



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Cobertura de los eventos futbolísticos: Perfil profesional del periodista deportivo actual**

**Daniel Sánchez García**

**Tutora: Dra. Virginia Martín Jiménez**

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

**Curso: 2022-23**

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	1
1.1. Justificación del trabajo	1
1.1.1. Motivación personal	1
1.1.2. Impacto social	2
1.2. Objetivos	3
1.3. Fundamentos teórico-académicos	4
1.3.1. Periodismo deportivo: origen y evolución	4
1.3.2. Nuevos perfiles profesionales en el periodismo deportivo	6
<b>2. PLAN DE TRABAJO</b>	8
2.1. Preproducción	8
2.2. Temporalización	11
2.3. Entrevistas personales a periodistas deportivos	13
2.4. Producción	16
2.5. Postproducción	17
<b>3. CONCLUSIONES</b>	18
<b>4. REFERENCIAS</b>	19
<b>5. ACCESO AL TRABAJO PROFESIONAL REALIZADO</b>	23

# **Cobertura de los eventos futbolísticos: Perfil profesional del periodista deportivo actual**

**AUTOR:** Daniel Sánchez García

**TUTORA:** Dra. Virginia Martín Jiménez

## **RESUMEN**

El papel del periodista deportivo siempre ha tenido una relevancia importante en la profesión, marcada por los diferentes eventos y coberturas deportivas que han tenido lugar en la historia. El objetivo de este Trabajo Fin de Grado es dar a conocer, a modo introductorio, los diferentes tipos de perfiles en el periodismo deportivo que ha habido en la historia, y especialmente, el papel del periodista deportivo actual. A su vez, será de vital importancia la adaptación por parte del periodista a las nuevas plataformas digitales, especialmente a *YouTube* y *Twitch*. No obstante, también darán su visión de la realidad mediante una serie de entrevistas a diferentes periodistas deportivos para que puedan aportar una visión más real de la situación actual de los nuevos perfiles específicos necesarios para llevar a cabo de forma completa la profesión. Todo esto se ofrecerá mediante el *podcast*, uno de los formatos más consumidos hoy en día por la sociedad, según datos recientes de *Spotify*.

## **PALABRAS CLAVE**

Periodismo deportivo, Podcast, Tecnologías, Coberturas futbolísticas, Perfiles profesionales

## **Coverage of football events: Professional profile of the current sports journalist**

**AUTHOR:** Daniel Sánchez García

**TUTOR:** Dra. Virginia Martín Jiménez

### **ABSTRACT**

The role of the sports journalist has always had an important relevance in the profession, marked by the different events and sports coverage that have taken place throughout history. The aim of this Final Degree Project is to introduce, by way of introduction, the different types of profiles in sports journalism that have existed throughout history, and especially, the role of the current sports journalist. At the same time, it will be of vital importance the adaptation of the journalist to the new digital platforms, especially *YouTube* and *Twitch*. However, they will also give their vision of reality through a series of interviews with different sports journalists so that they can provide a more realistic view of the current situation of the new specific profiles needed to fully carry out the profession. All of this will be offered via *podcast*, one of the formats most consumed by society today, according to recent data from *Spotify*.

### **KEYWORDS**

Sport Journalism, Podcast, Technologies, Football coverage, Professional profiles

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Justificación del trabajo

### 1.1.1. Motivación personal

El tema a tratar en el presente trabajo, está compuesto, por un lado, de las coberturas futbolísticas, tratando su origen y repasando su evolución, así como la del periodismo deportivo en general. Por otro lado, se hablará del perfil profesional del periodista deportivo actual, analizando con periodistas expertos en esta rama, las claves del nuevo periodismo, así como, del papel de las nuevas tecnologías en el mundo de la comunicación de hoy en día.

El tema a tratar es de especial interés ya que el periodismo deportivo y sus coberturas en el deporte, en especial en el fútbol, es algo que ha cambiado de forma notoria con respecto a los años. Es interesante analizar su evolución para, a continuación, centrarse en el rol que tienen hoy en día.

A su vez, también se considera de vital importancia tratar en profundidad el aspecto del papel del nuevo periodista deportivo actual debido a que puede ayudar mucho a la adaptación al incierto mercado laboral que se depara.

Con esto, se ha decidido realizar dos *podcast*, explicando en el primero de ellos, el origen y la evolución del periodismo deportivo centrado en las coberturas futbolísticas, y, en el segundo, se ha tratado de analizar, junto a periodistas deportivos, el papel del nuevo periodista deportivo actual, influenciado por las tecnologías como soporte comunicativo. A su vez, también se hablará de las ventajas de estas nuevas tecnologías en el periodismo de hoy en día, y se hablará de las claves necesarias del nuevo periodista deportivo para adaptarse al mercado laboral.

La idea de realizar este Trabajo Fin de Grado en formato *podcast* no es casualidad, es uno de los formatos más consumidos por la sociedad, y muy interesante entre los nuevos periodistas deportivos, ligados a la comunicación digital. En concreto, en España, el consumo de *podcast*

se ha duplicado en un año, según el informe de *IVoox*. A su vez, para finalizar estos 4 años de grado universitario, se llegó a la conclusión de que era la mejor forma de presentar dicho proyecto.

Finalmente, en este tema, y, sobre todo en este formato, supone de vital importancia recopilar los conocimientos y habilidades necesarias para adecuarse de mejor forma al mundo periodístico. Primeramente, mejorando conocimientos ya adquiridos, como por ejemplo la edición de audio en aplicaciones como *Audacity*, o aspectos redaccionales y lingüísticos, para la correcta ejecución de este trabajo. A su vez, la idea de realizar un podcast, incrementará la facilidad y la soltura gracias a las múltiples entrevistas realizadas a profesionales del gremio para dicho ensayo.

