



UNIVERSITAT
JAUME·I

Análisis del periodismo deportivo especializado en televisión:

El caso de Informe Robinson Canal + España

**An analysis of the TV specialized sports journalism: The Informe
Robinson example (Canal Plus España)**

Carla Martínez Marí

al227107@uji.es

Tutor:

Hugo Doménech Fabregat

I N F O R M E

ROBINSON

GRADO EN PERIODISMO | INICIACIÓN A LA INVESTIGACIÓN
PE0932 TRABAJO FINAL DE GRADO
AÑO ACADÉMICO 2015.16

Abstract

En un momento en el que se ha producido una proliferación de programas deportivos más centrados en el entretenimiento maniqueísta y un tratamiento superficial de los hechos que en la información elaborada, coexisten medios que han seguido apostando por ofrecer contenidos de mayor rigor periodístico. ¿Sería *Informe Robinson* un formato audiovisual que consigue el equilibrio entre información y entretenimiento atendiendo a criterios de calidad? *Informe Robinson* es un programa de reportajes emitido en Canal +, dirigido y presentado por Michael Robinson desde su estreno, en 2007. Este espacio, que muestra el lado menos visible del espectáculo deportivo mediante entrevistas en profundidad buscando la dimensión humana del deportista y centrándose de una forma más analítica y didáctica en otros temas menos tratados por otros medios, cuenta ya con 82 episodios en sus 9 temporadas. Es por eso que los objetivos de esta investigación son analizar este espacio único en la historia de la televisión en España, mediante un estudio cuantitativo y cualitativo que permita conocer en profundidad los elementos característicos de este modelo periodístico que, en el actual escenario mediático deportivo, es una referencia. Igualmente, comprobar si cumple con los suficientes criterios de calidad para determinarlo como producto especializado y razonar el papel de los narradores.

In an age on which there has been a proliferation of sports TV shows focused on a light-hearted and superficial analysis on the facts rather than pushing forward well-elaborated information, other media coexist and have tried to offer more accurate and rigorous content. Is *Informe Robinson* an audiovisual format that strikes the perfect balance between information and entertainment with quality as its main trademark? *Informe Robinson* is a news report TV show that is broadcasted in Canal Plus and hosted by Michael Robinson since it first aired in 2007. This show, that uncovers the lesser-known sides of the sport show-business by delivering extensive, deeply personal interviews which try to focus on the human side of the sportsman, targets topics and issues that usually are not dissected by other media. It has aired a total of 82 episodes over nine seasons. The aim of this research is to analyze this rare and unique show in Spain's television history, by performing a quantitative and qualitative study that allows us to understand deeply the traits and characteristic elements that shape this journalistic body of work, which has become a role-model in the current media scenario in our country. Similarly, we want to check if the show fulfils the required quality standards in order to define it as a specialized product and give reasons for the role played by its narrators.

Palabras clave: Prensa deportiva, periodismo especializado, deporte, Informe Robinson, televisión, calidad

Key words: Sports journalism, specialized journalism, sports, Informe Robinson, televisión, quality

Índice

0. Abstract.....	2
1. Introducción.....	4
2. Marco teórico.....	5
2.1 Periodismo especializado.....	5
2.2 Periodismo deportivo.....	7
2.2.1 Orígenes del periodismo deportivo en España.....	8
2.2.2 <i>Infotainment</i> televisivo.....	10
2.3 La entrevista en profundidad en televisión.....	11
3. Objetivos e hipótesis.....	13
4. Diseño metodológico.....	14
5. Exposición de los resultados.....	18
5.1 Géneros periodísticos presentes y fuentes.....	18
5.2 Temáticas.....	22
5.3 Recursos expresivos.....	23
5.4 Narradores: presentador y redactores.....	27
6. Conclusiones.....	29
7. Bibliografía.....	31
8. Anexos.....	34

1. *Introducción*

En los últimos años, han proliferado nuevos formatos televisivos centrados en la temática deportiva que han incorporado componentes como el espectáculo y el entretenimiento. Hasta tal punto que, como señala Paniagua (2006), “conviven en perfecta armonía con el deporte, e incluso llegando a quitar a este buena parte de su protagonismo” (p.186).

Para Antonio Alcoba (2005) “el periodismo deportivo ha aportado un nuevo modelo de realización y explicación de temas, que ha pasado como una apisonadora sobre las teorías de la seriedad informativa”. Prueba de esto, ha sido el recientemente surgimiento de tertulias deportivas nocturnas que han apostado por técnicas sensacionalistas y por ofrecer contenidos sesgados y de calidad muy discutible.

Asimismo, es conveniente tener en cuenta que el infoentretenimiento no tiene porque estar ligado a la superficialidad y trivialidad, pues puede ser un formato especialmente atractivo de incorporar contenidos periodísticos bien trabajados. Sin embargo, este comienza a cuestionarse cuando se fundamenta en la manipulación y banalización de los acontecimientos o se impone sobre lo que Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003) denominan el compromiso profesional de “ofrecer al ciudadano la información que necesita para comprender el mundo que le rodea y hacerlo, además, de forma que la gente quiera prestarle atención”¹.

No obstante, en la actualidad se mantienen en parrilla espacios televisivos que hacen un correcto tratamiento periodístico de la información deportiva. Sobre estos medios centraremos la mirada, concretamente sobre Informe Robinson, un producto audiovisual deportivo que reúne todas las cualidades para ser definido como la antítesis imperante en el periodismo deportivo español.

¹ Periodismo deportivo de calidad “La creciente banalización de los contenidos deportivos [Disponible en <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-creciente-banalizacion-los-contenidos-deportivos/> , consultado 4 de abril de 2016]

Este escrito de investigación, que tiene por objetivo analizar mediante un estudio cuantitativo y cualitativo este modelo periodístico del actual escenario mediático deportivo, se estructura de la siguiente manera: la primera parte contiene el marco teórico, seguidamente se presentan las hipótesis y objetivos del mismo, después se explica la metodología utilizada y se detallan los resultados obtenidos del análisis cuantitativo y cualitativo y finalmente se exponen las conclusiones.

2. Marco teórico

2.1 Periodismo especializado

La disciplina del periodismo especializado ha experimentado un importante crecimiento en los últimos tiempos debido, entre otras cosas, a la sobrecarga informativa o *infoxicación* y a la necesidad de hacer frente a la demanda por parte de la audiencia de un tratamiento informativo más en profundidad ante la complejidad de la realidad actual.

Ahora bien, la dificultad radica en definir qué entendemos por periodismo especializado, cuáles son sus características y de qué manera está conectado con el periodismo. “Aunque desde hace más de veinticinco años existe una disciplina académica denominada Periodismo Especializado, no hay consenso respecto a los postulados teóricos que lo definen, ni un cuerpo teórico unificado que lo avale, sino diferentes aportaciones, a veces contradictorias entre sí” (Gallego, 2003: 19).

Así pues, es interesante hacer un recorrido por las principales obras que han profundizado en las características y rasgos de este tipo de periodismo.

Unos de los primeros académicos que estudiaron esta disciplina en España fueron los profesores de la Universidad Complutense de Madrid, Orive y Fagoaga (1974), que apuntaban a la especialización periodística como “aquella estructura que analiza la realidad proporcionando a los lectores una interpretación del mundo lo más acabada posible, acomodando el lenguaje a un nivel en que se determine el medio y profundizando en sus intereses y necesidades” (p.69). Esta definición enlaza con la que posteriormente

completaría Fernández del Moral y Esteve (1993) añadiendo la importancia de la contextualización (p. 98).

Mientras que, para Berganza (2005), los elementos que definen al PE son el profesional experto, la perspectiva basada en el rigor y precisión y la búsqueda de una explicación en profundidad de la actualidad (p. 60). Como recoge Idoia Camacho en *La especialización en el periodismo. Formarse para informar* para Esteve Ramírez (2010), el periodismo especializado se entiende como “aquella estructura informativa realizada por un experto en la que de forma clara y fiable se analiza la realidad conyuntural de un área de actualidad profundizando en sus motivaciones y aportando posibles soluciones”. Así pues, destaca cuatro particularidades en esta definición: la importancia del profesional especializado, la fiabilidad y la claridad como cualidades imprescindibles, el análisis en profundidad siempre sobre cuestiones de actualidad y la identificación de causas y posibles soluciones (p.13).

