

**index•comunicación** | nº 11(1) 2021 | Páginas 141-162  
E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015  
Recibido el 05\_09\_2020 | Aceptado el 21\_10\_2020 | Publicado el 11\_01\_2021

# **ADAPTACIONES EN LA REALIZACIÓN TELEVISIVA DEL DEPORTE EN DIRECTO POR LA COVID-19**

**ADAPTATIONS IN LIVE TELEVISION SPORTS  
PRODUCTION DUE TO COVID-19**

**ADAPTAÇÕES DA REALIZAÇÃO TELEVISIVA  
DO ESPORTE AO VIVO PELO COVID-19**

<https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Adapta>

**Joaquín Marín-Montín**

Universidad de Sevilla

[jmontin@us.es](mailto:jmontin@us.es)

<http://orcid.org/0000-0001-7869-4469>



**Para citar este trabajo:** Marín-Montín, J. (2021). Adaptaciones en la realización televisiva del deporte en directo por la COVID-19. *index.comunicación*, 11(1), 141-162.

<https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Adapta>

**Resumen:** La irrupción del COVID-19 ha afectado a la producción televisiva de contenidos en directo. Los eventos deportivos televisados han alterado sus calendarios y su reanudación ha estado condicionada a la evolución de la pandemia. En la mayoría de los casos, se ha suprimido la presencia del público en los recintos deportivos. Las principales competiciones han desarrollado modificaciones en su cobertura televisiva sujeta a las disposiciones de las autoridades sanitarias. Este artículo tiene como objetivo examinar las adaptaciones desarrolladas en la realización televisiva de un conjunto representativo de eventos deportivos durante la crisis sanitaria. También tiene como objetivo, identificar cómo las innovaciones aportadas afectan al tratamiento audiovisual de los contenidos. La metodología aplicada se ha basado en el estudio de caso. Mediante el mismo, se buscó tomar como referencia dos casos específicos de adaptaciones televisivas: competiciones europeas de fútbol y la NBA. En cuanto al análisis de los datos seleccionados, fueron examinados a partir de los elementos que componen la sintaxis de la realización aplicada al deporte. Los resultados obtenidos indican cómo la incorporación de innovaciones durante la emisión televisiva de los grandes eventos deportivos permitió reforzar la experiencia de la audiencia, sobre todo con un incremento de recursos virtuales.

**Palabras clave:** realización; televisión; deporte; audiencia; coronavirus.

**Abstract:** The emergence of the COVID-19 has affected Live TV content production. Televised sporting events have changed competitions calendars and the return has been conditioned by the evolution of the pandemic. In most cases, the presence of the public is not allowed on sports grounds. Major sporting events have been modified in their television coverage subject to the provisions of health authorities. The purpose of this article is to examine the adjustments made in the television production from a representative group of sporting events during the development of the health crisis. It also aims to identify how the innovations brought influence the audiovisual process of contents. An applied methodology was based on the case study. The purpose of this is to take as a reference two specific cases of television adaptations: European football and NBA competitions. Regarding the analysis of the selected data, they were examined from the elements that make up the grammar of television production applied to sports. The results obtained indicate how the integration of innovations during TV broadcasting of major sports events allowed to enhance the audience experience, especially due to the increase in virtual resources

**Keywords:** Production; Television; Sport; Audience; Coronavirus.

**Resumo:** O surto da COVID-19 afetou a produção de conteúdos televisivos ao vivo. Os eventos esportivos televisionados tiveram seus calendários alterados, sendo que o seu retorno ficou condicionado a evolução da pandemia. Na maioria dos casos, a presença do público nos locais de evento foi suprimida. As principais competições desenvolveram mudanças na sua cobertura televisiva sujeita às orientações dos órgãos de saúde. Este texto tem como objetivo examinar as adaptações implementadas na realização televisiva a partir de um conjunto representativo de eventos esportivos durante a crise sanitária. Também, objetiva identificar como essas inovações influenciam no tratamento audiovisual dos conteúdos. A metodologia utilizada está baseada no estudo de caso. Para isso, utilizou-se como referência dois casos específicos de adaptações televisivas: competições europeias de futebol e a NBA. Os dados selecionados foram analisados a partir dos elementos que compõem a sintaxe da realização aplicada ao esporte. Os resultados obtidos indicam que a incorporação de inovações durante a emissão televisiva de grandes eventos esportivos permitiu reforçar a experiência da audiência, sobretudo, com a adição de recursos virtuais.

**Palavras-chave:** realização; televisão; esporte; audiência; coronavírus.

## 1. Introducción. Impacto de la COVID-19 en el deporte televisado

La pandemia del coronavirus ha generado durante 2020 un bloqueo insólito a nivel mundial de una gran parte de las actividades cotidianas. Su impacto ha tenido tal magnitud que ha obligado a muchos países a decretar medidas excepcionales para frenar su expansión, como la declaración del estado de alarma y el confinamiento de la población. A falta de una vacuna o un tratamiento totalmente eficaz contra el virus, siguiendo las orientaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) se han extendido diferentes medidas de protección individual para evitar su transmisión. De entre todas, destacan tres: mantener el distanciamiento social entre individuos, la higiene frecuente de las manos y el uso de mascarillas (Alcamí y López-Collazo, 2020).

Para ayudar a frenar las cadenas de transmisión de la enfermedad, muchos países como España han ido adoptando la parada de la actividad no esencial. Así, se suspenden reuniones masivas a puerta cerrada y grandes aglomeraciones como eventos deportivos, afectando a su retransmisión televisiva. El calendario deportivo de la mayoría de las competiciones se ha ido modificando y su reanudación ha quedado condicionada a la evolución de la pandemia. Los Juegos Olímpicos de Tokio, cuyo inicio estaba previsto para el 23 de julio de 2020, se han pospuesto para un año después, así como la Eurocopa de fútbol que se aplaza a 2021. Otros eventos anuales como el Mundial de Fórmula 1, los principales torneos de fútbol (Champions y ligas nacionales) o las grandes vueltas ciclistas (Tour, Giro y Vuelta) se han aplazado unos meses y han reconvertido su formato.

La paralización de los acontecimientos deportivos ha afectado a la programación de los canales de televisión y las plataformas de *streaming* que poseen los derechos de emisión de dichos eventos en directo. Ante la falta de contenidos deportivos en vivo durante unos meses, muchos operadores —sobre todo temáticos (Teledeporte, Gol o Eurosport)—, han difundido reposiciones de competiciones ya celebradas anteriormente. Además, durante los primeros meses de la pandemia los programas de actualidad deportiva han tenido que adaptarse al teletrabajo trasladando, por ejemplo, pasar de presentarse desde el plató a los domicilios de sus participantes. Así, las cámaras y micrófonos de estudio se han sustituido por los programas de videoconferencia como *Skype* o *Zoom*.

