

ANÁLISIS DE LA EXPANSIÓN DE LA FÓRMULA 1 EN ESPAÑA

Mario Galán Granado

RESUMEN: La Fórmula 1 vivió una época de bonanza a medida que se expandieron las nuevas formas y métodos de comunicación en todo el mundo, aunque en España lo hizo de un modo muy particular, gracias a la ayuda de un piloto, Fernando Alonso. Los triunfos del piloto ovetense ayudaron a millones de personas a aficionarse a esta modalidad del automovilismo que tiene audiencias tan grandes como las de otros deportes considerados mayoritarios en el territorio nacional, como el fútbol, baloncesto o tenis. Con este análisis veremos cómo surgió todo, la manera en la que creció, cómo se mantuvo y el por qué del interés del público español en la categoría deportiva de coches.

ABSTRACT: Formula 1 experienced a boom period as new forms and methods of communication spread throughout the world, although in Spain it did so in a very particular way, thanks to the help of a driver, Fernando Alonso. The Oviedo driver's triumphs helped millions of people to become fans of this form of motor racing, which has audiences as large as those of other sports considered to be the majority in Spain, such as football, basketball or tennis. With this analysis we will see how it all came about, the way it grew, how it was maintained and why the Spanish public's interest in the motor sport category has grown.

DESCRIPTORES: Fórmula 1, España, audiencia, carrera, gran premio, Fernando Alonso, coche, televisión, medio de comunicación.

KEY WORDS: Formula 1, Spain, audience, race, grand prix, Fernando Alonso, car, television, media.

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2024-2025

Convocatoria: Noviembre

Tutor: Prof. Alfonso De La Quintana García-Pérez

Grado en Periodismo

Campus de Fuenlabrada

Universidad Rey Juan Carlos, URJC

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Justificación	5
1.2 Objetivos	6
1.3 Hipótesis	6
2. METODOLOGÍA	7
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1 Contexto histórico de la Fórmula 1 en España.....	8
3.2 Eventos destacados y pilotos españoles importantes en la Fórmula 1.....	10
4. ANÁLISIS.....	14
4.1 Análisis del seguimiento televisivo en abierto y de pago de la Fórmula 1 en España	14
4.2 Estadísticas de audiencia televisiva de la Fórmula 1 en España.....	20
4.3 Análisis del seguimiento de la prensa escrita española sobre la Fórmula 1 ..	34
4.4 Popularidad de la Fórmula 1 en España y comparativa con otros deportes.	39
4.5 La influencia de las redes sociales e Internet en el seguimiento de la Fórmula 1 en España	41
4.6 Análisis del flujo de espectadores en los circuitos españoles en la Fórmula 1	44
4.7 Análisis del impacto de los pilotos españoles en las categorías inferiores del automovilismo nacional	48
4.8. Similitudes del caso Fernando Alonso con el de Max Verstappen	50
5. CONCLUSIONES.....	51
6. BIBLIOGRAFÍA.....	53
7. ANEXOS	58

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura I. Grandes premios disputados en España a lo largo de la historia.....	10
Figura II. Lista de circuitos españoles a lo largo de la historia de la Fórmula 1	10
Figura III. Lista de pilotos españoles a lo largo de la historia de la Fórmula 1	13
Figura IV. Historia de los derechos televisivos de la Fórmula 1 en España	19
Figura V. Evolución del share y audiencias de programas de Fórmula 1	25
Figura VI. Espectadores por carrera de Fórmula 1 en España.....	30
Figura VII. Media de espectadores en Movistar F1 por temporada de Fórmula 1	32
Figura VIII. Audiencia media de las primeras carreras de las temporadas 2021-2023 de Fórmula 1 en España	34
Figura IX. Portadas de MARCA relacionadas con la Fórmula 1 (2009-2022).....	38
Figura X. Porcentaje de consumo de Fórmula 1 en cada plataforma.....	42
Figura XI. Cifras de asistentes totales al GP de España en Montmeló (1991-2017)	47
Figura XII. Asistencia al GP de España de MotoGP en Jerez de la Frontera (2001-2023)	48
Figura XIII. Presupuesto desde el karting a la Fórmula 1.....	49

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El periodismo ha sido el medio por el que la humanidad ha podido evolucionar gracias a conocer lo que sucedía a su alrededor, siendo los romanos los primeros que lo pusieron en práctica para informar sobre los sucesos del día a día, pese a que la opinión pública estaba influenciada por los poderes políticos (Alvear Acevedo, 1982). Tras eso, y con todo el desarrollo de la sociedad, fueron surgiendo diferentes ramas del periodismo, entre ellos, el deportivo, que es aquel en el que los medios de masas informan a un individuo acerca de los acontecimientos locales, nacionales e internacional, con un lenguaje propio y adecuado (Zavala, 2011), aunque lo hace sobre temas relacionados con el deporte, los deportistas y los eventos deportivos, así como los extradeportivos (Rojas Torrijas, 2014).

El periodismo deportivo es uno de los más demandados en los medios de comunicación, y gran parte de ello se debe a su condición mediática de entretenimiento. Ese periodismo ha ido también evolucionando al mismo tiempo que las tecnologías, pasando de los medios escritos, como los periódicos, a los audiovisuales, es decir, la radio y la televisión, hasta llegar a la nueva era digital con Internet, aunque la expansión de la Fórmula 1 en España se produjo en una época en la que la televisión era la más reclamada.

Como asegura Rojas (2012), el periodismo deportivo televisivo es información, aunque también es espectáculo, lo que se combina con los locutores y comentaristas que hacen que se convierta en una magnificación visual con un ensalzamiento de los hechos a través de la hiperbolización del lenguaje.

Hace más de 30 años se produjo un cambio de paradigma en los contenidos audiovisuales en la televisión española, cuando TVE dejó de ser la única en la oferta

para tener como rivales las primeras cadenas de televisión comerciales de cobertura nacional, como Antena 3, Telecinco o Canal Plus, y todo ello supuso un hito en los medios de comunicación de España porque provocó un cambio sin precedentes en el panorama televisivo al establecer un régimen de competencia dentro de un mercado con varios agentes que batallaban por el público (Bustamante, 2008, p. 213-215). Con ese hecho, se pasó a un nuevo contexto comercial de los contenidos deportivos, los que nos conduce al tema principal de nuestra investigación, que es el análisis de la expansión de la Fórmula 1 en España y todos los factores que tuvieron influencia en su crecimiento, con el periodismo deportivo como base debido a que es la herramienta por la que el imaginario colectivo obtuvo información sobre los sucesos de importancia en el país.

1.2 Objetivos

El objetivo principal es analizar el crecimiento de la Fórmula 1 a lo largo del tiempo, indicando cuáles son los factores clave que han ayudado a esa expansión, y además se busca investigar el impacto generado por la máxima categoría del automovilismo en el país, examinando los elementos, como el turismo, la inversión de las empresas y el desarrollo de las infraestructuras vinculadas a ese campeonato. Otros objetivos secundarios tratan analizar las estrategias de marketing usadas por los organizadores de la Fórmula 1 y los equipos para aumentar su presencia en España, con diferentes campañas y acuerdos, y también comprender el impacto sociocultural que ha tenido la categoría en la sociedad española, tanto en la vida cotidiana como en las actitudes y comportamientos en relación a su identidad nacional a través de hechos históricos y una serie de figuras de vital importancia.

1.3 Hipótesis

Hipótesis principal: la expansión de la Fórmula 1 en el territorio nacional se produjo a partir de los logros y el éxito de un piloto español.

Hipótesis secundarias:

- El crecimiento de los medios de comunicación y la diversa oferta televisiva fue un elemento muy importante para el auge de la Fórmula 1 en España.
- El éxito de un único deportista en cierta modalidad deportiva provoca un mayor foco de atención con respecto a aquellos en los que varios de una misma nacionalidad triunfan.
- En otros países se producen movimientos y efectos similares que van relacionados con los triunfos de un piloto nacional.

2. METODOLOGÍA

Para comenzar, hacemos una introducción para justificar la causa de este trabajo, el análisis de la expansión de la Fórmula 1 en España, y hemos establecido un conjunto de objetivos y varias hipótesis con las que trataremos de combinar con el análisis completo.

Al realizar la introducción, continuamos con un marco teórico compuesto de dos apartados. El primero de ellos trata de un contexto histórico de la Fórmula 1 en España, en donde se hace un breve resumen de la historia del campeonato en suelo nacional con algunos hechos de importancia que se centran en el aterrizaje de las carreras en los circuitos españoles de manera cronológica, lo que prepararía la siguiente parte, en donde se entra en detalle sobre los sucesos clave para el desarrollo y crecimiento del interés en dicha modalidad deportiva. Los eventos destacados y pilotos españoles importantes en la Fórmula 1 son los que detonaron el auge de las audiencias, con Fernando Alonso y el Circuit de Barcelona-Catalunya como principales elementos, sin restar importancia a sus predecesores.

Tras eso, llegamos al centro de la investigación, el análisis de la expansión de la Fórmula 1 en España, con distintas partes entre las que se diferencian en el estudio de la audiencia y seguimiento televisivo del campeonato, la popularidad del Gran Circo en el país comparándolo con otros deportes con mayor tradición, como el fútbol, tenis o baloncesto, la influencia de las redes sociales e Internet en la popularidad de la máxima categoría del automovilismo, el análisis del flujo de la cantidad de espectadores en los circuitos españoles y el impacto de los pilotos nacionales en los campeonatos inferiores y de formación, que son los que preparan a los más jóvenes para competir en el futuro.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Contexto histórico de la Fórmula 1 en España

La historia de la Fórmula 1 en España comenzó en la década de 1950, cuando el 28 de octubre de 1951 se celebró el primer gran premio en el país. Fue en Pedralbes, en una carrera en la que Juan Manuel Fangio venció con un Alfa Romeo, pero el territorio nacional solo tuvo algunas apariciones esporádicas en el calendario oficial de las temporadas hasta que llegaron los finales de 1960 y principios de 1970.

A partir de esa fecha, el interés por la máxima categoría del automovilismo comenzó a crecer significativamente, alternando entre el circuito madrileño del Jarama y el trazado urbano en la colina barcelonesa de Montjuic. Los aficionados llenaban las gradas en cada ocasión que el Gran Circo visitaba España, a pesar de que no era un campeonato que se retransmitiera por la televisión, cosa que llegó en la década de 1980 en TVE, aunque fue en 1986 cuando ocurrió un hecho histórico para la Fórmula 1, cuando la pista de Jerez, ahora conocida como el Circuito de Jerez Ángel-Nieto, acogió a la categoría por primera vez.

Ese traslado a Andalucía vino precedido por el accidente fatal de Rolf Stommelen en el que su monoplaza acabó volando para caer sobre varios espectadores y fotógrafos, con un recuento de cuatro fallecidos y diez heridos. Ocurrió en 1975 en Montjuic, y nunca más regresó la Fórmula 1 a la montaña catalana, permitiendo primero a Madrid y luego al sur de España ser la sede de las carreras.

Los grandes premios en el Jarama fueron la base sobre la que se sentó el interés por los coches más rápidos del planeta, que luego se consolidó con Jerez, un lugar recordado por hechos históricos, como uno de los finales más ajustados entre Nigel Mansell y Ayrton Senna en su primera edición. Tras eso, se construyó el Circuit de Barcelona-Catalunya, que se convirtió en la ubicación por excelencia para la nación para acoger carreras del Gran Circo.

En 1991 aterrizó en Barcelona para quedarse allí hasta el presente, con un trazado que ha estado incluso en las pruebas de pretemporada debido a la variedad de características ideales para estudiar el comportamiento de los coches antes del arranque de cada campaña. A eso hay que sumarle la entrada de Fernando Alonso en el 2001, que fue el que hizo explotar la Fórmula 1 en España por sus éxitos a partir de su primera victoria en el Gran Premio de Hungría de 2003.

El ovetense consiguió dos títulos mundiales de la máxima categoría del automovilismo a mediados de la década de los 2000, creando un movimiento llamado ‘La Marea Azul’ que inspiró a una nueva generación de aficionados que se ha vuelto a ilusionar con su regreso a los podios con el equipo Aston Martin 20 años después de su primer triunfo. Debido al auge de la Fórmula 1 en el país, Valencia decidió invertir para tener un gran premio en su ciudad, algo que se llevó a cabo entre 2008 y 2012 hasta que se dejó de celebrar debido a la inestabilidad económica provocada por sus gobernantes, y el siguiente podría ser Madrid en 2026 tras las negociaciones del presidente del campeonato, Stefano Domenicali, con los organizadores.

En definitiva, la Fórmula 1 ha tenido un gran crecimiento en España a lo largo de las décadas, desde el comienzo en Pedralbes, pasando por el Jarama y Jerez hasta estabilizarse en Barcelona durante muchos años. A ello también contribuyó la ‘Alonsomanía’ y sus 32 victorias, lo que puso a España en el mapa para la modalidad deportiva de carreras de monoplazas.

Figura I. Grandes premios disputados en España a lo largo de la historia



Fuente: elaboración propia

Figura II. Lista de circuitos españoles a lo largo de la historia de la Fórmula 1

Nombre del circuito	Lugar	Años en activo (en la Fórmula 1)
Circuito de Pedralbes	Barcelona	1951 y 1954
Circuito del Jarama	San Sebastián de los Reyes (Madrid)	1968, 1970, 1972, 1974, 1976-1979 y 1981
Circuito de Montjuïc	Barcelona	1969, 1971, 1973, 1975
Circuito de Jerez	Jerez de la Frontera	1986-1990, 1994 y 1997
Circuit de Barcelona-Catalunya	Montmeló (Barcelona)	1991-2023
Circuito urbano de Valencia	Valencia	2008-2012

Fuente: elaboración propia

3.2 Eventos destacados y pilotos españoles importantes en la Fórmula 1

La primera vez de la Fórmula 1 en España fue en 1951, cuando se celebró el Gran Premio de España en el circuito de Pedralbes, en una carrera en la que se vio al primer piloto nacional en competir en el campeonato. Sin embargo, no solo fue uno, puesto que Francisco Godia y Juan Jover se pusieron a los mandos de un Maserati 4CLT/48 para

correr el 28 de octubre en el trazado de algo más de seis kilómetros, mientras que Joaquín Palacio no pudo clasificarse para la salida.