Esta definición conecta con la doble importancia de la perspectiva metodológica del profesional especializado. Se configura como un requisito imprescindible para la existencia del PE, la aplicación y el desarrollo de una metodología concreta (investigación y análisis) a los múltiples ámbitos temáticos que constituyen la realidad social. Y también, como disciplina que permite responder a la triple especialización del periodismo actual: “la especialización por contenidos”, “la especialización pro sectores de audiencia – en función del complejo mercado editorial de publicaciones– y la especialización por medios de comunicación” (Quesada, 1998: 23)

Por su parte, Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat (2006) entienden el periodismo especializado, en relación al eje temático, como:

el tratamiento en profundidad en los medios de comunicación de un determinado campo de conocimiento. Nos referimos, pues, al periodismo político, económico, cultural, deportivo, etc. El concepto de periodismo especializado tiene un referente temático [la geografía, la segmentación demográfica, los medios especializan] Son, eso sí, componentes complementarios y fundamentales de la auténtica razón de ser de la especialización: el ámbito temático. (p.78)

Frente a esta definición, Borrat (1993) alude a la posibilidad de definir el periodismo especializado como una manera de elaborar escritos periodísticos caracterizada por la “coherencia interna de los textos”, “la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad” y “la pertinencia de los conceptos, las categorías y los modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogidos, el tipo de periódico donde esos textos se publican y el tipo de audiencia a la que preferentemente se dirigen”.

Asimismo, si bien alude a estas tres notas como elementos característicos de los textos de periodismo especializado remarca que las dos primeras las podemos encontrar en piezas de medios generalistas, mientras que la última solo se da en aquellos textos elaborados por “especialistas con pleno conocimiento de los saberes científicos *-teóricos y metodológicos-* correspondientes”. (p. 83)

Si al principio se mencionaba la dificultad de esclarecer una definición acerca de esta disciplina “estos intentos de conceptualización han arrojado luz y algunos de ellos han contribuido de forma imperante a sentar las bases doctrinales”. (Berganza, 2005: 55)

2.2 Periodismo deportivo

Partiendo de que el objeto de análisis tiene una vinculación directa con el periodismo deportivo, resulta conveniente realizar una aproximación a este término a través de los principales teóricos que han desarrollado sus investigaciones en base a esta temática que según Naranjo (2011) “se ha convertido en una de las modalidades especializadas con mayor audiencia” (p.33).

En esta línea, se muestra Torrijos (2014), quien también considera que este tipo de periodismo se ha convertido, en los últimos años, en una de las modalidades periodísticas de mayor alcance social gracias a su espectacular desarrollo “en estructuras, canales y modos de producir contenidos” (p. 178).

Así pues, se muestran a continuación algunas de las definiciones. El periodismo deportivo es para Alcoba (1999), aquel “cuya información se

dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuanto sucede en el mundo del deporte” (p.23). De igual forma, que Salomé Berrocal y Carlos Rodríguez-Maribona (1998) definen la prensa deportiva como “aquella cuyos contenidos informativos están relacionados con el deporte en cualquiera de sus modalidades” (p.198).

Para Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral (1999), la prensa deportiva es “aquella que recoge todas las noticias producidas en el mundo del deporte en sus distintos aspectos y categorías” (p.280). Mientras que José Martínez de Sousa (1981) define este tipo de información periodística como “el servicio de una publicación periódica que se especializa en el tratamiento de las noticias e informaciones relacionadas con el deporte”. (p.134)

Estas son algunas de las definiciones de lo que debería ser esta modalidad periodística. Sin embargo, a raíz de la aparición de la televisión, la forma en la que se ha tratado la información deportiva ha vivido una importante transformación hasta perder cierta seriedad informativa. Alcoba (2005) considera que la televisión “ha pasado de ser un medio informativo a con considerarse más como medio relacionado con el espectáculo” (p.172), aspecto que se desarrollará en los siguientes puntos.

2.2.1 Orígenes del periodismo deportivo en España

El origen de este modelo periodístico se ubica a mediados del siglo XIX, momento en el que comienzan a cobrar más importancia las informaciones deportivas por influencia del periodismo anglosajón y francés. Estas solían centrarse en deportes de una misma familia, siendo la caza y el ciclismo las disciplinas que más acaparaban las portadas (Andújar, 2013).

Paniagua (2009) sitúa a la revista *El Cazador* como la primera publicación deportiva de este país datada en 1856 y de periodicidad quincenal. Aunque, posteriormente nacerían otras publicaciones en la misma línea que esta como la revista *La Caza. Revista de los cazadores* en Madrid publicada entre 1865 y 1868, *El Colombaire* en Valencia en 1866 y *La Ilustración Venatoria* en Madrid entre 1878 y 1885 (Andújar, 2013).

No sería hasta 1870 cuando el periodismo deportivo experimentaría un importante desarrollo pasando de “seis publicaciones a un sinfín de revistas especializadas en la difusión de disciplinas concretas” (Paniagua, 2009: 15). En este momento, las publicaciones dedicadas al ciclismo, llamado velocidepismo en esa época, adquirieron una gran popularidad siendo *El Pedal* su publicación más destacada (Andújar, 2013).

El periodismo deportivo de finales del siglo XIX se caracterizó por la variedad de oferta, por una mayor nacionalidad e internacionalidad de las informaciones y por la aparición de redactores profesionales (Andújar, 2013).

En el siglo XX, ya con una prensa deportiva más orientada hacia el espectáculo surgen algunos diarios que siguen publicándose hoy en día como *Mundo Deportivo* y *Sport* (Edesa, 2014).

Durante la II Guerra Mundial la información deportiva tuvo un importante auge en los periódicos generalistas, pero con la llegada de la Guerra Civil y junto a ella la censura, la actividad deportiva quedó parada. Sin embargo, con el inicio de la transición, el periodismo entró en una época de destape “ya que el control que el franquismo tenía sobre la prensa pasa a ser inexistente y surge la libertad de prensa, que está recogida en la Constitución de 1978” (Edesa, 2014: 9).

Así pues, desde la década de los 90 hasta la actualidad ha sido la fase más poderosa de la prensa deportiva, sobre todo porque los medios generalistas han incluido en sus portadas informaciones de carácter deportivo.

Asimismo, formatos como la radio y la televisión también otorgaron protagonismo a esta área periodística. Sobre todo con el surgimiento de las cadenas de televisión privadas que trajeron consigo varios enfrentamientos entre cadenas por los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol y que llegan hasta la actualidad (Edesa, 2014).

2.2.2 *Infotainment* televisivo

El infoentretenimiento o *infotainment* en televisión tiene sus orígenes para algunos teóricos en Estados Unidos entre finales de los 60 e inicios de los 70 (Stark, 1997). Pero no sería hasta los años 80 cuando distintos estudios comenzaron a señalar el surgimiento de la “mega tendencia” más acusada del periodismo actual (Prado, 2003) en los informativos de las televisiones occidentales.

Esta nueva tendencia, consistente en la combinación entre información y entretenimiento, aterrizó en España exactamente en 1993, año en el que Telemadrid empezó a emitir *Madrid Directo*, un magazín vespertino “con el que se emprendió un camino sin retorno hacia la nueva era de la información” (Ortells, 2011: 281).

Así pues, este cambio en la forma de elaborar la información surgió de la necesidad vital de atraer a la audiencia, mostrando así que los datos de share siguen siendo lo más importante para las televisiones públicas y privadas que dentro de un sector tan competitivo precisan de atraer inversiones publicitarias (Bustamante, 1999). Esta variación tiene como consecuencia la aparición de la llamada mercantilización de la información (Mosco, 2006) hasta el punto en el que la información y el buen periodismo quedan relegados a un segundo plano para priorizar la búsqueda del éxito comercial². Es en este momento cuando los medios se ven obligados a replantearse las funciones clásicas de la televisión: informar, formar y entretener (Bustamante, 1999).

Sobre todo desde mediados de la década de los 90 y también en la vertiente deportiva, los medios de comunicación empiezan a incorporar noticias blandas o *soft news* en sus programas tratando temáticas de interés más humano con el objetivo de despertar el interés del espectador³, apostando, de esta manera, por confeccionar piezas en la que prima la espectacularización de la información (Cebrián, 2004) o la llamada “espectacularización de la realidad” (Prado, 2003: 185).

² Periodismo deportivo de calidad “La creciente banalización de los contenidos deportivos [Disponible en <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-creciente-banalizacion-los-contenidos-deportivos/> , consultado 4 de abril de 2016]

³ *Ibid.*

Si centramos la mirada en el periodismo deportivo, lo que en un principio parecía concebirse como una apuesta por el infoentretenimiento, hoy en día no es más que entretenimiento y sensacionalismo. Para Rojas (2016), los programas deportivos que se desarrollaron en la década de los 90 desvelaron que el infoentretenimiento más que temático, es estilístico:

la adopción de este género no solo comporta la elección de un determinado tipo de contenidos, sino sobre todo un peculiar tratamiento de la información caracterizado por una presentación de los hechos más superficial y sensacionalista, el uso de un lenguaje coloquial y un estilo informal, la inclusión del rumor, la anécdota y el morbo del conflicto como categorías pretendidamente noticiosas, la poca calidad y pluralidad de las fuentes consultadas y, en suma, una puesta en escena que a duras penas puede considerarse como puramente periodística⁴.

Este es el estilo característico de los famosos *late shows* (*El chiringuito de jugones* o *Punto Pelota*) que han entrado con fuerza en los últimos años en televisión. No obstante, si bien pocos grupos mediáticos se han resistido a este formato, todavía los hay que han decidido hacer un infoentretenimiento creativo, de buen gusto y bien trabajado. En esta línea marcha el modelo periodístico del actual escenario mediático deportivo que se analizará en el presente proyecto de investigación, *Informe Robinson*.