### 1.1.2. Impacto social

El periodismo deportivo ha crecido de manera exponencial en estas últimas décadas, en aspectos como en sus canales, estructuras y modos de producir contenidos, y hoy en día se está afianzado como la tipología informativa de mayor alcance social en la gran mayoría de países tanto europeos como americanos (Rojas Torrijos, 2014). En concreto, se hablará del crecimiento exponencial de las coberturas en eventos futbolísticos, ya que la diferencia que existe entre su origen y el presente es digna de estudiar y, cuanto menos, mencionar.

La cobertura en eventos futbolísticos hoy en día ya no solo cobra mucha más importancia que antaño, sino que existen una gran variedad de formas, centradas en la aparición de nuevos formatos y su utilidad para la diferenciación periodística. Este trabajo ayudará a entender el progreso que han tenido estos eventos futbolísticos, llegando al presente, con la aparición de nuevas tecnologías como herramientas de información.

En este Trabajo Fin de Grado, también se analizará al periodista deportivo del presente, y, concretamente, al perfil profesional de éstos surgido, en gran medida, por la evolución de dichas coberturas alimentadas por la aparición de tecnologías utilizadas como herramientas de información. Este es el caso de *Charlas de fútbol*. Corresponde a un proyecto de Kaiser Media, encabezado por Juan Arroita, periodista vallisoletano con el que se pudo tener el placer de charlar para la realización de este podcast. *Charlas de fútbol* nació a finales del

2017, y el claro objetivo era informar acerca de historia y actualidad futbolística mediante vídeos de poco más de 10 minutos.

Los integrantes principales, eran todos periodistas desde hace más de 5 años que, desgraciadamente, aún no habían podido entrar en la escena mediática debido a la poca oportunidad laboral. El canal creció hasta que se acabó disolviendo debido a la amplia oferta laboral que tenían por separado dichos periodistas. A día de hoy, Juan Arroita es uno de los periodistas deportivos más conocidos de este país y gran parte de su fama se la debe en parte a *YouTube*. Este es un claro ejemplo de como periodistas deportivos con gran talento y muchas cosas por ofrecer, aprovecharon la oportunidad de las plataformas digitales, en este caso *YouTube*, para poder crecer en el mundo periodístico.

Sin embargo, también es un portal que han utilizado y, que a día de hoy siguen utilizando, periodistas deportivos ya reputados. Este es el caso de *Mundo Maldini*. Es un proyecto comandado por el histórico y reputado periodista deportivo Julio Maldonado que, pese a colaborar en Movistar, COPE, entre otros, también dona su tiempo a su canal de *YouTube*, el cual le ha servido para ser más conocido por la población joven y poder gozar de aún más reconocimiento con sus múltiples vídeos semanales creando contenido, en mayor medida, sobre fútbol.

Como se dijo anteriormente, es relevante descubrir cómo es el perfil profesional del periodista deportivo actual, primeramente, por saber qué diferencia existía con el periodista deportivo de antaño, y, finalmente, para adaptarse de la mejor forma posible al fin de la carrera y, por supuesto, al mercado laboral.

A su vez, se considera que el análisis de este nuevo periodismo digital, y, teniendo en cuenta que se iba a utilizar el formato podcast, era interesante incluir opiniones de periodistas deportivos actuales que pudieran enfocar su perspectiva acerca del presente del periodismo deportivo.

## 1.2. Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo Fin de Grado es la creación de un *podcast* que gire en torno a las coberturas en eventos futbolísticos, y, concretamente, a la figura del perfil profesional del periodista deportivo actual.

Para ello, es necesario establecer los objetivos específicos que se pretenden al hablar de esta nueva figura periodística.

Los objetivos específicos de este proyecto son:

- Tratar la aparición de este nuevo perfil profesional en el periodismo deportivo y las diferentes razones por las cuales estas nuevas figuras han entrado en el mundo de la comunicación deportiva.
- Analizar la convivencia de la nueva comunicación digital con los medios convencionales, así como su viabilidad económica y laboral.
- Intentar describir lo más detalladamente posible las características que tienen estos nuevos perfiles de cara a la formación laboral futura.

## 1.3. Fundamentos teórico-académicos

### 1.3.1. Periodismo deportivo: origen y evolución

El periodismo deportivo nace en Reino Unido en las últimas décadas del siglo XIX. Durante esa época, el interés por parte de la población en los deportes, creció exponencialmente. A partir de ese momento, los periódicos empezaron a cubrir las competiciones más destacadas, sobre todo, los partidos de fútbol.

Ahí surge lo que conocemos como periodista deportivo, el encargado de cubrir y escribir estos eventos deportivos para los medios de comunicación de la época, fundamentalmente para prensa escrita. No obstante, en España ya aparecen las primeras publicaciones deportivas a mitad del siglo XIX.



Es en 1859, cuando “La Armería de Barcelona” lanzó la primera cabecera deportiva española, “*El Cazador*”. Se trataba de una revista de periodicidad quincenal destinada a la caza (Berasategui 2000, p. 156). Sin embargo, no fue hasta el primero de febrero de 1906 cuando se publicó el primer diario deportivo español, “*Mundo Deportivo*”, que en sus inicios tenía una periodicidad semanal (Berasategui, 2000, p. 158).

Según Molina-Vizcarra (2009, p. 6), “el periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante”.

Hasta la década de los años 50 del siglo XX, la prensa escrita era el medio de comunicación más utilizado por los ciudadanos para estar al corriente de la información. Sin embargo, en esta década es cuando empieza a tomar popularidad la radio. Esto se produce gracias a la normalidad de tener radio en las casas, y a un mayor nivel económico de los ciudadanos comparado con años anteriores, tras la eclosión de la Guerra Civil (Calderón, 2017).

Paralelamente, se produce en el Mundial de Suecia 1958, el primer evento transmitido vía satélite. Sin embargo, en España la aparición de la televisión llegaría más tarde, siendo pionera “Televisión Española” (Calderón, 2017).