Durante 2020, el mundo sufrió una gran cantidad de retos y cambios. Pero, sobre todo, el mayor ha sido la aparición de un nuevo virus. Denomina-

do COVID-19<sup>1</sup> por la OMS, su incidencia se ha extendido por todo el panorama mundial alterando la vida de la mayoría de los países. A principios de 2020, los casos progresan por Asia afectando primero más duramente a China. Posteriormente, el virus se extiende a Tailandia, Japón y Corea del Sur. La rápida propagación hace que el virus avance a los países europeos y Estados Unidos, generando nuevos puntos calientes en el planeta. Posteriormente, el virus se expande a Rusia, India, las principales regiones de América del Sur —con especial incidencia en Brasil— y termina llegando a África. Uno de los principales efectos de esta crisis ha sido la rápida propagación del virus, con hospitalizaciones masivas y la pérdida de miles de vidas (Ruibley and Li: 2020).

Para las autoridades sanitarias, la mayor dificultad de la enfermedad vírica hasta ahora ha sido su localización. Y es que el rastreo de este virus es especialmente complejo por la gran cantidad de portadores asintomáticos que genera y la enorme velocidad de transferencia que afecta a diferentes grupos de edad. El 11 de marzo de 2020, la OMS declara oficialmente, a través de su portavoz Tedros Adhanom, la COVID 19 como una pandemia. El mes de marzo se convierte en un punto de inflexión clave para el impacto del coronavirus en el deporte. A partir de entonces, los diferentes gobiernos adoptarán medidas específicas para evitar una mayor propagación de nuevos casos, como decretar que los eventos deportivos se disputen a puerta cerrada. Países como Italia, Alemania o Portugal comienzan a limitar y suspender las actividades deportivas. En el caso español, el Ministerio de Sanidad anunció el 10 de marzo la suspensión de las competiciones de ámbito regional y categorías inferiores afectando a todas las disciplinas deportivas ya sean profesionales o amateurs (Concejo: 2020). El día 12 de ese mes, se anuncia que Daniele Rugari —futbolista de la Juventus— es el primer deportista profesional diagnosticado con el virus. A partir de aquí, crece la lista de figuras y celebridades conocidas, no solo del deporte, afectadas por el contagio de la enfermedad.

La declaración del estado de alarma, el día 13 de marzo en el caso de España, paralizó días después todas las competiciones y actividades deportivas. La suspensión temporal prevista quedará condicionada a la evolución de la crisis sanitaria. Días después, diferentes federaciones y entidades deportivas, como la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y La Liga de fútbol, acuerdan el 23 de marzo interrumpir sus campeonatos. Asimismo, diferentes entidades deportivas empiezan aplicar Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en sus plantillas. La situación generada hace que en la mayoría de los países pase a un periodo de ausencia de eventos deportivos. En

---

<sup>1</sup> SARS-COV-2 pertenece a un tipo de coronavirus nuevo.

consecuencia, se interrumpe también temporalmente la actividad televisiva relacionada con su cobertura en directo, afectando a miles de trabajadores. Desde una perspectiva económica, la pandemia ha dejado a muchos profesionales del sector audiovisual deportivo sin trabajo, al menos temporalmente hasta que las competiciones en vivo regresen (Coche and Lynn, 2020).

El negocio de la televisión deportiva se ha visto profundamente afectado por la pandemia del coronavirus. Y es que la industria deportiva se sustenta actualmente en gran medida gracias a la televisión. El desarrollo comercial de los grandes eventos deportivos ha logrado su mayor impacto debido a su cobertura televisiva en directo (Owens, 2016). De igual modo, una gran parte de la industria televisiva deportiva se sustenta en la publicidad, que ha tenido que ajustarse debido a la crisis sanitaria. Con los eventos deportivos en directo cancelados, las diferentes cadenas de televisión han tenido que ir ofreciendo programaciones alternativas que pudieran reemplazar las muchas horas que habrían dedicado a la cobertura de las competiciones en directo (Buehler, 2020).

Los operadores televisivos y plataformas por internet, que sustentan gran parte de su éxito gracias a la oferta de contenidos deportivos con las retransmisiones en directo, tuvieron que establecer nuevas estrategias para cubrir esos huecos que ocasionó el parón. Asimismo, la inesperada pandemia desencadenó un cúmulo de bajas de suscripciones como sucedió en España con compañías como Movistar, Mitele o DAZN que aglutinan los derechos de las grandes competiciones (Abel, 2020). Algunos de esos operadores que ofertaban eventos deportivos entraron en contacto con sus abonados para reducir o cancelar el pago de las suscripciones contratadas el tiempo que durara la paralización de las competiciones televisadas. Así, por ejemplo, la plataforma Mitele<sup>2</sup>, en su modalidad de suscripción PLUS, que ofrecía en la temporada 2019-20 partidos de fútbol de La Liga, Champions League y Europa League, contactaría con sus abonados desde el 16 de marzo para informarles que, debido a la suspensión temporal de las competiciones, no se realizaría ningún cargo hasta su reanudación.

Con casi todos los eventos deportivos en directo cancelados, las cadenas de televisión tuvieron que reinventarse y crear una programación alternativa. Se trataba de reemplazar las muchas horas que se hubieran dedicado tanto a la cobertura en directo de las competiciones como de los espacios previos y posteriores a las mismas (Buehler, 2020). Así, la estrategia adoptada por la mayoría de los canales temáticos con difusión en España como

---

<sup>2</sup> Perteneciente al Grupo Mediaset España.

Teledeporte, Gol, Eurosport y #Vamos fue generar una programación en la que se rescataran grandes momentos deportivos. En el caso de Teledeporte —al pertenecer al ente público de RTVE—, es el canal que dispone del mayor archivo de eventos deportivos lo que le permitió recuperar una gran variedad de contenidos ya emitidos vinculados sobre todo a gestas logradas por figuras y equipos españoles. Por su parte, Gol —canal privado perteneciente al Grupo Mediapro— estableció un cambio en su programación volviendo a emitir diferentes partidos históricos de La Liga así como de otras competiciones internacionales.