El primero de ellos logró acabar en la décima posición, a diez vueltas del ganador, Juan Manuel Fangio, y el segundo ni siquiera tomó la salida debido a un fallo en el motor, pero no fueron ellos los que crearon el camino para que un español alcanzara la gloria en el campeonato de automovilismo más prestigioso del planeta. Años después, Alfonso de Portago cosechó el primer éxito para los españoles en el Gran Circo, con un podio gracias a una segunda plaza en el Gran Premio de Gran Bretaña de 1956 con el equipo Ferrari, aunque falleció en un accidente a los 28 años en la famosa Mille Miglia en Italia una temporada después, por lo que no pudo dejar una huella más grande por solo competir en cinco carreras.

A partir de ahí hay que dar un gran salto hasta la década de 1970, cuando Emilio de Villota participó en catorce grandes premios, aunque solo corrió en dos oficialmente. El madrileño no tuvo demasiada suerte, pero fue el mecenas para varios pilotos españoles que llegaron a la Fórmula 1 más adelante en su equipo de categorías inferiores, como Marc Gené, Pedro Martínez de la Rosa, Fernando Alonso o Carlos Sainz Jr.

Sin embargo, antes de pasar con la época moderna de los pilotos españoles en la Fórmula 1 se ha de citar a Adrián Campos, una figura clave en el desarrollo de la categoría en el país. Fue un piloto valenciano que compitió en diecisiete carreras con la escudería Minardi entre 1987 y 1988, cuando el campeonato ya se había asentado en el trazado jerezano a la espera de la llegada del Circuit de Barcelona-Catalunya, y aunque no tuvo demasiado éxito, fue el verdadero impulsor de que Fernando Alonso llegara a la élite.

Antes de que el ovetense se hiciera con el cariño del público español, pasarían por el Gran Circo tanto Marc Gené como Pedro Martínez de la Rosa, pero como estuvieron en conjuntos no demasiado competitivos en la década de 1990, no recibieron tanta atención como su compatriota. Regresando a lo referido con Fernando Alonso, el detonante ocurrió en 1996, cuando ganó el Campeonato Mundial de Karting, que le sirvió para escalar en los monoplazas hasta que en 1999 conquistó el Euro Open by Nissan, una

modalidad en la que venció con Campos Motorsport, el equipo que fundó Adrián Campos.

El valenciano fue el que hizo posible que el ovetense llamara la atención de los equipos de Fórmula 1, hasta el punto que le consiguió una prueba privada el 13 de diciembre de 1999 con Minardi. En el circuito de Jerez, y con solo 18 años, probó el M01 en una lluviosa jornada en la que sorprendió a todos. Una temporada después, tras competir en la F3000, Flavio Briatore le hizo un hueco en la escudería de Faenza para debutar en la Fórmula 1 en el 2001, con la intención de dar el salto a Renault en el futuro próximo, y el resto fue historia.

El español pasó una temporada de estreno sin sumar puntos, y dejó su puesto de titular en 2002 para regresar después en el curso que fue su confirmación, y el despertar del interés de la Fórmula 1 en España. Fernando Alonso se convirtió en el piloto más joven de la historia en conseguir una pole position en el Gran Premio de Malasia de 2003, en el fin de semana en el que también se subió a su primer podio, pero no fue hasta el Gran Premio de Hungría cuando el público se fijó en él para ser la siguiente estrella en el deporte nacional.

Con una actuación en la que dobló a más de la mitad de la parrilla, incluido al vigente campeón, Michael Schumacher, pasó a ser el piloto más precoz en ganar una carrera de Fórmula 1, superando la marca de Troy Ruttman en Indianápolis en 1959. Aquella prueba fue retransmitida en TVE en abierto, y demostró ser todo un éxito a niveles de audiencia, unas que no dejaron de crecer hasta la Fórmula 1 pasó a ser de pago a finales de la década de 2010

Mientras, se vivieron los años de mayor bonanza para el Gran Circo en España debido a los dos títulos mundiales del piloto de Renault en 2005 y 2006, con los grandes premios de Brasil de ambos años, en los que curiosamente se consagró como campeón, como las citas más importantes para la Fórmula 1 en el país. Ese seguimiento continuó con su paso por McLaren en 2007, su regreso a Renault en 2008 y 2009, y su andadura en Ferrari hasta que en 2014, una época en la que no tenía un monoplaza tan competitivo, las audiencias cayeron.

A eso se le sumó el fracaso de su fichaje por McLaren-Honda, un proyecto que se esperaba que fuera ganador, pero que no tuvo ningún éxito, tan solo un quinto puesto como mejor resultado en tres temporadas, hasta que a finales de 2018, Fernando Alonso decidió retirarse por primera vez de la máxima categoría del automovilismo. Mientras que eso sucedía, Carlos Sainz Jr. se hacía un hueco en el campeonato, con un crecimiento progresivo hasta que llegó a Ferrari, pero la despedida de su compatriota y el hecho de que las carreras se retransmitían a través de la televisión de pago, provocaron un menor interés.

Ya con el madrileño en la escudería de Maranello en 2021, y la vuelta del propio Fernando Alonso la que fue su casa, Alpine, el nuevo nombre de la estructura de Renault, a pesar de que la Fórmula 1 continuaba siendo de pago, experimentó un crecimiento de las audiencias, probablemente, para recordar esos buenos tiempos en los que el español ganaba. Aunque con los franceses tan solo sumó un podio, su paso a Aston Martin fue el último éxito para España en el deporte, puesto que regresó con constancia a los podios y la pelea por las primeras posiciones, con Carlos Sainz también muy cerca del grupo de cabeza.

Figura III. Lista de pilotos españoles a lo largo de la historia de la Fórmula 1

Nombre	Años en activo (en la Fórmula 1)	Número de grandes premios
Francisco Godia-Sales	1951-1958	13
Alfonso de Portago	1956-1957	5
Antonio Creus	1960	1
Alex Soler-Roig	1971-1972	6
Emilio de Villota	1977	2
Adrián Campos	1987-1988	17
Luis Pérez-Sala	1988-1989	26
Marc Gené	1999-2004	36

Pedro Martínez de la Rosa	1999-2012	105
Fernando Alonso	2001-actualidad	363*
Jaime Alguersuari	2009-2011	46
Carlos Sainz	2015-actualidad	169*
Roberto Merhi	2015	13

Fuente: elaboración propia

4. ANÁLISIS

4.1 Análisis del seguimiento televisivo en abierto y de pago de la Fórmula 1 en España

La primera vez que la Fórmula 1 tuvo presencia en una retransmisión televisiva fue en 1961, cuando se le permitió a TVE hacer una conexión de media hora sobre el Gran Premio de Mónaco durante la celebración del conocido festival de Eurovision, además de otro resumen de 25 minutos esa misma jornada (Bonaut, 2008). A ello le siguieron más del mismo estilo durante las tres décadas posteriores (Rasueros, 2014), cuando la máxima categoría del automovilismo se fue haciendo un hueco en el país con al menos una carrera al año en diferentes puntos de la geografía nacional. Además, el deporte conseguía atraer mucha audiencia, por lo que las únicas cadenas que existían y que estaban en poder del Gobierno apostaron por las retransmisiones, primero grabadas, y después en directo, con una gran revolución por parte de TVE al adquirir una unidad móvil para poder ya en 1958 emitir el primer partido de fútbol en directo en España entre el Atlético de Madrid y el Real Madrid.

Ese fue un momento clave para la evolución de la televisión deportiva española, puesto que la audiencia ya tenía a su disposición poder ver los eventos sin la necesidad de pagar una entrada, y en su propio lugar de residencia, evitando así los grandes desplazamientos. Eso también contribuyó al seguimiento de los deportes, puesto que al tener al alcance de la mano la información al instante, era mucho más sencillo conocer lo que ocurría sin tener que recurrir a otros medios fuera de las fronteras o a comprar la prensa escrita, que obligaba a un desembolso económico que muchos no podían hacer frente.

Al ver el crecimiento de la televisión pública española, más cadenas quisieron unirse al espectro audiovisual, y así nacieron las cadenas comerciales que tenían capacidad para retransmitir en el territorio nacional, como eran Antena 3, Telecinco y Canal Plus. TVE dejó paso a la nueva era televisiva después de acompañar a la población con su programación durante varias décadas, y lo hizo a partir de la de 1990, justo cuando España acogió los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 (Mucientes, X).

Regresando a lo que nos compete, las retransmisiones televisivas de la Fórmula 1 en el país, que no habrían sido posibles sin ese crecimiento de la televisión pública española, los derechos pasaron de ser de dominio de TVE (1960-1993) a Telecinco, el lugar en el que obtuvo el mayor éxito a mediados de los 2000. Sin embargo, para que eso sucediera se tuvo que vivir una transición entre la cadena dirigida por Valerio Lazarov en aquel entonces, cuando se hicieron con los derechos del campeonato, y la cadena pública del territorio español, con idas y venidas en pocos años hasta que se encontró estabilidad. Durante la época en la que la Fórmula 1 no tenía a ningún piloto nacional, se narraron hechos históricos que cambiarían el futuro del deporte, lo que ha sido de vital importancia para el crecimiento de los aficionados.

Cuando TVE decidió introducir en su parrilla televisiva a la Fórmula 1, contaron con Adrián Campos en la nómina de pilotos, y también narró algunos momentos que están en todos los libros de la historia del automovilismo, como el primer podio de Ayrton Senna en el Gran Premio de Mónaco de 1984 o la llegada de la categoría a Jerez para mantenerse ya en el calendario con el posterior traslado al Circuit de Barcelona-Catalunya en 1991. Ya en la década en la que los derechos pasaron a Telecinco, las retransmisiones de televisión en las carreras continuaron creciendo, influenciadas por el hecho de haber tenido a dos españoles en competición a finales de los 80, el ya mencionado Adrián Campos y Luis Pérez-Sala, y otros dos a finales de los 90, con Marc Gené y Pedro Martínez de la Rosa debutando en la misma prueba del Gran Premio de Australia de 1999.

A eso habría que sumarle que la primera época en la que se tuvieron a pilotos mediáticos con dominios extendidos en el deporte llegó en el momento en el que

Telecinco pasó a retransmitir la Fórmula 1 con Gonzalo Serrano como narrador, quien posteriormente seguiría en el equipo de la cadena para los años dorados de Fernando Alonso, y Ángel Marco, que estuvo hasta 1996. En aquel momento, se informó a través de la televisión del fallecimiento de Ayrton Senna en el Gran Premio de San Marino de 1994, una prueba que se llevó precisamente Michael Schumacher, quien podría considerarse como su sucesor en el trono, puesto que el alemán fue el siguiente piloto con en llevarse el título mundial, no solo en ese año, sino también en 1995, y después fichó por el equipo más laureado de la historia, Ferrari, con todo el seguimiento y presión que eso conlleva.

Esas campañas se pudieron ver a través de Telecinco, con una retransmisiones que tenían un cuarto de hora de previo y una extensión que se alargaba hasta que finalizara la ceremonia del podio, y el motivo principal por el que la cadena española se hizo con los derechos es porque Silvio Berlusconi, por aquel momento el propietario de Italia 1 y Rete 4, los compró en 1994, y se sumaba a las bajas audiencias de TVE. El periodista Ángel Marco reveló más detalles sobre su trabajo y el de sus compañeros, que era muy diferente al que se vio en la misma cadena años después, con la emisión de los entrenamientos que se disputan los viernes y sábados a horarios en los que incluso ya estaba la siguiente sesión en marcha. Al no haber pilotos españoles en la parrilla, aseguró que debían intentar unir cualquier relación que la Fórmula 1 pudiera tener con el país, citando en la mayoría de ocasiones al alemán Heinz Harald-Frentzen porque su familia por parte de madre era alicantina, mientras que con Fernando Alonso hacían un seguimiento similar a los de los encuentros de fútbol con el ovetense como el actor protagonista.

En 1998, los derechos televisivos regresaron al dominio público, y uno de los grandes motivos era que Renault hizo una campaña publicitaria muy grande a través del equipo Williams, a quienes motorizaba con su propulsor. El gran referente de la época era Ayrton Senna, pero como el mismo Marco afirmó, al fallecer en el tercer gran premio de 1994, lo que se combinaba con un cambio en la dirección de Telecinco que quería otros contenidos no relacionados con el deporte, hizo saltar las alarmas de un contrato de tres temporadas, provocó una serie de dudas. Sin embargo, como se celebró el Gran Premio de Europa de 1996 en Nurburgring de imprevisto, la FIA pagó el coste de todo

el año a las cadenas, salvando a las emisiones de la Fórmula 1 Telecinco, quienes al conocer que no renovarían, daban las carreras por diferido.

La televisión catalana también apostó por la Fórmula 1 con TV3, quienes realizaban una emisión sin cortes de publicidad con Josep Lluís Merlos como narrador, quien estuvo a los mandos cuando el deporte pasó a ser de pago en Movistar+ dos décadas después. Durante el último periodo que el campeonato se emitía en la televisión pública nacional, no solo debutaron Marc Gené y Pedro Martínez de la Rosa, quien posteriormente se reconvirtieron para estar en las retransmisiones aportando sus conocimientos técnicos, sino que se vivió el estreno del que cambió el orden de la Fórmula 1 en España, Fernando Alonso.

El asturiano llegó con tan solo 19 años al Gran Circo como una gran promesa en 2001 con el equipo Minardi, uno de los peores, con los que no se pudo lucir, pero tras un curso de aprendizaje y otro en el que estuvo de probador de Renault, se certificó su ascenso como titular de la escudería francesa. En ese 2003, el último de la Fórmula 1 en TVE, Jesús Fraile y Pedro Fermín Flores se hicieron cargo de narrar los primeros éxitos del automovilismo español, con el ovetense siendo el piloto más joven de la historia en hacer una pole position y un podio, ambas cosas en el Gran Premio de Malasia de 2003, aunque el evento más importante tuvo lugar en el Gran Premio de Hungría de 2003, en una carrera que se pudo ver en La 2.

A partir de ahí, la fiebre por Fernando Alonso creció hasta el punto que Telecinco se volvió a hacer con los derechos televisivos a partir del 2004 para seguir emitiendo sus carreras hasta el año 2008, incluidos sus dos mundiales en 2005 y 2006. Durante esas temporadas en las que el español fue campeón, se registraron los momentos de mayor audiencia de una carrera de Fórmula 1 en el territorio nacional, con otra figura clave para el desarrollo televisivo del deporte, Antonio Lobato, quien se convertiría en la voz del campeonato en España para el resto de las temporadas, con un breve descanso cuando se dejaron de emitir los grandes premios en abierto hasta que regresó en la televisión de pago. Sin embargo, antes de que eso sucediera, Telecinco dejó paso a La Sexta, la cadena en la que se pudo ver el paso del piloto por el equipo más importante de toda la parrilla, Ferrari, con lo que los domingos en los que se apagaban los

semáforos había un seguimiento desde bien temprano, con programas previos especiales de hasta dos horas de duración, además de las clasificaciones de los sábados.

