



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Charlando Sobre Deporte Adaptado: La voz mediática de
la inclusión deportiva**

Jesús Sanz del Castillo

Tutoras: Cristina Renedo y Raquel Pajares

Departamento de Historia, Periodismo y Comunicación

Audiovisual y Publicidad

Curso: 2024-2025

RESUMEN

La cobertura mediática de los deportes adaptados está por debajo de los valores que estos representan. En la actualidad, las competiciones que se pueden seguir en directo y por televisión son escasas, y los principales medios de comunicación no prestan la suficiente atención para que esta rama deportiva siga creciendo en la sociedad.

En señal de denuncia y a modo de altavoz de los deportistas adaptados, se presenta este Trabajo Fin de Grado con el objetivo de seguir fomentando estas modalidades y dar voz a los afectados: los profesionales que practican una disciplina deportiva adaptada. La metodología que se emplea es la entrevista presencial y el estudio de las opciones que pueden hacer crecer al deporte adaptado exponencialmente. Para ello, se cuenta con la participación de deportistas de élite como Franco Nicolás (jugador de baloncesto adaptado) o Guillermo Prieto (ciclista adaptado), fundaciones dedicadas a los deportes adaptados como la Fundación Eusebio Sacristán y entrenadores que trabajan con equipos de personas con discapacidad intelectual como Pablo Díaz (entrenador del Real Valladolid).

El Trabajo Final es un podcast acompañado de una página web y una red social con el objetivo de fomentar los deportes adaptados de forma completa.

PALABRAS CLAVE

Deporte adaptado, medios de comunicación, podcast, redes sociales, página web.

ABSTRACT

Media coverage of adapted sports is below the values they represent. There are currently few competitions that can be followed live and on television, and the mainstream media do not pay sufficient attention to ensure that this sport continues to grow in society.

As a sign of denunciation and as a loudspeaker for the adapted athletes, this Final Degree Work is presented with the aim of further promoting these modalities and giving voice to those affected: professionals who practice an adapted sports discipline. The methodology used is the face-to-face interview and the study of options that can grow the sport adapted exponentially. For this, it counts on the participation of elite athletes such as Franco Nicolás (adapted basketball player) or Guillermo Prieto (adapted cyclist), foundations dedicated to adapted sports such as the Eusebio Sacristán Foundation and coaches working with teams of people with disabilities such as Pablo Díaz (coach of Real Valladolid).

The Final Work is a podcast accompanied by a website and a social network with the aim of promoting adapted sports in a complete way.

KEY WORDS

Adapted sports, Mass media, Podcast, social media, website.

Agradecimientos

Me gustaría agradecer a mis padres todo el esfuerzo que han realizado por verme cumplir mi sueño de ser periodista.

También dar las gracias a Cristina y a Raquel, por ser unas tutoras encantadoras que han hecho un trabajo excepcional para que pueda presentar este Trabajo Final de Grado de la mejor manera posible.

Y por supuesto, gracias a todos los que han participado en este proyecto. Franco Nicolás, Guillermo Prieto, Pablo Díaz y representantes de la Fundación Eusebio Sacristán, siempre os llevaré en el recuerdo por lo bien que me habéis tratado y por lo que he aprendido de todos y cada uno de vosotros

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Justificación.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Podcast: origen y evolución	6
2.2. Periodismo social y deporte en los medios	8
2.3. Desafíos en la cobertura del deporte adaptado	10
3. OBJETIVOS DEL PROYECTO	11
4. PLAN DE TRABAJO	12
4.1. Cronograma:	12
Tabla 1. Cronograma del plan de trabajo	12
4.2. Medios necesarios y producción:	14
Imagen 1. Medios utilizados en la fase de producción	14
4.3. Postproducción:	15
5. CONCLUSIONES	21
6. BIBLIOGRAFÍA	22
7. ANEXOS	24
7.1 Enlaces al contenido.....	24
7.2 Desarrollo de las entrevistas.....	24

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El tema elegido para este Trabajo Final de Grado es fruto de las experiencias personales que he vivido durante la realización del Grado de Periodismo. Siempre he amado los deportes, pero fue en tercero de carrera cuando decidí interesarme por los deportes adaptados, concretamente, después de la realización de un proyecto en la asignatura de Periodismo Participativo. Cada grupo de clase realizamos varias entrevistas a deportistas de primer nivel y eso me hizo investigar sobre las diferentes modalidades de deportes adaptados que existen y la cobertura que reciben por parte de los medios de comunicación.

Los deportes adaptados recibían un trato escaso y en ocasiones, despectivo. Además, como afirman Martín Ribot y Roquet Jalmir Fonoll (2020), el deporte adaptado no dispone de una gran repercusión mediática en España y solamente se le da una mayor cobertura cada 4 años, coincidiendo con los Juegos Paralímpicos. Para este proyecto valoré hacer un medio de comunicación que diera voz a los deportistas adaptados respecto al trato que reciben por parte de los medios de comunicación.

Hay que contar con que el deporte adaptado es un gran impulsor de la inclusión social y es utilizado como un medio rehabilitador. El objetivo principal de la participación en las competiciones de deporte adaptado se centra en los aspectos de superación o una motivación personal a modo de reafirmación dentro de una sociedad que concibe el deporte como un espacio en el que las personas demuestran las capacidades que poseen (Torralba Jordán; Braz Vieira y Rubio Hurtado, 2017).