En cuanto a la programación de Eurosport en su edición española, canceló también la mayoría de sus eventos en directo, a excepción del Mundial de *snooker* que fue de las pocas competiciones que siguieron en activo (Abel, 2020). Al igual que Teledeporte, Eurosport cuenta con un gran archivo lo que le permitió reponer en su programación alternativa diferentes gestas deportivas históricas sobre todo de tenis y de ciclismo (Castañeda, 2020). Por último, en cuanto al canal #Vamos —perteneciente a Movistar—, a falta de eventos en directo, potenció su programación propia con espacios dedicados a los efectos de la paralización en el deporte:

La parrilla de #Vamos se llena así de informativos, reportajes y programas de producción propia con el objetivo de seguir la última hora del deporte en esta situación excepcional. Cada tarde, a partir de las 20.30 horas, un equipo de expertos analizan la situación actual conectando a través de videollamadas con las voces más autorizadas en cada terreno (Zubiria: 2020).

Los programas televisivos de las diferentes cadenas sobre la actualidad deportiva —planificados en condiciones normales en torno a las competiciones—, pasaron a tener un formato diferente y centraron sus temas en torno a la incidencia del coronavirus. Desde el punto de vista técnico, debido al confinamiento la mayoría de los espacios trasladan su elaboración desde el plató televisivo a hacerlo de manera remota. Así, presentadores y participantes hacen su aparición ahora en pantalla desde sus domicilios cuya señal es registrada a través de *Skype*, *Zoom*, *WhatsApp* o programas similares de videollamada. Esta circunstancia implicó una pérdida de calidad en lo que respecta al producto audiovisual final (Andueza-López y López-Plaza, 2020). A continuación, se pasan a describir algunos ejemplos referidos de estos programas en el contexto español.

El canal Teledeporte adaptó su espacio *Estudio Estadio* a las condiciones excepcionales. Su título pasaría a denominarse *Estudio Estadio desde casa* y su conductor, Juan Carlos Rivero, y colaboradores intervenían desde sus domicilios. Desde el primer programa —emitido el 16 de abril—, los asuntos giraron

en torno a la actualidad de los efectos de la pandemia sobre todo con debates como: «¿Debe volver el fútbol esta temporada o dar por finalizadas las competiciones? ¿Quién decide campeones, clasificados para Europa, ascensos y descensos?» (RTVE, 2020a). Asimismo, dicho canal creó el programa *Quédate en casa*, conducido por Marc Martín a través de la cuenta de Teledeporte en *Instagram* y la web oficial del ente público. Se trata de un espacio que repasaba la actualidad deportiva durante el periodo de confinamiento. En su primer programa Marc Martín se dirigió a la audiencia desde su móvil apelando al objetivo: «para haceros pasar un poquito más agradable la espera, toda España está en cuarentena» (RTVE, 2020b).

En el ámbito de la televisión privada, el canal temático Gol trasladó la elaboración de sus programas de actualidad deportiva al nuevo contexto de la pandemia. Así, los espacios siguen la línea de la mayoría de las cadenas, pasando a realizarse fuera de los estudios y presentados desde los domicilios. De esta manera, el equipo de periodistas de Gol como Felipe del Campo, Jesús Gallego o Manolo Lama entre otros, llevaron a cabo sus relatos con programas como *Gol desde casa*, de emisión diaria, sobre los últimos acontecimientos deportivos, ahora con relación al coronavirus. De igual forma, *Hoy jugamos* —espacio de entrevistas sobre personajes del fútbol presentado por Aitor Lagunas— se adaptó a la nueva situación pasando a denominarse *Hoy jugamos en casa* y cambiando el plató por las videollamadas. Por último, hay que destacar cómo la participación del público a través de las redes sociales (*online*) fue más activa durante el periodo de confinamiento (Panorama Audiovisual, 2020).

## 2. Adaptaciones de la realización en directo de eventos deportivos

Tras unos meses de parón, el regreso progresivo de las competiciones deportivas ha supuesto la puesta en marcha de nuevas medidas que aseguren el control de la pandemia, como la no asistencia de público a los recintos deportivos y la modificación de los protocolos organizativos. En este sentido, la cobertura televisiva de los eventos deportivos tuvo que adaptar sus esquemas de producción a las nuevas circunstancias. Desde el punto de vista de la producción, el equipo humano de realización que trabaja habitualmente en las unidades móviles debió limitar en muchos casos su número a un máximo de cuatro personas (Andueza-López y López-Plaza, 2020). De igual modo, se adaptaron los medios técnicos utilizados durante la realización en directo, como la utilización de un menor número de cámaras o un incremento de los



sistemas robotizados (McLean, 2020), así como la reducción de comentaristas presentes en el recinto deportivo.

Dicha coyuntura inusual, ha permitido a los operadores televisivos desarrollar nuevas estrategias en la elaboración de las retransmisiones para compensar la reducción de recursos en la cobertura de los eventos deportivos. Una vez reanudadas las competiciones, la mayoría han mantenido su espacio habitual de celebración —como el estadio, el pabellón o el circuito de velocidad—, ajustándose a las nuevas medidas de seguridad. Otras competiciones, como la National Basketball Association (NBA) han optado por trasladar sus partidos a otra instalación concentrando alrededor de ella todos los equipos para evitar los viajes. En ambos casos se elimina la presencia física de público, algo no habitual hasta ahora en el deporte televisado. Los únicos antecedentes habían sido algunas competiciones celebradas a puerta cerrada a causa de sanciones.

La asistencia de espectadores en las gradas constituye la esencia emocional del sonido ambiente para la realización televisiva. En este sentido, se trata de un recurso que forma parte del espectáculo, y es que:

La presencia del público en los eventos deportivos genera sonido que suele incluirse en la realización. El murmullo en general que acompaña a la acción, las reacciones de los aficionados a través de sus celebraciones de goles, aplausos o silbidos integran también parte del contenido narrativo y añade vitalidad al evento (Marín-Montín, 2006: pag.207).

A falta de público, el sonido ambiente de los recintos se suple ahora con el resto de elementos sonoros vinculados directamente a la acción deportiva y que ahora se amplifican. Así, el golpeo de un balón, el sonido de la red, las voces de los entrenadores o los diálogos entre los propios deportistas en medio del juego, adquieren sin público una mayor dimensión al ser captados con mayor detalle por los micrófonos que cubren cada evento. Además, se incrementa el valor del silencio, ya sea por el efecto de las gradas vacías o por la celebración de un minuto en respeto a las víctimas del COVID-19 o incluso reivindicativo por episodios de racismo<sup>3</sup>. Asimismo, algunos operadores televisivos durante la pandemia han diseñado sistemas para recrear el sonido de los aficionados en las gradas. Sirva como ejemplo, la innovación llevada a cabo por Mediapro en el regreso de las retransmisiones televisivas de partidos en la Liga española de fútbol, en las que se permitía al espectador elegir la opción de escuchar sonidos pregrabados procedentes de los propios estadios que se insertaban en función del momento del juego (Cifuentes, 2020).