Aunque el asturiano no consiguió ningún título mundial en aquellas temporadas con el Cavallino Rampante, el seguimiento siguió siendo igual de bueno, puesto que sus resultados se mantenían en lo alto con regularidad, pero los grandes gastos televisivos de las retransmisiones se hicieron inasumibles para La Sexta, llegando a otro cambio de cadena en 2012, cuando Antena 3, gracias a la fusión del grupo Atresmedia se hizo con el poder. Ahí se mantuvo hasta que la Fórmula 1 dijo definitivamente adiós a la televisión en abierto de toda la temporada al completo en 2015, ya con el piloto asturiano en un proyecto sin opciones de victoria como era el de McLaren-Honda, aunque ese año se vio de nuevo a tres pilotos nacionales compitiendo al mismo tiempo.

Fernando Alonso, Roberto Merhi y Carlos Sainz Jr., con el equipo de Woking, Manor y Toro Rosso respectivamente, trataban de alimentar una ilusión en los aficionados que pareció perderse con el adiós de las carreras gratis en la televisión, cosa muy diferente a cuando en el periodo de 2010 y 2011 estaban el propio asturiano, Pedro Martínez de la Rosa y Jaime Alguersuari a la vez. No obstante, gran parte de ese interés cuando estaban tres españoles en nómina se debía a que uno de ellos, el que se vestía con el rojo de Ferrari, tenía posibilidades de vencer en cualquier cita del calendario.

Una vez que Movistar F1 se quedó como la única opción posible para seguir la Fórmula 1 en España en 2016, aunque dos años antes ya iniciaron sus emisiones sin cortes publicitarios y una gran cantidad de posibilidades para seguir las carreras por las cámaras onboards de los monoplazas en director, los aficionados debían pagar. Y así se ha mantenido hasta la actualidad, con la posibilidad de ver algunas de las carreras del Gran Premio de España en abierto en TVE y Telecinco debido a que son declarados eventos de interés nacional, con un gran cambio desde que DAZN se fusionó con la compañía de Telefónica.

En 2018, Movistar se hizo con el monopolio de la Fórmula 1 en el territorio español, siendo así el único en poder retransmitir las carreras, pero el 20 de enero de 2021 anunciaron un acuerdo por el que la nueva plataforma de servicio en streaming adquiere

los derechos hasta el final de la temporada de 2023. Sin embargo, eso no era un paso atrás para Movistar, puesto que continuó emitiendo la señal de DAZN en su parrilla, con el mismo formato, equipo de narradores y comentaristas e instalaciones, pero con los colores corporativos y logos de la empresa con sede en Londres.

Uno de los motivos por los que lo hacen es por el regreso de Fernando Alonso a la Fórmula 1, quien se retiró a finales del 2018 para explorar otras categorías del automovilismo. El asturiano volvió con Alpine, la misma estructura con la que cosechó sus dos títulos mundiales en 2005 y 2006, lo que reavivó la ilusión del público, que se sumaba al fichaje del otro español en la categoría, Carlos Sainz, por Ferrari tras la salida de Sebastian Vettel.

Figura IV. Historia de los derechos televisivos de la Fórmula 1 en España

Cadena de televisión	Nombre del grupo con el poder de los derechos	Años	Tipo de canal
TVE	RTVE	1961-1993	Abierto
TV3	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	1990-2017	Abierto
Telecinco	Gestevisión Telecinco	1994-1997	Abierto
TVE	RTVE	1998-2003	Abierto
Telecinco	Gestevisión Telecinco	2004-2008	Abierto
Canal Nou	Radiotelevisión Valenciana	2008-2012	Abierto
IB3	Radiotelevisió de les Illes Balears	2009-2011	Abierto
La Sexta	Mediapro	2009-2011	Abierto
TPA7	Gobierno Abierto del Principado de	2010-2012	Abierto

	Asturias		
Antena 3	Atresmedia	2012-2015	Abierto
Movistar F1	Telefónica	2014-2020	De pago
TVE*	RTVE	2016-2017	Abierto
DAZN F1	DAZN	2021-actualidad	De pago
Telecinco*	Mediaset España	2021-actualidad	Abierto

*Emisión únicamente de los grandes premios en España

“Ahí está Fernando Alonso, con toda Asturias vibrando en estos momento, al igual que toda España en un momento muy importante para el deporte español. Nosotros, hay que reconocer que estamos nerviosos, porque llevábamos esperando esto mucho tiempo, desde que Marc Gené y Pedro Martínez de la Rosa accedieron a la Fórmula 1 moderna, ha habido un gran trabajo de muchas personas para que se llegara a producir este momento”, Jesús Fraile.

“Satisfacción de Televisión Española de poder ofrecer este momento histórico en el automovilismo y en el deporte español. Fernando Alonso, con el dedo número uno, señalando el número uno, cruza la meta, saluda. Fernando Alonso, ganador del Gran Premio de Hungría de Fórmula 1. Por primera vez en la historia, un español gana un gran premio de Fórmula 1 y se convierte, además, en el piloto más joven de la historia de la Fórmula 1 en ganarlo”, Jesús Fraile.

4.2 Estadísticas de audiencia televisiva de la Fórmula 1 en España

El incremento del interés de la Fórmula 1 en España tras el crecimiento de la figura de Fernando Alonso era más que evidente, con las cadenas nacionales apostando por un deporte minoritario en aquella época como era el automovilismo. Antes de que el asturiano comenzara a ganar, RTVE solo aceptó retransmitir las carreras a cambio de la publicidad de Renault España, la firma que era propiedad del equipo en el que el piloto competía (Rodríguez, 2015), aunque en la primera época del automovilismo en Telecinco vio los primeros brotes con la figura de Ayrton Senna y Michael Schumacher.

Ángel Marco estuvo trabajando en la cadena hasta 1996 en la retransmisión de las carreras de Fórmula 1, y aseguró que en el Gran Premio de Australia de 1994, en el que el alemán y Damon Hill se disputaban el título mundial de aquel año, con tan solo un punto de diferencia entre ambos, obtuvo un 88% del share, aunque hay que tener en cuenta que la prueba se celebró en un horario sin picos de audiencia, a las seis de la mañana, y que tampoco había tantos televisores a disposición del público. Como medida más fiable, se puede tomar la referencia del Gran Premio de Mónaco, en el mes de mayo a un horario mucho más favorable para los europeos, al mediodía, con lo que se alcanzaba en torno al 35% de share y una cifra superior a los cuatro millones de españoles delante de la televisión con Telecinco.

No obstante, y de forma curiosa, en el Gran Premio de España, ese número bajaba considerablemente, hasta los dos millones y medio, pero parte de ello se pueda deber a que en esos tiempos la Fórmula 1 era una categoría que si se seguía, se hacía muy de cerca, por lo que muchos de esos espectadores viajaban hasta el circuito, lo que se sumaba a que el Circuit de Barcelona-Catalunya no era el más apropiado para ver acción entre los monoplazas, algo similar a lo que sucede en la actualidad.

Ya con Fernando Alonso entre los favoritos de la parrilla de Fórmula 1, y con las carreras de vuelta a Telecinco con programas previos de varias horas de duración, y mucha importancia en los telediarios, el crecimiento de las audiencias explotó. A lo largo de la temporada 2004, la cadena registró una media de tres millones de espectadores por gran premio, más del doble que cuando el asturiano consiguió su primera victoria en el campeonato un solo año antes, lo que demostró el incremento del interés del público español por los monoplazas más rápidos del planeta. Esa tendencia en aumento siguió en 2005, la campaña en la que el ovetense volvió a la senda de los triunfos y en el que se enzarzó en una pelea a tres bandas contra los dos pilotos de McLaren, Kimi Raikkonen y Juan Pablo Montoya, aunque hubo un hecho que cambió para siempre la Fórmula 1 en España.

Sucedió un 24 de abril, durante el Gran Premio de San Marino, en el que con su Renault pudo aguantar la presión durante las doce vueltas finales con menos potencia en su

motor que el vigente campeón y estrella mundial, Michael Schumacher. El joven piloto demostró su valía para ser un claro contendiente al título, y las audiencias reflejaron un crecimiento en esos instantes finales, justo después de una pausa televisiva para emitir anuncios por parte de Telecinco, con un pico a las 15:03 horas de la tarde, cuando 7.075.000 espectadores tenían en su televisor puesta la carrera. Al final del día, las estadísticas reflejaron que esa cita reunió a 5.819.000 espectadores, con un 45,5% de la cuota de pantalla tras sumar los números de TV3, con lo que era la segunda carrera más vista, solo unas miles de personas por detrás del Gran Premio de Bahrein.

Esa prueba en el trazado de Sakhir reunió todos los condicionantes necesarios para tener una mayor cantidad de espectadores, 5.845.000, puesto que se venía de una victoria de Fernando Alonso en el anterior Gran Premio de Malasia, cuando los españoles se dieron cuenta de que el piloto tenían opciones de ganar más veces, y que era la primera de las carreras a un horario relativamente cómodo en España, al mediodía. Esas cifras se acercaban al fútbol, el deporte más seguido en esos años, y lo que realmente demostró el interés es que tanto la prueba en Bahrein como en San Marino es que entró entre las diez emisiones más vistas hasta el momento de 2005. Un solo día de la victoria del piloto de Renault en el circuito Enzo e Dino Ferrari casi supera la media del partido entre el Real Madrid y el Villarreal, quienes lograron los 5.978.000 espectadores de media con un share del 40%, todo ello, en la televisión en abierto.

Además de que Fernando Alonso estuviera en un gran estado de forma, otro de los actores principales para ese seguimiento de la Fórmula 1 en España, y el que explica mucho del crecimiento, es Antonio Lobato, la voz del campeonato en el país desde que Telecinco se hizo con los derechos en 2004, y a lo largo de las diferentes etapas en otras cadenas abiertas y de pago. El asturiano reconoció que se le encargó la tarea de crear un programa previo a las carreras, y que debía elegir al equipo que le rodearía, y a partir de ese momento, quiso utilizar mucho tiempo de los informativos a la categoría de automovilismo.

En la obra que publicó en 2015, expresó: “Mientras todas las cadenas de televisión abrían su bloque deportivo con el entrenamiento del Real Madrid, nosotros explicábamos cómo funcionaba un coche de Fórmula 1. Que diez minutos antes de la

salida el narrador estuviese en la parrilla rodeado de coches y pilotos había provocado que el espectador se sintiese mucho más involucrado. Los reportajes habían gustado y la forma de narrar había sorprendido. Nadie había hecho algo así en la Fórmula 1 en España en ese momento”.

En el informe anual de Telecinco del año 2004, se pudo comprobar esas palabras del narrador: “Además, este año cabe destacar la labor magistral de la redacción de Deportes de Informativos Telecinco, con Antonio Lobato al frente, en la retransmisión de los 18 grandes premios del Mundial de Fórmula 1, convirtiendo esta cita del motor en un evento ineludible para los aficionados y en la más vista de la historia de la televisión”.

Regresando con la importancia de Fernando Alonso, sus actuaciones a bordo del R25, y en el informe que realizó Telecinco al final del año 2005 se pudieron ver las cifras de ese incremento del interés del público, acumulando una media de 4.247.000 espectadores de media en las carreras de los domingos, lo que se traduce en un 47,6% del share. Eso era un aumento de más de un millón y medio de personas de media delante del televisor, pero el mayor dato llegó en el decisivo Gran Premio de Brasil. Ese 25 de septiembre, el piloto español se alzó con su primer título mundial en el circuito de Interlagos, con una media de espectadores de 7.179.000 a lo largo de las casi dos horas de carrera, es decir, un 55,7% del share, pero lo que más se hacía notar era el pico de 9,6 millones de espectadores cuando el de Renault cruzaba la línea de meta y hacía realidad la gesta de ser campeón en el Gran Circo, con un 68,3% del share.

Esa cita en territorio brasileño se convirtió en el evento deportivo más visto de la historia de la televisión española, dejando al margen todos los encuentros de fútbol, aunque fue el Gran Premio de Japón, en el mes de octubre, en el que se registró la retransmisión deportiva con más share del año, con un 76,9% de los espectadores por el horario favorable de un domingo a las siete de la mañana.

Con la corona mundial y el seguimiento de todo un país, Fernando Alonso llegó a la temporada 2006 con el foco mediático y las retransmisiones, de nuevo, de Telecinco y todo el equipo de Antonio Lobato, que viaja a todos los circuitos como parte de esa

estrategia para captar audiencia. Eso se reflejó en el hecho de que la Fórmula 1 entró en la lista de los veinte programas más vistos del año, siendo tan solo la segunda emisión deportiva, por detrás de los partidos de fútbol de la Champions League, que se apoderaba del primer puesto global, mientras que las carreras de coches estaban en el 12º puesto. La importancia de los grandes premios ya se hacía notar en los documentos oficiales de la cadena, quienes lo titulaban como “un deporte mayoritario” al alcanzar un “éxito sin precedentes”.

Los propios productores reconocían que el triunfo de la Fórmula 1 entre las retransmisiones más vistas del año se debía a su trabajo combinado con el “talento de Fernando Alonso”, lo que hizo a Telecinco marcar cifras con el 48,4% de la cuota de pantalla y 4.111.000 espectadores de media en las carreras en los 18 domingos en los que hubo un gran premio. Esa temporada fue la del segundo título mundial del asturiano, quien veía cómo también Pedro Martínez de la Rosa protagonizaba algunas buenas actuaciones, como en su único podio en el Gran Premio de Hungría, con más de cuatro millones de personas viendo cómo luchaba con Michael Schumacher en lo que fue la tercera vez con un español diferentes descorchando el champán en toda la historia. Sin embargo, lo que más impresiona de esa cita es que 4.223.000 espectadores continuaron con el programa posterior para conocer las declaraciones de los protagonistas de ese 6 de agosto.

La carrera más vista de aquel año, como era evidente, fue en la que Fernando Alonso se consagró por segunda vez, curiosamente en el Gran Premio de Brasil, como hace una temporada, y logró reunir al 56% del share y 8.620.000 espectadores para ser la retransmisión más vista de la historia de la Fórmula 1 y el cuarto evento de deportes más seguido en 2006, solo por detrás del fútbol en un año en el que se celebró la Copa Mundial de la FIFA en Alemania.