Tras casi 50 años de monopolio de la televisión pública, y gracias a la nueva *Ley de la Televisión Privada de 1988*, surgen las primeras cadenas de pago, como es el caso de “*Canal +*”. Este caso es muy destacado debido a que revoluciona por completo el mundo de la cobertura deportiva, ofreciendo en muy poco tiempo, muchas alternativas deportivas para el espectador hasta entonces no vistas. (Bonaut, 2020).

Ya en el siglo XXI, y con la llegada de Internet, la forma de cobertura deportiva y, en general, el periodismo deportivo, va evolucionando y cambiando exponencialmente. El mundo del deporte se ha caracterizado por su rápida adaptación al entorno, y en especial, al nuevo contexto comunicativo digital. Así mismo, las correspondientes entidades deportivas han sido pioneras en la incrementación comunicativa de las nuevas tecnologías digitales (Ballesteros, 2021).

Es llegado a este punto cuando se empieza a observar el éxodo de los consumidores de los medios tradicionales al entorno digital. habiéndose acelerado con la llegada de todo tipo de dispositivos digitales inteligentes y nuevas plataformas de comunicación digital que permite

que “cualquier ciudadano en cualquier lugar pueda acceder al instante a los últimos resultados o declaraciones de su equipo o de su deportista favorito, solo con pasar el dedo por la pantalla” (Rojas Torrijos, 2014, p. 6). Es por esto, que la aparición de los formatos digitales fue un punto de inflexión en cuanto a la hora de hacer periodismo.

La sociedad cada vez necesita entender la información con más rapidez y se premia más lo instantáneo que cualquier otro aspecto comunicativo. Ante esta nueva tendencia de instantaneidad solicitada, en especial por la población joven, periodistas convencionales y, sobre todo, deportivos, aprovechan dos nuevas plataformas digitales ya existentes, pero sin apenas uso para la comunicación deportiva: *YouTube* y *Twitch*.

La plataforma digital *YouTube* fue creada en 2005, y aunque en teoría fue creada como una plataforma para subir vídeos con el fin de conseguir pareja, finalmente se acabó subiendo todo tipo de contenido. Un año más tarde, la multimillonaria empresa *Google* decidió comprarla, y sería entonces cuando empezó a tener una mayor relevancia entre la población joven en su mayoría (Torres Ortiz, 2021).

A partir de la segunda década del siglo XXI, *YouTube* ya era conocido por toda la sociedad mundial, siendo el destino de cantantes de talla mundial para subir sus videoclips, hasta ser un portal digital para encontrar cualquier tipo de contenido.

El periodismo debe estar presente donde está la gente, y en el caso de *YouTube* ocurre eso. La plataforma es el segundo medio social más usado del mundo, por lo que, sumado a la gran dimensión que tiene el deporte y sus respectivas coberturas deportivas, se conlleva a la creación de numerosos canales relacionados con esta temática (Pérez Villar, 2021).

Otra plataforma muy utilizada actualmente es *Twitch*. Esta plataforma nace en el 2011 con el fin de jugar a videojuegos en directo mediante una conexión online con otros usuarios, lo que se conoce como *stream* (Torres Ortiz, 2021). Al solo poder utilizarse en formato directo, se convierte en una plataforma instantánea, sin prácticamente memoria, lo que hace que muchos usuarios hayan preferido utilizarla antes que *YouTube*.

Esta plataforma, desde el punto de vista comunicativo, es realmente nueva, ya que lo más normal en periodistas deportivos es que la utilicen de forma complementaria a *YouTube*, bien por razones económicas, o porque al ser en directo, ofrece una visión más real por parte del periodista, cuestión que suele agradecer el espectador.

### 1.3.2. Nuevos perfiles profesionales en el periodismo deportivo

Como dijo Ryszard Kapuściński (2002, p. 32) : “El periodismo está atravesando una gran revolución electrónica. Las nuevas tecnologías facilitan enormemente nuestro trabajo, pero no ocupan su lugar. Todos los problemas de nuestra profesión, nuestras cualidades, nuestro carácter artesanal, permanecen inalterables. Cualquier descubrimiento o avance técnico pueden, ciertamente, ayudarnos, pero no pueden ocupar el espacio de nuestro trabajo, de nuestra dedicación al mismo, de nuestro estudio, de nuestra exploración y búsqueda”.

A principios del siglo XXI, el periodismo en España comenzó un proceso de transformación, aún no visto hasta el momento. Esto se produjo en el 2007, cuando tuvo lugar el despido de muchos profesionales a causa de la gran crisis económica por la que estaba pasando el país (Manfredi, Rojas y Herranz de la Casa, 2015).

La causa económica, producida por el gran descenso de la publicidad institucional y el cierre de empresas que afectan a la propia inversión, es una de las razones más importantes en relación al proceso de cambio que adoptaría el periodismo. Sin embargo, no fue la única causa por la que el periodismo español empezó a cambiar (Ibid, 2015a).

Sumado al incremento del paro y la falta de oportunidades en la profesión, y, aprovechando la expansión tecnológica como una buena oportunidad para tratar la información de forma, muchos periodistas empezaron a crear contenido por su cuenta en proyectos de comunicación, logrando de forma individual una mayor eficacia, una mayor rentabilidad económica y, sobre todo, una buena oportunidad de crecer en el mundo del periodismo (Ibid, 2015 b).

Este proceso es lo que se conoce como *periodismo emprendedor* y, posteriormente al *periodismo freelance*, modalidad en la que periodistas autónomos prestan esos servicios a diferentes clientes sin un compromiso a largo plazo (Marín y González, 2021).

Aquí es donde nace el protagonismo de plataformas digitales como *YouTube* y *Twitch* en el mundo de la información y, en especial, y del periodismo deportivo. Como se comentó en el apartado anterior, que estos nuevos perfiles de periodistas deportivos actuales opten por estas dos plataformas no es casualidad.