2.3 La entrevista en profundidad en televisión

La entrevista parece constituirse en la actualidad como el género periodístico más empleado en televisión a raíz de la llegada de formatos de entrevista en profundidad como *Viajando con Chester*, *Mi casa es la tuya* y *Dos días y una noche*. No obstante, antes de que esta reinara en televisión otros modelos periodísticos ya la incluían en sus programas para completar otros géneros como el reportaje.

Investigadores de este área como Lázaro Carreter (1998) aluden a este género informativo como aquel que “recoge el diálogo entre el periodista y una persona

⁴ Periodismo deportivo de calidad “La creciente banalización de los contenidos deportivos [Disponible en <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-creciente-banalizacion-los-contenidos-deportivos/>, consultado 4 de abril de 2016]

cuyas opiniones o confidencias pueden ser interesantes para el público” (p.195).

Pero, si focalizamos la atención en el medio televisivo, Martínez Albertos (1977) añade el matiz del periodista como mero conductor o intermediario en esta otorgando todo el protagonismo a la persona que está narrando la historia, con toda la trascendencia que de ello se deriva. “El entrevistador aquí, más todavía que en la entrevista escrita, juega un papel de simple vehículo, soporte o intermediario” (p. 248). Asimismo, Martínez Albertos destaca que la entrevista también es una modalidad del reportaje, por ejemplo, cuando en un reportaje se intercalan declaraciones de los protagonistas de los acontecimientos que se están narrando.

Por su parte, Mariano Cebrián (1992) entiende que la entrevista en televisión sigue presentándose como un género de gran valor para la recopilación y posterior retransmisión de información sobre todo en radio y televisión (p. 248).

Para autores como Enrique Torán (1982), la entrevista en televisión tiene una vital importancia por todo lo que esta aporta a la narración de la historia. Mientras, en la entrevista escrita la descripción del personaje queda a cargo del periodista, en televisión las palabras del entrevistado quedan fielmente recogidas, junto con sus entonaciones, maneras de hablar y silencios.

Manuel Mateu (1998) establece la siguiente clasificación para los distintos tipos de entrevistas en televisión: de actualidad o información estricta, de magazine, de carácter, en profundidad y monográfica (p.205).

Es la entrevista de carácter la más empleada en los reportajes de *Informe Robinson*. Para Mateu, esta tipología se emplea cuando se “trata de dar una imagen lo más aproximada y real de la personalidad del entrevistado/a. Se realiza cuando lo que interesa es el personaje y su vida: cuando pretendemos descubrir aspectos desconocidos o poco conocidos del entrevistado. Suelen ser personajes públicos en función de una determinada actividad o profesión; su interés recae en intentar descubrir, a través del diálogo de preguntas y respuestas, cosas que no están relacionadas con aquello que lo hace conocido. Interesa tanto qué dice y cómo lo dice” (p. 171).

3. Objetivos e hipótesis

Este trabajo de investigación, mediante una observación en profundidad del programa deportivo televisivo *Informe Robinson*, pretende incidir en los siguientes objetivos:

O.1 Analizar este modelo periodístico con la finalidad de conocer los elementos que lo conforman.

- Obtener información cuantitativa y cualitativa que defina este modelo periodístico.
- Identificar los géneros periodísticos y participantes, temáticas utilizadas, recursos expresivos y los subtemas tratados habitualmente en este espacio.

O.2 Estudiar si este formato televisivo cumple con suficientes criterios de calidad para determinar que se trata de un producto especializado o por el contrario, tienen más importancia en él elementos característicos del infoentretenimiento sensacionalista.

O.3 Razonar el papel de los narradores en un producto de periodístico de autor (presentador y redactores).

Para alcanzar estos objetivos se plantean las siguientes hipótesis a confirmar o refutar en el presente proyecto de investigación:

H1. Las rutinas del periodismo especializado permiten producir infoentretenimiento a partir de realidades deportivas que quedarían fuera de la agenda de un medio generalista.

H2. Los programas deportivos especializados en televisión responden a los criterios de calidad expuestos en los manuales aunque presentan elementos intrínsecos del infoentretenimiento no sensacionalistas.

H3. Es posible desarrollar un periodismo de autor sin que los narradores adopten una presencia protagonista.

4. Diseño metodológico

En el presente punto se detalla la técnica de investigación empleada en el estudio, seguidamente se expone la muestra y finalmente se encuentran los procedimientos derivados de esta técnica.

La **metodología** utilizada para el análisis del objeto de estudio antes definido, *Periodismo deportivo especializado en televisión: el caso de Informe Robinson Canal + España*, se basa en el estudio de caso.

Consideramos que esta herramienta de investigación, al decantarse por los procesos concretos con la finalidad de obtener datos que permitan establecer un marco general de análisis (Yin, 1994; Simons, 2011), constituye el mecanismo idóneo para aproximarnos a la comprensión de este modelo periodístico. Datos que pueden obtenerse a través de diversas fuentes, tanto cuantitativas como cualitativas como documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes y objetos físicos (Chetty, 1996).

Asimismo, el estudio de caso puede servirnos para dar respuesta a diferentes objetivos como describir, explicar, interpretar o explorar las características de dicho objeto de estudio (Merriam, 1988). En definitiva, la aplicación de esta técnica cualitativa nos permitirá hacer un buen análisis acerca del periodismo deportivo especializado en televisión, al tratarse de una metodología apropiada para la investigación de exposiciones comunicativas que se encuentran en etapas embrionarias y, por tanto no han sido objeto de numerosos estudios (Cepeda, 2006).

Una vez expuesta la técnica empleada para este proyecto de investigación se determina la forma en la que se va a desarrollar el estudio y, para ello se efectúa una delimitación de la **muestra**. Debido a que el interés del presente proyecto radica más en la elaboración de una fotografía fija de las constantes de este modelo periodístico que en la evolución del programa, hemos acotado la muestra atendiendo a las características más representativas, como géneros presentes, temáticas, recursos expresivos y el papel de los narradores en el

programa.

Por este motivo, el periodo analizado se ha centrado en los últimos cinco meses de programa, en concreto escogiendo reportajes emitidos en diciembre y marzo. Así pues, debido a la necesidad de ajustarse a los tiempos de investigación y al análisis minucioso de cada una de las piezas elegidas, la muestra se ha fijado en la novena temporada siendo los siguientes tres episodios los elegidos: *Número 1*, *Balón parado* y *Chico sincro*. Asimismo, cabe mencionar que la muestra ha sido escogida aleatoriamente para que esta sea representativa.

Pese a no ser una muestra excesivamente extensa, sí hemos podido elaborar tanto un estudio cuantitativo como cualitativo que nos ha permitido conocer la realidad de este programa deportivo televisivo.

Como se menciona anteriormente, a la hora de establecer las técnicas o **procedimientos** más adecuados para esta investigación se ha optado por la combinación del análisis cuantitativo y cualitativo.

Por una parte, para la elaboración del estudio cuantitativo se han diseñado dos tablas de análisis con distintos elementos que permitirán extraer los resultados para su posterior estudio.

Tabla 1. Descripción de géneros y fuentes

	PROGRAMAS		
CRITERIOS A CUMPLIR	<i>Número 1</i>	<i>Balón parado</i>	<i>Chico Sincro</i>
1. Número de fuentes			
2. Tipología de las fuentes			
3. Registro y lenguaje			
4. Elementos de contexto			
5. Estructura narrativa			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Descripción análisis recursos expresivos

ANÁLISIS RECURSOS EXPRESIVOS			
CRITERIOS A CUMPLIR	PROGRAMAS		
	<i>Número 1</i>	<i>Balón parado</i>	<i>Chico Sincro</i>
1. Duración de las declaraciones			
2. Tipología de los planos			
3. Dramatización			
4. Presencia del presentador			
5. Géneros presentes y duración de los mismos			
6. Duración voz en off			
7. Grafismo audiovisual			
8. Duración sumario de las declaraciones			
9. Musicalización			

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 1 y la Tabla 2 encontramos los criterios principales y los tres programas con los que se va a desarrollar el análisis cuantitativo, pues estos ítems se aplicarán a cada uno de los episodios para realizar así un análisis comparativo y lograr resultados comunes entre ellos.

En la primera tabla encontramos cinco variables que hacen referencia a los géneros periodísticos presentes y fuentes. La primera variable hace referencia a las fuentes utilizadas para la realización de los programas. Seguidamente, estudiaremos la tipología de las mismas y se tratará de comprobar el rigor y el tratamiento en profundidad de estos tres reportajes. Por consiguiente, se comprobará el registro y el tipo de lenguaje empleado en estos programas. A continuación, valoraremos los elementos de contexto, es decir, si se dan en

estos elementos biográficos, vídeos de archivo, entrevistas antiguas, etc. Y por último, la estructura narrativa entendida como aquella cronológica, centrada en un personaje, pirámide invertida, argumentativa, etc.