Un curso después, la fiebre por la Fórmula 1 en España seguía creciendo de la mano de Telecinco, quienes aseguraron que 4.479.000 espectadores de media veían las carreras los domingos a lo largo de 2007, cuando Fernando Alonso estaba inmerso en una pelea por el que hubiera sido su tercer título mundial consecutivo, lo que se traducían en un 48,3% del share, la cifra más alta de los diez programas más vistos en el año. Como

indicaban en su informe anual, “la experiencia adquirida por los profesionales de la cadena en relación con este deporte ha conducido a un nuevo éxito de audiencia”, gracias a la nueva estética y estructura.

Sin embargo, lo que más destaca es la introducción de la web a la televisión, con la posibilidad de ver a la carta los contenidos de los grandes premios en www.formula1.telecinco.es, y capacidad de aportar su punto de vista con comentarios, lo que sería el precursor de la nueva era digital en Internet. La cadena de Fuencarral, cerró el 2007 con cifras de récord, con cada vez más espectadores que veían las carreras los fines de semana.

Figura V. Evolución del share y audiencias de programas de Fórmula 1

	2007	2006
Grandes Premios (domingo)	48,3% y 4.479.000	48,4% y 4.111.000
Sesiones clasificatorias (sábado)	25,3% y 1.789.000	24,4% y 1.596.000
Previos Fórmula 1 (domingo)	30,6% y 2.134.000	31,6% y 1.979.000
Post Fórmula 1 (domingo)	39% y 4.024.000	39,2% y 3.536.000

Fuente: Informe Anual Telecinco 2007

Esa temporada de 2007 tuvo un final a tres bandas en la pelea por el campeonato entre Fernando Alonso, su compañero de equipo, Lewis Hamilton, y Kimi Raikkonen, y aunque fue este último quien se llevó la corona, la carrera tuvo un seguimiento de 8.438.000 espectadores de media, siendo la segunda emisión deportiva más vista del año, tan solo por detrás del partido de Champions League entre el Liverpool y el Barcelona. Eso supuso un menor número de personas viendo el Gran Premio de Brasil respecto al 2006, pero se ganó un punto de audiencia con el 57%.

Tras eso, hubo un cambio notable en el interés de la máxima categoría del automovilismo por el hecho de que Fernando Alonso cambió un monoplaza con el que tenía opciones a ganar en cada fin de semana, a uno con el que tuvo dificultades para llegar incluso a los puntos, finalizando la campaña en la quinta plaza. Ese impacto se

vio en el informe de Telecinco, quien ya no realizó un apartado especial para resaltar a la Fórmula 1, aunque siguió por encima de los cuatro millones de espectadores de media los domingos en el último año en la cadena antes de su paso a La Sexta. Con un 42,5% del share y 4.194.000 espectadores, el campeonato tuvo su punto de interés en el duelo entre Lewis Hamilton y Felipe Massa, que se mantuvo hasta la última curva de la última carrera, lo que podría ser el motivo por el que no se perdió tan rápido el interés al no ver a Fernando Alonso campeón.

De nuevo, el decisivo Gran Premio de Brasil fue el más visto de la campaña, con una media de 6.808.000 espectadores y un 43,5% del share (El Mundo, 2008), pero la pérdida de audiencia llegó en 2009, en el segundo año del asturiano en Renault, ahora sí, con un monoplaza muy poco competitivo. Con un cambio en el equipo de retransmisión de Antonio Lobato, la media de espectadores bajó enormemente, con unos niveles que no se veían desde principios de la década de los 2000.

La media de audiencia bajó de los tres millones para reunir a tan solo 2.953.000, y en tan solo doce meses de diferencia respecto a la época dorada. La carrera más vista del año fue la del Gran Premio de Bahrein, con 4.338.000 espectadores y un 33,6% del share, lo que choca con los números de ejercicios anteriores en los que la Fórmula 1 era de lo más seguido. Hay varios motivos que podrían explicar eso, el principal, no tener a un español ganando, pero también que el espectro televisivo se abrió a más cadenas, con mayor variedad de contenidos, y a que fue un año en el que se celebraron los Juegos Olímpicos de Pekín y que también España arrasó en la Eurocopa, dejando a un lado el interés por la Fórmula 1 para centrarse en el fútbol. La estrella de cada temporada, el Gran Premio de Brasil, ya no tenía las cifras de antaño, cuando tan solo dos millones y medio de personas vieron cómo Jenson Button se proclamaba campeón del mundo con un 21% del share.

A eso le siguió una subida de las audiencias por el fichaje de Fernando Alonso por un equipo competitivo con el que luchar por el campeonato del mundo, además de por toda la fama que conllevaba firmar por Ferrari, la escudería más laureada de la historia. Los espectadores que se marcharon con su periplo por Renault regresaron para acumular 4.141.000 espectadores de media a lo largo de la temporada entre las emisiones de un

canal nacional en abierto como era La Sexta, y las cadenas autonómicas de Asturias y la Comunidad Valencia, continuando con TV3.

La tendencia al alza de la Fórmula 1 con un español vestido de rojo significó un 42,4% del share, coincidiendo con la carrera más vista en la que se jugaba el título contra Sebastian Vettel, Mark Webber y Lewis Hamilton. El ovetense llegó como líder de la clasificación en el Gran Premio de Abu Dhabi de 2010, del que 7.436.000 espectadores estuvieron pendientes, con un 49,4% del share. El seguimiento de los grandes premios pudo verse afectado por la gloria del deportes español en otras modalidades, como en MotoGP, donde se cosechó un triplete en las categorías y la selección nacional de fútbol ganó la Copa Mundial de la FIFA ante 15.605.000 espectadores, una cuota del 85,5%, un hecho sin precedentes en la historia de la televisión española, con hasta 16.815.000 espectadores en el momento decisivo del único gol del partido a las 22:57, que era un 90,3% del share (https://www.eldiario.es/vertele/audiencias-tv/espana-millones-visto-historia-tv_1_7757685.html).

A ello le sucedió un año en el que Fernando Alonso solo logró una victoria debido al pobre rendimiento de Ferrari, con una media de 3.313.000 espectadores de media los domingos en el último año de La Sexta retransmitiendo en directo. Lo más curioso es que la prueba en la que venció, el Gran Premio de Gran Bretaña, no fue la cita más vista del 2011, con 4.092.000 espectadores de media, sino que lo fue el Gran Premio de Turquía, en el que el español abandonó por un accidente. Tras esa campaña, vino una época de bonanza con el traspaso a Antena 3, puesto que Fernando Alonso pudo estar con opciones a ganar el campeonato con un monoplace inferior respecto a sus rivales, incluso afirmó que fue uno de sus mejores años en cuanto a nivel de pilotaje, lo que podría haber sido una de las causas por las que la Fórmula 1 volviera a superar la barrera de los cuatro millones de espectadores de media, con 4.060.000 los domingos.

El interés fue en aumento a medida que se disputaban las carreras, con mínimos en las primeras citas que fueron en Australia y Malasia, con horarios desfavorables, pero a partir de la cuarta cita, no se bajó de esos cuatro millones de personas, salvo en las celebradas de madrugada y la que marcaba el regreso de las vacaciones, a finales de mes de agosto, cuando los españoles todavía estaban fuera de sus casas habituales. Una pelea

contra Sebastian Vettel hasta la última carrera hizo que casi siete millones de espectadores estuvieran atentos a las pruebas de Estados Unidos, Abu Dhabi y Brasil, las que cerraban la temporada.

El gran premio de Interlagos, en el que el de Ferrari perdió por tan solo tres puntos lo que hubiera sido su tercer mundial, fue seguido por 7.149.000 espectadores, lo que se convertía en la sexta más vista de la historia en la televisión española, con más de tres millones conectados desde el programa previo. El minuto de oro se alcanzó a las 18:45 horas, cuando se acercaba el final de las vueltas, con más de ocho millones y medio de personas, lo que acabó proporcionando una cuota de pantalla del 39,1% a lo largo de todo el año, un 7% más con respecto al ejercicio anterior. No obstante, la media más alta en 2012 se alcanzó en el Gran Premio de Estados Unidos, con 7.166.000 espectadores en una carrera celebrada a un horario muy favorable para el seguimiento televisivo (<https://www.autobild.es/noticias/audiencia-gp-brasil-mas-siete-millones-espectadores-801>).

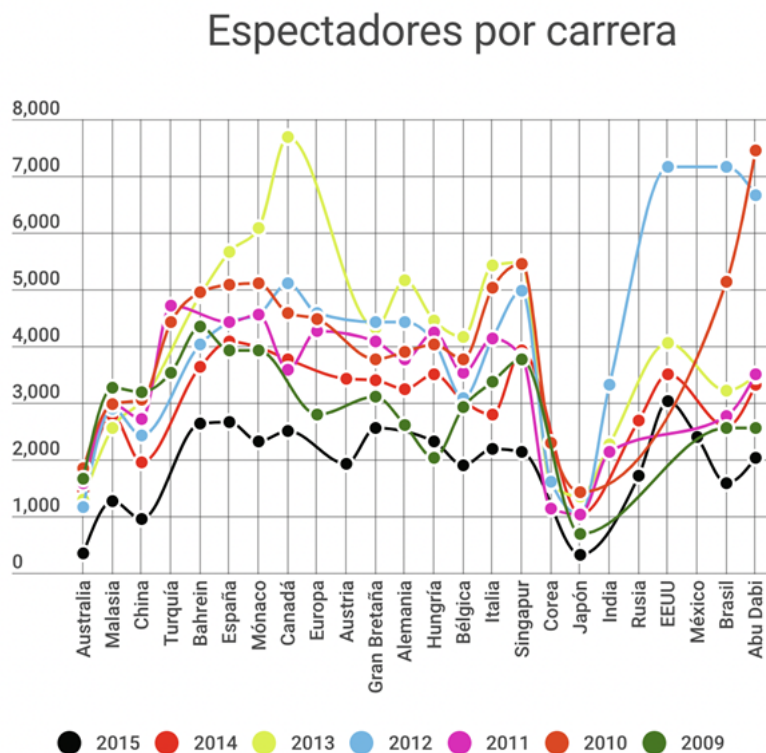
El siguiente año estuvo marcado por ser el último en el que Fernando Alonso ganó una carrera, curiosamente en el Gran Premio de España de 2013, que reunió a un total de 5.651.000 espectadores de media en el mes de mayo, aunque la carrera con mayor audiencia fue la del Gran Premio de Canadá, con 7.687.000 personas en un domingo por la tarde, lo que habría ayudado a marcar esa cifra. El total de los grandes premios se cerró con 4.006.000 espectadores, la última de las ocasiones en las que la Fórmula 1 superó los cuatro millones en la televisión en abierto.

Como el asturiano no tuvo un coche para vencer habitualmente, se notó el menor interés en las audiencias, que se confirmó en la nueva era de la Fórmula 1 con los motores turbohíbridos. Uno de los atractivos de la categoría era el sonido de sus motores, cosa que se perdió con los silenciosos V6, que sumado al paupérrimo rendimiento del Ferrari del español, provocó una caída de casi un millón de espectadores al final del 2014. En esa temporada, Antena 3 registró una media de 3.053 personas delante del televisor, con la carrera celebrada en España como la única en estar por encima de los cuatro millones.

Otro de los factores que afectó a la disminución del seguimiento es el hecho de que se comenzó el periodo de retransmisión televisiva de las carreras pagando con Movistar F1, quienes se hicieron con algunos de los nombres que estaban trabajando en abierto para tener un equipo mejor preparado. Además, lo que podría haber sido algo esperanzador para España, que era el fichaje de Fernando Alonso por una asociación histórica como era McLaren-Honda, quienes se hicieron conocidos por la era dorada con Ayrton Senna y Alain Prost, y el estreno de Carlos Sainz en la categoría con Toro Rosso, no surtió efecto.

Los resultados no acompañaban para los pilotos españoles, quienes estaban en la parte trasera de la parrilla, con un quinto puesto como mejor actuación en todo el 2015. Fernando Alonso solo puntuó en dos carreras, la del Gran Premio de Gran Bretaña y la del Gran Premio de Hungría, siendo su primera vez en años sin subir al podio, con una 17ª posición final, mientras que su compatriota no fue más allá del séptimo, terminando su primer curso en la élite 15º. Tampoco hay que olvidar la participación en la mitad del año de Roberto Merhi, aunque no llamaba la atención por tener el peor coche de toda la parrilla, que solo le permitió ser 12º, también en el Gran Premio de Gran Bretaña.

Eso se notó enormemente en la que fue la última temporada de la Fórmula 1 en abierto en España, con carreras que incluso no llegaban a los 300.000 espectadores de media, con el Gran Premio de Estados Unidos como la que más audiencia tuvo, un total de 3.030.000 personas un domingo de octubre por la noche. Tal fue la pérdida de espectadores que no se llegó ni a los dos millones de media al final de 2015, tan solo 1.932.000 de media.

Figura VI. Espectadores por carrera de Fórmula 1 en España

Elaboración: Iván Florez

Con el paso a la televisión de pago, se hizo más notable ese problema en las audiencias y el interés de la Fórmula 1, que siguió con malos resultados en lo deportivo, sin ningún representante nacional peleando por cosas importantes, dejando un 2016 ya en Movistar F1 que, pese a casi multiplicar por cuatro sus cifras, se quedó con 195.000 espectadores de media y un 1,9% del share, muy lejos de los números de hace tan solo un lustro, aunque cuando se emitió en abierto el Gran Premio de España a través de TVE, se pudo lograr una audiencia de dos millones y medio de personas, con un 23,7% de la cuota de pantalla (Bolea, 2016)

Lejos estaban las cifras en las que Fernando Alonso se proclamó campeón del mundo, con millones de espectadores menos, y con la carrera más vista de esa temporada, la del Gran Premio de Mónaco, igualando la que era la menos vista en la televisión en abierto, con 302.000 espectadores y el 2,8% de la cuota total. Los tiempos no eran demasiado buenos para el interés de la Fórmula 1 en España, aunque en 2017 reflató un poco con 200.000 personas viendo cada carrera y un pico de 335.000 espectadores en el Gran

Premio de México, que se celebró en una tarde otoñal. Esa campaña estuvo marcada por los abandonos del McLaren-Honda, un proyecto que fracasó y cambió sus motores por los Renault a 2018, que también fue un programa sin mucho éxito en el campeonato, lo que conllevó al anuncio de la retirada del ovetense a mediados de año.