Esto es debido a que esta nueva generación de consumidores potenciales de información y contenido deportivo, autodidacta, inconformista y emprendedora, llamada “*Generación Z*”, asume que la plataforma *YouTube* es una de sus favoritas, llegando a ocupar junto a otras plataformas digitales el 62,3% con respecto a otros medios de comunicación más convencionales, como es el caso de la televisión o la radio (López-Vidales y Gómez-Rubio, 2021).

Muchos periodistas han acabado por dedicarse única y exclusivamente a tratar sus canales digitales como única renta económica. Incluso periodistas recién graduados, sin apenas experiencia en medios de comunicación convencionales, optan por este tipo de proyectos de comunicación como forma de darse a conocer en la profesión.

## **2. PLAN DE TRABAJO**

### **2.1. Preproducción**

Para el correcto desarrollo de este proyecto periodístico, se han necesitado unas destrezas adquiridas durante los 4 años del Grado de Periodismo. Por un lado, las nociones de edición de audio, pausas, vocalización y demás aspectos fonéticos, vistos y desarrollados en las asignaturas de Radio Informativa y Televisión Informativa.

Por otro lado, también cuestiones redaccionales adquiridas en Redacción Periodística I y II, así como, diversas asignaturas que pudieron ayudar a la elaboración de preguntas para los entrevistados.

Así mismo, este proyecto tuvo que contar con una serie de recursos tanto materiales como inmateriales para el correcto funcionamiento del mismo.

Los recursos necesarios han sido:

- Micrófono de condensador *RODE NT1-A*, para capturar el sonido con la mayor calidad posible.

- Un soporte online que posibilita grabar las llamadas telefónicas, como es el caso de *Microsoft Teams*.
- Un software con el que se puede editar audio y, a la vez, mejorar la calidad del propio sonido, como es el caso de *Audacity*.
- Una plataforma online en la que subir los contenidos para su posterior difusión, *SoundCloud*.
- Uso de buscadores académicos con el fin de encontrar las mejores fuentes documentales, como pueden ser *DialNet* o *Google Scholar*.
- Fuentes personales

Con respecto a la búsqueda de fuentes documentales, el proceso ha sido muy exhaustivo, ya que, primeramente, gracias a los buscadores académicos como Google Scholar o DialNet, recopilé todo tipo de información mediante palabras clave como “coberturas deportivas”, “nuevos perfiles en el periodismo”, “periodismo deportivo”, que me sirvieron para documentarme y saber por dónde quería llevar la idea y poder plasmarla mejor en el trabajo.

Se recopilaron muchos artículos y, aunque no se han mencionado ni citado todos, han servido en su totalidad como inspiración y referencia en todo el trabajo, siempre dependiendo de cada apartado y con ideas diferentes sobre lo que puede aportar.

En cuanto a la descripción del proyecto, en este trabajo hay que hablar del formato, de la duración, del título, de la periodicidad e, incluso, del logotipo.

El **formato** de este proyecto, como ya se ha mencionado anteriormente es mediante *podcast*. Esto ha sido así debido a que es el formato que se preveía que más podía interesar al público, y con el que me siento más cómodo, ya que, en un futuro, me gustaría dedicarme a ello. Este *podcast*, para su uso y disfrute, ha sido subido a la plataforma online *SoundCloud*, una plataforma con la que ya tenía experiencia y usuario creado y que esto ha implicado una mayor facilidad para su publicación.

Con respecto al **título**, se tuvieron ciertas dudas acerca de un título llamativo que pudiera, no solo ayudarme para este Trabajo Fin de Grado, sino que tuviera especial relación con los próximos *podcast* que se realizarán al finalizar el grado. Por esta razón se acabó optando por “*Periodismo siglo XXI*”, ya que se encuentra especial atractivo, y este proyecto radiofónico se enfoca y se enfocará en profundidad en cubrir aspectos relativos a cuestiones periodísticas de relevancia actual.

Sobre la **periodicidad**, se había pensado en subir un podcast semanal, sin embargo, como en este caso se publican dos *podcast*, aunque tengan relación debido a que ambos temas son del Trabajo Fin de Grado, se optará por no subir ninguno la semana siguiente. Se había pensado en publicar cada podcast los viernes, ya que, con el comienzo del fin de semana, se podría incrementar exponencialmente el número de oyentes. De esta forma, se tendría la oportunidad, el lunes, como primer día después del fin de semana, de analizar las cuestiones más relevantes ocurridas el fin de semana anterior y poder proceder a la grabación y su posterior edición antes del viernes siguiente.

La **duración** de cada uno de ellos varía en cierto modo, pero será aproximadamente de entre 7 y 11 minutos, para captar la completa atención del oyente, y que pueda así interesar más. En ocasiones, como es el caso de este Trabajo Fin de Grado, se harán varios capítulos de corta duración, en este caso dos, porque se considera que capta en mayor medida la atención y al acabar el primero, irá a por el segundo rápidamente. Sin embargo, esta idea no es nueva, ya que, la plataforma *Spotify*, en 2021, expuso que entre los hábitos de consumo, es preferible hacer *podcast* de corta duración, por la comodidad de personas con poco tiempo.

Por último, se elaboró un **logotipo**, para darle una perspectiva visual al contenido:



Dicha imagen, que se utilizará de portada para los capítulos, fue elaborada por la plataforma online *Canva*.

Se ha querido utilizar dos colores tan simples pero a la vez tan importantes para la estética como el blanco y el negro. A su vez, se ha utilizado una forma circular haciendo referencia a un vinilo, ya que nuestro proyecto periodístico será de tipo sonoro.

También se ha querido simular un micrófono en funcionamiento, haciendo referencia una vez más al formato *podcast*, y, por último, utilizar el título de este proyecto ilustrándolo alrededor del “vinilo”.

## 2.2. Temporalización

En este apartado de la memoria, se va a detallar la temporalización con la que se trabaja de cara a la elaboración de este Trabajo Fin de Grado, tanto de su respectiva memoria, como de los *podcast*.

