNFS, esta ha adquirido una mayor relevancia al albergar al jugador más importante y conocido del mundo. No debemos olvidar que el mejor jugador del mundo (nombrado por Futsal Planet) es el español Miguel Sayago “Miguelín” (*elpozomurcia.com*, 2017).

En cuanto al futuro, siempre una incógnita, que espera al fútbol sala podemos atisbar algunas luces que van a ser una realidad la próxima campaña. Los conjuntos navarros CD Xota F.S. y el Club Atlético Osasuna de fútbol han llegado a un acuerdo para su unión y entrada en la LNFS para esta nueva temporada. El desembarco de una nueva entidad futbolística en el panorama del fútbol sala es una gran noticia para la liga, puesto que esta crecerá en espectáculo, en organización y profesionalidad, y dará un salto económico, puesto que las diferencias salariales entre el fútbol y el *futsal* son abismales (*Osasuna.es*, 2017).

De la misma manera que ha ocurrido en Navarra, a falta de confirmación oficial, parece que el Inter Movistar y el Club Atlético de Madrid unirán sus fuerzas para comenzar una nueva etapa en la LNFS. Los conjuntos madrileños han alcanzado un acuerdo para la próxima campaña, en la que el conjunto propiedad del periodista José María García, “la máquina verde”, dejará a un lado sus colores para enfundarse la camiseta y el escudo del conjunto colchonero. Como ocurre en el caso anterior, el salto económico y

profesional que darían ambos clubes sería muy importante, y a la vez útil para lo que parece una nueva era en el fútbol sala con la introducción de los clubes de fútbol en el panorama nacional (eleconomista.es, 2017).

La creación de federaciones propias vuelve a sondear el mundo del fútbol sala, puesto que desde los máximos organismos se aprecia como es el deporte que menos se apoya socialmente y económicamente (subvenciones) por las federaciones de fútbol. Sin duda podría ser un paso hacia adelante, pero si en el pasado no existió esa colaboración entre la FEFS y la RFEF, no debemos aventurarnos a pensar que ahora puede ser diferente puesto que los dirigentes de la federación continúan siendo los mismos desde finales de los años 80.

Aunque la evolución es palpable, todavía se ven acciones que son impropias de un deporte oficial en todos los sentidos. Un ejemplo de lo que estamos comentando se origina en Argentina. En el año 2016 la selección argentina de fútbol sala se corona como campeona del mundo en Colombia, pero lo hace sin tener su propia liga nacional de fútbol sala. Con esto se demuestra que la profesionalización todavía no ha llegado a todos los países donde se disfruta del fútbol sala. Con la información obtenida a través de la red social *Twitter* y en especial, del perfil del seleccionador argentino de fútbol sala Diego Giustozzi (@GiustozziDiego), con trabajo y esfuerzo, la Liga Nacional de Futsal argentina ya es un hecho, y la próxima campaña comenzará a rodar el balón de forma oficial en el país campeón del mundo.

Por último y no menos importante, surge la gran incógnita en el futuro del *futsal*, el detonante que puede otorgar el reconocimiento que merece este deporte a nivel social: ser reconocido como deporte olímpico. Que esta disciplina no se encuentre representada en el evento deportivo más importante que se celebra cada cuatro años, siempre es llamativo, puesto que otras áreas deportivas adscritas a la FIFA, como el fútbol playa si disputan las olimpiadas.

Con motivo de la celebración de los JJOO de Río de Janeiro, en el fútbol sala español e internacional corría la ilusión, según el internacional absoluto Ruiz (2017) de que Brasil propusiera como deporte a prueba el fútbol sala, ya que lo más probable es que el país carioca asegurase una medalla. Para la sorpresa de los profesionales del *futsal*, se optó por otros deportes antes que por este, algo llamativo ya que al pertenecer a la FIFA y tener un número tan alto de licencias federativas, las opciones eran reales.

La evolución continua, y existe una buena noticia para el fútbol sala, puesto que la FIFA ha aprobado la inclusión de este deporte como disciplina para los Juegos Olímpicos de la Juventud que se celebrarán en Buenos Aires en el año 2018. Esta decisión tomada por el Comité Ejecutivo de la FIFA puede ser el paso que necesitaba la sociedad para comprobar que el fútbol sala cuenta con el apoyo suficiente como para ser un deporte olímpico. En Buenos Aires el COI tendrá la oportunidad de testar a este deporte de cara a una futura aprobación para participar en los JJOO de Tokio 2020 (LNFS, 2015).

4. TRABAJO DE CAMPO

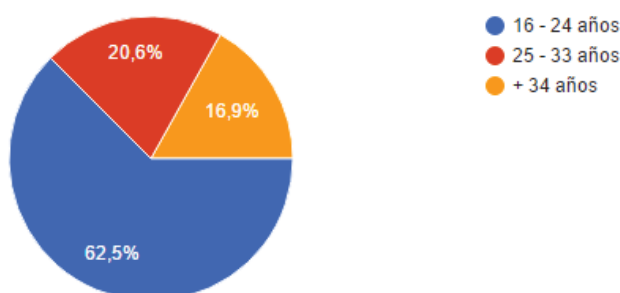
4.1 Análisis, elaboración e interpretación de los datos

En este apartado analizaremos los resultados obtenidos a través del método de triangulación para obtener las conclusiones de este trabajo, como hemos señalado en la metodología, realizaremos una encuesta, tres entrevistas y el análisis de audiencias. Para obtener los resultados, los dividiremos en tres bloques: tratamiento mediático, evolución comunicativa de este deporte y por último, cobertura mediática actual. Asimismo, dentro de cada uno de estos bloques aparecerá el resultado de la encuesta y las entrevistas realizadas, mientras que el análisis de las audiencias ocupará un epígrafe a parte debido a la relevancia que tiene para este sector deportivo.

Referente a la encuesta, el tamaño de la muestra es de 160 encuestados, de los cuales 116 fueron hombres (72,5%) y 44 mujeres (27,5%). Entre la población encuestada se observa que el 62,5% tienen entre 18 y 24 años, seguidos de un 20,6% que se encuentran entre los 25 y los 33 años, mientras que el 16,9% restante se encuentra en el rango de 34 o más años. La encuesta contaba con un total de 11 preguntas, las cuales se encuentran íntegramente redactadas en el apartado de metodología.

Edad

160 respuestas



Fuente: Encuesta. Gráfico elaborado por doc.google

En cuanto a la difusión de dicha encuesta, el método elegido ha sido a través de las redes sociales, concretamente de mis perfiles en *Facebook* y *Twitter*. La explicación de la elección de esta forma de difusión reside en que ambas plataformas cuentan con un público muy amplio y diverso, el cual oscila entre varias edades. La elección de

responder o no a este formulario era opcional, con lo cual se considera que aquellas personas interesadas en el tema contestaron a las preguntas formuladas. De todas formas, dentro de la encuesta existen preguntas que diferencian claramente al público que sigue el fútbol sala de aquellos que, por el contrario, no lo hacen.

4.2 Tratamiento mediático

Referente a la presencia que tiene el fútbol sala en los medios de comunicación, el internacional con la selección española, José Ruiz, nos comenta: “personalmente el tratamiento lo veo insuficiente, porque por ejemplo, con la selección hemos conseguido méritos para salir, varios equipos han conseguido campeonatos de Europa, y prácticamente en los medios que son nacionales estas noticias ni han aparecido”.

Algo en lo que coinciden la gran mayoría de los encuestados (93,1%) es en el tratamiento insuficiente que recibe el fútbol sala por parte de los medios de comunicación. Este resultado contrasta con el 1,3% que considera que este deporte tiene un trato excesivo en los medios de comunicación, y el resto de la población encuestada (5,6%) ve suficiente el tiempo que le dedican a este deporte.

Sin duda, con el palmarés que tienen la selección española de fútbol sala a nivel internacional, la implicación por parte de los medios de comunicación a la hora de cubrir nuestra liga, consideramos que este deporte debería ser tratado igual que el baloncesto, ya que como posteriormente dicen los tres entrevistados, el fútbol está más valorado, ocupando más espacio en los medios y más páginas en los diarios. Esto lo reclama tanto el público en general, como los representantes e integrantes que participan activamente en este deporte.

También en la encuesta se solicitaba a los participantes que marcaran los deportes que consideraban por delante del fútbol sala. Atendiendo a aquellos que superan el 50% de selecciones en nuestro recuento del formulario, el fútbol sala se encontraría en sexta posición después del fútbol, baloncesto, tenis, automovilismo y ciclismo. Para el cálculo de estos porcentajes debemos tener en cuenta la posibilidad que tenía cada encuestado de votar por dos o más deportes.

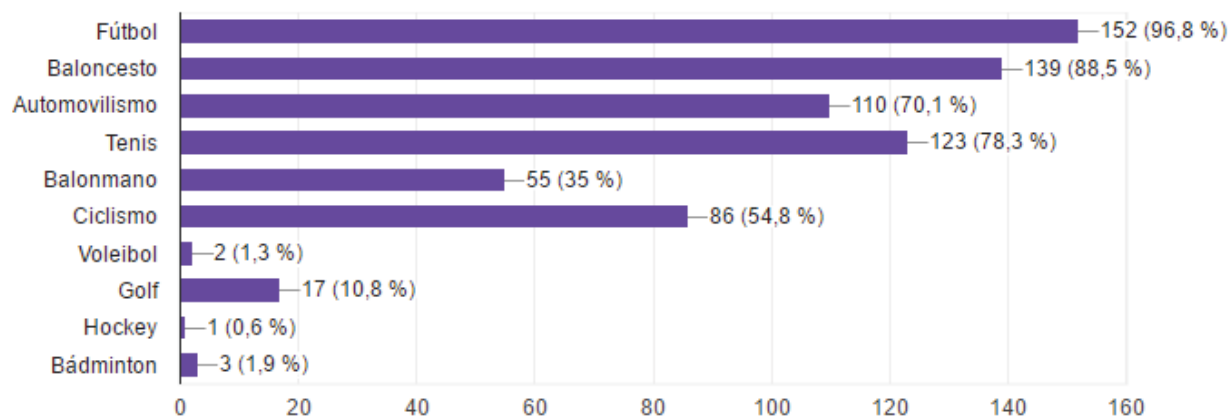


Gráfico de los deportes que se encuentra por encima del fútbol sala. Fuente: Encuesta. Gráfico elaborado por doc.google

Además, en la encuesta observamos otro factor fundamental en el tratamiento de este deporte. Preguntados por las claves para que el fútbol sala alcanzara una mayor relevancia, un 70,6% del público optó por la respuesta: “Más y mejor tratamiento mediático”, volviéndose a comprobar que el ciudadano medio seguidor del fútbol sala cree que se necesita una mayor cobertura mediática y de mayor calidad.