Movistar F1 subió la media a 240.000 espectadores en 2018, pero seguía siendo muy poco en comparación a épocas pasadas, y ya sin Fernando Alonso, que dijo un “hasta luego” en el Gran Premio de Abu Dhabi, España se quedó con solo la representación de Carlos Sainz. La cita en la que el dos veces campeón del mundo se despidió momentáneamente fue seguida por 210.000 espectadores, con un 1% del share.

Con el madrileño en un equipo McLaren que peleaba por ser ‘el mejor del resto’, es decir, lo que dejaba Ferrari, Red Bull y Mercedes, sería el encargado de mantener el seguimiento de la Fórmula 1 en España. Eso se traducía en las posiciones de puntos, lejos de los podios, lo que se notó en las audiencias al pasar a tan solo 150.000 espectadores de media durante las carreras en Movistar F1, aunque las actuaciones de Carlos Sainz, consiguiendo su primer y único podio del año en el Gran Premio de Brasil, permitió a la cadena de pago afrontar con ilusión el 2020.

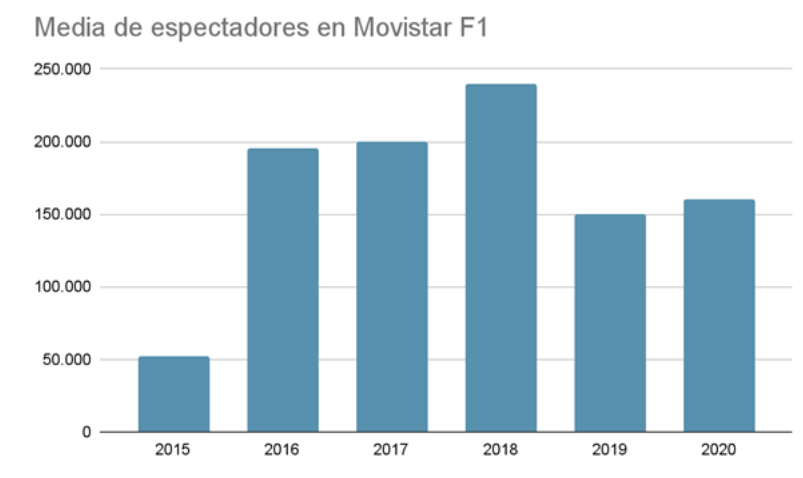
La temporada estaba lista para que comenzase como es tradición en el mes de marzo, pero la pandemia por la COVID-19 lo retrasó hasta junio, con muchas carreras canceladas, lo que redujo el número, centrándose en sitios europeos y de Oriente Medio, donde los horarios eran más favorables que las citas asiáticas. Además, el único piloto español que quedaba en nómina firmó por Ferrari para el 2021 en un anuncio que se hizo efectivo en mayo, por lo que los seguidores ya eran conscientes de que se convertiría en miembro de la escudería más laureada de la historia, a lo que se debía sumar otro gran año en el que rozó la victoria en el Gran Premio de Italia con un recordado segundo puesto en un monoplaza que para nada estaba entre los mejores.

Otro factor más que afectó fue el regreso de Fernando Alonso al deporte después de dos cursos en los que probó suerte en la IndyCar, el Campeonato del Mundo de Resistencia, en el que fue el ganador del título, y en el Rally Dakar. El asturiano lo hizo oficial en verano, y volvería con Renault, el conjunto con el que cosechó sus dos mundiales, lo

que reavivó el interés al recordar esa época dorada, aunque ya bajo el nombre de Alpine debido al cambio del fabricante francés.

Con todo ello, ese ejercicio de 2020 tuvo más de 150.000 espectadores, pero seguían lejos de las cifras de bonanza en España, cuando eran millones los que estaban delante del televisor para ver las carreras los domingos.

Figura VII. Media de espectadores en Movistar F1 por temporada de Fórmula 1



Elaboración: Rafael Mohedano (2021)

Con el paso de la Fórmula 1 a DAZN, la plataforma de contenidos deportivos en streaming, las audiencias no fueron tan accesibles, puesto que su política no permite revelar las cifras de demasiados eventos. Sin embargo, sí se puede comprobar el interés de la categoría en España con la emisión del Gran Premio de España de 2021 en Telecinco después de que Mediaset se hiciera con los derechos televisivos. En aquel 9 de mayo, la prueba del campeonato en el Circuit de Barcelona-Catalunya reunió a 1.824.000 espectadores de media, lo que se tradujo en un 14,1% del share, regresando a números más esperanzadores después de años sin demasiado éxito, a lo que habría que sumarle los que lo vieron a través del método de pago, que se estipuló que fueron en torno a 610.000 personas de media.

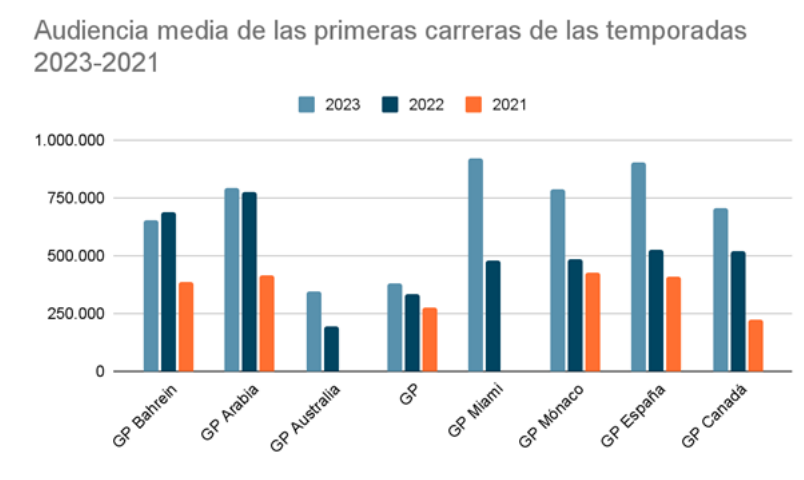
Y aunque la compañía no proporciona demasiadas cifras al acceso público, con los datos del ‘Señor de los Medios’ podemos realizar un análisis de los siguientes años de la Fórmula 1 en la televisión española, con un notable crecimiento tras el regreso de Fernando Alonso a las carreras y su fichaje por un equipo competitivo como Aston Martin en la temporada 2023. En la cita inaugural del curso, cuando todavía se desconocía si el monoplaza iba a permitir al asturiano pelear por cosas importantes, la audiencia media fue de 653.000 espectadores, con un 5,8% del share, lo que se traducía en la segunda mejor marca en una primera carrera del año desde que la categoría se emitía por la televisión de pago, por detrás de la del mismo lugar en 2022, cuando se consiguió una cifra media de 686.000 personas, lejos de los 384.000 espectadores de 2021, demostrando así el gran seguimiento en las campañas recientes.

Eso sorprendió porque logró superar en importancia al fútbol, puesto que el encuentro entre el Barcelona y el Valencia ese mismo domingo a un mejor horario tan solo fue seguido por 599.000 espectadores. La fiebre por la Fórmula 1 se confirmó, después del podio de Fernando Alonso y la ilusión de toda la afición, con el Gran Premio de Bahrein de 2023, que reunió a 793.000 personas para ver otro podio del ovetense, superando ya los 774.000 espectadores de la misma cita doce meses antes, y por mucho a los 416.000 del 2021 en la prueba disputada en Yeda.

La Fórmula 1 estaba ganando adeptos en 2022, pero el 2023 fue la confirmación por el gran atractivo de ver a un piloto español peleando por posiciones importantes, con una media de 685.000 espectadores en las primeras ocho carreras, alcanzando cifras que no se veían desde que el deporte se emitía en abierto hace casi una década. En el Gran Premio de Miami, beneficiado por el horario nocturno del domingo, 919.000 personas ayudaron a batir el récord histórico de una carrera en la televisión de pago, con el 6,6% del share total, aunque lo que realmente demuestra que es así son los 3.151.000 espectadores en el Gran Premio de España de 2023, que fue emitido en abierto por Telecinco, en donde se acumulaba un 20,9 % del share, con picos de audiencia de 4.400.000 personas, el mejor registro desde el Gran Premio de Abu Dhabi de 2014, en el que Fernando Alonso se despidió del equipo Ferrari.

Para compararlo, en esas mismas carreras durante el 2021, exceptuando aquellas en las que no se disputaron por problemas logísticos debido a la pandemia de la COVID-19 o que simplemente no existían en el calendario, la cifra de espectadores media se situaba en unos 346.000, mientras que en el curso 2022, ese número creció hasta los 440.000 espectadores.

Figura VIII. Audiencia media de las primeras carreras de las temporadas 2021-2023 de Fórmula 1 en España



Fuente: elaboración propia

4.3 Análisis del seguimiento de la prensa escrita española sobre la Fórmula 1

La prensa escrita también ha seguido el crecimiento de la Fórmula 1, sobre todo, desde la época en la que Fernando Alonso logró hacerse con las primeras gestas de su trayectoria. Para analizar cómo de importante ha sido la categoría en la prensa, es posible repasar las portadas del diario nacional deportivo más grande, MARCA, además de ser el segundo en el global tan solo por detrás de El País, según los datos del EGM. Sin embargo, antes de la llegada del asturiano, se veían los primeros atisbos de lo que se convertiría en un fenómeno de masas, aunque tan solo eran para narrar acontecimientos trágicos, como la muerte de Ayrton Senna en el Gran Premio de San Marino de 1994. Tanto MARCA como El País pusieron al fallecido astro brasileño en primera portada,

aunque no fue hasta 1999 cuando comenzó ese interés en los periódicos, con Fernando Alonso protagonizando las páginas de la sección del motor.

La primera vez el ovetense en MARCA fue el 8 de diciembre de 1999, antes de probar por primera ocasión un monoplace de Fórmula 1, pero lo seguían asemejando con futbolistas, en este caso, Raúl, que militaba en el Real Madrid. Fue ya el 25 de agosto de 2003 cuando la Fórmula 1 ocupó la portada principal del diario deportivo, el día después de la primera victoria del español en el Gran Premio de Hungría, con un llamativo titular que hacía referencia a la edad de Fernando Alonso tras ser el piloto más joven de la historia en ganar una carrera con aquel Renault.



También se hizo un pequeño juego de palabras en esa portada con las diferentes edades y las categorías por las que pasó hasta alcanzar el “A los 22... la gloria”, y desde entonces, era habitual que la Fórmula 1 ocupara un espacio en las portadas nacionales con los logros del asturiano. En el trienio de 2005 a 2007, la época dorada del automovilismo español con los dos títulos mundiales y la polémica con McLaren y Lewis Hamilton, MARCA no faltaba cuando se trataban de grandes premios vitales para el transcurso de las temporadas.

En ese primer título mundial, fueron 16 portadas en las que salió Fernando Alonso, desde el 21 de marzo, la jornada posterior a la que ganó su segunda carrera en la Fórmula 1, hasta el 26 de septiembre, cuando se proclamó campeón del mundo siendo el más precoz en el deporte en hacerlo. Por el camino se contaron otros momentos históricos para España en el motor, como el tercer triunfo consecutivo en el Gran

Premio de San Marino resistiendo los ataques del defensor del campeonato, Michael Schumacher, en lo que fue el comienzo de la sucesión al trono, la primera vez liderando en el Gran Premio de España, entrevistas con MARCA o cuando le concedieron el galardón del Príncipe de Asturias de los Deportes.



La siguiente temporada ocurrió algo similar, ya con un poco más de calma puesto que era campeón del mundo y no era una novedad verle ganar, Fernando Alonso copó las portadas en los días importantes. Eso sucedió, por supuesto, en el día en el que se jugaba su segundo título mundial en la última carrera del año, en el Gran Premio de Brasil de 2006, en lo que MARCA tituló como “¡Calla, que empieza!”, en referencia al inicio de la prueba, puesto que era “el domingo más apasionante del año”.

Un día después, el asturiano compartió portada en el diario con el Real Madrid después de una victoria del Real Madrid al Barcelona, el partido más importante del año. No obstante, en el 2007, con el cambio de equipo a McLaren y todo lo que sucedió con su compañero Lewis Hamilton, la prensa deportiva española inició una campaña de odio, e incluso racismo, en contra del británico y de toda la escudería debido a las jugadas que le hacían al piloto ovetense. En esas ocasiones tildaban de “cacicada” y “favorcete” los planes del conjunto británico con el joven que ascendía desde su academia en su primer año en la Fórmula 1, además de que el propio Fernando Alonso reconoció que McLaren no quería verle ganar, sino que querían hacerlo con Lewis Hamilton.



A lo largo de la temporada 2008, la Fórmula 1 no ocupó demasiado espacio en la prensa escrita, y desde la hemeroteca de MARCA, se puede apreciar cómo la categoría aparece en la portada en momentos clave desde que Fernando Alonso regresó a Renault hasta la actualidad. Como es evidente, al principio de cada año aparece en algunas de las páginas principales debido a las presentaciones de sus monoplazas, y eso se va diluyendo o incrementado según cómo le fuera al piloto. En los años en los que tenía un coche para optar al título, como en 2010 o 2012, con una treintena de veces como protagonista, mientras que en las épocas de pobres resultados, como en McLaren-Honda, era extraño ver algo de Fórmula 1 en la portada, incluso con la llegada de Carlos Sainz.

Como es obvio, en las victorias del asturiano, MARCA lo publica en su portada del día siguiente, y en los finales de las temporadas en las que Fernando Alonso llegaba con opciones, el diario también lo incluía en unas portadas dominadas por el fútbol. La figura de Fernando Alonso y su importancia para que la categoría apareciera en las portadas se hizo evidente en 2019, cuando se fue de la Fórmula 1 y solo estuvo una vez en MARCA, cuando ganó las 24 Horas de Le Mans, dejando así todo un año sin nada de monoplaza en las portadas.