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Podcast: origen y evolución

El pódcast es un fenómeno global que ha surgido del "*broadcast*". Este término nace de la transmisión de información entre un emisor y varios receptores de forma simultánea por cable o mediante una red de Internet. En español lo definimos como radiodifusión, pero es un término inexacto, ya que su definición se aproxima más a las emisiones de radio tradicionales (Porlán y Rodríguez, 2009).

Hablar del origen del *broadcasting* o de la radiodifusión es complejo. Para descubrir cuál es el antecedente común de ambos términos, nos tenemos que remontar hasta el 14 de mayo de 1987,

cuando Guillermo Marconi creó la radio. Este instrumento, que se dedicaba a transmitir información sonora mediante ondas, fue evolucionando gracias a la intervención de otros inventores como Reginald Fessenden, Charles Herrold o Frank Conrad. Década a década, la radio fue creciendo; entre 1930 y 1940, llegaron las primeras emisoras nacionales y autonómicas. Entre los años 50 y años 60, se produce la llegada y evolución de la televisión, lo que provoca la pérdida de importancia de la radio. En los años 70 llegó la Frecuencia Modulada (FM), lo que supuso la supresión de interferencias con la Amplitud Modulada (AM). Pero no es hasta los 90 cuando, con la llegada de Internet, surgieron nuevas formas de comunicarse y de transmitir información (Porlán y Rodríguez, 2009).

A finales de la década, concretamente en febrero de 1999, surge la idea de subir a la red un programa de radio pregrabado. Pero no es hasta 2004 cuando hablamos, por primera vez, de los “podcasts” y unos meses después, Adam Curry, usó una especificación del formato RSS, de Dave Winer, para incluir archivos adjuntos, provocando que el pódcast llegara a la sociedad como una novedad en la forma de comunicar, informar y entretener. El pódcast es un audio o vídeo que se graba y edita digitalmente, se descarga automáticamente y de forma periódica por suscripción, donde el usuario tiene pleno control para elegir los detalles de la escucha o visualización, (García-Marín, 2018). Como tecnología de comunicación, ofrece una amplia gama de ventajas y como medio de información puede utilizarse como una herramienta innovadora en los procesos de enseñanza-aprendizaje, tanto dentro como fuera de ella (Reynoso, 2019). Este término surge de la unión de las palabras “*pod*” (reproducción portátil) y “*broadcasting*” (difusión) (García-Marín, 2018).

2.1.1. Aplicación de los podcasts

Los medios tradicionales se han visto obligados a adaptarse a este nuevo fenómeno. Evidentemente, la radio ha tenido que fusionarse con los podcasts al ser ambos medios sonoros. A ella se le han unido la televisión y la prensa, que están explotando todas las ventajas que ofrece esta nueva forma de comunicar y entretener (García-Marín, 2018). Un podcast es capaz de llegar a cualquier parte del mundo que tenga internet, por lo que la ubicuidad hace que sea una forma barata y cómoda de difundir cualquier tipo de contenido (García-Marín, 2018).

Por otro lado, el propio usuario decide qué y cuándo consumir el producto. Además, al tratarse de un formato de audio, la audiencia puede escuchar el podcast mientras realiza otra actividad de la vida cotidiana. Se trata de un medio de comunicación instantáneo, es decir, las personas deciden si quieren escuchar un programa actual o de hace varias semanas, meses o si quiere

recuperar una pieza de un año de antigüedad. Es la denominada información a la carta por la que se rigen periódicos, emisoras e incluso canales de televisión (Moreno y Román, 2020).

La radio es el medio que más se parece al pódcast. Ambos comparten formatos similares: tertulias, informativos, piezas de opinión y entrevistas. Es en este último género en el que encontramos una serie de diferencias fundamentalmente con la prensa y la televisión.

Las entrevistas dotan de agilidad al contenido y el entrevistado muestra su personalidad con más exactitud. Además, ganan en originalidad a la televisión y a la prensa al tratar temas de interés desde una perspectiva dinámica. La autenticidad también es una gran diferencia, ya que provoca una mayor relación de fidelidad entre el canal y la audiencia. La accesibilidad es clave, porque los podcasts ofrecen la posibilidad de consumir un producto en cualquier momento si el usuario dispone de un dispositivo móvil (Moreno y Román, 2020).

2.1.2. Podcasts deportivos

El despliegue de las nuevas tecnologías ha provocado la proliferación de nuevos formatos de fácil accesibilidad ampliando las posibilidades del usuario de interactuar asincrónicamente y seleccionar contenidos de manera autónoma e interactiva (Rivadeneyra, 2022).

Los podcasts deportivos se encuentran en una evolución constante. En la actualidad existen varios programas de diversos deportes en los que la programación comprende desde entrevistas y tertulias hasta retos o juegos entre los presentadores o entrevistados. Estos recursos son los que hacen del podcast una herramienta tan novedosa como interesante para todos los seguidores de un deportista, de un equipo o de una competición.

En aplicaciones como *Spotify* o *iVoox*, existen varios programas de deporte adaptado. En cuanto a sus temas, a diferencia de los podcasts deportivos clásicos, se da un estilo más personal en el que el entrevistado o la entrevistada cuentan sus experiencias personales. En la narrativa, el tono es distendido y el vocabulario, limpio y entendible para todas las edades.

2.2. Periodismo social y deporte en los medios

Las discusiones sobre el periodismo han girado habitualmente en torno a dos concepciones o culturas dominantes, entre las que se sitúan posiciones intermedias: una que entiende que el periodismo es, en esencia, un ejercicio “objetivista” y apegado a los hechos sociales y otra que plantea que la profesión debe adoptar una posición crítica y comprometerse con la solución de los retos de la ciudadanía. Los que defienden la primera posición, estarán a favor del

periodismo como una ventana abierta a la realidad, por lo que priorizarán por una descripción descomprometida de los hechos. En cambio, los otros son los que aceptan su rol de constructores de la verdad de intentar ayudar al ciudadano y de controladores de los poderes (Barranquero Carretero, 2019).