Las entrevistas fueron realizadas al presidente de la LNFS, a la jefa de prensa de la LNFS y a un jugador internacional de la Selección Española. En lo que coinciden todos los entrevistados es en el insuficiente trato que recibe este deporte por parte de los medios, pero encontramos matices que diferencian las posturas de un jugador profesional y de un directivo que conoce en profundidad la historia de este deporte.

Cuando hablamos de tratamiento insuficiente, el jugador español, José Ruiz, afirma que sobre todo las cadenas más importantes tienen algo olvidado a este deporte, incluso cuando se cosechan éxitos deportivos, aunque diferencia el tratamiento entre los medios. “Los medios que están un poco más especializados dan muchos partidos, dan más noticias, pero los que son medios un poquito más potentes, pues nos tienen un poco olvidados”.

Esta misma forma de pensar la tiene el presidente de la LNFS, Javier Lozano, pero argumenta la posición y actuación de los medios de comunicación actuales achacándola a motivos y problemas históricos que ha provocado este deporte, así afirma: “yo antes decía eso, pero cuando conoces un poco todo el proceso y toda la historia, nosotros algo habremos hecho mal. Muchas de las etiquetas que tienen algunos medios sobre nosotros

es porque hemos metido mucho la pata en el pasado. Continuando con el tratamiento mediático Javier Lozano comentaba que dentro de este deporte se han cometido muchos errores y de magnitudes insospechadas, pero si con esos errores este deporte está más vivo que nunca, es porque “somos un deporte con una grandísima fortaleza”.

Además todos los profesionales estaban de acuerdo sobre otro aspecto clave en la comunicación, que la priorización económica de los medios, a la hora de emitir noticias deportivas, es hacia el fútbol. Coinciden en que el fútbol es el deporte rey por antonomasia y es deber del ciudadano ser consciente de que en la actualidad ninguna disciplina se le acerca al nivel de pasión que provoca y a los seguidores que tiene.

Como consecuencia el fútbol sala, y en gran parte de los deportes, se ven relegados a ocupar una cuota de pantalla muy baja, menor que el fútbol. Javier Lozano aclara que: “los medios de comunicación son empresas con cuentas de resultados, no son ONG”. Por su parte María Rodrigo, jefa de prensa de la LNFS, afirma que “el fútbol lo copa todo porque mueve muchísimo dinero, porque mueve pasión, y contra eso no puedes luchar”. Siendo conscientes de esto solicita que se establezca “una cuota de responsabilidad social corporativa” en la que debería tener hueco el fútbol sala, así como otros deportes.

José Ruiz observa esto como jugador y asume que es una realidad muy difícil de cambiar puesto que: “quien compra diarios o quien compra prensa son los seguidores, y al final tienes que vender fútbol porque son realmente quienes te lo van a comprar”. Todos coinciden en que el tratamiento mediático que tiene el fútbol sala en España no es malo y que muchos países querrían estar como nosotros, pero sería una ayuda tener un poco más de apoyo de algunos medios, los cuales contribuirían a crear esa responsabilidad social muy necesaria para acabar con clichés y etiquetas que corresponden al pasado de este deporte.

Algunas de las claves para que el fútbol sala pueda alcanzar ese reconocimiento, por parte de los medios de comunicación, nos las dan los tres entrevistados que nos comentan: uno de los principales baluartes para que este deporte experimente un crecimiento mayor en el ámbito comunicativo, reside en que sea reconocido como deporte olímpico. Es extraño que todavía no lo sea, puesto que otras disciplinas que forman parte de la FIFA, como el fútbol playa, sí que lo son.

Con referencia a esto, institucionalmente sería un paso espectacular y como nos comenta Javier Lozano: “tienes acceso a ayudas, subvenciones, a consideraciones, a premios, y nosotros en ese escenario, además, seríamos siempre candidatos a tener medalla”. Estos tres partícipes del fútbol sala sienten que en Rio 2016 se escapó una oportunidad muy importante, ya que Brasil podía haber decidido proponer el fútbol sala como deporte a prueba, y eso significaría entrar de lleno en el panorama internacional.

El último paso en el tratamiento mediático para conseguir esa evolución sería la inclusión de clubes de fútbol en el *futsal*. Con la llegada del Atlético Osasuna y el acuerdo entre el Atlético de Madrid e Inter Movistar, la posible llegada de más clubes a la LNFS sería una gran noticia, por lo que comentábamos antes, en referencia a los seguidores y el fútbol. María Rodrigo Sagastizabal considera que: “al final, tener una camiseta y un escudo de un deporte, que es una pasión, supone que da igual a lo que juegue tu equipo, defiendes ese escudo”. Esta es una de las bases y premisas que se tiene desde el máximo organismo del fútbol sala nacional, aunque son conscientes de que deber ser una labor de todos los que participan de este deporte.

LA ENTIDAD ROJILLA DESEMBARCA EN EL FÚTBOL SALA DE LA MANO DE UN REFERENTE DE ESTE DEPORTE, CON EL QUE COMPARTE VALORES, UNA IDENTIDAD ARRAIGADA A NAVARRA Y UNA APUESTA DECIDIDA POR LA CANTERA.

El Club Atlético Osasuna y el Club Deportivo Xota Fútbol Sala han alcanzado un acuerdo para caminar juntos. De esta forma, las dos entidades deportivas compartirán un proyecto ambicioso que pretende potenciar el deporte navarro.

Unión del Osasuna y Xota. Fuente: Club Atlético Osasuna

Movistar Inter y el Atlético de Madrid han suscrito un acuerdo de colaboración para favorecer sinergias entre ambos clubes en diferentes ámbitos. La alianza surgida entre ambas entidades se traducirá en acciones de promoción y desarrollo orientado a los aficionados de las dos instituciones. De esta manera, el club interista se asocia con uno de los grandes referentes a nivel deportivo de nuestro país.

Acuerdo entre Atlético de Madrid y Movistar Inter. Fuente: Movistar Inter

La clave que es inviable para el crecimiento mediático es la creación de federaciones propias. Con el recuerdo de lo ocurrido entre la RFEF y la FEFS, saben que siempre deberán caminar al amparo de la federación de fútbol, pero sin recibir ayuda económica de dicho organismo, hasta el momento.

4.3 Evolución comunicativa

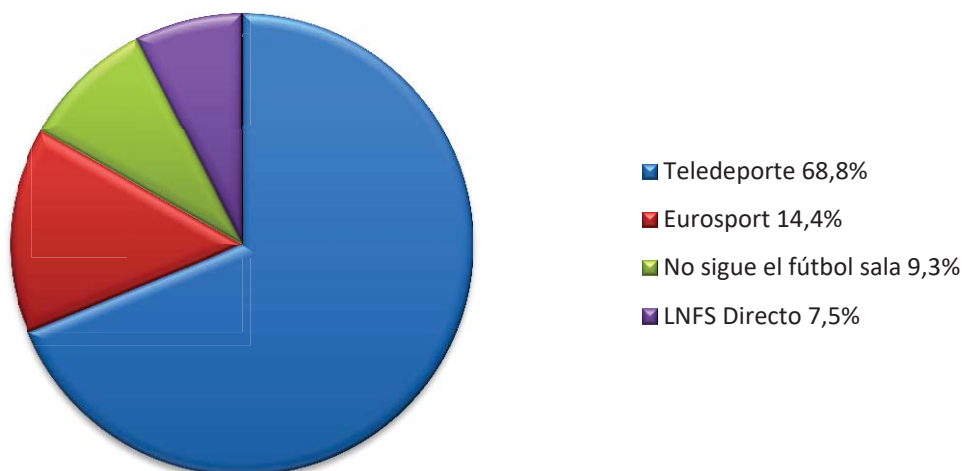
Continuando con el análisis de la encuesta podemos observar como ante la pregunta de sí consideraban que existía una evolución en la comunicación y difusión del fútbol sala, la respuesta ha sido muy igualada. Un 53,8% ha contestado a favor de esa evolución, mientras que un 46,2% consideran que el fútbol sala continua como hace varios años. Con una muestra de público tan elevada debemos tener en cuenta este resultado, puesto que la gente que consume este deporte observa una evolución, pero esta no está muy marcada o muy presente entre los seguidores, ya que deja dudas en un grupo de 160 personas (de encuestados).

Esto es muy relevante con relación a la siguiente pregunta de la encuesta, en la que se pide al ciudadano encuestado que elija entre los tres medios que siguen al fútbol sala televisivamente, o por el contrario que afirmen que no siguen el fútbol sala. Esta pregunta nos ha demostrado que concretamente 15 personas no son “amantes” del fútbol sala, quizás tengan conocimientos a nivel comunicativo de lo que ocurre en la sociedad, pero no siguen este deporte.

Cuando se incita al ciudadano a elegir entre dos canales de televisión y una plataforma a través de internet para seguir el fútbol sala, hoy en día, es que existen medios suficientes para considerar que se ha producido una evolución. Pero no hay que retroceder mucho en el tiempo, concretamente hace un año *Eurosport* no emitía fútbol sala semanalmente y ahora sí. Y echando una mirada un poco más allá vemos como hace 10 años la LNFS no emitía ningún partido a través de su página web, cosa que ahora si sucede a través de LNFS Directo. Con lo cual, la evolución en cuanto a medios para seguir el fútbol sala es una realidad incuestionable, otra cosa es que pueda ser de mejor o peor calidad.

A continuación mostramos mediante un gráfico los porcentajes de las respuestas de la muestra para la elección de un medio y seguir el fútbol sala a día de hoy:

¿Qué cadena elegiría para seguir el fútbol sala en España?



Fuente: elaboración propia.

A la pregunta, si consideran que existe esa evolución comunicativa del fútbol sala en los medios de comunicación, coinciden en admitir que es una realidad palpable a lo largo de los años. Desde luego, cada uno ve esa evolución desde un ángulo diferente debido a las distintas funciones que tiene la realidad diaria del fútbol sala.

María Rodrigo, jefa de prensa de la LNFS, afirma que: “la evolución es total y en eso estamos y esa es nuestra labor diaria, venir aquí y todos los días hacer cosas y vender para hacer crecer este deporte”. Sobre todo la importancia de que a día de hoy este deporte tiene la cobertura de dos televisiones, algo que como dice, no está en la mano de ningún otro deporte situado en el segundo peldaño, comunicativamente hablando. Hace un año, por ejemplo, el baloncesto se emitía por dos cadenas de televisión, pero al contrario que el fútbol sala han retrocedido al pasar a tener un solo canal y además de pago, lo que limita mucho más la cercanía de este deporte con la sociedad.