En la segunda tabla hallamos nueve elementos de análisis de recursos expresivos. En primer lugar, se comprobará la duración media de las declaraciones para comprobar si siguen la tendencia del infoentretenimiento en el que se buscan declaraciones breves para mantener la atención del espectador. Asimismo, se observará la tipología de los planos y la existencia de secuencias documentales. Después, la dramatización, en el sentido de que todas las historias tienen como objetivo generar impacto a través de las emociones y el drama. También, se medirá si aparecen recursos expresivos como los tipos de sonido, músicas, silencios y la presencia del presentador en pantalla. De igual forma, se tratará de averiguar los géneros presentes en los programas y su duración, la utilización del grafismo audiovisual y la duración del sumario en el que se recopilan algunas de las declaraciones más impactantes de la historia que se emite a continuación. Y también, la duración de la voz en off.

Por otra parte, en el procedimiento cualitativo se llevará a cabo una entrevista al director y presentador del programa deportivo *Informe Robinson*, Michael Robinson. El uso de la entrevista en profundidad con este importante miembro del equipo tiene como objetivo obtener información de primera mano, así como su interpretación acerca de este caso de estudio. Esta se desarrollará personalmente en el edificio Prisa Radio en la C/ Gran vía 32 de Madrid.

5. Exposición de los resultados

5.1 Géneros periodísticos presentes y fuentes

Este objeto de estudio manifiesta una combinación de dos géneros periodísticos por excelencia para llevar a cabo la realización de sus programas. Así pues, la entrevista en profundidad y el reportaje se erigen como los grandes protagonistas dentro de los géneros periodísticos presentes en Informe Robinson.

Por una parte, la **entrevista en profundidad**, se presenta como uno de los géneros más empleados en la elaboración de los programas de este formato audiovisual teniendo una media de 13 entrevistados por episodio (*Chico sincro* 13, *Balón parado* 18 y *Número 1* 8) [Ver Anexo II, Tabla 1]. Asimismo, la duración media de las entrevistas se configura en los 14 minutos y 7 segundos, superando más de la mitad del tiempo que se utiliza en cada reportaje si calculamos que su duración media se establece en los 23 minutos y 17 segundos.

En cuanto a las tipologías de entrevistas empleadas en Informe Robinson se encuentran la entrevista de carácter o personalidad y la entrevista en profundidad. A continuación, se procederá a realizar una explicación acerca de cada una de ellas y su relación con el presente objeto de estudio.

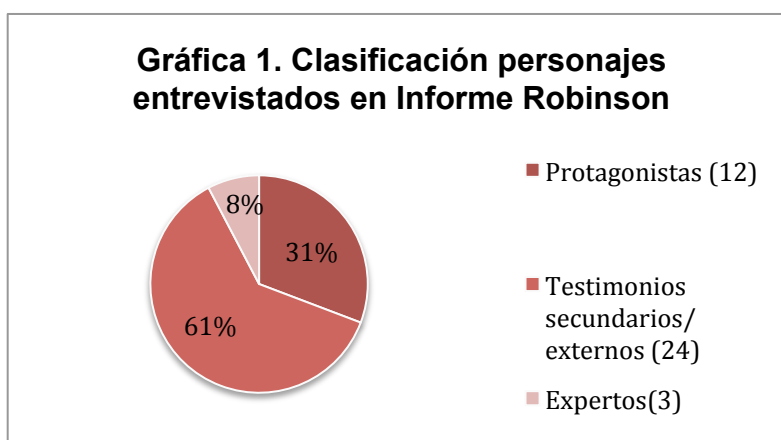
La entrevista de carácter o personalidad hace referencia a aquella que procura ofrecer una imagen lo más aproximada y real posible de la personalidad del entrevistado siendo la más utilizada cuando se pretende descubrir aspectos desconocidos o poco conocidos de la vida del personaje. En ella, suelen ser protagonistas personajes públicos en función de una determinada actividad o profesión y el interés radica tanto en qué dice el entrevistado como en cómo lo dice (Mateu, 1998: 171). Así pues, en Informe Robinson incluiríamos en este tipo de entrevista tanto a los protagonistas por su importancia en la historia como los testimonios secundarios o externos, es decir aquellos que de una manera u otra tienen un vínculo con el protagonista del programa y contribuyen con sus declaraciones a una mejor comprensión de la narración o el personaje.

Llegados a este punto, cabe destacar que en un programa podemos no encontrar un único protagonista como sería el caso de *Balón parado* en el que la historia se centra en la vida de 22 futbolistas sin equipo que luchan por seguir manteniendo vivo su sueño de dedicarse al fútbol profesional.

En relación con la anterior se encuentra la entrevista en profundidad, empleada para una mayor profundización en el hecho o en el personaje. Esta sirve para ampliar la información a través de la conversación con un experto o especialista que explicará con mayor precisión el acontecimiento en sí a la audiencia (Mateu, 1998). En este tipo de entrevistas se incluirían las fuentes expertas, que aunque no suelen tener un gran protagonismo en este formato sí son apreciables. En este grupo, se incluirían el cardiólogo, Nicolás Bayón, y el ex subdirector de alta competición CSD, Ángel Luis López, presentes en el reportaje *Número 1* y el Director de la AFE, Vicente Blanco 'Tito', en *Balón parado* ofreciendo información valiosa sobre la temática tratada.

Dicho lo anterior, se exponen a continuación de una manera más visual el número y tipo de entrevistados que aparecen en el presente caso de estudio según esta clasificación: protagonistas, testimonios secundarios o externos y expertos.

En los tres programas visualizados el número de personas entrevistadas ha sido de 39 personas. En primer lugar se encuentran los testimonios secundarios o externos con un total de 24 (61%), seguidamente los protagonistas con 12 (31%) y finalmente los expertos, con tan solo 3 entrevistados en total (8%).



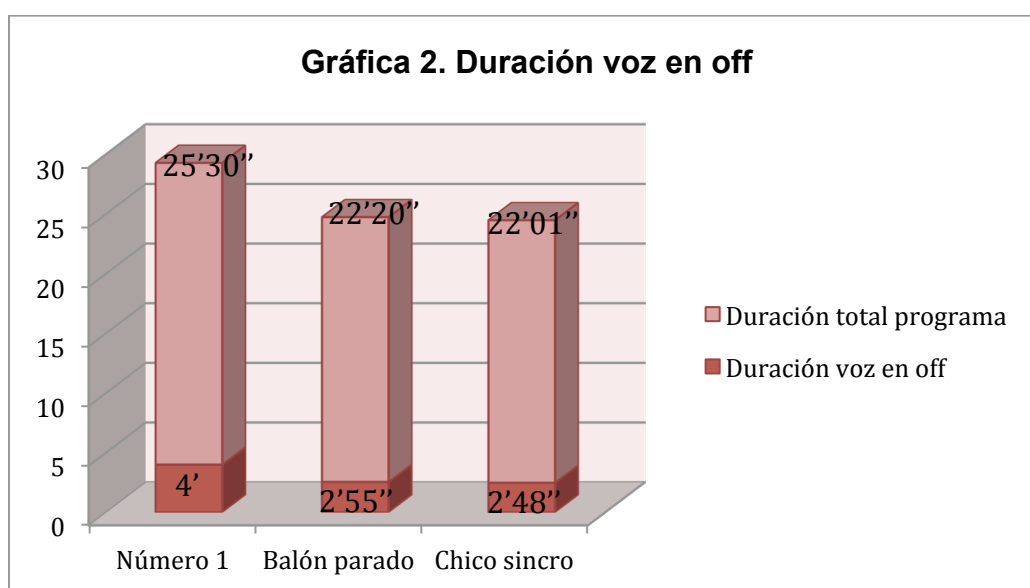
Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, el **reportaje** se constituye como otro de los géneros más utilizados dentro de este formato audiovisual. Así pues, de los 23 minutos y 17 segundos de duración media de cada programa, 9 minutos y 14 segundos atenderían al reportaje en sí, entendido como la combinación de imágenes en movimiento e imágenes recurso, voz en off y el resto de recursos expresivos.

Al mismo tiempo, se caracterizan por cumplir con los requisitos que definen al buen reportaje: “profundidad, actualidad, criterio, prestigio, seriedad, rigor, credibilidad y solvencia” (Cortés, 1999: 207).

Este en *Informe Robinson* se puede clasificar atendiendo a los criterios de Jaume Vilalta (2006) como el intermediario discreto, es decir aquel en el cual “la narración es en tercera persona y el periodista no aparece en pantalla” (p.133). Se elimina la voz del entrevistador en el proceso de edición dejando todo el protagonismo al entrevistado.

Este género presenta diversas posibilidades en cuanto a composición. Así pues, en la elaboración de los programas combinan imagen, recursos expresivos y palabra. En el caso de la imagen, se cuidan especialmente las localizaciones para aportar una mayor riqueza visual al producto final. Mientras que, la voz del narrador se utiliza para contextualizar las historias y presenta una duración media de 3 minutos y 1 segundo por historia.