La base de este periodismo social es dar voz a todos los ciudadanos, sobre todo a las organizaciones no gubernamentales que tratan problemas cotidianos. Otra característica fundamental es el canal de difusión. Al no tener ningún medio de comunicación tradicional que cubra su actualidad, estos grupos están obligados a buscar nuevas formas para llegar al público. Gracias a la aparición de Internet como una nueva potencia comunicacional, el periodismo social tuvo su expansión a finales de la década de los 90 y a principios de los años 2000 (Ruiz y Pazos, 2018).

Podemos afirmar que, dentro del periodismo social, se encuentran los deportes adaptados. Esta modalidad ha ganado protagonismo con el paso del tiempo gracias a la relevancia de competiciones importantes como los Juegos Paralímpicos. Dentro del deporte adaptado existe una gran variedad de modalidades que descienden de las pruebas multitudinarias (Ruiz y Pazos, 2018).

2.2.1. Evolución del deporte adaptado

El deporte adaptado tiene su origen tras la Segunda Guerra Mundial, a causa de las grandes secuelas que dejó el conflicto armado en muchos soldados implicados. De manera excepcional e influido por la nueva corriente sociocultural que surgió en la Europa Occidental, estos soldados eran recibidos como héroes. Todo empezó a finales de la década de 1940, cuando en el hospital británico de Stoke Mandeville, Ludwig Guttman descubrió que la actividad deportiva era un proceso de rehabilitación para aquellos veteranos de guerra (Cuevas, 2014).

En 1948, coincidiendo con la celebración los Juegos Olímpicos de Londres, en Stoke Mandeville se disputaron los primeros juegos organizados para personas con discapacidad. Pero no fue hasta 1960 cuando se crean, en Roma, los primeros Juegos Paralímpicos de la historia. Había ocho modalidades deportivas (tiro con arco, natación, esgrima, baloncesto, tenis de mesa y atletismo) y participaron cerca de 400 atletas de 23 países diferentes (Cuevas, 2014).

En la actualidad, los deportes adaptados tienen presencia global y encuentran en los Juegos Paralímpicos su máxima expresión. Hay 20 disciplinas deportivas, 503 pruebas y 160 países participantes. Además, cuentan con cerca de 4500 deportistas y 2500 árbitros o jueces deportivos que dirigen todas las competiciones (Cuevas, 2014).

2.3. Desafíos en la cobertura del deporte adaptado

Con la llegada de Internet y las redes sociales la cobertura de los deportes adaptados ha mejorado, pero todavía queda mucho trabajo que realizar. Resulta imprescindible visibilizar los desafíos y barreras que aún persisten en la integración plena del deporte adaptado en la cultura deportiva *general*. La retransmisión de los deportes adaptados tiene cierto componente de superación, pero hay que saber establecer un equilibrio de perspectivas y dotar naturalidad a la competición (Moreno y San Miguel, 2019). Hay que evitar que los atletas sean vistos como símbolos de superación e intentar imponer su imagen de deportista de élite. (Leseleuc et al., 2009).

Sin duda, una de las barreras más grande es la desigualdad en la cobertura. No es nada nuevo ver cómo los deportes convencionales ocupan gran parte de las parrillas televisivas y radiofónicas, mientras que los deportes adaptados ocupan una parte residual dentro de las mismas. El objetivo es conseguir que los deportes adaptados tengan una cobertura regular e idónea, acorde con la necesidad de implementar una nueva rama deportiva en la sociedad. La accesibilidad en la información también es algo que hay que seguir trabajando, ya que la documentación sobre estos deportes es limitada, por lo que los periodistas que se quieran especializar en estas disciplinas tendrán que emplearse a fondo a la hora de hacer documentales o reportajes (Leseleuc et al., 2009).

El deporte adaptado es una herramienta poderosa capaz de cambiar percepciones, es un gran instrumento para fomentar la inclusión y, además, se puede interpretar como una herramienta educativa. Prestar atención a estos deportes y dotarles de valor mediático, hace que los medios ayuden a contribuir a una sociedad más justa y comprensiva, donde se difunda el deporte como transporte de integración y no sólo como una competición (Vázquez et al., 2014).

Este punto de vista favorece al sector periodístico, porque educa, inspira y desafía a la sociedad a indagar más allá de lo ya conocido. En definitiva, el periodismo desempeña un papel clave en la normalización del deporte adaptado, contribuyendo a su integración en la agenda mediática y social para que no sea percibido como un mero de superación, sino que sean concebidos como una rama deportiva añadida a las más populares. Todos los medios de comunicación son actores que participan en la construcción social del cuerpo; se puede considerar como una fuente que refleja las imágenes de la sociedad (Vázquez et al., 2014).

La cobertura de los deportes adaptados es mínima. Sin embargo, siempre hay competencia entre algunos medios por informar o retransmitir los Juegos Paralímpicos, que es la

competición que más interés suscita entre la audiencia. Hay periódicos como El País o ABC que tienen una sección dedicada a los deportes adaptados, pero su poco alcance y escasa actualización hacen que sea un apartado perdido entre las hojas de cada diario.