Con el fin de realizar una labor de **documentación previa** de cara a realizar los *podcast*, por un lado se hicieron búsquedas y lecturas para clarificar los fundamentos teórico-académicos, y posteriormente para preparar las entrevistas y realizar los *podcast*. Esta fase tuvo lugar a principios de curso, sin embargo, se aumentó exponencialmente desde mediados de enero hasta finales de febrero de este año 2023.

Una vez realizada la fase de documentación, era el momento de establecer una idea, en forma de borrador, tras la información recogida en todo tipo de documentos. En este momento de “tormenta de ideas”, se produjeron las **correcciones previas**, establecidas por la tutora académica, con el fin de establecer de forma más clara la idea de lo que iba a ser el trabajo final. Esta fase de correcciones se produjo tras tener el borrador, no obstante, de forma más detallada, a finales del mes de marzo hasta principios del mes de abril.

A partir de este momento, llega la **preproducción del proyecto práctico**, en el que se clarifica la idea de los *podcast*, ya que se tenía clara la idea de hacer dos, el primero sobre el origen y la evolución del periodismo deportivo, centrándose en las coberturas futbolísticas, y un segundo, hablando sobre el perfil del periodista deportivo actual.

En el caso del primero, la idea era poner en perspectiva al oyente con un discurso acerca de la historia del periodismo deportivo y de las coberturas futbolísticas, tanto en radio como en televisión. A su vez, la idea también era añadir algún clip de audio de alguna narración futbolística antigua de la televisión, y otra, no tan antigua, pero famosa, de la radio.

En el segundo *podcast*, la intención era tratar la aparición de los nuevos medios de comunicación, alternando información locutada y clips de los entrevistados comentando la misma idea. También se buscaba una opinión de estos periodistas acerca de las nuevas tecnologías, y, finalmente, decían cómo tiene que ser ese nuevo perfil profesional de periodista deportivo actual.

A partir de ahí se realizó un contacto con los periodistas que más relevancia podían tener para complementar dicho Trabajo Final de Grado. Aquí se realizó un borrador de los dos guiones, así como, de un contacto exhaustivo mediante redes sociales a los periodistas deportivos de gran relevancia que más podrían encajar en la idea de este Trabajo Fin de Grado, y posteriormente, de las preguntas que se les iban a realizar.

Esta fase fue una de las más complejas ya que el borrador del guión cambiaba continuamente a medida que iban ocurriendo cosas que se suponía que eran de mayor relevancia, y sobre todo, por el tiempo que se utilizó para poder contactar con éxito con los periodistas de los que se hablará más tarde en profundidad.

Este proceso de contacto, se empezó relativamente pronto ya que se sabía conscientemente que iba a requerir tiempo la respuesta de los entrevistados. Así mismo, el contacto previo mediante redes sociales como *Instagram* o *Twitter*, y mediante correo electrónico, se produjo a principios de curso pero se continuó contactando con un gran número de ellos desde finales del mes de abril hasta principios del mes de mayo.

Más tarde, se produjo la **producción del proyecto**, ya con las preguntas claras, se establecieron mediante llamadas telefónicas una serie de entrevistas con los periodistas de los que se obtuvo respuesta (Juan Arroita, Felipe De Luis Manero, Julio Pulido y Miguel Quintana), para más tarde editar y poder unir los contenidos en la aplicación *Audacity* para su próxima publicación.

Las entrevistas realizadas, tuvieron aproximadamente una duración de 20 minutos, sin embargo, todo esto dependía del entrevistado y lo que pudo aportar a las preguntas realizadas. No obstante, aunque las entrevistas fueron de 20 minutos, se pretendía insertar clips de como máximo 30 segundos, para que no se le haga largo al oyente y pueda prestar la máxima atención posible al *podcast*. Así mismo, esta fase implicó todo el mes de mayo y principios del mes de junio, últimos días para la entrega final a la tutora del TFG.

A partir de aquí, y ya en la recta final, se realizan una serie de **revisiones y correcciones**, en las que la tutora puede considerar erróneas, y, días antes de la entrega prevista, el *podcast* se publica de forma *online* en la plataforma *SoundCloud*. Esto se produce desde principios del mes de junio, una vez editado el proyecto, hasta el día 20, días antes de la publicación en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid de dicho contenido de carácter profesional.



Así mismo, se produce la **entrega del TFG**, el 23 de junio, mediante el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.

A partir de ahí, se lleva a cabo la **elaboración de la defensa del TFG**, en la que es necesario explicar en una presentación el proceso que implicó todo este trabajo, así como, los objetivos marcados y los resultados que se obtuvieron durante todo el tiempo trabajado.

### 2.3. Entrevistas personales a periodistas deportivos

Para la elaboración del *podcast*, se ha contado con la colaboración de varios periodistas deportivos de gran relevancia, como forma de complementar dicho proyecto mediante entrevistas. Los entrevistados son:

- **Julio Pulido. Profesor en la Universidad Villanueva de Madrid.**



 [@ellarguero](#)  [@carrusel](#)

Licenciado en la Universidad CEU San Pablo de Madrid en 1995, Julio Pulido puede decir que ha trabajado en todos los géneros del periodismo. Desde redactor de la sección deportes en Antena 3, pasando por emisoras como la cadena COPE y Onda Cero, y, en la televisión por nada más y nada menos que por Canal + y Cuatro, en la sección deportes.

Además, desde 2007 ha sumado a su experiencia profesional la docencia, impartiendo asignaturas en el “Máster de Periodismo Deportivo” de la Universidad de Villanueva, o de la Universidad Rey Juan Carlos I.

Actualmente, además de impartir “Prácticas de Radio” en la Universidad Villanueva de Madrid, también colabora en programas deportivos como “El Larguero” y “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER (LinkedIn , 2023a).

- **Felipe de Luis Manero. Periodista deportivo, podcaster y escritor.**



 **@FelipedeLuis99**

Felipe es un periodista especializado en deportes, que, a lo largo de toda su trayectoria, ha pasado por todos los géneros del periodismo. Ha sido redactor de deportes de la Cadena COPE, redactor y locutor en la Cadena SER y reportero en BeIN Sports, entre muchos otros trabajos.