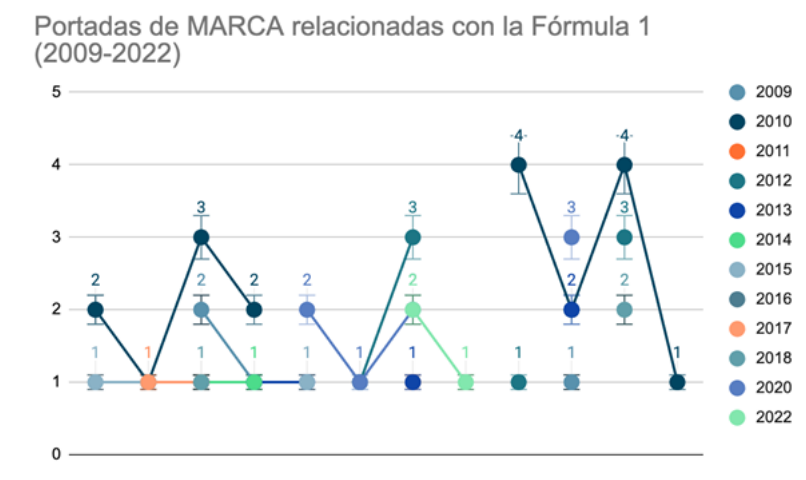


Los años posteriores tuvieron a Carlos Sainz en contadas ocasiones en las páginas principales, cuando se anunció su fichaje por el equipo Ferrari en mayo de 2020 y su primera victoria en el Gran Premio de Gran Bretaña de 2022, protagonizando la del domingo y el lunes para contar cómo fue su estreno en la pole position y su triunfo para ser el segundo español de la historia en vencer en la Fórmula 1. Además, ese año también tuvo a su compatriota en la portada para anunciar su firma con el equipo Aston Martin, en lo que fue un “volantazo” a su trayectoria, pero también para el seguimiento del campeonato en España.



En 2023, MARCA siguió dando protagonismo a la Fórmula 1 en sus portadas con el regreso del ovetense a los podios con la escudería inglesa, llegando a una media de tres veces en el principio del diario en los meses de carreras.

Figura IX. Portadas de MARCA relacionadas con la Fórmula 1 (2009-2022)



Fuente: elaboración propia

4.4 Popularidad de la Fórmula 1 en España y comparativa con otros deportes

El automovilismo siempre ha sido uno de los deportes minoritarios en España si se compara con otros países en los que el seguimiento de la Fórmula 1 ha estado a la orden del día, como en Reino Unido o Alemania con sus diversos campeones del mundo o en Italia por la pasión por Ferrari. Sin embargo, esa tendencia cambió como ya se ha visto con la llegada de Fernando Alonso al campeonato, y es a partir de ahí cuando se pasó de algo que muy pocas personas veían a estar en todas las conversaciones de la calle y en los medios de comunicación.

En el territorio nacional, el fútbol se ha considerado como el deporte más importante, con millones de espectadores cuando se trata de partidos en abierto en los que participan los equipos españoles o la propia selección. Aquel en el que España conquistó su primer título mundial en el 2010 en un encuentro contra Países Bajos, 15.605.000 espectadores se reunieron para ver Telecinco, con un 85,5% del share, mientras que la final de la Eurocopa de 2012 en una disputa contra Italia fue otra de las retransmisiones deportivas más vista de toda la historia española, con 15.400.000 personas de media y un 83,4% de la cuota de pantalla, sin contar a aquellos que vieron el partido en las calles a través de los televisores gigantes que se instalaron por todo el país (<https://www.europapress.es/sociedad/noticia-victoria-espana-partido-futbol-mas-visto-historia-20120702105325.htm>)

Eso, como es evidente, choca con la carrera de Fórmula 1 más vista de la historia en España, aquel Gran Premio de Brasil de 2006 en el que se obtuvo un 56% del share y 8.620.000 espectadores de media para ver el segundo campeonato de Fernando Alonso, pero la retransmisión del Gran Circo supera a todos los demás deportes en el país. Según la Encuesta de Hábitos Deportivos en España del Ministerio de Cultura y Deporte, son el baloncesto y el tenis, además del fútbol, las modalidades más seguidas en los medios de comunicación, por lo que la comparación ha de ser contra ellos, y con el único otro que se hace en un circuito, con la categoría reina del motociclismo, MotoGP.

El encuentro más visto de toda la historia del baloncesto en España es el de la final del Mundial de China en 2019, el que reunió a un promedio de 6.168.000 espectadores en la televisión abierta que sumó un 46,5% del share, con el partido decisivo del Eurobasket de 2015 seguido por 6.148.000 personas como el segundo en la lista y el de la final de los Juegos Olímpicos de Londres de 2012 entre España y Estados Unidos como el tercero, con 5.400.000 personas de media y un 44,9% de la cuota de pantalla.

Por su parte, el partido de tenis más visto de la historia de la televisión española es el disputado en la final de Roland Garros de 2020 entre Rafa Nadal y Novak Djokovic, el cual tuvo a 2.094.000 espectadores, que se correspondió al 16,8% del share (<https://www.puntodebreak.com/2020/10/13/final-nadal-djokovic-reunio-mas-2-millones-espectadores-espana>). Al ver esos datos, la Fórmula 1 ha podido superar a todos los eventos deportivos emitidos en España sin demasiadas complicaciones, tanto en la media del seguimiento como en los puntos álgidos, todos protagonizados por equipos nacionales o por otros de los mejores deportistas de sus respectivos deportes, como el tenista manacorí.

Si lo analizamos con respecto al campeonato de MotoGP, la carrera más vista de la historia es la del Gran Premio de la Comunidad Valenciana de 2015, la última del año en la que Jorge Lorenzo se jugaba el título mundial contra su compañero de equipo, Valentino Rossi, sobre el que había mucha polémica por un accidente con Marc Márquez que le hacía salir desde la última posición por una sanción. Esa cita fue seguida por 5.903.000 espectadores de media, con un 53,5% del share, lo que está muy lejos del Gran Premio de Brasil de 2006 de Fórmula 1 pese a que un piloto español se llevó el triunfo (https://www.elconfidencial.com/multimedia/album/television/2015-12-31/las-diez-emisiones-mas-vistas-del-ano-2015-en-television-de-los-debates-politicos-a-eurovision-pasando-por-el-principe_1128411#0).

En una comparación directa de las primeras carreras de la temporada 2023 en ambas categorías, las cuatro ruedas ganan por goleada, con sus 685.000 espectadores de media, mientras que MotoGP tan solo obtenía 315.000 personas en las retransmisiones en la misma plataforma de DAZN y se incluye el Gran Premio de Italia que, al igual que el Gran Premio de España de Fórmula 1, fue en la televisión en abierto. La prueba en

Mugello tuvo una media de 780.000 espectadores, una cifra muy inferior a la celebrada en el Circuit de Barcelona-Catalunya, que tuvo a 3.151.000 personas.

4.5 La influencia de las redes sociales e Internet en el seguimiento de la Fórmula 1 en España

Las redes e internet, como aseguró el antiguo presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, “se han convertido en las herramientas más poderosas para amplificar voces, compartir ideas y difundir mensajes, permitiendo que cualquier tema pueda alcanzar una audiencia global en cuestión de segundos”.

Siguiendo esa base, cualquier cosa puede alcanzar un nivel mundial rápidamente, por lo que lo que se comenta en las redes sociales ha tenido un impacto en el crecimiento de la Fórmula 1. Sin embargo, al no tratarse de una vía de comunicación tan seria y profesional como un medio de comunicación, son los propios usuarios los que crean un universo mediante sus opiniones, imágenes, vídeos, etc.

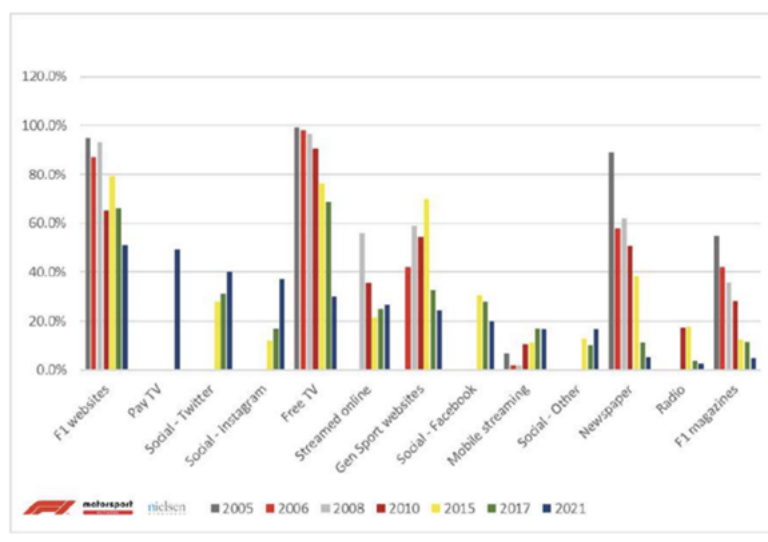
Eso ocurre con la Fórmula 1, que ha estado en las tendencias de España en las diferentes ocasiones en las que había una carrera o un acontecimiento importante, ya sin importar si un piloto tenía una nacionalidad u otra. En eso ha ayudado el programa seguido por Liberty Media, los propietarios del campeonato desde 2017, cuando compraron los derechos a Bernie Ecclestone, y los estadounidenses comenzaron a sacar partido de sus cuentas oficiales.

Todo eso se puede ver a través del informe de SportsValue y Zing Data Driven Platform (<https://bigdatasports.media/2021/03/26/formula-1-el-80-por-ciento-del-fan-engagement-de-las-escuderias-pertenece-al-circuito-de-instagram/>), en el que se asegura que los equipos tienen un acumulado de 86 millones de seguidores a fecha de 2021, mientras que el conjunto de los veinte pilotos en aquel entonces poseía 82 millones, con un volumen de unas 57 millones de interacciones en un periodo que comprendía el inicio de la temporada y los tres meses posteriores. Sin embargo, la gran imagen sobre el cambio digital de la Fórmula 1 se aprecia en el análisis de Nielsen Sport y Motorsport Network (<https://cdn-1.motorsportnetwork.com/survey/2021/2021-f1-global-fan->

[survey-motorsportnetwork.pdf](#)), donde se ve cómo han evolucionado los consumos de la categoría por las diferentes vías.

En el gráfico en el que comparan los distintos medios para consumir contenido relacionado con la Fórmula 1, hay una clara tendencia al alza de las redes sociales como Twitter e Instagram en la era moderna, con cerca de un 40% de usuarios totales en esas plataformas, que choca con menos del 5% de medios tradicionales como los periódicos, la radio o las revistas.

Figura X. Porcentaje de consumo de Fórmula 1 en cada plataforma



Fuente: Global F1 Fan Survey 2021

Por otro lado, los portales especializados en la categoría tienen en torno al 50% de los aficionados en 2021, y ese crecimiento se puede ver en la cantidad de visitas anuales a Motorsport.com España, el lugar perteneciente a Motorsport Network desde que la compañía lo adquirió en marzo de 2016. La importancia de Internet y su desarrollo ha estado marcado por la evolución digital y la estrategia de Liberty Media de tener más público joven, y un portal web puede ser el claro ejemplo de ello.

Desde la creación del sitio web hasta cumplir con su primer año de vida, la cantidad de visitas recibidas fue de 1,8 millones, en una época en la que la Fórmula 1 no estaba en el mejor de sus momentos en el país en el que operaba, pero se vio un desarrollo con el paso a 2017, en el cambio de los desastrosos motores Honda a Renault para el equipo de Fernando Alonso y el fichaje de Carlos Sainz por la escudería francesa, hechos que, sin duda, hicieron crecer el interés por el campeonato entre los usuarios españoles.

Tras ese inicio con resultados esperanzadores para el desarrollo del campeonato en la web española, le siguió otro año de expansión con unas 3,9 millones de visitas, que tuvieron que ver con el último curso de Fernando Alonso en la máxima categoría del automovilismo y el paso de su compatriota a McLaren para sustituirlo, seguido de otra campaña 2019 que se vio fortalecida por el primer podio de Carlos Sainz, la batalla entre Ferrari y Mercedes por el título, la polémica de los motores con la escudería italiana y las victorias del asturiano en el WEC.

Ese año se cerró con 5,5 millones de visitas, un número similar al de 2020, en el que todo estuvo marcado por la pandemia de la COVID-19 que, a pesar de que mantuvo a las personas aisladas en sus hogares pasando más tiempo navegando en la red, no había noticias deportivas porque no se celebraban las carreras. No obstante, cuando comenzó la actividad, se sucedieron las noticias en torno a los movimientos del mercado de fichajes, con la contratación de Carlos Sainz por parte de Ferrari, el regreso de Fernando Alonso a la Fórmula 1 y el séptimo título mundial de Lewis Hamilton para empatar a Michael Schumacher como el piloto con más en toda la historia.

En 2021 es donde se nota ese crecimiento exponencial, beneficiado por la pelea hasta la última vuelta de la carrera final en el Gran Premio de Abu Dhabi entre Max Verstappen y Lewis Hamilton, además de, interés en el regreso a Alpine el asturiano y el primer curso con el madrileño con el mono rojo de Ferrari. A lo largo de esos doce meses, hubo un acumulado de 10 millones de visitas al portal web, el mismo número que en 2022, aunque este tuvo la excepción de que no hubo mucha pelea por las posiciones de cabeza, que es lo que realmente generaba más visitas.

Además, esa nueva era digital en la Fórmula 1 se ve fortalecida por la disminución de la edad media en el público, acostumbrado con los nuevos modos de comunicación y consumo. La media se coloca en unos 32 años, cuatro menos que la medición que se hizo en 2017, y un 25% de los encuestados por Nielsen Sport aseguró que el deporte gozaba de una mejor salud que un lustro atrás, aunque era el 59% de los menores de 35 años los que estaban de acuerdo con esa afirmación.

“Gracias a Internet y a las redes sociales, cualquier persona en cualquier lugar puede convertirse en un aficionado. En Motorsport Network lo identificamos hace tiempo, y por eso hemos creado nuestras comunidades globales de automovilistas en todo el mundo; y ellos han hablado”, dijo el presidente de Motorsport Network, James Allen, para corroborar la importancia de los medios digitales e Internet en el crecimiento de la Fórmula 1, ya no solo en España, sino en todo el planeta.

4.6 Análisis del flujo de espectadores en los circuitos españoles en la Fórmula 1

El seguimiento de la Fórmula 1 en España también puede analizarse según la cantidad de espectadores que visitaron los circuitos a lo largo de los años, en concreto desde que hubo un acceso controlado y contabilizado a las pistas españolas. Desde el ingreso del Circuit de Barcelona-Catalunya en el calendario en 1991, alrededor de seis millones de personas se desplazaron para ver la carrera en sus más de tres décadas de historia, pero con claras tendencias en la evolución de sus asistentes.

La primera de las citas que se celebraron en suelo barcelonés reunió a 79.000 personas con entradas a 6.000 pesetas, lo que serían unos 36 euros en la actualidad, pero un curso después se vio un bajón en el número, probablemente por la celebración de los Juegos Olímpicos en la misma ciudad, por lo que los aficionados optaron por uno u otro evento. Las temporadas posteriores fueron en auge, además de porque se comenzó su retransmisión televisiva en abierto en España, porque se vivía el comienzo de la andadura de Michael Schumacher, que se proclamó como el sucesor de Ayrton Senna con sus títulos mundiales, con el equipo Ferrari en su lucha directa contra Mika Hakkinen.