A la hora de realizar un seguimiento a una competición o a un deporte adaptado en concreto, hay que saber que los medios son fundamentales en la percepción no sólo del deportista como persona, sino del deporte en general. En la forma de informar, los periodistas tienen que ser cautos y cuidadosos con los términos utilizados, y, además, tienen que perseguir el objetivo de alejar a los protagonistas de su condición física. Esto es imprescindible si queremos representar la profesionalidad de las disciplinas deportivas y no difundir datos de ninguna relevancia para el consumidor de los medios que cubran las competiciones.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo principal del presente Trabajo Final de Grado es visibilizar y poner en valor el deporte adaptado a través de la creación de un producto periodístico en formato podcast, acompañado de una página web y redes sociales, que den voz a los deportistas y fomenten una representación inclusiva, profesional y accesible de sus disciplinas.

Para llevar a cabo este objetivo principal se desarrollan los siguientes objetivos específicos:

OE1. Dar voz a los deportistas adaptados mediante entrevistas abiertas que los otorguen un protagonismo narrativo. De esta forma, permitimos a los protagonistas expresar con transparencia la relevancia social y deportiva de su disciplina en el ámbito mediático.

OE2. Reivindicar una mayor presencia de los deportes adaptados en los medios de comunicación. Para ello, a través del podcast, la página web y las redes sociales del proyecto, se dará al tema una cobertura informativa adecuada.

OE3. Promover la identificación del público con los valores del deporte adaptado, tanto desde el punto de vista de los atletas como el de la audiencia.

OE4. Aplicar los conocimientos adquiridos durante el Grado en la planificación, producción y difusión de contenidos periodísticos en soporte digital.

4. PLAN DE TRABAJO

4.1. Cronograma:

Tabla 1. Cronograma del plan de trabajo

	Fase 1: Investigación	Fase 2: Planificación	Fase 3: Producción (entrevistas)	Fase 4: Producción (entrevistas)	Fase 5: Postproducción (edición)	Fase 6: Postproducción (edición y publicación)
Dic 2024						
15 Feb						
31 marzo						
1 – 30 abril						
1-20 mayo						
21 may- 10 junio						

Fuente: Elaboración propia

El cronograma divide la producción del Trabajo Final de Grado en seis fases y en seis espacios de tiempo. En la primera fase, se llevó a cabo una investigación en la que se estudiaron los pasos a seguir para realizar tanto el podcast como las redes sociales y la página web del medio.

La segunda fase estuvo dedicada a la planificación del proyecto. Se seleccionaron las personas a las que se iba a entrevistar de manera definitiva, se creó el logo del medio de comunicación y se inició el desarrollo de la página web y la cuenta de Instagram. Al finalizar esta fase, se encuadraron las entrevistas en los meses de marzo y abril.

La tercera y la cuarta fase estuvieron destinadas a la realización de las entrevistas y la quinta fase a su edición. También se publicaron la página web y las redes sociales, añadiendo datos sobre el medio de comunicación que pudieran ser interesantes para el espectador y/o la audiencia.

En la sexta fase, se terminaron las entrevistas y los perfiles de Spotify, IVoox e Instagram. También comenzó la publicación de las entrevistas atendiendo siempre a un orden preestablecido previamente.

4.2. Medios necesarios y producción:

Imagen 1. Medios utilizados en la fase de producción



Fuente: elaboración propia

- **Página web:** la página web constituye la base del proyecto. En ella, se encuentran los enlaces a las plataformas en las que se publican las entrevistas y a la red social en la que se encuentra el perfil del medio. La página se ha creado con WordPress.
- **Identidad corporativa:** uno de los primeros pasos en el proyecto fue la realización del logo. Con la aplicación de diseño gráfico Canva, fue muy sencillo elaborar una imagen

principal. El logo posteriormente fue el icono de Spotify, iVoox, Instagram y la página web.

- **Edición de audio:** Audacity fue fundamental en el montaje del audio de los podcasts, para colocar las sintonías iniciales y finales, y para realizar y seleccionar cortes en las opciones de audio que mejor le convenían a cada episodio.
- **Redes sociales:** Instagram fue la red social elegida en la fase de planificación del proyecto. En ella, se publicaron los posts de todas las entrevistas y artículos de la web.
- **Difusión de entrevistas:** todas las piezas de audio han sido publicadas en Spotify y iVoox. Su gran popularidad y la facilidad que ofrecen para crear contenido hacen que sean imprescindibles en el proyecto

Para realizar las entrevistas, el primer paso a realizar fue el de investigar la fórmula para acceder a cada deportista. Una de las bases del proyecto fue la realización de las entrevistas en el campo de acción de los entrevistados por dos motivos:

- Deseo personal de mostrar los deportes que practican los protagonistas del podcast. El proyecto tiene un compromiso moral y personal con el deporte adaptado. Por ello, todas las entrevistas se grabaron durante algún entrenamiento o durante sus rutinas de sus respectivas competiciones para conocer, de primera mano, el día a día de un deportista adaptado.
- Prioridad a su comodidad. Otro objetivo fue el de no alterar sus agendas diarias. Además de ser una experiencia enriquecedora, fue un punto clave en el proyecto para comprender los deportes adaptados y para poder representar las experiencias de los entrevistados.