Javier Lozano, ex seleccionador y jugador, sabe muy bien sobre el origen del fútbol sala en España y a la pregunta de si ha evolucionado, confirma que: “existe una progresión geométrica”. Continuando con el ejemplo que explicábamos anteriormente, la comunicación actual del fútbol sala tiene una repercusión social tan elevada, pese a la organización tan modesta que es la LNFS, que muchos estamentos deportivos, de nuestro país, que a día de hoy están perdiendo fuerza entre la población han solicitado

consejo al departamento de comunicación de la LNFS. Las claves según el presidente de la liga, “tener todo planificado, preparado y muy organizado, y sobre todo, la pasión”.

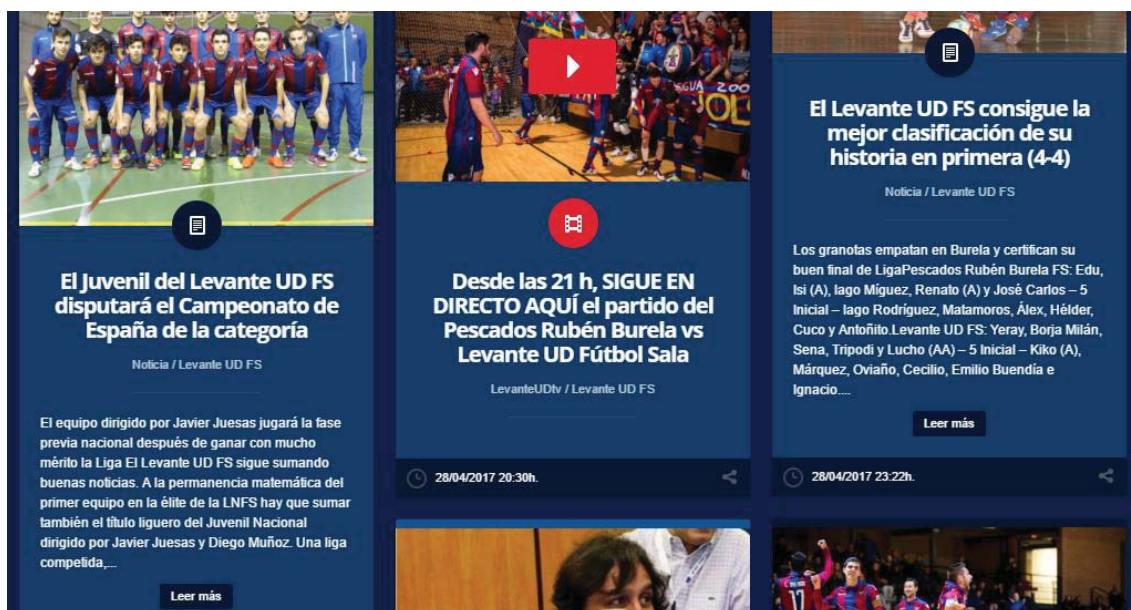
El punto de vista del jugador José Ruiz difiere un poco en la dirección de esta evolución comunicativa. Sentencia que, por supuesto, que existe una evolución, pero “aún no le hemos dado el valor real que tiene nuestro deporte”. Afirmar que es una realidad el movimiento y crecimiento que está sufriendo el *futsal*, pero los medios todavía no han conseguido sacar todo el potencial deportivo y visual que tiene este deporte.

En lo referente a la labor específica que cubre, María Rodrigo como jefa de prensa de la “mejor liga del mundo”, afirma que es una responsabilidad tremenda. El hecho de que a la LNFS se nos considere la liga más potente del mundo, no ha llegado sin esfuerzo. Tras la desaparición de la FEFS, este deporte sufrió mucho para llegar hasta donde está. Esa evolución, como decíamos anteriormente, se constata en que el fútbol sala en España se ha convertido en un reflejo para otras asociaciones que pretenden dar un salto de calidad y profesionalizar mucho más sus disciplinas. María Rodrigo aclara a este respecto que, “somos la imagen de un deporte, y para transmitir un deporte hay que intentar siempre la perfección”.

El crecimiento exponencial, desde la llegada en el año 2009 de la actual directiva, hace ver que en muchas ocasiones la materia prima está ante nuestros ojos (en este caso el fútbol sala) y solo necesita a profesionales que moldeen el producto inicial para convertirlo en algo realmente espectacular. Pero no solo a nivel nacional existe una evolución comunicativa destacable, sino que en la actualidad el fútbol sala español se exporta a cerca de 40 países. Muchos de estos países no tienen esa cultura deportiva sobre el fútbol sala, ya que si no se practica es difícil que llegue, pero la difusión en cuanto a los derechos vendidos está siendo productiva y sobre todo, sirve para crear conciencia social sobre este deporte en lugares en los que no se practica.

La experta en comunicación de la LNFS destaca otro de los principales favores que realizan los equipos de fútbol cuando deciden crear una sección de fútbol sala. Ya no solo se habla de la profesionalización que aportan a este deporte sino del efecto de seguimiento que generan sobre otros clubes. El FC Barcelona y el Levante UD, al provenir del fútbol, tienen un departamento de comunicación mucho más estructurado y que genera unos contenidos muy buenos sobre el fútbol sala. Cuando otros equipos de la

LNFS ven la forma de trabajar de estos conjuntos, deciden cambiar su sistema de comunicación.



Fuente: departamento de comunicación del Levante FS.

Para finalizar con este apartado, esta evolución comunicativa puede ir un paso más allá con los nuevos procesos comunicativos que se están estableciendo a día de hoy. Cada vez las RRSS tienen un peso más importante en la sociedad, con lo cual, están desarrollando una evolución constante que permite a los usuarios sacar el máximo provecho a esas aplicaciones. La responsabilidad que deben cumplir organizaciones como la LNFS reside en centrarse de igual manera en la televisión, en los medios tradicionales y en las nuevas tecnologías.

En relación a esto podemos afirmar que la LNFS continua muy activa en la RRSS. A continuación vamos a hacer un análisis del estado actual de las principales aplicaciones que controla la liga nacional respecto al final de la temporada 2015/16 (datos publicados en la memoria de la LNFS). En *Twitter*, en menos de un año, se ha pasado de 56.785 seguidores a los 63.265 actuales. De la misma forma en *Facebook* tenían 71.772 seguidores y en la actualidad han conseguido 80.451. Pero el salto más importante llega en *Instagram*, donde en la anterior campaña contaban con 42.000 seguidores y ahora mismo tienen 60.900. En la plataforma *Youtube* actualmente tienen 28.052 suscriptores, prácticamente diez mil más que hace un año, y ya por último y menos importante, puesto que ha perdido muchísima relevancia, han pasado de 1.376 seguidores en *Periscope* a 1.680 a día de hoy.

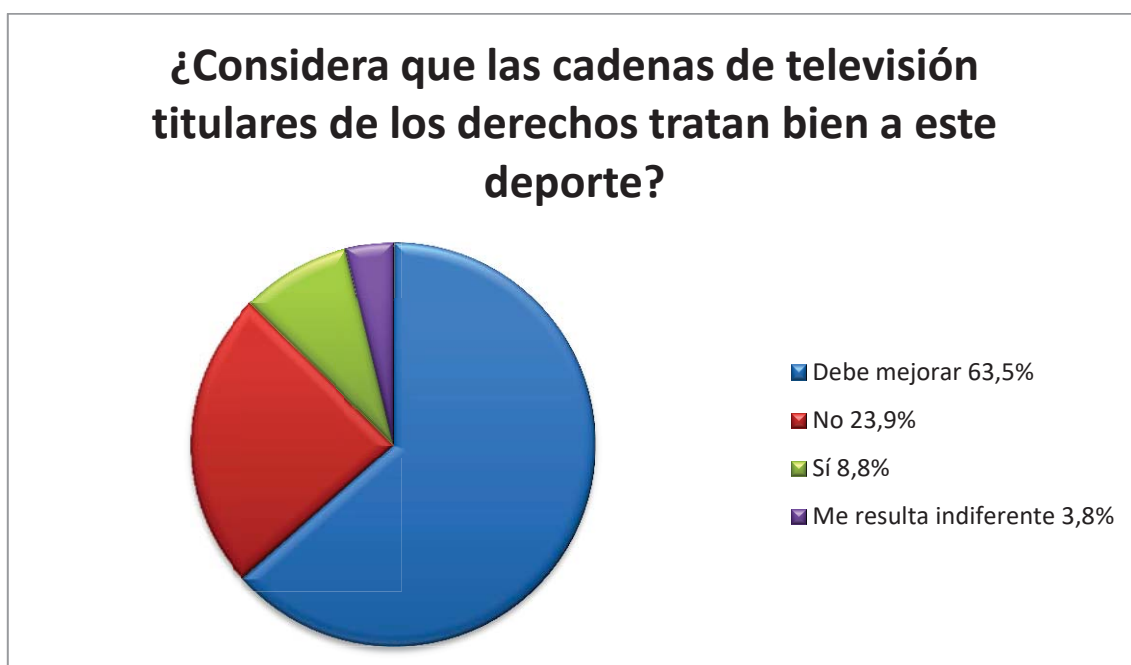
La importancia de estos datos reside en analizar y detallar que los principales crecimientos se han producido en las aplicaciones más empleadas por la gente en su día a día, mientras que aquellas que pierden tirón y pasan desapercibidas por la sociedad, no han experimentado grandes cambios (*Periscope*).

4.4 Cobertura mediática actual

Para comenzar a hablar sobre este epígrafe con propiedad y conocimiento de causa, volveremos a analizar algunas de las preguntas de la encuesta que encajan dentro de este apartado, así como desarrollaremos y analizaremos las respuestas que nuestros entrevistados nos han dado sobre este tema.

“Siempre queremos más, pero no vas a abrir un telediario a no ser que seas campeón del mundo” (María Rodrigo Sagastizábal)

La titularidad de los derechos de fútbol sala ha variado mucho en los últimos años, con lo cual era una pregunta obligada para conocer la opinión de si consideran que estas cadenas con la propiedad de los derechos tratan bien a este deporte. Las respuestas evidencian que la sociedad solicita que se mejore el producto televisivo con un 63,5%, mientras que un 8,8% considera que, sí se realiza un tratamiento correcto del fútbol sala.



Fuente: elaboración propia

Estos resultados muestran el descontento de la población que sigue este deporte. El fútbol sala, como hemos comentado, cuenta con dos canales de televisión que se encargan de emitir los encuentros semanales, pero cuando existe algún evento internacional como un Campeonato de Europa o un Mundial, los derechos corren a cargo de la cadena que más pague por conseguirlos. Generalmente, excepto *Eurosport* que siempre los emite, estos derechos son adquiridos por grupos o canales que no siguen el *futsal*, y que ven una gran oportunidad de conseguir algunos puntos de *share* con la emisión de este deporte.