Tras ese periodo con una asistencia de entre 100.000 y 150.000 espectadores, se estrenaban los pilotos españoles en la categoría, primero con Pedro Martínez de la Rosa y Marc Gené en 1999, con unas 160.000 personas en las gradas, y después con Fernando Alonso, ya en 2001. Ese fue el año en el que más se notó el crecimiento de la Fórmula 1 en cuanto a la afluencia a los circuitos, llegando a los 200.000 espectadores en el gran premio local, pero realmente fue con su debut en la escudería Renault cuando explotó el seguimiento del campeonato, que se vio reflejado en la cantidad de espectadores en la carrera española.

En 2003, el año en el que el asturiano conseguiría su primera victoria en la Fórmula 1, 250.000 personas pasaron por el Circuit de Barcelona-Catalunya a lo largo del fin de semana, con 257.000 la temporada siguiente para intentar ver al héroe local en las posiciones de podio, como ya hizo en la anterior edición. Eran números de récord, aunque faltaba el trienio dorado del 2005 al 2007, cuando se superaron las 300.000 personas en las gradas y el fenómeno de la ‘Marea Azul’, con miles de aficionados vestidos de azul y amarillo, los colores de Renault y de la bandera de Asturias, para apoyar al ovetense en las campañas en las que ganó dos títulos mundiales.

El pico máximo se alcanzó en 2007, con hasta 345.000 espectadores en la pista catalana, aunque al no tener un monoplaza competitivo en los siguientes años, el número fue hacia abajo, con 317.000 aficionados en 2008 y con 203.000 en 2009. Sin embargo, la ilusión y el lleno en las gradas regresó cuando Fernando Alonso fichó por Ferrari y en la parrilla había hasta tres pilotos locales, con Jaime Alguersuari y Pedro Martínez de la Rosa, para un total de 226.000 personas en 2010.

Esas cifras se mantuvieron relativamente estables durante el paso del asturiano por la escudería de Maranello, pero al no jugarse el campeonato ni haber ganado en años anteriores, sumado a la pérdida de los otros españoles en la Fórmula 1, fueron decreciendo para regresar a menos de 200.000 durante el fin de semana del Gran Premio de España. A eso se le sumaba que se celebraba una segunda carrera en el territorio, el Gran Premio de Europa en Valencia, a pocos cientos de kilómetros, lo que también hizo segmentar al público y, como en el caso en el que eligieron entre las carreras o los Juegos Olímpicos, se decidían entre viajar a Barcelona a la ciudad valenciana.

Pelear por el mundial hasta la última cita en 2012 y una victoria en el Gran Premio de China permitió al trazado de Barcelona volver a reunir a una buena cantidad de personas, llegando a más de 200.000 en 2013, pero no se volvieron a esos niveles en los cursos posteriores debido al poco éxito de los españoles en la categoría.

El 2014 significó el regreso a las asistencias de principios de la década de los 2000, cuando no había ningún representante español luchando por cosas importantes en la Fórmula 1, y eso fue bajando en 2015 a pesar de estreno de Carlos Sainz y la firma de Fernando Alonso por McLaren-Honda. Esa temporada se contabilizaron 189.000 espectadores, con 165.000 al curso siguiente después de que la asociación anglo-japonesa no fuera demasiado exitosa, aunque hubo un leve repunte una vez que Ferrari protagonizó algo de lucha contra Mercedes por la victoria en 2017, cuando casi se alcanzan los 180.000 aficionados en las gradas del Circuit de Barcelona-Catalunya.

En 2018 se mantuvo estable, con un total de 172.000 personas llenando la pista, pero con la retirada del que había sido el exponente principal del campeonato en España, Fernando Alonso, el número volvió a bajar a los 165.000, con unas temporadas de 2020 y 2021 en las que poco se pueden tener en cuenta por la nula o escasa afluencia de público obligada por la pandemia de la COVID-19, aunque lo más probable es que eso se hubiera mantenido igual sin españoles peleando por triunfos.

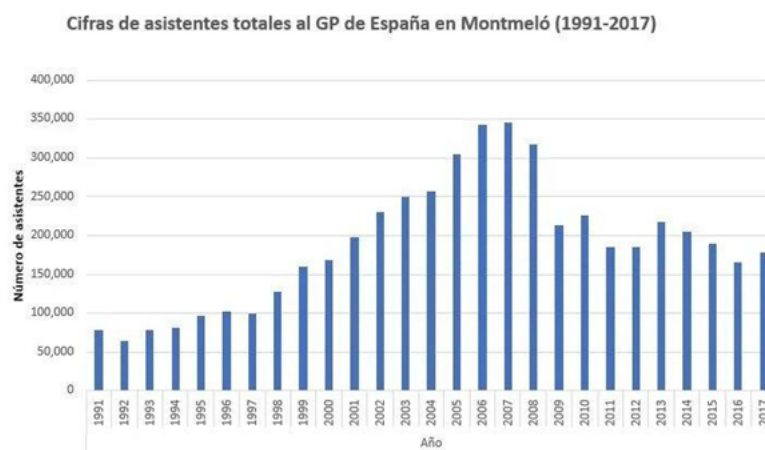
El Gran Premio de España de 2022 fue otra historia, registrando a 292.000 espectadores entre los tres días de actividad en la pista, lo que fue la cuarta mejor cifra en la historia, hasta que llegó el 2023, en el que se superaron por solo unos cientos al año anterior. Los motivos que provocaron ese aumento en los aficionados fue el tener a dos representantes nacionales en monoplazas competitivos como eran el Ferrari de Carlos Sainz y, sobre todo, el Aston Martin de Fernando Alonso.

Por si eso fuera poco, la Fórmula 1 creó la primera exposición mundial en Madrid, que abrió sus puertas el 24 de marzo de 2023 para un pasaje de unos 90 minutos de duración en los que se presenta toda la historia del campeonato. Situado en el complejo IFEMA, que también presentó su candidatura para albergar una carrera de la categoría a partir de

2026, fue “un momento importante en la historia de la Fórmula 1”, como aseguró el presidente del deporte, Stefano Domenicali, y sirvió como plataforma para dar a conocer todavía más el campeonato en el territorio nacional.

“El lanzamiento de esta exposición internacional de clase mundial permite a más aficionados de todo el mundo que se enamoren de la Fórmula 1, a la vez que nos proporciona la plataforma perfecta para honrar la increíble historia del deporte. Quiero dar las gracias a todos los que han contribuido a este proyecto y han ayudado para construir una exposición que capta el corazón y el alma del deporte que todos amamos”, indicó en el comunicado de la Fórmula 1 el italiano.

Figura XI. Cifras de asistentes totales al GP de España en Montmeló (1991-2017)



Fuente: Adrià Roldán

La asistencia al Gran Premio de España de Fórmula 1 también se puede comparar con la del Gran Premio de España de MotoGP en Jerez, con números muy similares en el principio de la década de los 2000 con unos 200.000 espectadores por carrera, llegando a picos de 263.000 en 2009, cuando había una pelea directa por el título mundial entre un español, Jorge Lorenzo, y uno de los mitos del motociclismo, Valentino Rossi, pero nunca se llegaron a esos picos de público como sucedió en el Circuit de Barcelona-Catalunya. Una de las razones también es que se celebran varias citas al año de motociclismo en el país, pero ni tener a muchos españoles en la batalla por la victoria

hizo que se acercaran al trazado andaluz 350.000 personas como sí sucedió con la Fórmula 1.

Figura XII. Asistencia al GP de España de MotoGP en Jerez de la Frontera (2001-2023)

ASISTENCIA AL GRAN PREMIO				
Año	viernes	sábado	domingo	Total
2023	21.479	62.375	79.625	163.479
2022	19.972	44.997	58.132	123.101
2019	21.607	54.899	75.047	151.513
2018	21.602	51.291	71.878	144.771
2017	11.655 *	49.504	68.731	129.890
2016	11.155	45.750	63.350	120.255
2015	44.247	76.772	122.551	243.570
2014	41.334	71.081	117.001	229.416
2013	38.886	68.875	111.259	219.020
2012	17.302 *	63.130 *	103.728 *	184.160
2011	23.670	86.512	123.750 *	233.932
2010	25.152	85.470	122.048	232.670
2009	38.720	101.588	123.340	263.648
2008	16.641	94.800	131.563	243.004
2007	17.082	95.231	132.168	244.461
2006	16.502	94.311	131.162	241.975
2005	15.112	95.031	127.089	237.232
2004	10.051 *	71.952 *	124.933 *	206.936
2003	3.267	71.634	128.423	203.324
2002	3.108	71.231	127.079	201.418
2001	3.000	70.000	126.000	199.000



(*) Con lluvia. Desde 2016 con Mamen Sánchez en la Alcaidía.

Ciao, Vale. MANUEL ARANDA

Elaboración: Manuel Aranda

4.7 Análisis del impacto de los pilotos españoles en las categorías inferiores del automovilismo nacional

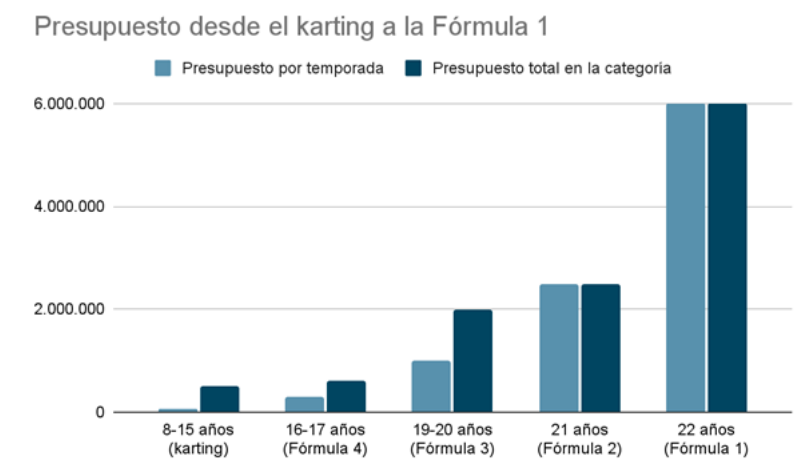
El primer representante a nivel mundial en el automovilismo de España es, sin lugar a dudas, Carlos Sainz, quien dio visibilidad al deporte en el país con sus dos títulos mundiales del Campeonato del Mundo de Rally, y aunque fue en la década de 1990, eso permitió a muchos jóvenes soñar con que se podía llegar a la élite siendo español. No obstante, uno de los factores principales para alcanzar es la cantidad de patrocinadores que uno obtenía, puesto que según las estimaciones realizadas, ser piloto de Fórmula 1 cuesta entre 13 y 15 millones de euros.

Esa cifra se alcanza a través de los acuerdos con varias empresas, y aunque no son datos oficiales ni exactos, fue algo que ocurrió con Pedro Martínez de la Rosa y Marc Gené, con Repsol y Telefónica respectivamente en el año 1999. En el caso de la energética, realizaron un pago de cerca de 1.300 millones de pesetas, unos ocho millones de euros al cambio, por lo que se puede comprobar la importancia de tener un buen respaldo

detrás para convertirse en uno de los elegidos para estar en la parrilla más cotizada del mundo.

Esa cantidad es la total, teniendo en cuenta el paso por las categorías inferiores, dividida en unos 250 euros por cada hora de entrenamiento en un kart, el vehículo más básico en la escalera hasta el Gran Circo, los 250.000 euros para participar en competiciones de karting internacionales, alrededor de 300.000 euros por cada temporada de Fórmula 4, entre 900.000 y 1,3 millones de euros anuales para la Fórmula 3, y dos o tres millones de euros para la Fórmula 2, el último paso hasta la máxima categoría. Esos números son proporcionados por alguien que lo sabe muy bien, Ralf Schumacher, el hermano del siete veces campeón del mundo de Fórmula 1, Michael, puesto que él también llegó al campeonato y su familia se trasladó a vivir cerca de una pista de karting para alimentar ese talento que sus hijos tenían. Además, el alemán gestiona un equipo de categorías inferiores y trató que su hijo David llegara a la Fórmula 1.

Figura XIII. Presupuesto desde el karting a la Fórmula 1



Fuente: elaboración propia

Así pues, si todo va bien y no se repite una campaña en la Fórmula 2, cosa que se suele hacer porque no es común dar el salto directo a la Fórmula 1, son en torno a unos doce millones de euros la cuenta, que se paga, o bien con el patrimonio de las familias, o con lo que aportan los patrocinadores, quienes se arriesgan a poner su dinero, pero si la operación sale bien, conseguirán beneficios con los futuros contratos, como sucedió con

Telefónica y Fernando Alonso, McLaren con Lewis Hamilton o Jumbo con Max Verstappen.

4.8. Similitudes del caso Fernando Alonso con el de Max Verstappen

Algo parecido a lo que pasó en España con Fernando Alonso a mediados de la década de los 2000, en Países Bajos apareció un piloto que se convertiría en uno de los más laureados de la historia desde muy joven. Es el caso de Max Verstappen, al que se le atribuyen muchas similitudes con el ovetense, puesto que ambos vencieron a un heptacampeón del mundo para hacerse con su primer título (a Michel Schumacher y Lewis Hamilton respectivamente), con una edad muy parecida, y siendo los primeros de sus nacionalidades en ser campeones del mundo.

El neerlandés permitió el regreso de la máxima categoría del automovilismo a su nación después de 36 años de ausencia en el calendario, cuando la Fórmula 1 dejó de visitar el circuito de Zandvoort en agosto de 1985. A partir de 2021 se vivió una auténtica fiesta, que aunque ya se veía reflejada en las gradas de los países vecinos, como Austria (sede de la carrera de casa para el equipo de Max Verstappen, la escudería Red Bull) o Bélgica (país de nacimiento del piloto), faltaba la guinda del pastel. Sin embargo, no fue tanto como se esperaba debido a la pandemia de la COVID-19, que obligó a tener una asistencia reducida al 67% del total de la capacidad para el trazado de Zandvoort (<https://es.motorsport.com/fl/news/gp-holanda-publico-espectadores-aforo/6647039/>).