*** Explicación de las entrevistas en el apartado de ANEXOS**

4.3. Postproducción:

Tras realizar las entrevistas, se llevó a cabo la edición de todos los episodios. El programa utilizado para la edición del audio fue Audacity, debido a la experiencia adquirida con la aplicación durante el periodo académico. El inicio y el final de todos los podcasts lleva una banda sonora a modo de introducción y de despedida al episodio, con el objetivo de amenizar la sintonía y dotar de ritmo a la entrevista. Para insertar la pieza, se descargó la canción (What You Know, de Two Door Cinema Club) sin copyright. Después, se recortó tanto la parte inicial de la canción como la parte final, debido a que ambas marcarían a su vez el inicio y el final de cada episodio. En cuanto a la publicación y difusión del contenido en redes sociales

(Instagram), plataformas de sonido (Spotify, iVoox) y en la página web (WordPress), se llevó a cabo la realización de un calendario para organizar la publicación de todo el contenido.

Entre la última semana de abril y la primera semana de mayo finalizó la fase de producción, pero las últimas correcciones hicieron que el contenido se publicara a partir del 10 de mayo, día en el que se subió el primer episodio de bienvenida al canal.

4.3.1. Instagram

Todos los episodios van acompañados de un post de Instagram en el que aparece el logo del medio de comunicación, la palabra que categoriza el contenido que he publicado y 4 o 5 frases destacadas que ha pronunciado el protagonista durante la entrevista. Además, en el mismo post, aparece etiquetado el medio y el deportista siempre y cuando éste disponga de un perfil en la red social Instagram y nos proporcione la autorización para compartirlo.

Imagen 2. Ejemplo de publicación en Instagram

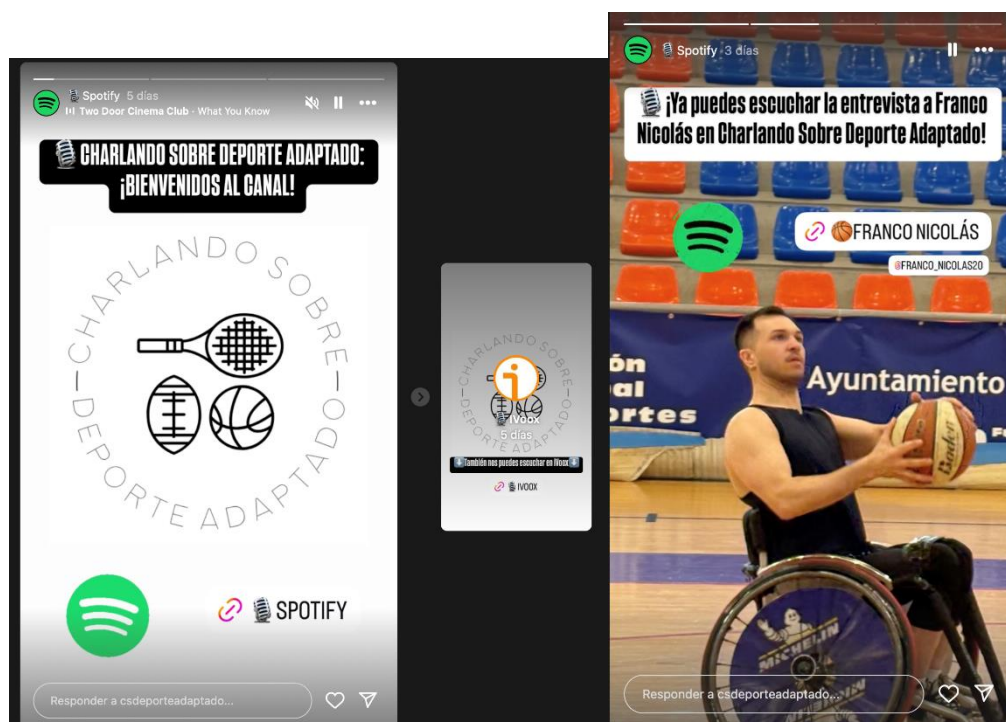


Fuente: Elaboración propia

Todas las publicaciones van acompañadas de un “*storie*”, que son archivos que duran 24 horas, pero con la opción de “historia destacada”, esa publicación puede permanecer de forma indefinida en la portada del perfil.

En los enlaces, se encuentra el nombre de los entrevistados o el tema del que tratan las entrevistas junto a unos emoticonos, para que la audiencia asocie al deportista con la disciplina que practica.

Imágenes 3 y 4. Ejemplos de *stories* en Instagram



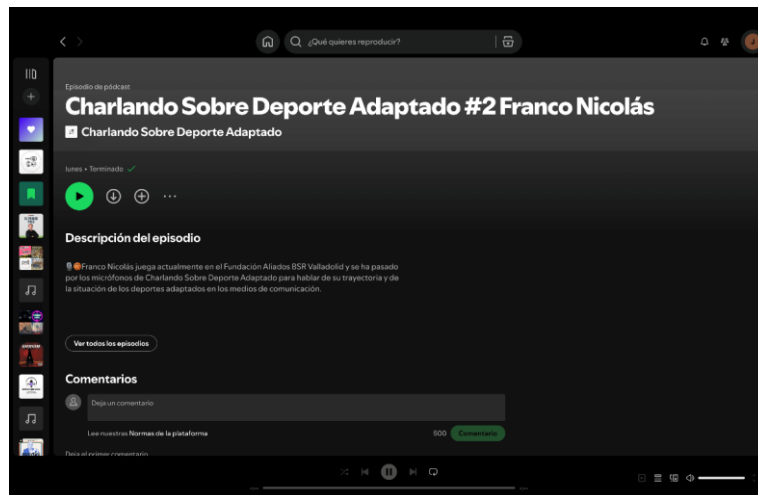
Fuente: Elaboración propia

4.3.2. Spotify

Todas las entrevistas han sido publicadas en esta plataforma de audio de manera inédita, ya que posteriormente el contenido ha sido publicado en la plataforma iVoox. Los capítulos van acompañados de una entradilla que describe a los protagonistas y los temas de los que se van a hablar en la entrevista.