Además, en 2020 publicó su primer libro “Sito Presidente”, el cual le llevó a ser condecorado como ganador del premio literario Café Bretón en ese mismo año. Actualmente, se encuentra trabajando en su segundo libro.

Siempre ha compaginado diferentes géneros de la comunicación, y es que, actualmente a la vez trabaja en Gol Tv en la delegación de Galicia, también es freelance, siendo columnista deportivo en la “Revista Contexto”, y siendo creador y locutor de su propio podcast llamado “¿Hablamos de fútbol?” (LinkedIn , 2023b).

- **Juan Arroita. Youtuber, emprendedor y entrenador de fútbol.**



 **@JuanArroita**

 **juanarroita**

 **juanarroita**

Juan Arroita es un claro ejemplo de periodista deportivo actual. Estudiando en la Universidad CEU San Pablo de Madrid, se dio cuenta de que su carrera periodística iba a estar enfocada por las nuevas tecnologías, aprovechando éstas para crear un propio contenido informativo y formar su propio medio de comunicación.

En 2017 creó Kaiser Fútbol, un canal de YouTube en el que hablaba sobre toda la actualidad futbolística, que cuenta con 300000 suscriptores. A su vez, empezó a presentar “Sabor a fútbol”, canal de YouTube del proyecto de Mahou 5 estrellas.

Actualmente, y gracias a su predominio de los nuevos medios de comunicación, está trabajando en Pucela Play (canal oficial del Real Valladolid Club de Fútbol), y en “El Fan infiltrado”, de “La Liga”, en el que cuenta historias inspiradoras alrededor del mundo del fútbol. Hace muy poco, comenzó un nuevo proyecto, relacionado con el fútbol, como es dirigir al equipo “El Barrio”, en la nueva liga de fútbol amateur llamada “Kings League”, creada por el ex-futbolista Gerard Piqué (LinkedIn , 2023c).

- **Miguel Quintana. Presentador del POST de DAZN.**



@migquintana



migquintana



“El Post de

DAZN”

Miguel Quintana es una de las personas pioneras en dedicarse al periodismo digital, y tanto es así, que desde que empezó en la profesión, ya lo hizo mediante la creación de contenidos web, para el medio de comunicación “Ecos del balón”.

Más tarde, entró en la empresa “Onefootball”, para gestionar la *network* en habla hispana. A partir de ahí, él mismo se daba cuenta de su potencial en este tipo de medios digitales, y decidió crear su propio canal de YouTube, “Diario de un periodista deportivo”, y, posteriormente y con el patrocinio de Codere, “Mister Underdog”, canal de YouTube que se

centraba en fútbol, en el que presentaba con la colaboración de Alberto Edjogo-Owono y Darío Eme Hache.

Debido a su gran profesionalidad y a su gran conocimiento deportivo, medios de comunicación como Radio Marca o la revista “Panenka”, se fijaron en él. Al principio en Radio Marca empezaría de locutor y comentarista, sin embargo, desde 2021 y en la actualidad, dirige su propio programa llamado “La pizarra de Quintana”, en el que analiza, debate y comenta todo tipo de aspectos futbolísticos junto a Adrián Blanco y Alex de Llano.

Recientemente, el servicio de *streaming* dedicado a los deportes llamado DAZN, pensó en él para presentar “El Post de DAZN”, programa que resume y analiza toda la jornada de LaLiga española (LinkedIn , 2023d).

#### 2.4. Producción

El primer capítulo, titulado “Periodismo deportivo: origen y evolución”, tiene el objetivo de dar un contexto al oyente, una perspectiva de lo que era el periodismo deportivo y lo que está siendo hoy en día. Además, es una parte importante del Trabajo Final de Grado, ya que, también se tratan las coberturas futbolísticas.

Para poder completar la información, se utilizaron diferentes artículos correctamente citados anteriormente, y cuya información, en parte, se encuentra en los fundamentos teórico-académicos.

Además, para dar una mejor perspectiva y, a la vez, que se hiciera más ameno al oyente, se buscaron diferentes narraciones en coberturas futbolísticas, primero, de la televisión, optando al final por la del FC Barcelona - Real Madrid de los años 50, y después, de la radio, con el mítico gol de Andrés Iniesta en la final de la Copa del Mundo de 2010 en Sudáfrica.

El segundo capítulo, titulado “”, tiene el objetivo, mediante pequeños fragmentos de las entrevistas realizadas, de saber un poco más acerca del periodismo deportivo actual, la influencia de las tecnologías como nuevos medios de comunicación y el impacto que tienen en la profesión.

A los cuatro protagonistas se les plantearon las mismas tres preguntas:

- ¿Qué diferencias observas que hay con respecto al periodismo en el que empezaste?
- ¿Qué opinas de los nuevos medios de comunicación (Twitch, YouTube, TikTok...)?
- ¿Qué le hace falta al recién graduado de periodismo para adaptarse a la oferta laboral hoy en día?

En el caso de la primera pregunta, el objetivo era claro, sabiendo que no tenían la misma edad, interesaba saber el tipo de periodismo que existía cuando ellos empezaban y cuáles son las diferencias más notorias, de cara a clarificar las características del periodismo deportivo actual. El resultado fue bueno, ya que, dependiendo del entrevistado, existían muchas o pocas diferencias y, más o menos destacadas.

Con respecto a la segunda pregunta, ya se intentaba concretar, en primer lugar, la opinión de cada uno de los periodistas deportivos acerca de estos nuevos medios de comunicación, y en segundo lugar, analizar la importancia que tienen en el periodismo deportivo actual y saber a qué se tiene que adaptar el nuevo perfil profesional.