Así pues, el evento de 2022 es el que se puede tomar como auténtica referencia, cuando se reunieron más de 300.000 personas en el trazado neerlandés, unas cifras que van en la línea con las de los grandes premios de España en los que su héroe local estaba en lo más alto. Además, el circuito se vio obligado a incrementar el número de asientos disponibles en unos 30.000 debido a la demanda de entradas para ver a Max Verstappen, quien precisamente ganó aquella carrera para hacer crecer más la Fórmula 1 en Países Bajos.

Las audiencias televisivas en dicho territorio también fueron en aumento con el éxito de su piloto, puesto que se experimentó un auge del 81% tan solo en la temporada en la que el holandés se hizo con su primer título mundial en 2021 (<https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1-announces-tv-race-attendance-and-digital-audience-figures-for-2021.1YDpVJIOHGnuok907sWcKW.html>). Todo ese reconocimiento hacia Max Verstappen se certificó con la condecoración del Premio Laureus en 2022 al mejor deportista masculino, el mayor reconocimiento deportivo a nivel mundial, superando a nombres que son leyendas como Novak Djokovic, Tom Brady, Robert Lewandowski o Eliud Kipchoge.

Son simples parecidos que refrendan lo que puede hacer el éxito a nivel mundial de un solo deportista puede hacer para que un país se fije y una modalidad deportiva pase de ser minoritaria a ser algo de masas.



5. CONCLUSIONES

La hipótesis principal nos llevaba a pensar que la expansión de la Fórmula 1 en España se produjo a partir de los logros y el éxito de un piloto nacional, y así acabó ocurriendo a partir de principios de la década de los 2000, cuando apareció en escena Fernando Alonso y revolucionó el automovilismo español. A través de todos los datos se puede apreciar cómo las carreras de monoplasas no estaban para nada arraigadas en el territorio nacional, tan solo se celebraban grandes premios sin una afluencia de público masiva, pero con el auge del piloto asturiano comenzó una época de bonanza para este deporte, que se vio beneficiado también del crecimiento de los medios de comunicación alrededor de la Fórmula 1, a pesar de que el fútbol era lo más seguido en el país.

El estreno de Fernando Alonso en la categoría conllevó un incremento de asistentes totales al Gran Premio de España de Fórmula 1, pasando de poco más de 150.000 espectadores en el Circuit de Barcelona-Catalunya a rozar los 200.000 aficionados en las gradas durante el fin de semana, que, en el año de su primer triunfo, el 2003, y con un podio, esa cifra llegó a los 250.000. Sin embargo, aún faltaba todavía más por crecer, y en las temporadas en las que conquistó sus títulos mundiales, y en los que los defendió, se quedaron cerca de los 350.000 asistentes, en 2006 y 2007, muy superior a aquellas campañas en donde ningún español se jugaba algo, como en el punto más bajo de la era moderna, en 1992, con apenas 60.000 aficionados en las tribunas.

La primera victoria de Fernando Alonso en 2003 supuso un antes y un después, que se confirmó con sus dos títulos mundiales unos años después, lo que se tradujo en audiencias millonarias que iban en aumento con las retransmisiones gratis y en abierto, como ocurrió con las emisiones de Telecinco, en donde se llegaban a cifras con el 48,4% del share en las carreras en 2006 y más de cuatro millones de espectadores, o incluso lograron reunir el 56% del share, con más de ocho millones y medio de personas, en el Gran Premio de Brasil de ese año, la cita en la que sentenció su segundo título mundial de Fórmula 1, lo que está muy por encima de épocas pasadas en donde no había ningún piloto español con opciones a ganar, o incluso en la era moderna en donde el asturiano no tenía un coche competitivo, con menos de 200.000 espectadores de media en la temporada 2016, coincidiendo con el fin del campeonato en la televisión en abierto a través de la llegada de Movistar F1 como única cadena con sus derechos, en donde había que pagar su suscripción.

A eso hay que sumarle la atención que se le dedicaba en los medios deportivos más importantes y leídos del momento, que incluso dedicaban portadas a esas gestas españolas en la Fórmula 1, y aunque en el motociclismo también triunfaban pilotos nacionales, al ser más quienes protagonizaban las victorias, no se les prestaba tanta atención por ser un hecho que se repetía más, con lo que se eliminaba el factor de ‘exclusividad’ y ‘especial’ en una modalidad. A pesar de ser uno de los medios dedicado casi exclusivamente a la información futbolística, con lo que era muy complicado aparecer en la portada, Fernando Alonso consiguió salir 19 veces en el primer plano de MARCA en la temporada 2010, cuando se jugaba el título con Ferrari,

por lo que se aprecia aún más la atención que se prestaba en compañías en donde buscaban beneficios a través de otro tipo de deportes más tradicionales, a pesar de que en motociclismo, durante ese mismo año, se consiguieron hasta tres campeonatos del mundo, y solo el 11 de octubre, el día después a la gesta de Jorge Lorenzo y Toni Elías, tuvo presencia en la portada, una en la que se hacía una referencia a la Fórmula 1. Además, durante ese año, era aún más difícil estar en los focos principales de un medio así, puesto que Cristiano Ronaldo llegó al Real Madrid C.F., se intensificó la pelea contra el F.C. Barcelona, y se disputó la Copa del Mundo de la FIFA de Sudáfrica 2010, en donde la Selección Española de Fútbol consiguió su primera victoria.

En cuanto al éxito de un solo piloto de una nacionalidad y el aumento de interés en todo un país por sus victorias, hay muchas similitudes entre el caso Fernando Alonso y el de Max Verstappen, quienes hicieron que la Fórmula 1 pasara de ser algo minoritario en sus países a ser algo de masas, con unas afluencias de público que se contaban por cientos de miles en las pistas. El neerlandés aumentó un 81% las audiencias de las carreras en 2021, cuando consiguió su primer título mundial, algo muy parecido a lo que ocurrió con el español en la época del 2003 al 2007, en donde estaba en posiciones muy cercanas al podio y la victoria, mientras que la asistencia a los circuitos incrementó en ambas situaciones, con números muy cercanos entre sí de unos 300.000 espectadores en los grandes premios locales, aunque en el caso de Max Verstappen, su efecto fue incluso superior porque logró que el campeonato tuviese en el calendario un Gran Premio de Países Bajos, cosa que no sucedía desde 1985.

6. BIBLIOGRAFÍA

Allen, J. (2021). *Declaraciones sobre la importancia de Internet y las redes sociales en el crecimiento de la Fórmula 1*. Motorsport Network.

Alvear Acevedo, F. (1982). *Historia del periodismo en el mundo*. Editorial Universitaria.

AS. (2005). *El GP de San Marino alcanzó un pico de más de 7 millones*. Recuperado de https://as.com/motor/2005/04/26/mas_motor/1114530623_850215.html

Asociación Española de Baloncesto. (2019). *El encuentro más visto de baloncesto en la historia de España*.

Big Data Sports. (2021). Fórmula 1: El 80 por ciento del fan engagement de las escuderías pertenece al circuito de Instagram. *Big Data Sports*. Recuperado de <https://bigdatasports.media/2021/03/26/formula-1-el-80-por-ciento-del-fan-engagement-de-las-escuderias-pertenece-al-circuito-de-instagram/>

Bonaut, J. (2008). La presencia de la Fórmula 1 en la televisión española: Desde TVE hasta la era digital. *Revista de Comunicación Audiovisual*, 15(3), 123-145.

Bustamante, E. (2008). *La transformación de la televisión en España: Historia y futuro*. Editorial Complutense.

Chartbeat | *Sign in.* (s. f.).
<https://chartbeat.com/publishing/historical/es.motorsport.com/>

Domenicali, S. (2023). *Declaraciones sobre la exposición mundial de Fórmula 1 en Madrid*.

El Confidencial. (2015). Las diez emisiones más vistas del año 2015 en televisión: De los debates políticos a Eurovisión, pasando por *El Príncipe*. *El Confidencial*. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/multimedia/album/television/2015-12-31/las-diez-emisiones-mas-vistas-del-ano-2015-en-television-de-los-debates-politicos-a-eurovision-pasando-por-el-principe_1128411#0.

El Diario. (2010). La selección española gana la Copa Mundial de la FIFA y marca un récord de audiencia en televisión. *El Diario*. Recuperado de https://www.eldiario.es/vertele/audiencias-tv/espana-millones-visto-historia-tv_1_7757685.html.

El Mundo. (2008). El Gran Premio de Brasil bate récords de audiencia en España. *El Mundo*.

Europa Press. (2012). Victoria de España: El partido de fútbol más visto de la historia. *Europa Press*. Recuperado de <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-victoria-espana-partido-futbol-mas-visto-historia-20120702105325.htm>.

F, S. (s. f.-a). *Barcelona* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-barcelone.aspx>

F, S. (s. f.-a). *España - Pilotos* • *STATS F1*.
<https://www.statsf1.com/es/espana/pilote.aspx>

F, S. (s. f.-a). *España* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/espana.aspx>

F, S. (s. f.-a). *Estadísticas pilotos* • *STATS F1*.
<https://www.statsf1.com/es/statistiques/pilote.aspx>

F, S. (s. f.-b). *Temporadas* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/saisons.aspx>

F, S. (s. f.-c). *Grandes Premios España* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/grand-prix-espana.aspx>

F, S. (s. f.-g). *Jarama* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-jarama.aspx>

F, S. (s. f.-h). *Jerez de la Frontera* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-jerez-de-la-frontera.aspx>

F, S. (s. f.-i). *Montjuïc Park* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-montjuic-park.aspx>

F, S. (s. f.-j). *Pedralbes* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-pedralbes.aspx>

F, S. (s. f.-l). *Valencia* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/circuit-valencia.aspx>

F, S. (s. f.). *Grandes premios* • *STATS F1*. <https://www.statsf1.com/es/grands-prix.aspx>

F1, MotoGP y toda la actualidad del motor | Motorsport.com España. (s. f.). F1, MotoGP y Toda la Actualidad del Motor | Motorsport.com España. <https://es.motorsport.com/>

Formula 1. (2021). Fórmula 1 anuncia cifras de asistencia a las carreras y de audiencia digital para 2021. *Formula 1.* Recuperado de <https://www.formula1.com/en/latest/article.formula-1-announces-tv-race-attendance-and-digital-audience-figures-for-2021.1YDpVJIOHG Nuok907sWcKW.htm>

Fraile, J. (2003). *Declaración en la retransmisión del Gran Premio de Hungría.* Televisión Española (TVE).

La Vanguardia. (2015). Evolución de los asistentes al GP de España de Fórmula 1 en Montmeló. *La Vanguardia.* Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vangdata/20150505/54430406919/evolucion-asistentes-gp-espana-formula-1-montmelo.html>

Lobato, A. (2015). *Volando sobre el asfalto: Los años que tocamos la gloria en la Fórmula 1.* Editorial Planeta.

Marco, Á. (1996). *Declaración sobre las retransmisiones de la Fórmula 1 en España.* Telecinco.

Motorsport Network. (2021). *2021 F1 Global Fan Survey.* Recuperado de <https://cdn-1.motorsportnetwork.com/survey/2021/2021-f1-global-fan-survey-motorsportnetwork.pdf>

Motorsport.com. (2022). Gran Premio de Holanda: Público y espectadores al aforo. *Motorsport.com.* Recuperado de <https://es.motorsport.com/f1/news/gp-holanda-publico-espectadores-aforo/6647039/>

Mucientes, X. (1992). *El impacto de los Juegos Olímpicos de Barcelona en la evolución de la televisión en España*. Editorial Comunicación y Sociedad.

Punto de Break. (2020). La final Nadal-Djokovic reunió a más de 2 millones de espectadores en España. *Punto de Break*. Recuperado de <https://www.puntodebreak.com/2020/10/13/final-nadal-djokovic-reunio-mas-2-millones-espectadores-espana>

Rasueros, P. (2014). *La evolución de las retransmisiones deportivas en España: De los inicios al auge de la Fórmula 1*. Editorial Comunicación Deportiva.

Rodríguez, J. (2015). *Evolución de la televisión en España y el impacto de los deportes en las audiencias*. Editorial Televisión Española.

Rojas Torrijas, M. (2014). *El periodismo deportivo: Historia y análisis de su desarrollo*. Editorial Deporte y Comunicación.

Rojas, M. (2012). *El periodismo deportivo televisivo: Entre la información y el espectáculo*. Editorial Deporte y Comunicación.

Telecinco. (2004). *Informe anual: Retransmisiones deportivas y audiencia de Fórmula 1*. Gestevisión Telecinco.

Telecinco. (2005). *Informe anual: Retransmisiones deportivas y audiencia de Fórmula 1*. Gestevisión Telecinco.

Telecinco. (2006). *Informe anual: Retransmisiones deportivas y audiencia de Fórmula 1*. Gestevisión Telecinco.

Telecinco. (2007). *Informe anual: Retransmisiones deportivas y audiencia de Fórmula 1*. Gestevisión Telecinco.

Zavala, J. (2011). *El periodismo de masas: Análisis del fenómeno deportivo*. Editorial Hispana.

7. ANEXOS

Anexo 1: accidente fatal de Rolf Stommelen que desembocó en que la Fórmula 1 tan solo visitara circuitos permanentes en España, primero en Madrid y después en Jerez.

<https://www.youtube.com/watch?v=wznN4kLa59I>



Anexo 2: retransmisión televisiva de Telecinco del Gran Premio de San Marino 1994 de Fórmula 1, en la que se narró la muerte en directo de Ayrton Senna.

<https://www.youtube.com/watch?v=oBgC2tySez4>



Anexo 3: retransmisión televisiva de La 2 del Gran Premio de Hungría 2003 de Fórmula 1, la que fue la primera victoria en la categoría de Fernando Alonso para convertirse en el piloto más joven de la historia en ganar una carrera.

https://www.youtube.com/watch?v=4nYMK_Bt3M8&t=178s



Anexo 4: retransmisión televisiva en Telecinco del Gran Premio de Brasil 2005 de Fórmula 1, la carrera narrada por Antonio Lobato en la que Fernando Alonso se convirtió en campeón del mundo por primera vez.

<https://www.youtube.com/watch?v=qnZ5hzzSi1c>



Anexo 5: recopilación de portadas del diario MARCA desde el año 1999, cuando Fernando Alonso probó por primera vez un monoplaza de Fórmula 1, hasta el 2023, cuando el piloto español dio el paso a Aston Martin.

Anexo 6: recopilación de portadas de los diarios de Países Bajos (De Telegraaf, de Volksrant y NRC) del día después desde que Max Verstappen se proclamó campeón del mundo de Fórmula 1 de la temporada 2021 tras llegar empatado a puntos a la última carrera con Lewis Hamilton.