Cada episodio lleva el mismo titular y una serie de emoticonos para crear un mismo patrón, que será fácil de recordar para el oyente.

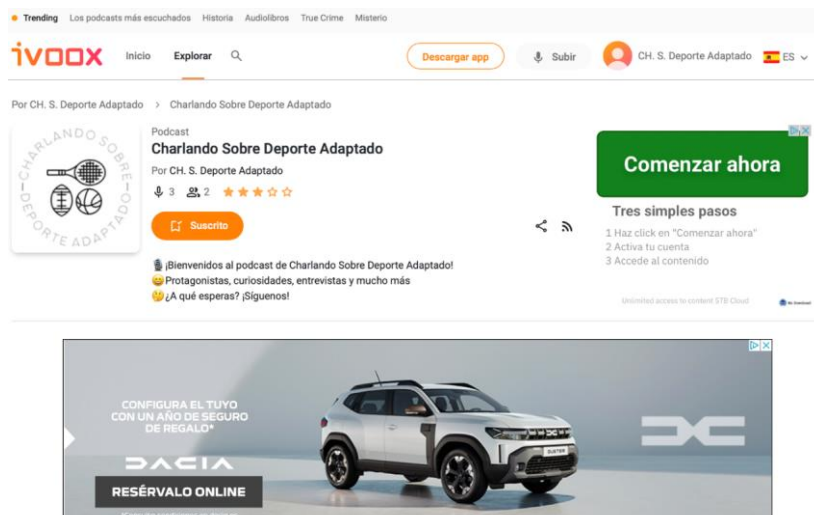
Imagen 5. Perfil de Spotify del podcast



Fuente: Elaboración propia

4.3.3. iVoox

Imagen 6. Perfil de Ivoox del podcast



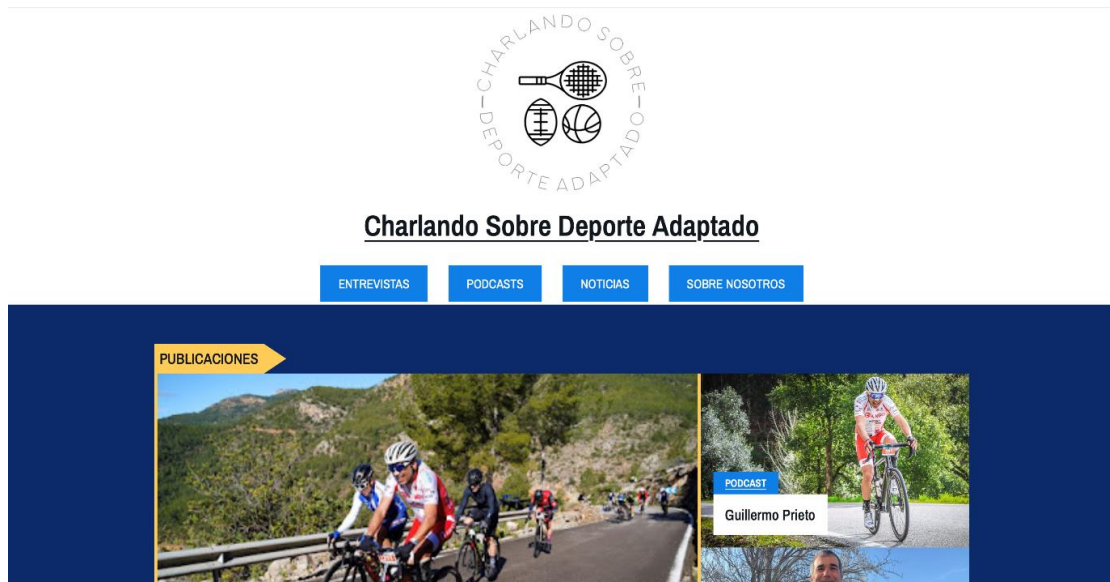
Fuente: Elaboración propia

Al igual que en Spotify, en iVoox también están publicados todos los episodios. Desde el punto de vista de un creador de contenido, la aplicación ofrece las mismas facilidades de subir episodios que Spotify, por lo que no se diferencia demasiado a la hora de compartir un audio.

4.3.4. Web

La primera parte de la página principal contiene un “header” en el que se puede leer el título del medio con su correspondiente logo. Debajo del mismo, está el menú, dividido en las secciones de la web (entrevistas, podcasts, noticias, sobre nosotros).

Imagen 7. Portada de la web.



Fuente: Elaboración propia

Imagen 8. Entrevista publicada en la web.



Fuente: Elaboración propia

Para realizar las secciones, se han creado páginas nuevas nombradas según el contenido que se ha ido publicando progresivamente.

Los artículos publicados se suben en su página correspondiente mediante la categorización de estos. En la parte derecha, se ha incorporado un botón de "Buscar" y justo debajo de "Buscar", se ha situado un apartado de "Posts recientes". Más abajo aún, se encuentra la sección "Frase de la semana".

Imagen 9. Sección de actualidad de la web.



Fuente: Elaboración propia

En la parte inferior de la página web, se ha insertado una lista de invitados y de temas acompañadas de un espacio destinado a las redes sociales y al último episodio del podcast en Spotify.

Imagen 10. Pie de página de la web



Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Como conclusión, este Trabajo Final de Grado ha cumplido con los objetivos marcados en la elaboración del proyecto.