---

<sup>3</sup> Acciones de protesta por la muerte de George Floyd a manos de la policía.

Por otra parte, a nivel visual para evitar una desoladora imagen de las gradas vacías en televisión, se han ido desarrollando diferentes alternativas relacionadas con estrategias organizativas en los escenarios de las competiciones. Una de ellas ha sido cubrir los espacios de los asientos del graderío con grandes lonas publicitarias o elementos vinculados al local del recinto. Otra solución ha sido incrementar el tamaño de las pantallas Leds con fines publicitarios en la zona baja del graderío para atraer más la atención de la televisión en los primeros planos. Asimismo, en determinados eventos se ha optado por introducir digitalmente, durante la realización televisiva en directo, una imagen virtual del público, tanto de forma estática como dinámica. En este segundo caso, algunas competiciones como las grandes ligas norteamericanas han insertado viñetas que recrean un graderío virtual con una selección de seguidores desde sus casas (Cacciola, 2020).

El deporte televisado, especialmente el que logra mayores índices de audiencia, está muy asociado a la publicidad. Esta vinculación se refleja tanto en la puesta en escena como en el vestuario de los deportistas, las vallas publicitarias dinámicas, las pantallas gigantes o la escenografía de los sets de entrevistas (Benítez, 2013). Por otro lado, la publicidad virtual, desde hace tiempo, se ha convertido en parte del espectáculo televisivo en las retransmisiones deportivas en directo. Generalmente, utiliza un tipo de tecnología *chroma key* para insertar gráficamente anuncios en el campo de juego, que se ha vendido a los patrocinadores de los programas de televisión (Owens, 2016). Favorecido por la ausencia de público en los recintos deportivos durante la pandemia del COVID-19, se han desarrollado nuevas formas de publicidad virtual durante la emisión de las retransmisiones en directo. Como ejemplo, en la Major League Baseball (MLB), durante ese periodo, varias compañías crearon un sistema de anuncios que ya no requería una pantalla verde para insertar una amplia gama de mensajes publicitarios en diversas partes de los estadios, ahora vacíos (Fisher, 2020).

Además del restablecimiento de las grandes competiciones, hay que referirse a eventos deportivos menores que, en algunos casos, han sido los primeros en ser emitidos en directo por algunos operadores televisivos, tras el periodo de paralización de las actividades competitivas. Así, por ejemplo, el tenis, el atletismo, la natación o las carreras de caballos volvieron a ser objeto de cobertura televisiva en directo por parte de canales como Teledporte. Una de las características de estas retransmisiones ha sido la utilización de esquemas básicos de realización con una reducción de posiciones de cámara, menos señales y una ubicación más limitada del plano general de la cámara máster. Sirva como muestra, la realización televisiva de la Liga MAPFRE de

tenis, en la que podía apreciarse una posición más baja de lo habitual del plano general y que restaba visibilidad de parte de la pista.

Otros deportes como el ciclismo en ruta, por su característica itinerante que discurre en circuitos abiertos de gran extensión (Fandiño, 2002), no ha tenido cambios significativos en la reanudación de sus competiciones que hayan afectado a su realización televisiva. Así, el Tour de Francia, considerado el evento más importante de este deporte, si bien su edición de 2020 ha sido retrasada a finales de agosto, ha mantenido el mismo tratamiento televisivo fundamentado sobre todo en las señales de cámara procedentes de las motos y de los helicópteros. Junto a la televisión, se trata de un gran evento que ha destacado por implementar el uso de segundas pantallas para reforzar el *engagement* con la audiencia, como la herramienta multicámara desarrollada para seguir la carrera en directo desde otros dispositivos (Marín-Montín, 2020).

Según las circunstancias en la evolución de la pandemia, los países fueron levantando las restricciones de forma progresiva en diferentes ámbitos, entre los que se incluía el retorno de las competiciones deportivas. En el caso español, el gobierno, a través del Consejo Superior de Deportes, publicó un reglamento específico referido a la pandemia de COVID-19 que afectaba a la vuelta de la actividad del deporte profesional. El texto refleja de forma específica un protocolo básico de actuación que incluye una serie de medidas que van desde los entrenamientos a la fase de competición. En este sentido, el reglamento indica que:

por un lado, la regla general será que todas las competiciones serán a puerta cerrada, (al menos hasta que exista una garantía sanitaria que anule el riesgo que supone autorizar el acceso al público) y por otro, que las condiciones de la temporada 2019/2020 serán breves (BOE, núm. 126 de 6 de mayo de 2020).

Asimismo, el citado reglamento referido alude a que la prolongación de las medidas de seguridad sanitaria se extiende a los medios de comunicación presentes en las competiciones e incluye a los equipos de radio y televisión. A partir de ahí, los diferentes organizadores de eventos deportivos reorganizan y adaptan los campeonatos a las medidas exigidas. Debido a que la mayoría de las competiciones tuvieron que paralizarse durante unos meses —tres en el caso español—, se opta por adaptarlo a un nuevo formato de más partidos repartidos en menos tiempo. Así, en el caso de La Liga española de fútbol la competición volvió el 11 de junio con el encuentro Sevilla-Betis y que será objeto de análisis en el siguiente apartado. Otros torneos de fútbol como las rondas finales de la Champions League y la Europa League, aplazadas desde el 15 de marzo, modifican excepcionalmente sus reglamentos y formato (UEFA,

2020) como, por ejemplo, reducir los partidos a sedes únicas para evitar los desplazamientos.

Al igual que las competiciones europeas, las grandes ligas norteamericanas alteraron diferentes aspectos organizativos para adherirse a los protocolos de seguridad sanitaria. Así, por ejemplo, la NBA, que suspendió su competición a mediados de marzo, anunció el 26 de junio su reanudación a partir del 30 de julio bajo un singular formato. Y es que todos los partidos se disputarían en un complejo deportivo situado en el ESPN Wide World of Sports Complex de Disney World, situado en Orlando (Balderston, 2020). Se trata de un hecho inédito en el cual por primera vez en su historia todos los partidos se desarrollan desde una única sede. En cuanto a la cobertura televisiva en directo, hay que destacar el carácter multimedia de las retransmisiones, donde se ofrecen múltiples opciones de visualización y combinaciones con otras pantallas. Posteriormente, serán analizados sus elementos más destacados.