Esto ha inducido a una tónica muy negativa dentro del mundo comunicativo, puesto que con la cobertura que ofrecen para España, como decimos, saben que tienen asegurada una cuota de pantalla. La calidad de estas emisiones baja en comparación a la realizada semanalmente por *Eurosport* y *TDP*, y esto se vio reflejado en los octavos del Mundial celebrado en Colombia en el año 2016.

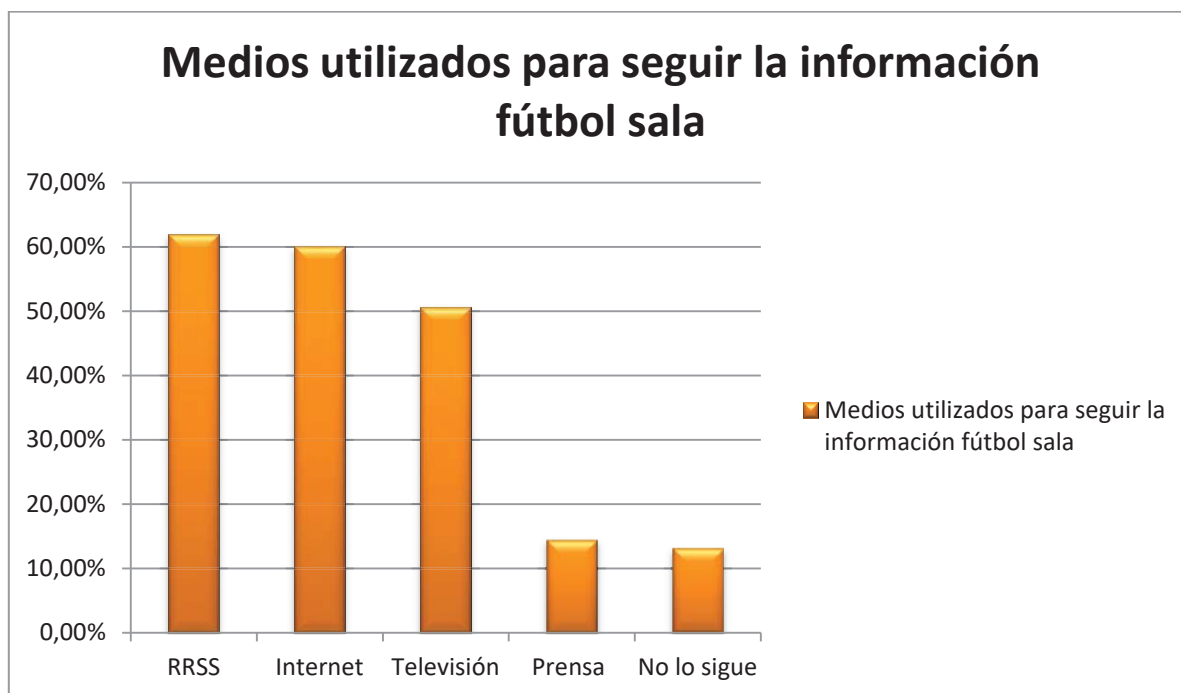
Como ya hemos comentado a lo largo de este trabajo, España se enfrentaba a una de las potencias europeas, Kazajistán, para conseguir una plaza entre los ocho mejores equipos del mundo y la cadena *GOL Televisión* era la encargada de esa retransmisión en directo. La realidad fue que el partido comenzó a emitirse con una parte en diferido, con lo cual cuando en Colombia se estaba jugando la segunda mitad, en España acababa de comenzar el partido. Esta serie de situaciones no favorece a los posibles seguidores de este deporte, puesto que no aporta seriedad ni profesionalización.

Otro de los factores que está fomentando el desarrollo de una cobertura mediática más potente es la aparición, en nuestro país, de una de las grandes figuras del fútbol sala mundial. El ejemplo de “Ricardinho”, uno de los jugadores más espectaculares y famosos del mundo por su forma de jugar. Desembarcó en la LNFS en el año 2013 y desde su llegada el *futsal* ha conseguido un mayor reconocimiento y una mayor cobertura, impulsada por la demanda del público de más espectáculo.

Los 160 encuestados muestran, por mayoría, que Ricardo Felipe “Ricardinho” ha mejorado la imagen de la liga nacional con su llegada. Un 71,3% afirman que esa mejoría es debida al astro portugués, un 13,6% declara no conocer a este jugador (dato que aporta el bajo seguimiento de esas 21 personas), un 10,6% aseguran que esta mejoría es recíproca, puesto que el jugador luso le ha dado ese plus en cuanto a publicidad y cobertura a la LNFS, pero este sin la mejor liga del mundo no sería tan

conocido. Y por último, un 5% muestra que no ha mejorada la liga española. Estos datos coinciden, como mostraremos más adelante, con el análisis de las entrevistas.

Continuando con el análisis de la muestra, observamos los medios mediante los cuales la gente consigue la información necesaria para satisfacer su conocimiento sobre el fútbol sala. A continuación mostramos los datos mediante un gráfico:



Fuente: elaboración propia

El público eligió la opción de las redes sociales con un 61,9%, muy seguida de internet con un 60% y de la televisión con un 50,6% de los votos. La prensa queda relegada a un cuarto lugar con 14,4%.

Esta muestra es muy indicativa ya que pese a tener dos cadenas de televisión con titularidad de derechos y emitir a través de la web de la LNFS Directo, la principal fuente para seguir la información sobre el fútbol sala es mediante las RRSS e internet. Algo que no resulta peculiar puesto que la gran mayoría de los canales de televisión no ofrecen información sobre los deportes minoritarios, no aportan esa cobertura mínima, tan solo hablan de fútbol y de algún que otro deporte que destaca por alguna noticia, generalmente negativa o que no aporta información real sobre ese deporte, o por un evento especial.

Siguiendo con el análisis de las entrevistas, en cuanto al tratamiento del fútbol sala por parte de las cadenas con titularidad de derechos coinciden en que les falta algo, aunque como comentábamos antes, sí se compara con otro deporte el tratamiento es bastante bueno. Por su parte, María Rodrigo, jefa de prensa de la LNFS, nos confirma que es consciente de que existe una evolución entorno a las coberturas que realizan los medios, ya que antes las emisiones comenzaban a la hora en punto y terminaban una vez que pitaba el árbitro el final, y ahora “simplemente con ver que lo están emitiendo y produciendo, pues estamos muy contentos y muy satisfechos” (María Rodrigo).

Por su parte, José Ruiz y Javier Lozano coinciden totalmente en que existe una cierta monotonía y la novedad otorgaría un nuevo rumbo a este deporte, tanto en la cobertura como en el sentido de atraer más seguidores. El futbolista catalán sentencia, “que al final los comentaristas y la gente que trabaja en el fútbol sala es la misma. Hay una gran competición, entonces los contratan y hacen su trabajo. Luego hay otra gran competición que dan por otra cadena, los contratan y así constantemente” (José Ruiz).

En el momento en el que, tanto los resultados de una encuesta como la opinión e información de los profesionales del mundo del fútbol sala coincide en una afirmación tan clara, como que los medios que tratan este deporte deben mejorar en la realización de sus programas, es porque se observan carencias. Esas carencias quedan reflejadas en el caso del Mundial de Colombia o en el corte de la emisión por parte de Eurosport, cuando Inter Movistar iba a recibir el trofeo que le acreditaba como mejor equipo de Europa. La opinión pública y de los expertos se basa en hechos tangibles, los cuales es lógico que luego repercutan a la hora de conseguir audiencias “aceptables”.

El tema del aumento del seguimiento y cobertura mediática con la llegada de grandes jugadores los entrevistados coinciden en sus afirmaciones y dicen, que “Ricardinho” ha nutrido de más gente y más cámaras los pabellones españoles, e indudablemente eso repercute en los medios de comunicación, los cuales quieren estar presentes para no perderse las virguerías del jugador portugués o los goles que luego puedan dar la vuelta al mundo. Quieren la primicia y eso favorece la cobertura que pueda recibir la LNFS, no solo mediante televisiones, sino por parte de las webs, de la prensa escrita o de los medios de comunicación extranjeros.

Javier Lozano, presidente de la LNFS, nos lo comenta así: “las cualidades y el talento lo tiene él (“Ricardinho”), y eso, indudablemente, ha repercutido en que la liga española

sea más conocida, pero esta liga fue la que le puso en órbita, en escena”. Aquí como en la encuesta, se habla de una reciprocidad, la cual ha dotado a la LNFS de mayor cobertura y más espectáculo, pero también ha sido la liga española la que ha desempolvado a uno de los mejores jugadores del mundo, el cual se encontraba en el anonimato.

Por su parte, María Rodrigo realiza un repaso a la evolución que se está produciendo dentro de la prensa escrita, puesto que comienzan a realizar un trabajo de cobertura al fútbol sala que antiguamente no llevaban a cabo. Este tipo de medios actúa, en cierto punto, de la misma forma que las televisiones a la hora de tratar el fútbol sala, ya que cuando existe algún éxito se esfuerzan por informar sobre ello, pero cuando la información es más corriente y no tan sonora la subestiman.

El ejemplo está en la Copa de España celebrada en Ciudad Real, en la cual según nos confirma la jefa de prensa “ya estamos pegando un salto importante. Las principales radios, los principales periódicos deportivos de España, medios digitales, en fin, los grandes medios estaban presentes”. El problema reside en que están participando en los grandes eventos, pero no consiguen mantener esa regularidad en cuanto a la cobertura semanal que sí ofrecen otros medios. De esta manera se está lastrando toda la figura social acerca del potencial real que tiene el *futsal*, y por el que desde la LNFS se trabaja día a día.

A raíz de esto, la jefa de prensa nos confirma que la expansión a nivel mediático es francamente grande ya que desde la LNFS se está intentando hacer un trabajo de difusión de este deporte. A los ya comentados 40 países a los que se emite el fútbol sala, se suman cadenas internacionales que están emitiendo o que pronto emitirán partidos de nuestra liga, así como compactados con las mejores jugadas, goles e intervenciones de los porteros. María Rodrigo nos adelanta que, “tenemos un acuerdo muy importante con Fox Sports, para enviarles nuestro compactado y que lo emitan en diferido para todo Latinoamérica y parte de Centroamérica”.

A continuación adjuntamos una tabla en la que se muestran los acuerdos que tiene en vigor la LNFS y los que son de reciente creación, para la emisión de imágenes al extranjero y que facilitan el aumento de esta cobertura mediática en la actualidad. Esta difusión alcanza a países que la gran mayoría de los aficionados de este deporte

desconocen, lo que muestra que la LNFS está trabajando mucho y sigue trabajando en ello.