Los testimonios que han prestado sus declaraciones a lo largo del proyecto sirven para darnos cuenta de que los medios de comunicación tienen un papel importante en la divulgación de las competiciones nacionales adaptadas. Franco Nicolás afirmó que la liga de baloncesto en silla de ruedas de España es una de las más duras y bonitas del mundo junto a la alemana y la italiana. Guillermo Prieto dejó caer que nuestro país está desaprovechando sus grandes terrenos naturales para la realización de pruebas de ciclismo adaptado. Y Pablo Díaz confirmó que para sus “chavales” es un privilegio que exista una competición que les haga sentirse parte del equipo de sus vidas. La Fundación Eusebio Sacristán, con Gemma y Luis como representantes, aseguraron que hay mucho camino por recorrer tanto en el deporte adaptado como en el inclusivo, pero que se está consiguiendo.

En cuanto a las dificultades en el proceso de elaboración del proyecto, el objetivo de realizar las entrevistas presenciales supuso algún problema logístico, debido a que la mayoría de los deportistas tienen una rutina competitiva durante todo el año. En el caso de la Fundación Eusebio Sacristán, la realización del podcast fue un tanto compleja, ya que se han mudado a una nueva sede y eso conllevó encuadrar la entrevista entre varios actos de inauguración con

las instituciones de Valladolid. También hubo alguna dificultad en la edición de audio de la entrevista a Franco Nicolás, ya que el tono de voz del protagonista era débil y los dispositivos no captaron a penas su voz.

La idea principal es seguir con el canal, con la página web y con las redes sociales. Viendo los resultados y, sobre todo, la felicidad y la gratitud que me muestra la gente a la que he entrevistado supone una motivación extra para tratar este proyecto como a algo más que un Trabajo Final de Grado. Los periodistas somos un factor clave y decisivo para que esta modalidad del deporte siga incrustándose y expandiéndose en la sociedad, y no sea vista como un mero acto de superación vital. Los medios tienen el deber de romper las barreras que aún siguen entre nosotros, para hacer que el deporte adaptado siga ganando apoyos por parte de todos los agentes que marcan el ritmo de la sociedad.

Los medios de comunicación tienen que hacer valer ese adjetivo que reciben de “cuarto poder” no sólo en asuntos políticos y económicos, sino también en los asuntos sociales que rigen a todo un país. Aunque la cobertura de los deportes adaptados presente una serie de desafíos, las empresas dedicadas a la información deportiva deberían reservar un espacio mínimo dentro de sus parrillas televisivas o de las páginas de sus diarios.

Por ello, dar una oportunidad a los deportes adaptados no es una cuestión de antojo, sino que es una cuestión de necesidad.

6. BIBLIOGRAFÍA

Barranquero Carretero, A. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 25(2), 657–676. <https://doi.org/10.5209/esmp.64794>

Campos Vázquez, F., & Martínez Domínguez, B. M. (2014). Tratamiento del deporte adaptado en el periodismo deportivo español. *Core.ac.uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/51393118.pdf>

Correyero Ruiz, B., & Baladrón Pazos, A. (2007). El podcasting en los medios de comunicación españoles. En J. J. Verón Lassa & F. Sabés Turmo (Coords.), *Presente y futuro de la comunicación digital: 1 y 2 de marzo de 2007, Huesca-España* (págs. 154-169).

Moya Cuevas, R. M. (2014). *Serie infórmate sobre... Deporte Adaptado*. Ceapat-Imserso. <https://sid-inico.usal.es/docs/F8/FDO26749/deporteadaptado.pdf>

Peña Suárez, P. M., & Toj Pérez, S. (2020). *Creación de un medio digital especializado en el deporte adaptado en España* [Trabajo Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. Repositorio Institucional de la Universidad de La Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/19734/Creacion%20de%20un%20medio%20digital%20especializado%20en%20el%20deporte%20adaptado%20en%20Espana%20.pdf?sequence=1>

Pappous, A., Marcellini, A., & de Léséleuc, E. (2009). La representación mediática del deporte adaptado a la discapacidad en los medios de comunicación. *Ágora para la Educación Física y el Deporte*, (9), 31-42. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/2900313.pdf>

García-Marín, D. (2019). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (25), 181-196. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63723>

González Méndez, T. (2020). *El periodismo de datos, la discapacidad y el género en la prensa deportiva. Análisis de las informaciones deportivas de los medios Marca, As y Mundo Deportivo*. [Trabajo Fin de Máster, Universitat Oberta de Coberta de Catalunya]. Repositori Institucional (O2) <http://hdl.handle.net/10609/120249>

Hernández-Lanas, O., Bruna-Torres, J., Carrasco-Palacios, V., Lucero-Sánchez, V., & Molina-Pacheco, F. (2024). Tecnología asistiva y participación ocupacional en deporte adaptado: percepciones de personas con discapacidad física. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, 32, e3726. <https://doi.org/10.1590/2526-8910.ctoao286637263>

Martín Ribot, P., & Roquet-Jalmar Fonoll, B. (2020). *La nueva normalidad culmina en Tokio: Un análisis de la situación actual del deporte paralímpico español* [Trabajo Fin de Máster, UPF Barcelona School of Management]. <http://hdl.handle.net/10230/45902>

Montaña, C. (2019, octubre 29). ¿Qué es un podcast? *BBVA*. <https://www.bbva.com/es/co/que-es-un-podcast/>

Moreno Espinosa P. y Román San Miguel A. (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 241-252. <https://doi.org/10.5209/esmp.67303>