Fuente: Elaboración propia

De igual forma, estos reportajes en los que la reflexión y el análisis adquieren un papel fundamental, presentan estructuras narrativas centradas en el personaje como serían los casos de *Número 1* y *Chico sincro* en la que la historia se desarrolla en torno a Javier Gómez Noya y Pau Ribes. Aunque, por su parte, *Balón parado* presenta una estructura narrativa cronológica. El programa comienza con la preselección de los 22 futbolistas, continúa con la llamada a los deportistas para comunicarles que son los elegidos, seguidamente comienzan los entrenamientos y finalmente se anuncian sus fichajes por los distintos equipos de la Segunda y Tercera División.

Otro elemento característico de este modelo periodístico es que a pesar de tener un carácter especializado en cada uno de los programas emplea un lenguaje estándar que no hace necesario tener unos conocimientos previos acerca del deporte tratado para la total comprensión de la historia. Al tratarse de un programa divulgativo no presenta un lenguaje muy complicado ni abusa de tecnicismos.

Por último, en cuanto a los elementos de contexto se debe destacar la presencia de imágenes de archivo y biográficas de los protagonistas. Así pues, pueden apreciarse en *Chico Sincro* desde fotografías de los inicios de la natación sincronizada con hombres, fragmentos de películas sobre dicho deporte y el film *Billy Elliot* y también vídeos de competición de Pau Ribes al comienzo de practicar este deporte acuático.

Del mismo modo, en *Número 1* también tienen cierto protagonismo los archivos biográficos de Gómez Noya. A lo largo de los veinticinco minutos de programa se emiten fotografías del triatleta de pequeño y el recibimiento en el aeropuerto tras haber cosechado uno de sus grandes éxitos.

Al igual que en *Balón parado* se pueden observar elementos biográficos de las carreras futbolísticas de cada uno de los jugadores, especialmente de Casquero, Valdo, Nagore, Julia y Galán, primer jugador español en debutar en Tailandia, Indonesia y Jordania. Al mismo tiempo, se exponen imágenes del gol de Iniesta y la exclusión de la categoría del Huracán Valencia Club de Fútbol por impagos.

5.2 Temáticas

En relación a las temáticas *Informe Robinson* huye de lo corriente, monotemático y banal para apostar por historias originales y profundas, hecho que se ve reflejado principalmente en la selección de los deportes a los que les dedican programas.

Así pues, este producto periodístico televisivo se desmarca centrando su mirada en realidades deportivas que quedarían fuera de la agenda de un medio de comunicación generalista.

Basándonos en la muestra presentada anteriormente, escogida aleatoriamente para que sea representativa, hacemos referencia a deportes minoritarios como la natación sincronizada y el triatlón. No obstante, aunque otro de los deportes elegidos es el fútbol, el tratamiento periodístico es distinto. En cada uno de ellos, se tiene como propósito ofrecer un punto de vista diferente siempre desde un tono riguroso, cercano con el espectador y buscando la dimensión más humana del deportista.

Chico Sincro, por ejemplo, narra las vivencias personales de Pau Ribes, un joven catalán que buscó y encontró su refugio en el agua en un deporte mayoritariamente practicado por el género femenino como la natación sincronizada. Hoy en día le llaman el “Billy Elliot” de la natación española.

Por su parte, *Número 1* muestra la historia del mejor triatleta de la historia, Javier Gómez Noya con un palmarés de cinco mundiales, tres europeos y una plata en los juegos, que luchó por demostrar al mundo que podía practicar su deporte a pesar de haberle diagnosticado una valvulopatía aórtica congénita.

De igual forma, *Balón parado* muestra el lado humano del deporte con el fútbol como protagonista. En él, la Asociación de Futbolistas Españoles, como ocurre cada año, presenta su selección de 22 jugadores sin equipo que lucharán por volver a ponerse en un estado óptimo de forma para seguir manteniendo vivo su sueño de seguir dedicándose al fútbol profesional.

Si observamos detenidamente las historias expuestas en este formato audiovisual, estas aluden en mayor o menor medida al componente psicológico

y social. De ahí que la particularidad de este modelo periodístico televisivo radique en el valor que se le otorga al deportista como persona, profundizando en sus sentimientos y vivencias personales.

En definitiva, historias o cuentos, como el propio director y productor del programa Michael Robinson prefiere denominar, en los que euforia, afán de superación, esfuerzo y tristeza tienen un papel protagonista en la vida de estos deportistas.

“Informe Robinson es un formato lógico pues el deporte es un fiel reflejo de la sociedad. Este engloba sueños, esfuerzo, deseos, generosidad, alegría, tristeza, es decir, compone todos los ingredientes que tiene la vida misma. En Informe Robinson utilizamos el deporte como un pretexto para contar historias humanas. Sin embargo, no necesariamente buscamos ganadores y perdedores, sino donde se halla un cuento humano, porque así podemos vernos reflejados en lo que les sucede a los deportistas”.⁵

Estas emociones también tienen su repercusión en el equipo, quienes mediante el contacto diario con los protagonistas y el objetivo de recrear la historia de una manera exacta, se terminan viendo conmovidos. “Las historias dejan poso porque antes hay un proceso de hacer los deberes para saber con quien estás hablando y de qué va la historia. De alguna forma, tienes que empaparte de la historia de esa persona y mantener el talante de tener empatía suficiente para hablar con ellos” expresa Robinson.⁶

5.3 Recursos expresivos

La televisión presenta diversas formas para expresarse a nivel formal es por ello que a continuación se van a detallar y analizar esos elementos que acompañan a las historias y de los que no somos conscientes de su importancia hasta que no centramos nuestra mirada en ellos. Así pues, en las siguientes páginas se profundizará en el análisis de recursos expresivos como la musicalización, silencios, voz, sonido off y sonido ambiente, tipología y duración de los planos, el uso de grafismo audiovisual y duración de las

⁵ Entrevista a Michael Robinson, comunicación personal, 9 de mayo de 2016, Gran vía,32 (Madrid).

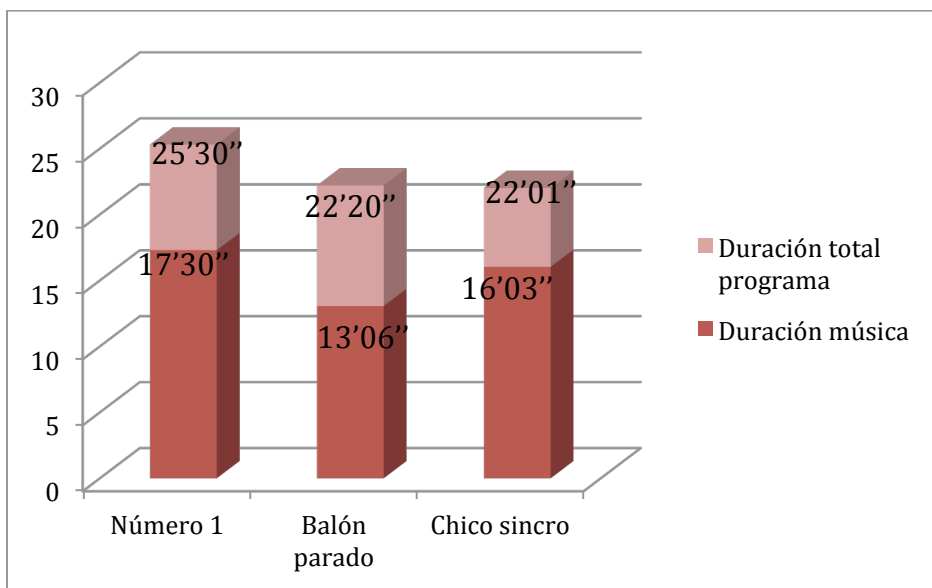
⁶ *Ibid.*,

declaraciones.

La **musicalización** se ha configurado como uno de los elementos claves en la realización de los programas presentando una duración media de 15 minutos y 55 segundos (Ver Anexo II; Tabla 2). Este dato revela la importancia que tiene el sonido en este modelo periodístico para acompañar a la imagen y a su vez provocar sensaciones. Este es un recurso, perfectamente manejado por el equipo de *Informe Robinson*, empleado para acompañar a la imagen o a la declaración de los personajes que intervienen en el programa. De esta forma, se busca que la música elegida tenga cierta relación con el desarrollo de las imágenes y la acción para generar un ambiente apropiado, aportar ritmo a ciertas secuencias del programa y crear atención y expectación en los espectadores.

A lo largo del análisis de la muestra analizada se han presentado diferentes tipos de música pero todas ellas tenían una finalidad bien clara, generar emoción. Tanto en *Número 1* como en *Chico sincro* se ha empleado música de suspense en las secuencias de mayor tensión, mientras que en *Balón parado* se han utilizado canciones relacionadas con el tema del programa como *I will survive* de Gloria Gaynor y *Por qué te vas* de Jeanette.