Tabla de las cadenas de televisión donde se emite la LNFS

Cadena	País de origen	Ámbito de emisión
Fox Sports	México	Latinoamérica/ Centroamérica
Bein Sports	Qatar	26 países del norte de África y Oriente Medio
Esporte Interactivo	Brasil	Brasil
RTP2	Portugal	Portugal
A Bola	Portugal	Portugal
AMC	EEUU	Hungría, República Checa y Eslovaquia

Fuente: memoria LNFS 2015/16. Elaboración propia.

La cobertura mediática que está alcanzando el fútbol sala español es brutal. Mediante la confirmación de los expertos en este deporte, y después de hacer una amplia revisión bibliográfica, los resultados aprueban que nuestra LNFS sea la más difundida por el resto del mundo. Las televisiones extranjeras mostradas anteriormente se suman a las nacionales de *TVE*, las autonómicas *TV3*, *IB3*, *ARAGON TV*, *TVG2*, *7RM* Y *Canal Sur*. Estas cadenas han emitido 63 partidos en directo y 67 en redifusiones, lo que las convierte en otro fuerte motor del fútbol sala español. A todo esto debemos sumar las cadenas locales de *Barça TV* y *GTM* de Murcia que han emitido 32 partidos en directo y 153 redifusiones.

Continuando con la cobertura que se realiza al fútbol sala, es inevitable comentar el contraste que existe entre la Serie A italiana (liga que disputa José Ruiz) y la española, así como con otros países. José Ruiz nos confirma que, “en España es un fútbol sala mucho más profesional y bastante más organizado que en Italia. Aquí los medios prácticamente no cubren absolutamente nada”.

A raíz de esto, observamos como el presidente de la LNFS, Javier Lozano, hace una reflexión muy importante para concebir la situación que sufre el fútbol sala en la gran mayoría de países que compiten en los europeos y mundiales de esta disciplina. “En ese

fútbol sala hay alguien que les paga en negro, a veces ni te pagan, tampoco hay cobertura, no hay una asociación que pelee por lo general... Lo bueno de todo eso es que ya lo hemos pasado en España”, sentencia el dirigente.

Tanto en Italia como en otros países que pueden llegar a ser una referencia mundial, como es el caso de Brasil, la cobertura mediática de su deporte deja mucho que desear. El propio José Ruiz nos relata cómo es esta cobertura en Italia: “Seguimos los partidos por ordenador, por la página de Facebook de los otros equipos, a veces por la Liga, pero se cubre muy poco fútbol sala”. Como decimos, todos los países que compiten en los eventos internacionales no se acercan, ni tan solo, un poco al nivel de cobertura mediático que se ofrece en España. Con dos televisiones titulares de los derechos del fútbol sala, emisión de partidos cada fin de semana a través de la propia página de la LNFS, nos encontramos a la cabeza en el nivel de comunicación mundial.

Esto se puede observar en el momento en que los dirigentes de las ligas y competiciones de otros países acuden a nuestros eventos para informarse y adquirir los conocimientos necesarios para organizar sus propias competiciones. Es el caso de la federación argentina, la cual recientemente acaba de crear su propia liga nacional de fútbol sala, y sus dirigentes viajaron a Ciudad Real para conseguir la información y los conceptos clave para crear una competición atractiva al público. Esto llama la atención, puesto que la Selección Argentina se ha proclamado campeona del mundo en 2016.

Para finalizar con este epígrafe y con parte del análisis de las entrevistas, un reflejo de cómo se encuentra el fútbol sala español se ve en la actitud de todas las personas que se encargan de la comunicación en LNFS. Pese a encontrarse a la cabeza en el ámbito de la comunicación sobre este deporte, la jefa de prensa María Rodrigo responde a la pregunta de, en qué número situaría el ámbito de seguimiento mediático del *futsal* respecto de otros países, “Me gustaría colocarlo pasado el 5”.

Esto muestra el alto nivel de exigencia que se fijan desde dentro de la organización. Está bien reconocer que nos encontramos a años luz de otros países, y como afirma Javier Lozano, “ni en 20 años van a igualarnos”, pero en la LNFS se continua luchando por situar al fútbol sala en el escalón deportivo y mediático que le corresponde, y de esta manera María Rodrigo nos confirma que, “en esta carrera de fondo me gustaría llegar a alcanzar el 7”. Nos dice, también, que siempre es optimista y realista, y dentro de esa

realidad “sabemos que nos queda mucho para luchar con cómo está concebido el deporte en los medios de comunicación”.

A la hora de hablar de cobertura mediática no podemos olvidarnos de *TVE* y *Eurosport*, pero sobre todo de este último que ha apostado fuertemente por convertir a este deporte en una de las piezas clave en la comunicación de la cadena francesa. Líder en la emisión de deportes secundarios como el ciclismo, del cual emite prácticamente todas las carreras dentro del circuito profesional, o el tenis, disciplina que cuenta con una gran relevancia dentro de este canal de pago al emitir los cuatro Grand Slam y los torneos más importantes a lo largo de todo el mundo.

La apuesta de *Eurosport* por el fútbol sala se firmó en enero de 2017, y las emisiones comenzaron las noches de los viernes desde el mes de febrero. Con esta entrada aumentó la variedad en el tratamiento y cobertura del *futsal* ya que al contar con dos canales de televisión y profesionales de distintas generaciones, la diferencia con *TDP* es una realidad, tanto en el trato de este deporte como en la difusión por parte de todas las plataformas de *Eurosport*.

El viernes 3 de febrero de 2017, en el pabellón Jorge Garbajosa (Torrejón de Ardoz) arrancaban las retransmisiones de *Eurosport 2*. El partido que enfrentaba a Movistar Inter contra Aspil Vidal Ribera Navarra, formará parte de la historia de las retransmisiones. Esta irrupción ha producido unos beneficios brutales al fútbol sala, ya que la cadena privada emite un pre partido y un post partido, lo que conlleva dos horas y cuarto de emisión en directo. Esto ha fomentado las sinergias de las que hemos hablado a lo largo de todo este trabajo, ya que *TDP* se ha visto íntimamente influido por la aparición de *Eurosport*, teniendo que darle una vuelta más a la cobertura que realizaban sobre la LNFS.



Imagen de la primera retransmisión. 03/02/17Fuente: *Eurosport*.

Como los dirigentes afirman, *Eurosport* ha conseguido darle una vuelta más al producto y ha comenzado con una gran fuerza a la hora de emitir el fútbol sala. La juventud de los profesionales es algo que destaca Javier Lozano, ya que opina que, “*Eurosport* le da un toque más joven, más fresco al tratamiento del fútbol sala, aunque solo llevan 6 cámaras y *TDP* más de 10, pero es otra forma de tratarlo”.

Ese aire fresco, del que se habla, contrasta con la monotonía que ha adquirido *TDP* ya que se ha acostumbrado a tratar este deporte de una forma distinta al ser la única televisión que emitía en abierto para toda España. La cadena *Eurosport* con Gustavo Muñana, Julio García Mera, Marta Sánchez, Miguel Ángel Méndez y Kike Boned ha conformado un equipo con experiencia y variedad, pero a la vez con juventud, con ese pre y post partido a pie de pista en un *stand*, porque por el pasan todos los protagonistas.

Por el contrario, *TDP* apuesta por la experiencia y una menor variedad. Ramón Pizarro y Juan José Rodríguez Navia “Cancho” conforman una dupla que simboliza el fútbol sala más clásico y experto, con una sobriedad y experiencia sobradamente contrastada, pero como nos han confirmado nuestro entrevistados, aún le falta algo de aire fresco para enganchar a más público. Esto contrasta radicalmente con la experiencia que tenemos de la muestra realizada a esas 160 personas, las cuales por amplia mayoría, prefieren el formato ofrecido por el canal de *TVE*.



Los equipos de *TDP* y *Eurosport* encargados del fútbol sala. Fuente: LNFS/*Eurosport*

4.5 Audiencias

Una de las principales vías de información por la que hemos optado para conseguir datos relevantes sobre este trabajo son las audiencias. La LNFS nos facilitó la información referente a las audiencias de *TDP* y del canal catalán, *Esport3* acerca de varios encuentros del año 2016. *Eurosport* por el contrario prefirió reservar su derecho a la no publicación de las audiencias del presente año, de la misma forma que la liga nos denegó la opción de tener datos de audiencia más reciente.

No obstante, hemos conseguido reunir unos datos relevantes sobre la audiencia del Europeo de fútbol sala celebrado en 2016 en Serbia, a través del grupo Barlovento Comunicación. *MEGA*, cadena de televisión que emitía ese torneo, consiguió sus mejores audiencia gracias a los tres últimos encuentros disputados por la Selección Española de fútbol sala en dicho evento. Los cuartos de final ante Portugal, las semifinales ante Kazajistán y la final y victoria de los nuestros ante Rusia.

Cuotas targets		Ind. 4+	HOM	MUJ	4 a 12	13 a 24	25 a 44	45 a 64	>64
MEGA	Enero 16	1.9	2.5	1.3	1.2	2.3	2.8	2.1	0.8
	Febrero 16	1.8	2.5	1.2	1.3	2.3	2.7	2.0	0.9
	DIF>>	-0.1	0.0	-0.1	0.1	0.0	-0.1	-0.1	0.1
Título/Descripción		Cadena	Fecha	Inicio	Fin	Cuota	AM(000)		
FUTBOL SALA:EUROCOPA / RUSIA-ESPAÑA		MEGA	13/02/2016	20:53:22	22:55:38	4.5	725		
FUTBOL SALA:EUROCOPA / PORTUGAL-ESPAÑA		MEGA	08/02/2016	20:52:36	22:39:17	3.4	632		
FUTBOL SALA:EUROCOPA / ESPAÑA-KAZAKHSTAN		MEGA	11/02/2016	20:53:51	22:32:13	3.3	597		
FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE RESUMEN / JUVENTUS-BAYERN MUNICH		MEGA	23/02/2016	23:12:35	23:38:53	2.9	533		
FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE RESUMEN / ROMA-R.MADRID		MEGA	17/02/2016	22:44:29	23:34:52	2.6	502		

Tabla de audiencias de la cadena *MEGA*. Fuente: Barlovento Comunicación

A la hora de observar y analizar la audiencia de un determinado programas es muy importante interpretar los datos que esta genera. No es lo mismo emitir un encuentro de fútbol sala después de una emisión que genera cierto interés, que hacerlo tras una que lo único que pretende es ocupar un horario por parte de la cadena. Un ejemplo sencillo y práctico es, que si emitimos un partido de *futsal* a las 18:00 horas después de emitir un partido de la Copa Davis de tenis, muchos amantes del deporte permanecerán en el mismo canal, mientras que si anteriormente estábamos emitiendo un campeonato de trial en diferido, el arrastre de seguidores será menor.

Con lo cual, las audiencias dependen de muchos factores. A raíz de esto, la percepción que se concibe al analizar estas audiencias es que el fútbol sala tiene un gran tirón, pero solo respaldado por los amantes de este deporte, ya que los encargados de las cadenas de televisión no ayudan con sus emisiones a dar un mayor respaldo a este deporte.