Gutiérrez Porlán, I., & Rodríguez Cifuentes, M. T. (2010). Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución. En *Podcast educativo. Aplicaciones y*

orientaciones del m-learning para la enseñanza. MAD. Eduforma.
<http://hdl.handle.net/10201/37469>

Rivadeneira Olcese, C. (2022). Taxonomía del podcasting peruano. *Austral Comunicación*, 11(2), 1-33. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.olc>

Sadurní, J. M. (2019, mayo 14). Marconi, ingeniero de la primera transmisión por radio de la historia. *National geographic*. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/marconi-y-primera-transmision-por-radio-historia_14204

Torralba Jordán, M. Á., Braz Vieira, M. y Rubio Hurtado, M. J. (2017). Motivos de la práctica deportiva de atletas paralímpicos españoles. *Revista de Psicología del Deporte*, 26(1), 40-60. <http://hdl.handle.net/2445/119456>

Barranquero A. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 657-676. <https://doi.org/10.5209/esmp.64794>

Ledhesma, M. (2018). *Periodismo: un mundo de especializaciones*. Organización Mundial de Periodismo Turístico.

7. ANEXOS

7.1 Enlaces al contenido

- Web: <https://charlandosobredeporteadaptado.wordpress.com/>
- Instagram:
https://www.instagram.com/csdeporteadaptado?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Spotify:
<https://open.spotify.com/show/3oMYu8JN426qxNYkjhtwh8?si=2af21543043948ff>
- iVoox: <https://go.ivoox.com/sq/2609350>

7.2 Desarrollo de las entrevistas

La primera entrevista fue a **Franco Nicolás**, jugador del Fundación Aliados Baloncesto en Silla de Ruedas de Valladolid. Tras la búsqueda de una fecha en la que el jugador no tuviera ningún partido internacional con la selección argentina, ambos acordamos un día para realizar la entrevista en el Pabellón Pilar Fernández Valderrama, instalaciones en las que entrena el

equipo. Quedamos una hora antes del comienzo de la práctica no sólo para hacer la entrevista, sino también para tomar algunas fotos propias que me servirían para completar la información de la página web.

Imagen 11. Fotografía de Franco Nicolás



Fuente: Elaboración propia

Imagen 12. Fotografía de Franco Nicolás



Fuente: Elaboración propia

La entrevista a **Guillermo Prieto** fue en la Facultad de Filosofía y Letras de Valladolid. Mediante las redes sociales, ambos acordamos un día para llevar a cabo la grabación de la pieza. Sus declaraciones sirvieron para rellenar una sección que se encuentra en la página web titulado “*Frase de la semana*”.

Para completar la información de la web, Guillermo cedió unas fotos suyas compitiendo en carreras de esta temporada. Estas imágenes también se pueden obtener de su propia página web en la que informa sobre competiciones en las que él está presente y ayuda a personas que están en una situación similar a la suya (<https://guillermociclistaadaptado.blogspot.com/>).

Imagen 13. Fotografía de Guillermo Prieto



Fuente: Guillermo Prieto (imagen cedida para el TFG)

Imagen 14. Fotografía de Guillermo Prieto



Fuente: Guillermo Prieto (imagen cedida para el TFG)

Imagen 15. Fotografía de Guillermo Prieto



Fuente: Guillermo Prieto (imagen cedida para el TFG)

Imagen 16. Fotografía de Guillermo Prieto



Fuente: Guillermo Prieto (imagen cedida para el TFG)

Aunque no pudiera realizar ninguna fotografía propia mientras él competía, Guillermo se prestó para realizar una instantánea de su rostro el día de la entrevista.

Imagen 17. Fotografía de Guillermo Prieto



Fuente: Elaboración propia

La tercera entrevista fue a **Pablo Díaz**, entrenador del Real Valladolid Club de Fútbol, que compite en La Liga Genuine. Pablo es un profesor de educación física que desde hace varias

temporadas recibió la llamada del Real Valladolid para ponerse a los mandos de un proyecto y de un equipo que no paran de crecer. Ambos acordamos quedar un día de entrenamiento del equipo en los anexos al Estadio José Zorrilla, no sólo para la entrevista, sino para enseñarme de manera personal el funcionamiento del equipo.

Imagen 18. Entrenamiento del Real Valladolid Club de Fútbol



Fuente: Elaboración propia

Imagen 19. Entrenamiento del Real Valladolid Club de Fútbol



Fuente: Elaboración propia

Imagen 20. Entrenamiento del Real Valladolid Club de Fútbol



Fuente: Elaboración propia

Imagen 21. Entrenamiento del Real Valladolid Club de Fútbol



Fuente: Elaboración propia

El sexto episodio estuvo dedicado a la Fundación Eusebio Sacristán. Desde su nueva sede se llevó a cabo la entrevista a Gemma y a Luis. Gema es la directora de comunicación y sostenibilidad y Luis es el monitor de la escuela 100x100 deporte. Ambos explicaron el funcionamiento de la fundación y hablaron de sus proyectos futuros. Debido a que las instalaciones del recinto aún estaban por finalizar, me administraron unas fotos que me sirvieron para complementar la información en la web.

Imagen 22. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 23. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 24. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 25. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 26. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 27. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

Imagen 28. Actividades de la Fundación Eusebio Sacristán



Fuente: Fundación Eusebio Sacristán (imagen cedida para el TFG)

El primer y el cuarto episodio son piezas más breves de autoría propia. En la fase de planificación, descubrí que lo adecuado sería hacer un podcast de bienvenida al canal, en el que explicara de que iba a tratar el proyecto y otro explicando un caso relacionado con los derechos televisivos en los deportes adaptados.