La reanudación de los eventos deportivos en directo, a pesar de no contar con el público como antes de la pandemia, ha permitido a muchos operadores televisivos crear nuevas oportunidades para la innovación. Así, algunas compañías han desarrollado técnicas que permiten recrear el ambiente de los escenarios deportivos con un público virtual. En este sentido, la colaboración entre la productora Mediapro y la compañía Virtz permitió crear un sistema de gradas virtualizadas adaptado a la reanudación de partidos de la Liga española. Además, dicho sistema permitía transformar la parte del espacio de la grada correspondiente a los planos de la cámara máster en una lona de color monocromática dependiendo del estadio, que integraba—entre otros contenidos—, mensajes institucionales o publicitarios (Mazo, 2020; TM Broadcast, 2020).

Por otro lado, la realización televisiva deberá buscar nuevos ángulos de cámara que eviten centrar la atención en la imagen del graderío vacío. Y a nivel sonoro, la ausencia de público permitirá incluir micrófonos con mayor sensibilidad (Rodríguez, 2020). De esta forma, se pueden captar conversaciones en directo entre los diferentes protagonistas del juego, ya sean jugadores, técnicos o jueces, generándose un recurso narrativo adicional.

### **3. Objetivos y metodología**

A partir de las consideraciones señaladas, se plantea la siguiente cuestión: ¿la crisis de la COVID-19 ha permitido desarrollar innovaciones en la realización del deporte televisado? Este trabajo tiene como objetivo identificar cómo esos cambios afectan al lenguaje televisivo en el género deportivo y al tratamiento audiovisual de los contenidos. La metodología aplicada se basó en el estudio de caso. La muestra utilizada correspondió al análisis de dos casos específicos

relativos a grandes eventos deportivos: competiciones europeas de fútbol y la NBA. El periodo de análisis abarcó entre los meses de junio y agosto de 2020, tal como se indican en las Tablas 1 y 2 del apartado de resultados. La elección se justifica por tratarse de dos deportes distintos que pertenecen a campeonatos con grandes cifras de audiencia. En todos ellos, su cobertura televisiva en directo tras los meses de suspensión ha permitido incorporar modificaciones a su realización televisiva. Con relación al tratamiento audiovisual, se consideraron los siguientes elementos que componen la sintaxis de la realización televisiva aplicada al deporte (Marín-Montín, 2006; Benítez, 2013):

1. Puesta en escena: espacio, ambientación e iluminación.
2. Encuadre, angulación y tipos de cámara.
3. Grafismo y efectos visuales.
4. Elementos sonoros.

## 4. Resultados

### 4.1. Análisis de la realización televisiva en tres competiciones europeas de fútbol

En este apartado, se examina el tratamiento televisivo del fútbol a través de tres partidos correspondientes a torneos europeos. A través del análisis de la muestra (tabla 1), se busca identificar las adaptaciones desarrolladas en su retransmisión tras la reanudación de estas competiciones.

**Tabla 1. Partidos de fútbol**

Competición	Partido	Fecha	Operador
La Liga	Sevilla vs. Betis	11-06-2020	Mi tele Plus
Copa de Portugal	Oporto vs. Benfica	01-08-2020	Teledeporte
Champions League	Paris Saint Germain (PSG) vs. Bayern de Múnich	23-08-2020	Mi tele Plus

Fuente: elaboración propia.

#### 4.1.1. Sevilla-Betis

La Liga española retornó a la competición con el derbi sevillano aplazado el 15 de marzo debido al estado de alarma. Se trata del primer partido que restablece las retransmisiones televisivas adaptadas a las nuevas medidas sanitarias. Producido y realizado por Movistar Plus, su distribución también se llevó a cabo *online* a través de la plataforma de Mediaset: Mitele Plus. En relación con los elementos de la puesta en escena de este partido, se llevó a cabo en el es-

tadio Ramón Sánchez Pizjuán en horario nocturno (22:00 horas) acompañada de la habitual iluminación adaptada a su captación para la realización televisiva. Asimismo, la ausencia de público permitió a la televisión captar diferentes planos detalles del estadio que habitualmente no pueden verse cuando hay espectadores. Además del escenario principal, en torno al campo de juego se añadía uno del túnel del vestuario captado con una minicámara desde un plano angular.

En cuanto a la realización televisiva del partido Sevilla-Betis, se mantuvo el esquema multicámara habitual de los partidos de Liga que sigue la normativa específica para su retransmisión televisiva (Consejo Superior de Deportes, 2018). Así, se utilizaron diferentes tipos de cámara que incluían la toma de encuadres para cubrir el juego de la forma más completa y atractiva posible. Sin embargo, la falta de público permitió que la cámara aérea —sujeta a través de un sistema de cables— obtuviera vistas inéditas durante la retransmisión. De igual forma, había una *steadycam* ubicada en los alrededores del vestuario y que, debido a la ausencia de espectadores, mostraría otro tipo de planos.

Durante el desarrollo del juego, la mayor parte de la realización se articularía sobre todo con el plano máster que recogía en un ángulo general una vista amplia del campo, alternándose entre el general y el corto. Precisamente, con este plano se podía ver uno de los efectos visuales novedosos de la realización. Se trataba de la superposición gráfica sobre la parte baja de la grada que habitualmente más se ve de fondo en una retransmisión de fútbol. En este partido, sobre el graderío rojo del estadio, se insertarían dos tipos de elementos: una recreación gráfica de público que cubriría toda la mencionada grada y un área virtual para insertar publicidad relacionada con los patrocinadores. Este recurso gráfico se utilizaba cuando la cámara del plano máster general estaba en programa, por lo que cuando se modificaba el plano desaparecía el grafismo, por ejemplo, del público.

Por último, en cuanto a los aspectos sonoros en este partido las voces la integraban: un narrador —Carlos Martínez—, al que acompañaba como comentarista Julio Maldonado “Maldini”. Además, durante el juego complementaba a pie de campo el periodista Ricardo Sierra, encargado también de las entrevistas en el pospartido. De igual modo, la periodista Mónica Merchante se encargaría de cubrir las intervenciones desde la zona de palcos. Una de las novedades, fue el distanciamiento exigido para llevar a cabo las entrevistas así como el uso de micrófonos individuales sobre pértiga protegidos con fundas especiales. Y la otra innovación fue que entre los diversos canales de audio para seguir el partido se podía elegir una opción que recreaba virtualmente el ambiente sonoro del estadio.