Mediante el análisis de audiencias de Barlovento Comunicación hemos observado como el primer mes de vida del fútbol sala en la cadena de pago *Eurosport 2*, no generó aumentos de *share* considerables, sino que la cadena pasó de un 0,7% en enero de 2017 a un 0,2% en febrero de ese mismo año. Con esto se comprende fácilmente lo que nos comentaba la jefa de prensa de la LNFS. A día de hoy, el fútbol sala no puede llegar a emitirse por ninguna de las principales cadenas de la televisión española, puesto que no genera esas cuotas de audiencia que se necesitan para mantener el ritmo de los rivales.

Ni tan siquiera, hoy por hoy, podría emitirse por algunos canales secundarios como es el caso de *FDF*, ya que este canal propiedad del Grupo Mediaset consigue casi un 3% de cuota de pantalla emitiendo capítulos de series en propiedad, que por lo tanto no les rentabiliza a nivel económico.

A continuación, vamos a realizar el análisis de los partidos más vistos de la Copa de España, de la LNFS y de la UEFA FUTSAL CUP, todos ellos del año 2016. Estas audiencias se ven influenciadas por la interpretación que hemos explicado anteriormente, por la emisión de otros deportes en ese día e indudablemente por la hora a la que se emiten los encuentros, que siempre influye en la captación de más telespectadores.

El primer encuentro pertenece a la Copa de España 2016 celebrada en Guadalajara, y que tuvo como finalistas de este torneo que se disputa de viernes a domingo, al conjunto madrileño de Movistar Inter y El Pozo Murcia. Este encuentro se emitió en abierto por dos canales: *TDP* para toda España y *Esport3* para la Cataluña. Los porcentajes y número de espectadores que aparecen en azul son la AM y el *share medio*, mientras que los que aparecen en rojo, serán el máximo de espectadores y de *share* durante dicha emisión.

FINAL	MOVISTAR INTER - ELPOZO MURCIA	13/03/16	20:15	TDP	340.000	1,9%	585.000	3%
FINAL	MOVISTAR INTER - ELPOZO MURCIA	13/03/16	20:15	ESPORT3	10.000	0,4%	40.000	0,2%

Tabla datos LNFS. Elaboración propia.

Como podemos observar, las cuotas de pantalla que se obtienen de la emisión de este torneo son inferiores a las que consiguió la cadena *MEGA* con la emisión de la fase final del europeo de fútbol sala. Como hemos comentado anteriormente, estos datos constatan el motivo de la no inversión de las cadenas principales de nuestro país en este deporte, aunque es cierto que el mero hecho de aparecer en estos canales tan potentes

generaría espectadores de por sí. La apuesta de las cadenas locales por el fútbol sala se ve reflejada en Esport3 que, decidió emitir esta final aunque a ella no llegara ningún equipo catalán.

El siguiente encuentro que hemos analizado es el primer partido de la final de la temporada 2016, que enfrentaba al Movistar Inter contra el FC Barcelona Lassa. Algo que es digno de destacar es que el primer encuentro de una final en la que se decide al mejor equipo de cinco partidos sea el más visto por el público. El procedimiento a la hora de realizar la tabla es el mismo, diferenciando entre audiencia media y *share* medio, y los picos máximos. Los datos son los siguientes:

Final (1)	MOVISTAR INTER – FC BARCELONA LASSA	9/06/16	21:00	TDP	245.000	1,7%	425.000	2,4%
-----------	-------------------------------------	---------	-------	-----	---------	------	---------	------

Tabla datos final LNFS. Fuente: LNFS. Elaboración propia.

Una vez contemplados estos datos, vemos como de nuevo son buenos, pero no alcanzan, por ejemplo, a un partido de la Copa Davis de febrero de 2017 entre España y Croacia que fija un 3,7% de cuota de pantalla. Con cerca de medio millón de espectadores se encuentra lejos de los registros obtenidos durante esa misma temporada por este deporte.

Por último y para finalizar este apartado analizaremos el encuentro de la final de la UEFA Futsal Cup que enfrentó al equipo ruso Ugra Yugorsk contra el español Movistar Inter. El partido más importante a nivel de clubes del continente acaparaba todos los focos y fue emitido por *TDP* al encontrarse un conjunto español en la final. Como nota a destacar, la escuadra rusa, se alzó con el título de mejor equipo de Europa, pero a día de hoy sus jugadores llevan entre tres y cinco meses sin cobrar, algo que como decíamos refleja el nivel de la competición rusa, así como los estamentos que deben luchar por los derechos de esos jugadores. Los datos de este partido son los siguientes:

Final	UGRA YUGORSK - MOVISTAR INTER	24/04/16	20:30	TDP	275.000	1,7%	510.000	3,1%
-------	-------------------------------	----------	-------	-----	---------	------	---------	------

Tabla datos final UEFA Futsal Cup. Fuente: LNFS. Elaboración propia.

Con un *share* medio de 1,7% se encuentra por debajo, por ejemplo, de los encuentros que la temporada pasada emitía *TDP* de la Copa del Rey de baloncesto. Como podemos observar los medios y la cobertura existe, y son varias cadenas las que se comprometen a que este deporte lo vea la sociedad española, pero la respuesta por parte del público no

está siendo la esperada. Pese a emitir en abierto y en directo el mejor partido a nivel de clubes del continente europeo, la gente no se interesa por ver estos partidos, como sería de esperar. Como nos comentaban nuestros entrevistados, la sociedad de nuestro país siempre pide más y se quejará por defecto, pero a día de hoy el tratamiento mediático en España es bueno, aunque falta el apoyo social que el fútbol sala debería tener, y terminar de una vez con las etiquetas y encasillamientos del pasado.

Para finalizar, me gustaría emitir una reflexión muy breve que nos dejó el internacional con la Selección Española José Ruiz, que afirmaba lo siguiente: “a día de hoy, creo que es el mejor momento que vive a nivel de comunicación el fútbol sala. Tenemos que seguir mejorando, pero gozamos de buena salud hoy en día”.

5. CONCLUSIONES

Como hemos podido comprobar, el fútbol sala es un deporte minoritario que constantemente ha tenido que soportar vivir a la sombra del fútbol y de otros deportes, que por su historia, poseen un arraigo social mucho más extendido en nuestra sociedad. Con la investigación que hemos realizado, tres entrevistas a profesionales, la encuesta y el análisis de las audiencias hemos llegado a estas conclusiones:

- Hemos comprobado que la primera hipótesis se cumple. España es el país en el que los medios de comunicación dan mayor cobertura al fútbol sala. El internacional español, José Ruiz, nos lo confirmaba cuando a día de hoy envidia la situación que tenemos en España, ya que en Italia (país donde está jugando) la cobertura de los medios es prácticamente nula, y en muchas ocasiones tienen que seguir los encuentros a través de las redes sociales de los equipos. De la misma forma, la jefa de prensa de la LNFS, María Rodrigo, nos confirmaba que países que reciben imágenes de nuestro fútbol sala, no apuestan por dar esa visibilidad a este deporte en sus respectivos territorios, ya que como sucede en España, no lo ven rentable.

En España se realiza una magnífica cobertura de este deporte en comparación con los países que se encuentran dentro de la élite del *futsal*, como son Brasil, Rusia, Kazajistán o la propia Argentina. Esta última, Campeona del mundo, no podría contar con esa cobertura de la que estamos hablando puesto que no tenía una liga nacional propia, y por lo tanto esa cobertura no se podía realizar.

- En cuanto a la segunda hipótesis que hablaba sobre si los representantes y partícipes del fútbol sala consideraban que este deporte tenía un tratamiento insuficiente en los medios de comunicación, podemos afirmar que así es. Pues los métodos de investigación utilizados concluyen que el tratamiento de los medios es insuficiente a pesar de todos los méritos deportivos que este deporte ha otorgado a España. Este tratamiento dista bastante del que reciben otros deportes más aceptados socialmente como son el fútbol, baloncesto, tenis, ciclismo o los deportes de motor. Debemos saber que el *futsal* está luchando en la actualidad por hacerse un hueco entre deportes de gran peso, pues esta disciplina no tiene una larga trayectoria histórica como deporte.

- La tercera y última hipótesis también se cumple. A raíz de lo que hemos investigado históricamente, de los resultados de las audiencias que poseemos y con las opiniones de los expertos, podemos afirmar con total rotundidad que existe esa evolución en la retransmisión del fútbol sala en los medios de comunicación, con lo cual esta suposición se cumple.

La conjetura que acabamos de demostrar es una de las más importantes en nuestro trabajo, puesto que nos sitúa históricamente en un marco que desconoce el amplio público y nos muestra que la evolución en el tratamiento y cobertura que se realiza sobre este deporte es muy grande. A día de hoy el fútbol sala se encuentra presente en dos cadenas de televisión, hecho que ya muestra una evolución respecto al año pasado puesto que solo estaba *TDP*, y ahora se ha sumado *Eurosport*.

- En cuanto a las retransmisiones, se ha pasado de conectar un minuto antes del inicio del partido y terminar la emisión con el pitido final del encuentro, a la realización de un pre y un post partido de 20 minutos como mínimo, que da una muestra de la importancia que está adquiriendo este deporte con el paso del tiempo. Pese a esto, existe un concepto para una mayor profesionalización en un futuro.
- Refiriéndonos a la evolución que estamos comentando, esta se basa en varios factores como pueden ser la estabilidad en el cargo y dirección de la LNFS, el despertar, este deporte, un interés por parte del público o la estabilidad en cuanto a la emisión de los encuentros ligeros de cada fin de semana.
- Podemos afirmar que el resultado de este trabajo ha sido muy satisfactorio. Afirmamos esto porque hemos recopilado información que la gran mayoría del público amante de este deporte desconocía, además se han analizado las causas del tratamiento mediático actual que tiene el fútbol sala y su evolución en la cobertura a lo largo de los años hasta nuestra etapa actual. Con lo cual demostramos que se han cumplido los objetivos principales de nuestro trabajo de investigación.

En la realización de esta investigación nos hemos encontrado con algunas adversidades que han dificultado la consecución de nuestros objetivos. La

primera dificultad la encontramos a la hora de buscar información acerca del fútbol sala en los medios de comunicación. No se hablaba de la historia de este deporte en los medios ni se especificaba nada con claridad. Otra de las dificultades que tuvimos fue a la hora de buscar datos de audiencia relevantes de los encuentros de fútbol sala, algo que solo pudimos obtener tras reunirnos con la jefa de prensa de la LNFS. Como ya comentamos en el apartado de resultados en el epígrafe de audiencias, *Eurosport* no ofrece información sobre audiencias del presente año (2017).