La última pregunta es la más concisa del Trabajo Fin de Grado. La respuesta de cada uno de los periodistas deportivos, responde con otras palabras, a cómo tiene que ser el perfil profesional del periodista deportivo actual. Las respuestas son variadas, y eso hace que este capítulo coja la atención completa del oyente, ya que, además de entretener, también busca orientar a esos jóvenes periodistas recién graduados.

## 2.5. Postproducción

Para terminar, se produce una última fase de revisión del *podcast*, ya que la locución tiene que ser de calidad para que se entienda al completo, tanto la información que se locuta, como los clips de las diferentes narraciones o entrevistas realizadas. A su vez, también es conveniente destacar que en las llamadas telefónicas personales, la calidad del sonido disminuye notablemente, esto se debe a no contar con un estudio de grabación profesional.

Una vez que se realiza la revisión de los dos capítulos del *podcast*, se exporta a formato *MP3* y se sube a la plataforma online *SoundCloud*. Cuando esta se sube correctamente, se procede

a describir el producto con la información básica poniendo el nombre, el logotipo, el género y las etiquetas.

### **3. CONCLUSIONES**

Una vez publicado los capítulos 1 y 2 de “Periodismo siglo XXI”, se debe resaltar las conclusiones obtenidas tras la realización del trabajo.

En primer lugar, el primero de los objetivos específicos, se puede considerar que se ha cumplido, ya que, tras hablar con profesionales en el mundo de la comunicación deportiva (en el Capítulo 2: “Las claves del periodista deportivo actual: visiones y consejos”), no solo se trata en profundidad el aspecto de la aparición de este nuevo perfil profesional, sino que se aclaran las principales razones por las cuales este perfil entra en la comunicación deportiva. Entre las principales razones, como comentan los periodistas deportivos, se encuentra la diferenciación, sin embargo, la razón con más peso son las nuevas plataformas digitales y su presencia dentro de esta comunicación de hoy en día.

En relación al segundo objetivo específico, “el de analizar la convivencia de la comunicación digital con los medios convencionales y su viabilidad económica y laboral”, se puede considerar también cumplido, ya que, de nuevo los periodistas deportivos comentan este aspecto. La elección de los periodistas deportivos fue clave, ya que dos de ellos son más relevantes en la rama deportiva convencional, y los otros dos en la digital, por ello sus visiones eran diferentes y se pudo analizar este aspecto de forma más interesante.

Para terminar, el tercer objetivo también se ha visto cumplido. Éste era muy importante, ya que intentar describir lo mejor posible las características de estos nuevos perfiles era vital para la comprensión de los oyentes, que, como muchos, les puede servir de ayuda las pautas que ofrecen estos periodistas deportivos de cara al mercado laboral deportivo que les depara.

#### 4. REFERENCIAS

Ballesteros-Herencia, C. A. (2021). *La narrativa digital del fútbol. Desintermediación de la agenda a través de las redes sociales de los clubes*. Hipertext.net, Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva, (22), 85-96. Recuperado a partir de: <https://www.aacademica.org/carlos.a.ballesteros.herencia/10>

Berasategui, M. L. (2000). *Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña*. Revista General de Información y Documentación, 10 (1), 153- 169. Recuperado a partir de: <https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID0000120153A>

Bonaut-Iriarte, J., y Vicent-Ibáñez, M. (2020). *El origen de la televisión deportiva de pago en España: el caso de la lógica programática de Canal Plus (1990-2005)*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 26 (2), 429-439. Recuperado a partir de: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/3263/1/EI%20origen%20de%20la%20televisi%c3%b3n%20deportiva%20de%20pago%20en%20Espa%c3%bla.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/3263/1/EI%20origen%20de%20la%20televisi%c3%b3n%20deportiva%20de%20pago%20en%20Espa%c3%bla.pdf)

Brime García, A. (2022). *(Re)descubriendo: Un podcast sobre Concepción Arenal*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental - Universidad de Valladolid. Recuperado a partir de: [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/58558/TFG\\_F\\_2022\\_047.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/58558/TFG_F_2022_047.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Calderón Martínez, N. (2017). *Libero vs. Panenka. Análisis comparativo del nuevo periodismo deportivo español*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Autónoma de Barcelona]. Depósito digital de documentos - Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado a partir de: <https://ddd.uab.cat/record/180317>

Cotán García, Á. M. (2021). *El fenómeno streamer. Estudio de cuatro casos representativos en España: Ibai Llanos, 'Nanísimo', El Rubius y 'TheGrefg'*. [Trabajo Fin de Grado Inédito, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación - Universidad de Sevilla. Recuperado a partir de: <https://idus.us.es/handle/11441/126294>

Favaretto Louzada, C. (2015). “La evolución de los ciberdiarios deportivos en el escenario de la web 2.0. El caso español (AS, Marca, Mundo Deportivo y Sport)”, en Larrondo Ureta, A., Meso Ayerdi, K. y Peña Fernández, S. (eds.), *Actas del VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*, Bilbao 9-10 noviembre, 2015 (pp. 70-82). Universidad del País Vasco. Recuperado a partir de: [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas\\_Aktak\\_ConferenceProceedings\\_VII\\_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas_Aktak_ConferenceProceedings_VII_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

González Sánchez, V. T. (2019). *Análisis comparativo de los magazines deportivos en radio y televisión: el caso de El Partidazo de COPE y El Chiringuito de Jugones de MEGA*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental - Universidad de Valladolid. Recuperado a partir de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/39705>

Hasbani Kermanchahi, V., y Cortiñas-Rovira, S. (2021). *COVID-19: ¿Una oportunidad de cambio para el periodismo deportivo? Análisis de la cobertura deportiva de El País, El Mundo y La Vanguardia durante el estado de alarma*. *Materiales para la Historia del Deporte*, (21), 17-34. Recuperado a partir de: <https://doi.org/10.20868/mhd.2021.21.4522>

Humanes, M. L. (2023). *La performance de los roles profesionales en el periodismo deportivo. Análisis de noticias en cuatro plataformas mediáticas en España*. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas, Universitas XXI*, (38), 111-135. Recuperado a partir de: <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.05>

Jódar Marín, J. A. (2010). *La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. *Razón y Palabra*, (71). Recuperado a partir de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914045.pdf>

Kapuściński, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. (Trad. X. González Rovira). Editorial Anagrama, Barcelona.