#### 4.1.2. Oporto-Benfica

La Copa de Portugal, en su edición número 80, fue la competición que cerraba la temporada más extensa de fútbol en ese país. Se celebró el primer día de agosto en el Estadio Cidade de Coimbra, sin presencia de público y cuya cobertura televisiva siguió normas excepcionales para garantizar la seguridad sanitaria. La señal del partido fue producida por el operador público RTP<sup>4</sup> y distribuido internacionalmente a países como España, donde fue emitido en directo por Teledeporte. En cuanto a su puesta a escena, al tratarse de la final de una competición, el evento incluía una breve ceremonia protocolaria en un pequeño escenario con la interpretación especial del himno nacional por parte de la cantante Ana Moura en homenaje a las víctimas en Portugal de la Covid-19. Asimismo, el césped y buena parte del estadio estaba adornado con motivos referentes al torneo. Al igual que el partido anterior, aparece el túnel de vestuario recogido por una cámara desde un plano angular. Además, la puesta en escena se completó con imágenes en directo de aficionados de los dos equipos siguiendo el partido desde las ciudades de Oporto y Lisboa.

La realización del partido utilizó el patrón multicámara clásico, en los que se alternan diferentes tipos de cámaras destacándose una mayor frecuencia en la introducción de repeticiones en momentos puntuales. Durante el partido, el plano dominante es el máster con encuadre general que acompaña la mayor parte del juego, combinándose con el máster corto para detenerse en detalles. Por otro lado, desde el plano máster destacaba una amplia pantalla Led que proyectaba imágenes relacionadas con el torneo. Entre ella y la zona de publicidad dinámica, se cubría toda la parte baja de la grada evitando una imagen de las gradas vacías en televisión.

Por último, en cuanto a los elementos sonoros, la narración para Teledeporte desde Madrid corrió a cargo de Juan Carlos Rivero al que acompañaba, como comentarista, José David López. Por otra parte, debido a la ausencia de público, hay que destacar la captación del sonido dentro del campo con mayor detalle. Esto permitió recoger la breve conversación del árbitro en el saludo inicial con los capitanes de los dos equipos, así como poder oír mejores sonidos de acciones durante el desarrollo del juego y la celebración final del Oporto como equipo ganador del torneo.

#### 4.1.3. PSG-Bayern

La final de la UEFA Champions League —máxima competición del fútbol europeo—, se disputó el 23 de agosto tras reorganizarse toda la fase final del torneo. A pesar de las medidas excepcionales por la pandemia, su retransmi-

---

<sup>4</sup> Rádio e Televisão de Portugal.

sión televisiva aglutinó el mayor operativo audiovisual del año en este deporte. La producción y la distribución de la señal televisiva fue elaborada por la compañía Mediapro. En España, Movistar Plus contaba con los derechos de emisión, así como Mitele Plus. El evento se celebró en el Estadio Da Luz de Lisboa sin la presencia de público, pero contó en su puesta en escena con la ambientación habitual de las grandes finales que incluía una ceremonia inicial previa. La escenografía del estadio contenía los motivos decorativos de la Champions League con la novedad de incorporar grandes lonas con el escudo corporativo situadas en las zonas inferiores del graderío. Además de la zona del césped, se insertaron imágenes de la zona de vestuarios, especialmente iluminada y captada por varias cámaras.

La realización de este partido contó hasta con 31 cámaras, lo que permitía combinar muchos más recursos de lo habitual a lo largo de la emisión. Entre los planos más utilizados durante la retransmisión, se encontraban las vistas aéreas desde dentro del estadio obtenidas por el sistema de cableado 4Sky y, desde fuera, por un *drone* (Panorama Audiovisual, 2020). En torno al césped, la cobertura incluía tres *steadycam* y dos grúas por control remoto. Además, había dos cámaras con tecnología *Ultra Slow Motion* utilizadas para recoger espectaculares repeticiones. Al tener tantos recursos para la obtención variada de encuadres y ángulos, la realización televisiva de este partido mantuvo el estilo de los eventos anteriores.

A diferencia de los dos partidos ya analizados, en este caso la ausencia de público en la grada no se cubrió con recursos electrónicos sino con grandes lonas ubicadas, sobre todo, en los ángulos más televisivos del estadio como la zona central y las esquinas. En cuanto a los recursos sonoros, este partido contó para España con la narración de Carlos Martínez, al que acompañaba en los comentarios Jorge Valdano y el periodista "Maldini". Por último, hay que destacar el papel del sonido ambiente, registrado con más detalle de lo habitual en diferentes momentos, como los diálogos entre los jugadores durante el juego, las instrucciones de los técnicos desde la zona de banquillos o el propio vocerío de buena parte de la delegación del PSG que, debido a la ausencia de público, se potenció.

#### **4.2. Análisis de la NBA**

A continuación, en este apartado se examina el tratamiento televisivo que la NBA llevó a cabo tras la vuelta a la competición tras más de tres meses de paralización. A través de los partidos que se indican en la muestra (tabla 2), se busca analizar qué adaptaciones e innovaciones fueron desarrolladas en su retransmisión tras la reanudación de estas competiciones.



**Tabla 2. Partidos de la NBA**

Partido	Fecha	Operador	Otros <sup>5</sup>
Dallas Mavericks vs. Los Angeles Clippers	20-08-20	TNT	Mavericks, Clippers
Houston Rockets vs. Oklahoma City Thunder	23-08-20	ESPN	Rockets, Thunder
Los Angeles Lakers vs. Portland Trail Blazers	23-08-20	ABC	ESPN

Fuente: elaboración propia.

El ESPN Wide World of Sport Complex se convirtió en el único recinto donde se desarrollaron todos los partidos del torneo aplicándose estrictos protocolos de seguridad. Se trata de un espacio que contaba con tres canchas de baloncesto, si bien para los partidos solo se utilizarían dos en simultáneo dejando la otra para los entrenamientos. Los operadores responsables de la retransmisión televisiva fueron cuatro: el canal ABC, las redes de cable ESPN y TNT, así como NBA TV. Asimismo, los partidos se emitían en una combinación de las cuatro compañías referidas a través de múltiples plataformas incluyendo *NBA League Pass*<sup>6</sup>. En este sentido, para la elaboración de este análisis se utilizó esta última aplicación multimedia, que integra en su interfaz múltiples opciones para acceder al seguimiento de sus transmisiones en directo y diversas opciones de segundas pantallas.