Conseguimos superar esas adversidades lo que provocó una mayor motivación para continuar con la investigación que estábamos realizando. La falta de fuentes bibliográficas se suplió con artículos y trabajos de expertos en la materia, los cuales además nos ayudaron a concebir mucho mejor el origen y procedencia de este deporte (Sudamérica). Sin duda los resultados obtenidos superan todo tipo de adversidades y nos hacen ver que el trabajo sin ninguna duda ha merecido la pena.

La realización de este TFG puede ser de utilidad para otros alumnos. El hecho de querer trabajar sobre algo y no encontrar la información en los medios ha sido una forma de verse obligado a recurrir a otras fuentes y esto hace que valoremos mucho más los resultados obtenidos en el presente trabajo.

Algunos de los aspectos que tendremos en cuenta en el futuro serán las audiencias que siga produciendo este deporte, con la intención de observar si tarde o temprano aumentarán y que gracias a esto, este deporte consiga dar el salto a las principales televisiones españolas.

6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Acevedo, D. (22/05/2016). *Todo empezó en Pontevedra*. Diario de Pontevedra. Recuperado de: <http://diariodepontevedra.galiciae.com/noticia/547534/todo-empezo-en-pontevedra>

Arriaza Balmón, M. (2006). *Guía Práctica de Análisis de Datos*. Sevilla, España: Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera.

Barlovento Comunicación (2016). El comportamiento de la audiencia televisiva. *Barlovento Comunicación Consultoría Audiovisual* (febrero). Recuperado de <https://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-febrero-2016.pdf>

Barlovento Comunicación (2017). Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva. *Barlovento Comunicación Consultoría Audiovisual* (febrero). Recuperado de https://www.barloventocomunicacion.es/images/audiencias/barlovento-audiencias-febrero2017_Reparado.pdf

Cachón-Zagalaz, J.; Campoy-Aranda, T.J.; Linares-Girela, D.; Rodrigo-Conde Salazar, M.; Zagalaz-Sánchez, M.L. (2012). *Fútbol sala y educación. Aprendizaje de un deporte colectivo para los escolares*. *Journal of Sport and Health Research*. 4(3):245-254. [Consultado el: 26/04/2017] http://www.journalshr.com/papers/Vol%204_N%203/V04_3_4.pdf

Cajal, A. (2017) *Historia del fútbol sala: origen, expansión y competiciones*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/historia-futbol-sala/>

Consejo Superior de Deportes, Gobierno de España, FTS Fútbol Sala. Recuperado de: <http://www.csd.gob.es/csd/instalaciones/politicas-publicas-de-ordenacion/actuaciones-en-el-ambito-tecnico/1normasNIDE/02nide1/02NormRegCamPq/07futbolsala>

Domínguez, F.M. (03/06/2007) *Los tiempos de Toledart me hicieron creer en este deporte*. Diario ABC. Recuperado de: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-03-06-2007/abc/Toledo/los-tiempos-de-toledart-me-hicieron-creer-en-este-deporte_1633486432842.html

Ecodiario.es, (21/01/2017), *El Atlético de Madrid se pasa al fútbol sala: acuerdo de fusión con el Movistar Inter*. Diario Ecodiario. Recuperado de: <http://ecodiario.eleconomista.es/futbol/noticias/8099758/01/17/El-Atletico-de-Madrid-se-pasa-al-futbol-sala-acuerdo-de-fusion-con-el-Movistar-Inter.html>

EFE, (25/07/2013), *Mediaset adquiere los derechos de la Liga Nacional de Fútbol Sala*. Diario Marca. Recuperado de: http://www.marca.com/2013/07/25/futbol/futbol_sala/1374758357.html

EFE, (18/10/2013) *Javier Lozano, presidente del fútbol sala: "Somos una empresa ejemplar, debemos cero euros"*. Diario 20minutos. Recuperado de: <http://www.20minutos.es/deportes/noticia/javier-ozano-liga-futbol-sala-empresa-ejemplar-deuda-0-1951435/0/>

El Chiringuito, (29/03/2017), *Lo mejor del fútbol sala en 'El Punterazo' de la mano de Alfredo Duro y Álex Silvestre*. Recuperado de: http://mega.atresmedia.com/programas/el-chiringuito-de-jugones/lo-mejor-del-futbol-sala-en-el-punterazo-de-la-mano-de-alfredo-duro-y-alex-silvestre_2017032958db0f720cf291efed1ba036.html

El País, (29/07/1987) *La falta de reconocimiento internacional oficial del fútbol sala, gran obstáculo para su independencia*. [Artículo en línea]. Recuperado de: http://elpais.com/diario/1987/07/29/deportes/554508010_850215.html

El País, (04/11/1989) *El CSD suprime la Federación Española de Fútbol Sala*. [Artículo en línea]. Diario El País. Recuperado de: http://elpais.com/diario/1989/11/04/deportes/626137212_850215.html

Eurosport, (03/01/2017), *Eurosport 2 emitirá la Liga Nacional de Fútbol Sala hasta 2019*. Recuperado de: http://www.eurosport.es/futbol-sala/eurosport-2-emitira-la-liga-nacional-de-futbol-sala-hasta-2019_sto5998578/story.shtml

Federación Venezolana de Fútbol y Comisión Nacional de Fútbol Sala, *Historia del Fútbol Sala Mundial*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.futsala.com.ve/historiamundial.html>

FIFA.COM, (2016), *Copa Mundial de Fútbol de la FIFA Colombia 2016*. Recuperado de: <http://es.fifa.com/futsalworldcup/matches/index.html>

Fundación Cardiológica Argentina y la Confederación Argentina de Fútbol de Salón
Historia del fútbol de salón, Recuperado de:
<http://v4.tierradelfuego.org.ar/funcardio/futhist.htm>

García, O. (30/04/2017), *El Movistar Inter, campeón de Europa por cuarta vez*. Diario Marca. Recuperado de: <http://www.marca.com/futbol/futbol-sala/2017/04/30/5905fb28e2704ea8178b4614.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, *Historial Selección*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/seleccion/historial/pagina-2>

Liga Nacional de Fútbol Sala, *Palmarés Selección*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/seleccion/palmares>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (2007), *El fútbol sala regresa a La2 y TVE ofrecerá dos partidos esta jornada*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/futbol-sala-regresa-ofrecera-12983102007.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (08/01/2010), *VEO7 se volcará con el fútbol sala en el arranque de sus retransmisiones*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/noticias-superropa/VEO7-volcara-futbol-sala-23288012010.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (01/02/2011), *El Pozo Murcia Turística - Polaris World Cartagena (Final Liga 05/06)*. Recuperado de: <http://lnfstv.es/ElPozo-Murcia-Turistica-Polaris-84022011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (05/02/2011), *Maspalomas Sol Europa - Caja Castilla La Mancha (Final Liga 93/94)*. Recuperado de: <http://lnfstv.es/Maspalomas-Europa-Caja-Castilla-105022011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (09/04/2011), *El canal de televisión de la LNFS en Internet, www.lnfstv.es, emitirá en directo el 'partidazo' entre Xacobeo Lobelle y Barça Alusport (sábado, 18:00 h.)* Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/canal-television-LNFS-Internet-33749042011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (29/07/2011), *FC Barcelona Alusport - Inter Movistar (Final I Copa Rey 2011)*. Recuperado de: <http://lnfstv.es/Barcelona-Alusport-Inter-Movistar-495072011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (04/08/2011) *TEMPORADA 1995 – 1996*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/laliga/historia/TEMPORADA-1995-1996-42334082011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (06/09/2011), *Siete televisiones ofrecerán en directo el Fútbol Sala español este fin de semana*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/primeradivision/Siete-televisiones-ofreceran-directo-43396092011.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (05/07/2013), *Mediaset España adquiere los derechos de emisión de la LNFS para las tres próximas temporadas*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/Mediaset-Espana-adquiere-derechos-62045072013.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (09/08/2014), *TVE adquiere los derechos de retransmisión de la LNFS para las dos próximas temporadas*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/adquiere-derechos-retransmision-LNFS-72009082014.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (09/09/2014), *¡Arranca 'Pista Azul', el programa semanal online de la LNFS!* Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/Arranca-Pista-Azul-programa-72489092014.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (24/09/2015), *La FIFA aprueba la inclusión del Futsal en los Juegos Olímpicos de la Juventud en Buenos Aires 2018*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/noticias/noticias-seleccion/FIFA-aprueba-inclusion-Futsal-81424092015.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (2016), *Catgas Energía - Temporada (2016-2017)*. Recuperado de: <http://www.lnfs.es/Clubs/temp16-17/25/426/CatgasEnergia.html>

Liga Nacional de Fútbol Sala, (20/07/2016), *La Asamblea de la LNFS aprobó por unanimidad el presupuesto y las normas reguladoras de la 16/17*. Recuperado de:

<http://www.lnfs.es/noticias/gabinete-prensa/Asamblea-LNFS-aprobo-unanimidad-88720072016.html>

M. R. (23/01/2013), *El fútbol sala regresa a Marca tv*. Diario Marca. Recuperado de: http://www.marca.com/2013/01/23/futbol/futbol_sala/1358939376.html

Moragas Spà, Miquel de (2007): *Comunicación y deporte en la era digital* [artículo en línea]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Consultado el: 25/04/17] http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf

Riansares, C. (elpozo), (17/04/2017), *Miguelín, nominado a mejor jugador del mundo y Matteus como mejor jugador joven por Futsal Planet*. Recuperado de: <http://www.elpozomurcia.com/premios-miguelin-nominado-a-mejor-jugador-del-mundo-y-matteus-como-mejor-jugador-joven-por-futsal-planet/>

Sandiego Garay, A. (18-12-2013). *El deporte minoritario y los medios de comunicación*. Uvalencia.info. Recuperado de: <http://www.uvalencia.info/2013/12/18/el-deporte-minoritario-y-los-medios-de-comunicacion/>

Solofutbolnet, *Historia del fútbol Sala*. Recuperado de: <http://www.solofutbolnet.com/futbol-sala/historia-del-futbol-sala.php>

UEFA Futsal EURO, (1995) *España conquista el primer torneo*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://es.uefa.com/futsaleuro/history/season=1995/index.html>

Vázquez, J. (30/09/1989) *Hoy arranca la liga de la unificación*. El Mundo Deportivo, Pág-29. Recuperado de: <http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1989/09/30/pagina-28/1204694/pdf.html>

7. ANEXOS

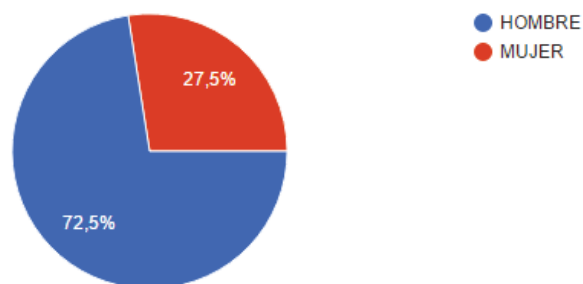
Enlace para acudir al sitio web donde se realizó la encuesta. Ahí se encuentran las respuestas:

<https://docs.google.com/forms/d/187NVB00q-bqfFxM--BpOEBaGyd1cIVVQhmTzenD-b4c/edit#responses>

Aun así recogemos las 11 respuestas mediante capturas a continuación:

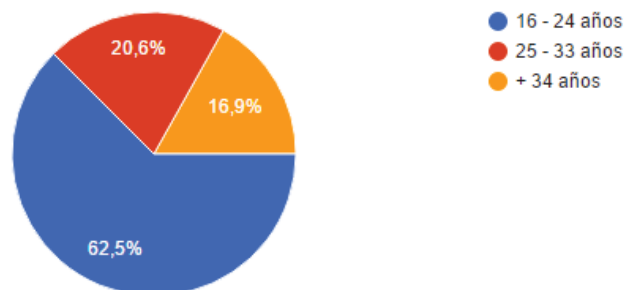
Sexo

160 respuestas



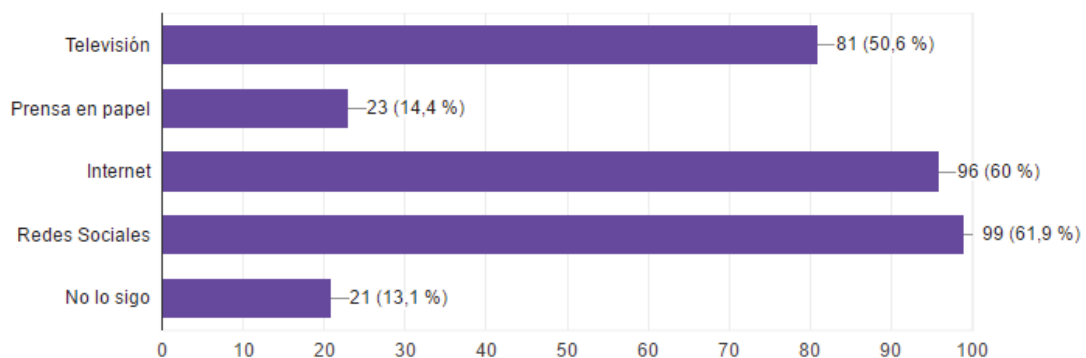
Edad

160 respuestas



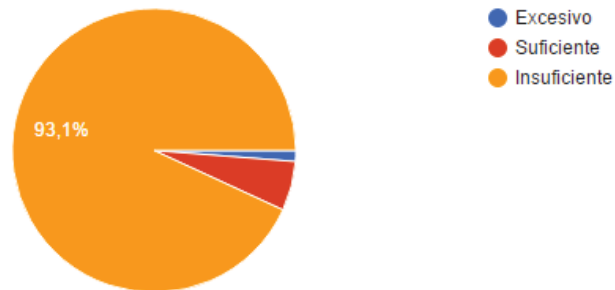
¿Qué medios utiliza para seguir la información sobre el fútbol sala en España?

160 respuestas



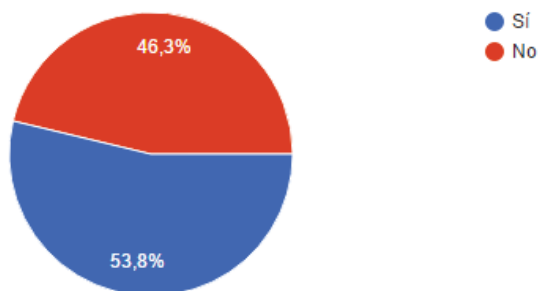
Considera que el fútbol sala tiene un tratamiento por parte de los medios de comunicación:

160 respuestas



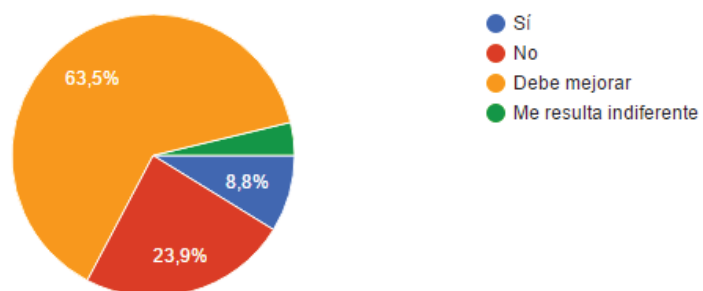
¿Cree que existe una evolución en la comunicación y difusión del fútbol sala?

160 respuestas



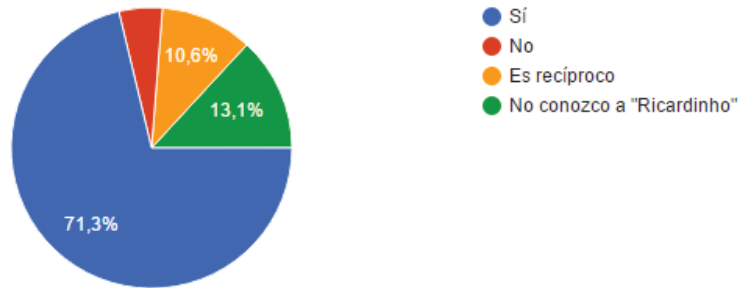
¿Considera que las cadenas de televisión titulares de los derechos tratan bien a este deporte?

159 respuestas



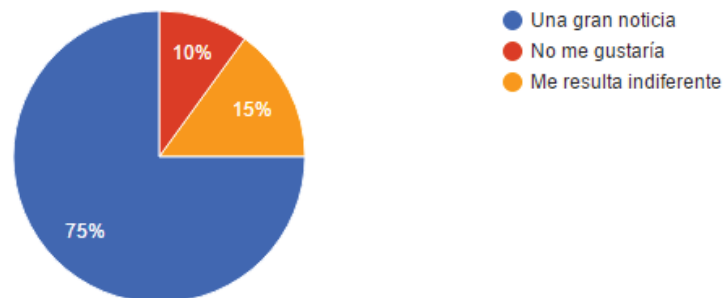
¿La figura del jugador portugués "Ricardinho" ha mejorado la imagen de la Liga Nacional de Fútbol Sala?

160 respuestas



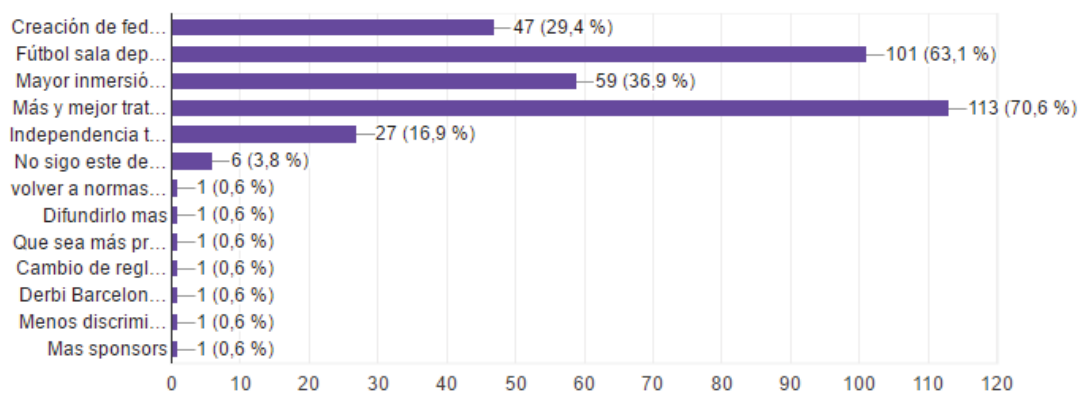
¿Cómo valoraría la inclusión de más clubes de fútbol en la Liga Nacional de Fútbol Sala?

160 respuestas



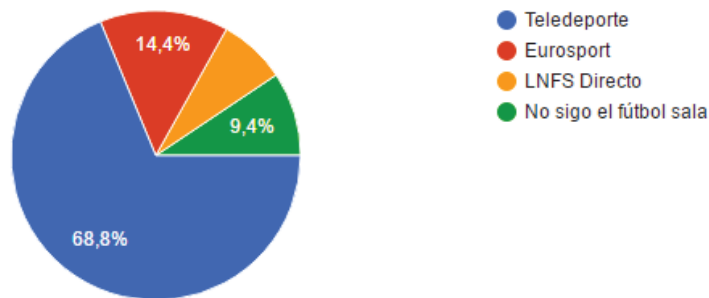
Seleccione cuales serían su claves para que el deporte fútbol sala alcanzara una mayor relevancia:

160 respuestas



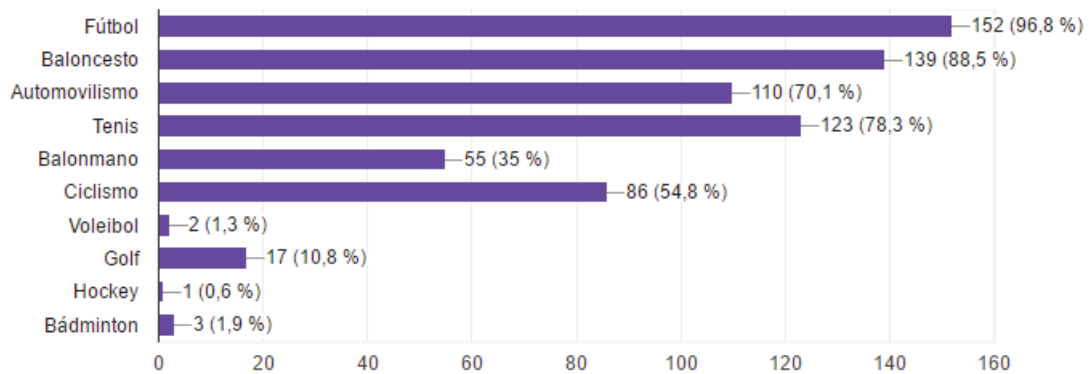
Con la posibilidad de elegir, ¿qué cadena elegiría para seguir el fútbol sala en España?

160 respuestas



Seleccione SOLO los deportes que considere que se encuentran por delante del fútbol sala:

157 respuestas



Entrevistas:

Para la elaboración de las entrevistas se realizó un cuestionario de unas 15 preguntas, siguiendo siempre las referencias bibliográficas que nos sirven de apoyo para llevar a cabo la investigación de este trabajo. Debido a la extensión de estas, se ha optado por omitirlas de este apartado, aunque se facilitarán a cualquier tribunal siempre que así lo deseen, puesto que ya se encuentran transcritas y han servido de apoyo fundamental para la realización final de esta investigación.