LinkedIn (2023a). *Julio Pulido Zaragoza*. Recuperado a partir de: <https://www.linkedin.com/in/julio-pulido-21a507244/>

LinkedIn (2023b). *Felipe de Luis Manero*. Recuperado a partir de: <https://www.linkedin.com/in/felipe-de-luis-manero-57bab9100/>



LinkedIn (2023c). *Juan Arroita*. Recuperado a partir de: <https://www.linkedin.com/in/juan-arroita-142ba044/>

LinkedIn (2023d). *Miguel Quintana Alarcón*. Recuperado a partir de: <https://www.linkedin.com/in/miguel-quintana-alarc%C3%B3n/>

López-Vidales, N., y Gómez-Rubio, L. (2021). *Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (2), 543-552. Recuperado a partir de: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO\\_REP/2939/1/Tendencias%20de%20cambio%20en%20el%20comportamiento%20juvenil%20ante%20los%20media%20Millennials%20vs%20Generaci%C3%B3n%20Z.pdf](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/bitstream/CONSEJO_REP/2939/1/Tendencias%20de%20cambio%20en%20el%20comportamiento%20juvenil%20ante%20los%20media%20Millennials%20vs%20Generaci%C3%B3n%20Z.pdf)

Manfredi Sánchez, J. L., Rojas Torrijos, J. L., y Herranz de la Casa, J. M. (2015). *Periodismo emprendedor: el periodismo deportivo en España*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 69-90. Recuperado a partir de: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1035>

Marín-Sanchiz, C. R., & González-Esteban, J. L. (2021). *Análisis de la formación universitaria en periodismo freelance: la perspectiva de los profesionales españoles*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (2), 569-578. Recuperado a partir de: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO\\_REP/2966](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/2966)

Molina Quintana, A. E. (2012). *Análisis de la producción para la cobertura de acontecimientos futbolísticos nacionales a través de un medio digital. Análisis de "Fútbol Inmediato"*. [Bachelor's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional - Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado a partir de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8290/10.C03.000136.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Molina-Vizcarra, J. (2009). *Periodismo deportivo 3.0*. *Razón y Palabra*, 14 (69). Recuperado a partir de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330053>

Muerza Ferrer, A. (2015). "Perfiles en Twitter de periodistas deportivos: relación y vínculo con el medio de comunicación", en Larrondo Ureta, A., Meso Ayerdi, K. y Peña Fernández, S. (eds.), *Actas del VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*, Bilbao 9-10 noviembre, 2015 (pp. 271-283). Universidad del País Vasco. Recuperado a partir de:

[https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas\\_Aktak\\_ConferenceProceedings\\_VII\\_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas_Aktak_ConferenceProceedings_VII_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pérez Villar, P. (2021). *YouTube, una nueva alternativa al periodismo deportivo: Mundo Maldini, Rafael Escrig y Miguel Quintana*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental - Universidad de Valladolid. Recuperado a partir de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52485>

Ramón-Vegas, X., y Tulloch, C. (2016). *Periodismo deportivo de largo formato en la era digital. Un análisis comparativo de L'équipe explore y Sports illustrated longform*. El profesional de la información, 25 (3), 404-412. Recuperado a partir de: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.10>

Rojas Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Correspondencias & Análisis, (4), 177-190. Depósito de Investigación - Universidad de Sevilla. Recuperado a partir de: <http://hdl.handle.net/11441/68618>

Rojas Torrijos, J. L. (2015). *Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport*. Fonseca, Journal of Communication, (10), 29-49. Recuperado a partir de: <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/12910/13283>

Rojas Torrijos, J. L., y Toural Bran, C. (2019). *Periodismo deportivo automatizado. Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por El Confidencial para la escritura de crónicas de fútbol*. Doxa Comunicación, (29), 235-254. Recuperado a partir de: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a12>

Salaverría, R. y García, J. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Trípodis, (23), 31-47. Recuperado a partir de: <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910/154114>

Sánchez Garcinuño, J. (2021). *Periodismo deportivo y política. Análisis de entrevistas a líderes en 'Marca' durante la campaña electoral de 2019*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental - Universidad de Valladolid. Recuperado a partir de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/51763>

Sánchez Trujillo, J.M. (2021). *La radio deportiva del futuro: ¿el podcast ha venido para quedarse?*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Miguel Hernández]. Repositorio institucional - Universidad Miguel Hernández de Elche. Recuperado a partir de: <http://dspace.umh.es/handle/11000/26595>

Suárez Ramírez, S., y Mateos Núñez, M. (2015). “Los juegos de palabras en los cibermedios deportivos, ejemplos de creatividad lingüística”, en Larrondo Ureta, A., Meso Ayerdi, K. y Peña Fernández, S. (eds.), *Actas del VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*, Bilbao 9-10 noviembre, 2015 (pp. 367-379). Universidad del País Vasco. Recuperado a partir de: [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas\\_Aktak\\_ConferenceProceedings\\_VII\\_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/16258/Actas_Aktak_ConferenceProceedings_VII_Ciberpebi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Torres Ortiz, L. (2021). *Divulgación científica eficaz en Youtube y Twitch: análisis de influencers de ciencia en plataformas digitales de video online*. [Trabajo de Fin de Máster, Universidad de Valladolid]. Repositorio documental - Universidad de Valladolid. Recuperado a partir de: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/50555>

## 5. ACCESO AL TRABAJO PROFESIONAL REALIZADO

- **Link al Capítulo 1: “Periodismo deportivo: origen y evolución”**

<https://on.soundcloud.com/njsQ4>

- **Link al Capítulo 2: “Las claves del periodista deportivo actual: visiones y consejos**

<https://on.soundcloud.com/w8Jpc>