Gráfica 3. Utilización de la música en el programa



Fuente: Elaboración propia

Por su parte, los **silencios** se han erigido como otro de los componentes esenciales a la hora de aportar información al espectador. Estos atienden en la mayoría de las ocasiones a las emociones de los personajes que aparecen en pantalla o bien han sido utilizados estratégicamente por el equipo de *Informe Robinson* para invitar a la reflexión sobre ese hecho. Puede verse en *Número 1* la emoción del padre al enterarse de la enfermedad que padece Gómez Noya y que le impedirá su participación en cualquier carrera.

La **voz** es una de las piezas fundamentales en la elaboración de los reportajes, quizás la de mayor importancia. Esta se personifica dentro de ellos a través de los deportistas y personajes participantes en las entrevistas, también del propio presentador del programa, Michael Robinson, y del narrador con su voz en off. Una voz en off que va cambiando según la historia como se ha podido comprobar en el análisis de las historias relatadas y cuya presencia se utiliza para contextualizar. En este formato audiovisual el sonido, ya sea del narrador o de los participantes, se utiliza de la siguiente manera: en primer lugar aparece durante unos segundos el protagonista, testimonio externo o especialista en pantalla y seguidamente se cubre a este con imágenes de recurso mientras la voz de estos o bien del narrador se sigue escuchando.

Del mismo modo, este caso de estudio se ha centrado en el **sonido ambiente**. Aunque en las entrevistas no parece apreciarse, las imágenes captadas en exteriores en las que se presentan al personaje o se les graba desarrollando su actividad física sí es posible encontrar este sonido. El caso más significativo se localiza en el inicio del programa *Número 1* cuando se emiten cerca de 40 segundos en los que únicamente se percibe el sonido ambiente con viento, el pedalear y el cambio de marcha de la bicicleta de Javier Gómez Noya mientras desciende por una montaña.

De igual forma, se observa en *Chico sincro* en los ejercicios realizados en la piscina junto al resto de profesionales de la natación sincronizada y también en *Balón parado* cuando los futbolistas están jugando un partido de fútbol a la espera de que los ojeadores les llamen para ofrecerles un contrato de trabajo

que les permite seguir ejerciendo como profesionales en lo que más desean.

Igualmente, la **imagen** en televisión adquiere todavía más valor. Este aspecto está especialmente cuidado en este formato audiovisual y a continuación centraremos el análisis en las imágenes de recurso, la tipología de planos durante el reportaje y también aquellos adoptados en las entrevistas.

El equipo de este programa se sirve de imágenes recurso para mostrar el entorno y el deporte practicado por el personaje protagonista del episodio. Así pues, se pueden observar tanto imágenes de archivo como La película *Billy Elliot* en *Chico sincro*, el gol de *Iniesta*, el caso del *Huracán Valencia CF* y *Galán en un partido en Balón parado* y la *llegada al aeropuerto* de Gómez Noya tras lograr una medalla en *Número 1*, como aquellas en la que el protagonista aparece en un salón cenando con su familia, entrenando su deporte en la montaña y planos generales en los que se cuida principalmente la fotografía.

Como se ha mencionado anteriormente, la imagen es importante y prueba de ello es la riqueza visual que transmite este programa con la variedad de planos que aparecen en las narraciones de las historias. Robinson destaca que “cada programa se realiza en una media de cinco semanas y el coste de hacerlo no debo decírtelo ni tampoco lo sé porque los salarios van incluidos en el presupuesto de lo que era Canal +. Eso sí, hay contratados más realizadores que periodistas porque no me han dado una pantalla para hacer radio sino para poner *pictures*”.⁷

En la muestra analizada es posible hallar planos detalle, primeros planos, primerísimos primeros planos, planos generales en los que se ve completamente a los personajes, planos medios durante las entrevistas, planos largos, planos laterales, planos secuencia y travellings.

El **grafismo audiovisual** en *Informe Robinson* sigue utilizándose en su forma más clásica: localizar las imágenes en el tiempo y en el espacio y también para

⁷ *Íbid.*,

asignar el nombre y apellido y cargo o parentesco de los personajes que intervienen en el programa. No obstante, estos recursos han evolucionado hasta emplearse para anunciar el título de dicho reportaje o para la elaboración de infográficos que ayuden a comprender la historia del protagonista. Estos serían los casos de *Balón parado* en el 1:56, momento en el que aparece el título, y *Número 1* cuando para la explicación de la valvulopatía congénita aórtica que sufre Gómez Noya se sirven de una infografía que simula un corazón con una válvula bicúspide y otra tricúspide.

En lo relativo a la **duración de las declaraciones** (Ver Anexo II; Tabla 2), se ha comprobado a raíz de la muestra estudiada que las declaraciones de los personajes oscilan entre 5 y 35 segundos, siendo las de larga duración cubiertas parcialmente con imágenes de recurso mientras se mantiene la voz de la persona que está haciendo la declaración.

El hecho de utilizar esta fórmula en la que se presentan las informaciones de manera más breve genera cierto dinamismo y ritmo, lo que provoca un mayor impacto en el espectador que no desconecta o pierde la concentración con ideas extremadamente extensas. Al mismo tiempo, se debe mencionar el papel del sumario de 1 minuto y 6 segundos de media por programa, que radica en concentrar las declaraciones más impactantes o de mayor interés que permitirán enganchar al espectador desde los instantes iniciales. Esta pieza suele combinar la voz de los personajes con imágenes de recurso de las localizaciones que se verán posteriormente y música.

5.4 Narradores: presentador y redactores

Este modelo periodístico muestra la posibilidad de realizar periodismo de autor sin que las narradores, presentador y redactores, adopten una presencia protagonista en los programas.

La tendencia y a su vez el elemento distintivo de este formato audiovisual radica pues en una auténtica discreción por parte del equipo. En este sentido, durante el análisis de la muestra se ha podido observar que los **redactores** tienen una presencia del 0% en pantalla, es decir, no se aprecia ningún tipo de

aparición ya sea visual o mediante palabra, obviando la voz en off.

Como se ha mencionado en puntos anteriores, la narración del programa es en tercera persona y el periodista pretende pasar lo más desapercibido posible no apareciendo en pantalla ni tan siquiera para formular las preguntas al entrevistado. Durante el proceso de edición y post producción de los episodios la voz del entrevistador se elimina. De esta manera, la mirada y atención pretende centrarse en el verdadero protagonista, el entrevistado.

Michael Robinson reconoce esta postura y manifiesta que esta idea la tomó de *El día después* en la que si la duración del programa quedaba marcada según el día en los 59 y 60 minutos, el protagonismo de las imágenes se ponía de manifiesto en 52 o 53 minutos. Robinson asegura “no tengo una pantalla lo suficientemente grande para que quepa el periodista. El libro de estilo de *Informe Robinson* no contempla la aparición del redactor en la pantalla para no distraer la atención del espectador”.

Asimismo, declara “se habrá escuchado durante estos 9 años, en 4 ocasiones al periodista y se ha hecho porque la pregunta me ha parecido maravillosa y no se entiende la reacción de la persona sin esa pregunta”.

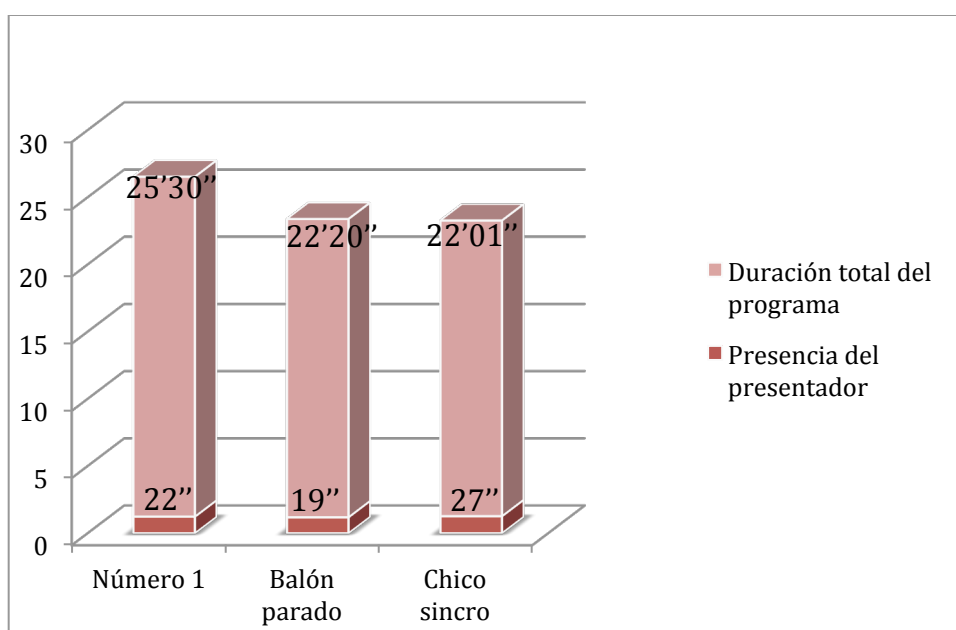
Por su parte, el papel que desempeña Robinson en dicho producto periodístico televisivo es el de ocupar un rol secundario. Una postura que parece contradecir a la del periodismo sensacionalista y de espectáculo actual en el que el periodista tiene un rol protagonista.