En relación con la puesta en escena donde se disputaban los partidos, a diferencia del tamaño de los grandes recintos deportivos donde habitualmente compiten los equipos de la NBA, por primera vez en su historia se utilizó un espacio reducido y adaptado preferentemente para su retransmisión televisiva sin público. De esta forma, a diferencia de los estadios con las gradas vacías en los partidos reseñados de fútbol, en la NBA se apuesta por un lugar de menor tamaño pero rediseñando su ambientación. Así, por ejemplo, la pista de juego no incluye el anagrama del equipo sino, solo en la parte central, el escudo corporativo de la NBA, añadiéndose en la parte superior la frase *BLACK LIVES MATTER* vinculada a la campaña publicitaria contra el racismo. En cuanto a la parte frontal —delante de los banquillos— y zonas detrás de las canastas, el espacio se cubrió con amplias pantallas Led donde se proyectaron diferentes contenidos.

<sup>5</sup> Este apartado corresponde a otros operadores locales que emitían otra narración.

<sup>6</sup> Aplicación que ofrece entre otros servicios la transmisión televisiva de los partidos de la NBA.

Según el momento del partido, las imágenes exhibidas irían cambiando. Así, al principio, en la presentación inicial se proyectaba la bandera de Estados Unidos mientras sonaba su himno. En el partido Mavericks vs. Clippers, apareció en las pantallas la artista Chaka Kahn cantando el himno a capela. Posteriormente, se mostraban, con diferentes tamaños, los nombres de los equipos y jugadores, o mensajes publicitarios sobre todo en las pausas del encuentro. Durante el partido, las pantallas proyectaron mensajes dinámicos como *DEFENSE* pero, sobre todo, se recreaba un graderío virtual, compuesto por una selección de aficionados que seguían el evento desde sus casas. Dependiendo del tipo de plano insertado desde la realización, se podían apreciar con más o menos detalle ese graderío virtual, al que a veces acompañaba una pancarta virtual proyectada en la pantalla Led. Así, durante el partido Rockets vs. Thunder podía leerse la frase *WE ARE THUNDER*. Pero, sobre todo, cuando mayor protagonismo tenía esa grada virtual era durante los tiros libres, ya que se insertaban planos cortos de los aficionados.

En cuanto a la realización televisiva de los partidos, el elemento más llamativo fue la mayor cercanía con la que se podía seguir el juego en la pantalla. Y es que el cambio de escenario incorporó un conjunto de herramientas interactivas que ha permitido mejorar la experiencia para el espectador. Así, por ejemplo, una de las novedades para el usuario de *NBA League Pass* ha sido poder seleccionar durante el partido diferentes opciones de visualización. En el partido Lakers vs. Blazers, el abonado de esta aplicación podía elegir entre poder verlo por la señal principal de la cadena ABC o bien seleccionar la cámara *Sideline Stream*, situada a pie de pista, que recorría de lado a lado el juego sin el sonido de la narración. Además, había una tercera opción de visualización: —*Mobile View*— destinada a dispositivos móviles.

En cuanto a los elementos gráficos y visuales utilizados en estos partidos de la NBA, hay que mencionar dos modalidades. Por un lado, dentro de la propia retransmisión televisiva podían verse, además del rótulo insertado con el marcador y tiempo de juego, otros elementos que eran introducidos de forma virtual. Así, en el partido Mavericks vs. Clippers, aparecían insertados virtualmente en la pista: el escudo de los Clippers como si recreara la cancha local, mensajes publicitarios como la firma de realidad virtual Oculus o un rótulo gráfico con una cuenta atrás del tiempo de 24 segundos de posesión de juego. La segunda modalidad de grafismo y elementos visuales correspondería a la propia interfaz de *NBA League Pass*. Así, el usuario disponía de diferentes segmentos. En la parte de la izquierda, se podía seguir a través de un marcador el resultado de los partidos y permitía poder activar la opción “*SIN SPOILER*” si no quería conocer sobre otros encuentros. En la parte central de

la pantalla se encontraba una ventana con el partido seleccionado, pero la aplicación permitía añadir la opción multipantalla pudiendo elegir hasta cuatro señales simultáneas de otros partidos. Debajo de la pantalla del partido principal, se encontraban otras opciones donde el usuario podía acceder a diversa información en tiempo real sobre el enfrentamiento, resultados, resúmenes y jugadas. Además, en la parte inferior de la interfaz estaba la herramienta denominada *Tap to Cheer*, consistente en el envío de ánimos virtuales a los equipos en forma de animaciones gráficas con los colores del equipo en cuestión. Por último, en la columna de la derecha, se situaba una barra de *Chat* que permitía al usuario comentar e interactuar durante el juego. Por ejemplo, en el partido Lakers vs. Blazers, podían leerse mensajes durante su desarrollo en varios idiomas que, en ciertos momentos, opinaban sobre determinadas jugadas.

Por último, en cuanto a los elementos sonoros, los tres partidos seleccionados del análisis permitían, a través de la aplicación *NBA League Pass*, varias opciones de elección. Por un lado, el usuario según el partido podía escoger entre diferentes idiomas con los que seguir el juego. Así, en el encuentro Mavericks vs. Clippers había, por un lado, la opción de seguir el partido con la narración y comentarios del operador TNT, la del canal de cada uno de los dos equipos o, través de la opción de idiomas, poder elegir entre tres audios: en coreano de la cadena SPOTV, en portugués por el canal brasileño SPORTV o en español a través de ESPN. Además, todos los partidos se podían escuchar en la aplicación a través de emisoras de radio de los dos equipos que se enfrentaban ese día. Junto a los aspectos sonoros señalados, hay que mencionar la importancia del sonido ambiente para estas retransmisiones. Entre esos elementos hay que destacar el del *speaker* del pabellón, el de los propios jugadores, los árbitros —especialmente cuando revisan jugadas—, y toda la música y efectos sonoros de animación que acompañaron estos partidos.

## 5. Conclusiones

A partir de los resultados de esta investigación, se puede señalar que la crisis de la COVID 19 ha permitido desarrollar cambios en la realización de contenidos deportivos. En los dos casos analizados se han incorporado adaptaciones en el tratamiento audiovisual de las retransmisiones en directo que, con seguridad, van a seguir evolucionando cuando finalice la pandemia. Así, por ejemplo, es de esperar que en el futuro se perfeccionen con mayor realismo las técnicas para la recreación del graderío virtual en los recintos deportivos. Además, cuando se produzca la vuelta progresiva del público a las gradas, la

cobertura televisiva deberá considerar las áreas que queden vacías para su uso comercial.

En términos comparativos de los dos casos examinados, esta investigación ha demostrado más innovaciones en la realización televisiva de la NBA durante la pandemia. A diferencia del fútbol, la máxima competición profesional del baloncesto en Norteamérica cuenta con una estructura de negocio más desarrollada donde participan grandes compañías comerciales vinculadas al entretenimiento. Asimismo, desde hace tiempo la NBA posee acuerdos millonarios con los principales operadores televisivos de Estados Unidos. Esta circunstancia ha permitido contar con mayores recursos para introducir innovaciones en su cobertura televisiva que servirán de referencia para otros deportes.

Por otra parte, a partir de los casos analizados se puede afirmar cómo las nuevas estructuras de realización televisiva han sido beneficiosas para la audiencia. Si bien en la cobertura audiovisual de eventos deportivos menos masivos se ha detectado una disminución de medios técnicos que han afectado a su realización, las grandes competiciones que requieren suscripción como la Champions League o la NBA han optado por introducir nuevos recursos que han proporcionado más calidad e interactividad a las retransmisiones. Así, por ejemplo, conviene destacar la introducción de más opciones para el seguimiento en directo de las competiciones a través de diferentes soportes tanto a nivel de imágenes como de sonidos y que mejoran la experiencia del espectador. Es de esperar que en los próximos años se sigan perfeccionando e incrementado otras herramientas asociadas sobre todo a elementos virtuales que permitan rentabilizar su desarrollo.

## Referencias bibliográficas

- ABEL, C. (25 de marzo de 2020). La pandemia borra el deporte en TV: ¿Bajas en Movistar, Mitele o DAZN? *El español*. <https://bit.ly/3kstrIg>
- ALCAMÍ, J. y LÓPEZ E. (2020). *Coronavirus ¿la última pandemia?* Madrid: Anaya.
- ANDUEZA-LÓPEZ, B. y LÓPEZ-PLAZA, M. (2020). The TV-Production Shift During the COVID-19 Health Crisis: How TV Language Changed as a State of Alarm Was Enforced in Spain. *Tripodos*, 47 (2), 161-172. <https://bit.ly/3lzLfme>
- BALDERSTON, M. (29 de junio de 2020). NBA returns to TV next month. *TV Technology*. <https://bit.ly/3f92AA4>
- BENÍTEZ, A. (2013). *Realización de deportes en televisión*. Madrid: Instituto RTVE. <https://bit.ly/3kxp9iM>
- BUEHLER, B. (2020). Sports Television and the Continuing Search for Alternative Programming. *International Journal of Sport Communication*, 13 (3), 566-574. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0245>

- CACCIOLA, S. (7 de Agosto de 2020). What It's Like to Be a Virtual N.B.A Fan. *The New York Times*. <https://nyti.ms/3nm3mfG>
- CASTAÑEDA, S. (16 de marzo de 2020). El coronavirus altera el ritmo de la programación en directo de los medios deportivos en España. *AS*. <https://bit.ly/3lxtBiQ>
- CIFUENTES, P. (16 de julio de 2020). Cuatro de cada cinco españoles eligen ver el fútbol con los sonidos enlatados del FIFA. *El Confidencial*. <https://bit.ly/2UresDZ>
- COCHE, R. and LYNN, B. J. (2020). Behind the Scenes: COVID-19 Consequences on Broadcast Sports Production. *International Journal of Sport Communication*, *13* (3), 484-493. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0231>
- CONCEJO, E. (10 de marzo de 2020). El deporte español cierra las puertas por el coronavirus: todos los partidos se jugarán sin público. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/32LNmMi>
- CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES (2018). Reglamento para la Retransmisión Televisiva de la Liga Nacional de Fútbol Profesional. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes. <https://bit.ly/2UrHrr1>
- FANDIÑO, X. (2002). *La producción del ciclismo en televisión*. Santiago de Compostela: Tórculo.
- FISHER, E. (27 de julio de 2020). MLB looks to get aggressive with virtual advertising. *SportBusiness*. <https://bit.ly/3pvOMnX>
- MARÍN-MONTÍN, J. (2006). La realización del deporte en televisión [Tesis doctoral no publicada]. Universidad de Sevilla.
- MARÍN-MONTÍN, J. (2020). Televised Sporting Events: Applications of Second Screens. En Hernández-Santaolalla, V. y Barrientos-Bueno, M. (Ed.) *Handbook of Research on Transmedia Storytelling, Audience Engagement, and Business Strategies* (16-29). Hershey: IGI Global.
- MAZO, E. S. (29 de junio de 2020). Así se logra la virtualización de los estadios de fútbol. *Expansión*. <https://bit.ly/2UsSBft>
- MCLEAN, H. (03 de septiembre de 2020). Oranje football is back: Fox Sports Netherlands on robotic cameras, drones and no remote production. *SVG Europe*. <https://bit.ly/2IIIdO4>
- OWENS, J. (2016). *Television Sports Production*. Abingdon: Focal Press.
- PANORAMA AUDIOVISUAL (26 de marzo de 2020) La producción de Gol se realiza al 100% desde casa. <https://bit.ly/32MaQ46>
- Resolución de 4 de mayo de 2020, de la Presidencia del Consejo Superior de Deportes, por la que se aprueba y publica el Protocolo de actuación para la vuelta a los entrenamientos y el reinicio de las competiciones federadas y

profesionales. (2020) *BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE)*, núm. 126, de 6 de mayo de 2020, págs. 31.359–31.373.

RTVE (RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA) (16 de abril de 2020a). 'Estudio Estadio' desde casa, programa 1: ¿Debe volver el fútbol esta temporada?

**<https://bit.ly/32MaWbY>**

RTVE (RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA) (16 de marzo de 2020b). 'Quédate en casa con TDP, programa 1: Olimpismo'. **<https://bit.ly/2IA3GZk>**

RODRÍGUEZ, R. (7 de mayo de 2020). La Liga idea un plan para hacer más atractivas las retransmisiones sin público. *La Vanguardia*.

**<https://bit.ly/36vX9He>**

RUIHLEY, B. and LI, B. (2020). Sport and the Coronavirus Crisis Special Issue: An Introduction. *International Journal of Sport Communication*, 13 (3), 289-293. **<https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0254>**

TM BROADCAST (22 de junio de 2020). Mediapro detalla las novedades técnicas del regreso de la La Liga. **<https://bit.ly/2H7sCHK>**

UEFA.COM, PORTAL OFICIAL (13 de julio de 2020). Calendario 2020 del fútbol europeo. **<https://bit.ly/3nqU2at>**

ZUBIRIA, A. (19 de marzo de 2020). ¿Qué emiten los canales de deporte si no hay deporte? *Deia*. **<https://bit.ly/3pvRIAT>**