De esto modo, el **presentador** queda relegado a un segundo plano y centra el foco de atención en la imagen y los protagonistas del hecho. “Somos meros narradores de la historia de otra persona, en ningún momento nos debemos centrar en mí. Lo hacemos en los protagonistas que son objetivo de nuestra curiosidad” manifiesta Robinson.

No obstante, también asegura haber realizado alguna excepción en casi una década de programa “rara vez estoy presente en la televisión, aunque sí se ha hecho una excepción si el protagonista que ha sido de nuestro interés ha pedido que estuviera con él para estar más cómodo”.

Así pues, sus apariciones se reducen al inicio a modo de presentación de la historia y al final de cada programa, como despedida. De esta forma, establece una aparición media de 1 minuto y 8 segundos en cada programa, un dato significativo si tenemos en cuenta que la duración media de cada episodio se sitúa en 23 minutos y 17 segundos.

Gráfica 4. Presencia del presentador en pantalla



Fuente: Elaboración propia

Estos datos dejan patente que Michael Robinson es la marca distintiva del programa por su estilo narrativo y no por su presencia en pantalla.

6. Conclusiones

A raíz del análisis de la muestra escogida se han podido determinar las siguientes conclusiones. En referencia a la primera hipótesis, se aprecia como sí es posible producir infoentretenimiento en modelos periodísticos especializados con temáticas que en un medio generalista posiblemente no tendrían cabida ni probablemente el mismo tratamiento. Esto se comprueba a raíz de los deportes escogidos para la elaboración de los programas en los que

se han seleccionado la natación sincronizada, el triatlón y el fútbol de Segunda y Tercera División.

Además, en cuanto a la segunda hipótesis, se puede afirmar que este producto periodístico responde a los criterios de calidad expuestos en los manuales presentando en sus piezas una media de 13 fuentes por episodio que aportan rigor y profundidad a la historia (protagonistas, testimonios externos y especialistas). Al mismo tiempo, contexto mediante el uso de imágenes de archivo y biográficas de los protagonistas que ayudan al espectador a situarlo en la historia a través de la narración de los antecedentes del hecho tratado. Y de igual forma, el uso del lenguaje estándar que al tratarse de un producto periodístico audiovisual divulgativo no abusa de tecnicismos.

Asimismo, estos programas presentan elementos intrínsecos del infoentretenimiento no sensacionalista. La duración de las declaraciones oscilan entre 5 y 35 segundos para generar dinamismo y ritmo que permiten mantener la atención de los espectadores y los recursos expresivos como la musicalización, silencios, voz, tipología y duración de los planos permiten generar impacto y emoción a los televidentes. Además, el hecho de que la estructura narrativa se centre en el personaje y la riqueza visual de las imágenes nos permitan ver el rostro y expresiones de los protagonistas provocan una mayor empatía por parte de la audiencia.

En relación a la tercera hipótesis se puede confirmar la posibilidad de llevar a cabo un periodismo de autor sin que los narradores tengan por qué adoptar una presencia protagonista en los programas. El hecho de que la mencionada presencia del presentador en pantalla sea de 1 minuto y 8 segundos muestra que Robinson es la marca distintiva de este formato audiovisual más por el estilo narrativo que aplica que por su aparición a lo largo del episodio. De la misma forma, la voz en off cuya duración media es de 3 minutos y 1 segundo por programa y el hecho de que en el equipo haya más realizadores que periodistas, señala que la prioridad de este modelo periodístico especializado es la riqueza visual frente a la locución.

7. Bibliografía

- ALCOBA, A. (1999): *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
– (2005). *Periodismo Deportivo*. Madrid: Síntesis, D.L
- ANDÚJAR, C (2013). Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo. Materiales para la Historia del Deporte, 11. Recuperado en https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/788/648
- BALSEBRE, A., MATEU, M. y VIDAL, D. (1998): *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra.
- BERGANZA, M R. (2005). *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones internacionales universitarias.
- BORRAT, H. (1993). Hacia una teoría de la especialización periodística. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (15), 079-84.
- BUSTAMANTE, E (1999). *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa
- CAMACHO, I. (2010). *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones
- CEBRIÁN, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
– (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia
- CEPEDA, G. (2006). La calidad en los métodos de investigación cualitativa: principios de aplicación práctica para estudios de casos. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 29:57-82
- CHETTY, S. (1996). The case study method for research in small-and medium-sized firms. *International small business journal*, 15(1), 73-86.
- CORTÉS, J.A. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Pamplona: Eunsa.
- DE FONTCUBERTA, M.; BORRAT, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

- EDESA, M (2014). Los programas deportivos en televisión: la información como espectáculo. Recuperado en http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5749/1/TFG_F_2014_5.pdf
- ESTEVE, F. y FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (1999): *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.
- GALLEGO, J. (2003). «Información de sociedad. Del suceso a la calidad de vida». *Materials* 136, Bellaterra: Servei de Publicacions UAB, p. 19.
- LÁZARO CARRETER, F. (1998): *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg / Círculo de lectores
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. (1977): *El mensaje informativo (Periodismo en radio, televisión y cine)*. Barcelona: A.T.E
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1981): *Diccionario general del periodismo*. Madrid: Paraninfo.
- MERRIAM, S.B. (1988). *Case Study research in education. A Qualitative Approach*. San Francisco: Jossey – Bass
- MOSCO, V. (2006). “La economía de la comunicación: una actualización diez años después”, *Cuadernos de Información y Comunicación*: Vol. 11: 57- 79.
- NARANJO, A. (2011). *Tratamiento de la Información Deportiva en la prensa: La crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona*. Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias de la Comunicación Departamento de Periodismo, Universidad de Málaga, Málaga, España
- ORIVE, P. y FAGOAGA, C. (1974): *La especialización en el periodismo*. Madrid: Dossat
- ORTELLS, S (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español .*Fòrum de recerca*, 2011, núm. 16, p.279-292
- PANIAGUA, P (2009). *Cultura y guerra del fútbol. Análisis del mensaje informativo*. Barcelona: UOC
- (2006). Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, 185-193. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110185A/12306>
- PRADO, E. (2003). La espectacularización de la realidad. En: *Anuario de la televisión*. Madrid: GECA, 178-186.

- QUESADA, M. (1998). *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- ROBINSON, M. (2015, Diciembre 3). Informe Robinson. Chico sincro [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=tq5i15yQ_ic
 - (2016, Marzo 30). Informe Robinson. Número 1 [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=6-nQLT9OzfQ>
 - (2016, Marzo 30). Informe Robinson. Balón parado [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=o-w96IDP2nU>
- ROJAS, J. L. (2016): Periodismo deportivo de calidad “*La creciente banalización de los contenidos deportivos*”. Recuperado de: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/la-creciente-banalizacion-los-contenidos-deportivos/>
 - (2014). “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro”. *Correspondencias & Análisis*, 4, 2014. Lima: Universidad de San Martín de Porres, pp. 179-1993
- SIMONS, H. (2011): *El estudio de caso. Teoría y práctica*. Madrid. Ediciones Morata.
- STARK, S. (1997). Local News: The Biggest Scandal on TV. It !s shallow, it !s stupid, it misleads the public-It !s the local news. *The Washington Monthly* 29 (6), pp. 38-41.
- TORÁN, E. (1982): *La información en TV*. Barcelona: Mitre, Barcelona
- VILALTA, J. (2006). *El espíritu del reportaje*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- YIN, R.K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

8. Anexos

8.1. Anexo 1

ENTREVISTA A MICHAEL ROBINSON

1. ¿Considera que ha sido fundamental para hacer este tipo de contenido empezar en Canal + y mantenerse en esa filosofía de producto televisivo “no tan preocupado por la audiencia”?
2. ¿Cómo definiría *Informe Robinson* en pocas palabras?
3. A nivel personal ¿este programa como le ha influido (el hecho de conocer las historias de cada deportista)? ¿Siente algún tipo de sensación al acabar las historias? ¿Emoción, tristeza, alegría?
4. ¿Cuál es el secreto del éxito (factores) de *Informe Robinson*?
5. Es sabido que usted sufrió mucho con la desaparición de *El día después* pero... ¿Con qué programa se queda: *El Día Después* o *Informe Robinson*?
6. ¿Qué criterios siguen para establecer el material que incluyen en los programas y el que eliminan durante la edición? ¿Os habéis planteado sacar una segunda parte del mismo reportaje debido a la buena labor de investigación y documentación?
7. El primer contacto para elaborar un programa ¿Cómo se produce? ¿Va *Informe Robinson* a buscar la historia o estas llegan a *Informe Robinson*?
8. ¿Qué importancia o papel otorgan a los recursos expresivos (silencios, música, ambiente, voz)?

9. **¿Cómo es el timing de *Informe Robinson*? ¿Cuánto tiempo invierten en cada programa? ¿Y coste aproximado?**

10. **¿Cómo concretan cual va a ser el estilo narrativo de cada reportaje? ¿Tienen una idea común para todos ellos?**

11. **En *Informe Robinson* a los redactores no se les ve la cara e incluso el papel del presentador, usted, queda relegado a un segundo plano dándole todo el protagonismo a los testimonios y sus historias. ¿Qué explicación le dan a esta postura tan contraria al periodismo sensacionalista y de espectáculo en el que parece que el periodista tiene un rol protagonista?**

8.2. Anexo 2

Tablas de resultados

Tabla 1. Descripción de géneros y fuentes

	PROGRAMAS		
CRITERIOS A CUMPLIR	<i>Número 1</i>	<i>Balón parado</i>	<i>Chico Sincro</i>
1. Número de fuentes	8	18	13
2. Tipología de las fuentes	2 expertas 1 protagonista 5 secundarios	1 experta 10 protagonistas 7 secundarios	0 expertas 1 protagonista 12 secundarios
3. Registro y lenguaje	Estándar	Estándar	Estándar
4. Elementos de contexto	Imágenes de archivo Elementos biográficos	Imágenes de archivo Elementos biográficos	Imágenes de archivo Elementos biográficos
5. Estructura narrativa	Centrada en un personaje	Cronológico	Centrada en un personaje

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Descripción análisis recursos expresivos

ANÁLISIS RECURSOS EXPRESIVOS			
CRITERIOS A CUMPLIR	PROGRAMAS		
	<i>Número 1</i>	<i>Balón parado</i>	<i>Chico Sincro</i>
1. Duración de las declaraciones	Entre 5 y 35 segundos	Entre 5 y 35 segundos	Entre 5 y 35 segundos
2. Tipología de los planos	planos detalle, primeros planos, primerísimos primeros planos, planos generales, planos medios, planos largos, planos laterales, y travellings	planos detalle, primeros planos, primerísimos primeros planos, planos generales, planos medios, planos largos, planos laterales, planos secuencia y travellings	planos detalle, primeros planos, primerísimos primeros planos, planos generales, planos medios, planos largos, planos laterales, y travellings
3. Dramatización	Tensión Sonido off Silencios Emoción Música	Sonido off Silencios Emoción Música	Tensión Sonido off Silencios Emoción Música
4. Presencia del presentador	24 segundos	19 segundos	27 segundos
5. Musicalización	17 minutos y 30 segundos	13 minutos y 6 segundos	16 minutos y 3 segundos
6. Géneros presentes y duración de los mismos	Entrevista: 15 minutos y 11 segundos Reportaje: 10 minutos y 19 segundos	Entrevista: 11 minutos y 33 segundos Reportaje: 10 minutos y 47 segundos	Entrevista: 14 minutos y 57 segundos Reportaje: 7 minutos y 4 segundos
7. Duración voz en off	4 minutos	2 minutos y 55 segundos	2 minutos y 48 segundos
8. Grafismo audiovisual	Localizar las imágenes en el tiempo y espacio Asignar el nombre, apellido y cargo/parentesco de los personajes	Localizar las imágenes en el tiempo y espacio Asignar el nombre, apellido y cargo/parentesco de los personajes Rótulo del nombre del	Localizar las imágenes en el tiempo y espacio Asignar el nombre, apellido y cargo/parentesco de los personajes

	episodio		
9. Duración sumario de las declaraciones	1 minuto y 6 segundos, acompañado de música e imágenes de recurso	50 segundos, acompañado de música e imágenes de recurso	1 minuto y 24 segundos, acompañado de música e imágenes de recurso

Fuente: Elaboración propia

Resumen ejecutivo

An analysis of the TV specialized sports journalism: The *Informe Robinson* example (Canal Plus España)

In an age on which there has been a proliferation of sports TV shows focused on a light-hearted and superficial analysis on the facts rather than pushing forward well-elaborated information, other media coexist and have tried to offer more accurate and rigorous content. Is *Informe Robinson* an audiovisual format that strikes the perfect balance between information and entertainment with quality as its main trademark? The aim of this research is to analyze this rare and unique show in Spain's television history, by performing a quantitative and qualitative study that allows us to understand deeply the traits and characteristic elements that shape this journalistic body of work, which has become a role-model in the current media scenario in our country. Similarly, we want to check if the show fulfils the required quality standards in order to define it as a specialized product and give reasons for the role played by its narrators.

The method used in the analysis of the aforementioned subject (An analysis of the TV specialized sports journalism: The *Informe Robinson* example) follows a case study pattern. An investigation tool that is, in our opinion, the perfect starting point for a thorough comprehension of this journalistic model.

After explaining the technique that we will use in this investigation project, we define the way on which the study will be developed. In this sense, the first step is isolating the sample. Due to the fact that the main target of this project is achieving a view of the larger picture regarding the constant traits shown by this journalistic model rather than the chronological evolution of the TV show itself, we have delimited the sample paying attention to the most representative characteristics, such as genres, themes, expressive devices and the role of the narrators within the show.

In that sense, it has been considered that the technique or procedure best fitted to this effect is obtained after a blend of quantitative and qualitative analysis.

The first one will focus on checking a number of elements that may be spotted throughout each episode, while the second one is related to a one-on-one interview with the show's director, Michael Robinson.

After a closer look at the results obtained after the analysis of this audiovisual journalistic format, a few of them caught our eye. On one hand, the main journalistic genres fostered in *Informe Robinson* are the interview (an average of 14 minutes and 7 seconds per show) and the report (9 minutes and 14 seconds on average per show). Similarly, the number of people being interviewed in the three TV episodes that were dissected added up to 39, divided in secondary or external statements (24 interviewees, 61% of the total), main protagonists (12 interviewees, 31%) and finally experts, with only 3 examples (8%).

In relation to the narrator's voice, we should mention that it is used as a tool to add context to all the stories and usually lasts 3 minutes and 1 second on average per episode. This is another solid piece of evidence that shows that the top priority in this show is achieve a high production value and quality, putting voice-overs into a secondary role. This concept is directly related to the role played by the narrators: they never appear on camera and their voice is never heard in context. The voice-over is performed in a third-person point of view and the journalist wants to become invisible and unperceived as much as he can, even to the point of never asking questions to the interviewees. On the other hand, the role played by Michael Robinson himself is actually quite secondary, with an average of 1 minute and 8 seconds per episode. This fact is very relevant if we take into consideration that each episode has an average running time of 23 minutes and 17 seconds. Therefore, the host of the show rejects any prominence and places the spotlight on the beautiful camerawork and the main protagonists of each report.

Nevertheless, the way on which voices are used turns them into key elements when crafting the reports, maybe the most important ones. These voices are the ones belonging to the sportsmen and characters who appear in the interviews, the host himself (Michael Robinson) and the anonymous voice-over narrator.

In an unrelated topic, *Informe Robinson* turns down common, monothematic and petty themes and instead focuses on original and deep stories, a fact that is clearly showed in the choice of sports that each episode is dedicated to.

Regarding the expressive devices, adding music to the visual imagery has become one of the show's key assets when editing each episode, with an average use of 15 minutes and 55 seconds. This figure reveals just how important is sound in this journalistic model when going along with the images and, at the same time, evoking a reaction in the viewer. In the same way, the use of silence is very effective when trying to show the feelings of the characters onscreen or, on the other hand, when the production team wants to make viewers to mull over the sportsman's personal journey.

As a result, the **cinematography** becomes even more valuable and is carefully crafted in this TV show. Each episode provides a large number of beautiful scenes and a wide range of different shots.

After the analysis we could achieve a number of conclusions. The first one is that producing infotainment with this kind of TV show, with themes that may be ignored by most of the traditional media, is absolutely achievable. This is proved by sorting out the sports chosen for the production of each of the three episodes we analyzed: synchronized swimming, triathlon and Second and Third Division football.

Also, we can claim that this journalistic product is properly crafted and obeys most of the quality criteria listed in every manual, displaying an average of 13 sources in every episode that provide deepness and reliability to each story. At the same time, they use stock footage and other media sources to add context to each report. And, finally, the language used can be considered to be standard and doesn't rely too heavily in tecnicisms.

In addition, these episodes put in front of us some elements that can be intrinsically related to non-sensationalistic infotainment, as the running time of all the statements gathered in the interviews always surpasses 5 seconds but never exceeds 35 seconds, adding a brisker pace and dynamism to the report.

Finally, we can confirm the possibility of performing this kind of 'author journalism' without the need of the narrators to become main characters in their own reports. The fact that the host's presence in each episode is approximately 1 minute and 8 seconds on average shows that the name 'Robinson' is the trademark of this format regarding the cinematography and narrative style of the TV show, rather than the name of importance of its host. Similarly, the duration of the voice-overs (3 minutes and 1 second on average per episode) and the fact that there are more camera crew members than journalists show that the top priority of this format is focused on its visual richness and quality, rather than narration and voice-overs.