



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

DEPORTES MINORITARIOS O MINORIZADOS. Reportaje audiovisual sobre la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo y la infrarrepresentación de determinadas modalidades en los medios españoles.

Alumna: Alba Oliveros Sanz

Tutora: Marta Redondo García

Convocatoria: Primera

Trabajo de Fin de Grado

"El juego se ha convertido en espectáculo, con pocos protagonistas y muchos espectadores, y el espectáculo se ha convertido en uno de los negocios más lucrativos del mundo"

Eduardo Galeano, El fútbol a sol y sombra

Resumen:

El presente trabajo nace con el objetivo de concienciar, a través de datos y testimonios de especialistas de la comunicación y/o el deporte, del giro emprendido por el periodismo deportivo en los últimos años. Se inicia con una contextualización que da cuenta de los últimos cambios que ha experimentado la especialidad periodística debidos a la mercantilización de la información y al auge del *infotainment*; aspectos que conllevan la anteposición de la minucia y del espectáculo a la medida y rigurosidad.

El reportaje audiovisual recoge la voz tanto de fuentes que defienden este nuevo periodismo deportivo, como de críticos, garantes de un periodismo más reposado y tradicional. Una contraposición argüida en ambas partes, ya sea en la mentalidad de la sociedad, por un lado, o en la labor de la empresa periodística, por otro. El vídeo está estructurado en cinco bloques que recogen aspectos tales como la infrarrepresentación de determinadas modalidades deportivas, el contrapunto de los Juegos Olímpicos, la futbolización y espectacularización del periodismo deportivo o la reivindicación de clubes que demandan una mayor cobertura mediática.

Palabras clave:

Periodismo deportivo, futbolización, deportes minoritarios, espectacularización mediática.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN.....	6
1.2. MOTIVACIÓN.....	7
1.3. OBJETIVOS.....	8
1.3.1. Objetivo personal.....	9
1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	9

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL PERIODISMO DEPORTIVO MODERNO.....	11
2.1.1. Evolución del periodismo deportivo moderno: del rigor a la espectacularización.....	14
2.2. FUTBOLIZACIÓN DEL DEPORTE.....	16
2.4. INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN.....	20

3. PROYECTO PROFESIONAL

3.1. PLAN DE TRABAJO

3.1.1. PREPRODUCCIÓN

a) Decisión del tema.....	23
b) Disponibilidad material técnico.....	23
c) Búsqueda de información y marco teórico.....	24
d) Elección personajes a entrevistar.....	24
e) Contacto con las fuentes.....	25

3.1.2. PRODUCCIÓN	
a) Cuestionario previo.....	28
b) Grabación: Entrevistas y localizaciones.....	28
c) Grabación entradilla y recursos iniciales.....	34
d) Elección de imágenes de recurso.....	35
3.1.3. POSTPRODUCCIÓN	
a) Edición.....	36
b) Primera escaleta.....	36
c) Montaje.....	36
d) Diseño.....	36
3.2. ESCALETA FINAL.....	38
4. CONCLUSIONES.....	42
5. FUENTES PERSONALES Y BIBLIOGRÁFICAS	
5.1. BIBLIOGRAFÍA.....	44
5.2. WEBGRAFÍA.....	45
6. ANEXOS	
6.1. ANEXO I. GUIÓN DEL REPORTAJE.....	46
6.2. ANEXO II. CUESTIONARIOS PREVIOS.....	51
6.3. ANEXO III. TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS.....	54

1. INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN

La especialidad deportiva es la reina del periodismo actual en nuestro país. De acuerdo a los datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), *Marca* es el diario más leído por los españoles, con 2.165.000 lectores por día; la semifinal de la Eurocopa 2012 disputada entre España y Portugal, la emisión más vista de la historia congregando a 14.182.000 de espectadores según el audímetro de Barlovento Comunicación, y el programa decano de la radio deportiva *Carrusel Deportivo*, de la Cadena Ser, aglutina más de tres millones y medio de oyentes entre sábado y domingo, atendiendo al Estudio General de Medios del año 2016. Datos que evidencian la importancia del periodismo deportivo en España. Un periodismo inmerso en una evolución constante y que ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años. La aparición de nuevos espacios como las tertulias televisivas o la proliferación de las redes sociales han contribuido a la creación de un fenómeno social imparable: la futbolización y la espectacularización se han adueñado de la información deportiva.

Los medios de comunicación, como empresas que son, presentan un fin lucrativo por lo que atienden a las demandas de su público. Por ello, cuando carecen del tiempo o espacio suficiente para cubrir todos los eventos deportivos, la información queda supeditada a lo más demandado, anteponiendo en muchas ocasiones el espectáculo y el morbo a la educación y formación. De esta forma, contribuyen a la 'minorización' de unos deportes que no siempre son minoritarios atendiendo al número de licencias y clubes federados, pero sí contemplando el espacio que se les brinda en los medios. Una tendencia que podría cambiar si los medios, de manera gradual, se comprometiesen a recuperar los valores tradicionales del periodismo y a alejarse de técnicas sensacionalistas. La televisión es el medio en el que impera este tipo de periodismo, por lo que este análisis se centra en él.

El tema reviste especial relevancia en un momento en el que las críticas a los medios por una mala praxis periodística están acrecentándose. Cada vez son más los programas deportivos que encajarían a la perfección en un modelo de prensa 'rosa', donde el enfrentamiento entre tertulianos y la polémica entre clubes, jugadores, afición y arbitraje son exagerados por unos periodistas que buscan divertir más que informar. Un modelo, en lo que a mí concierne, más que respetable tomando en consideración la

cantidad de espectadores que congrega, pero no atendiendo a lo que debe ser el periodismo deportivo. Cuando se silencian logros de deportistas olímpicos, cuando no se da voz al campeón del mundo de una modalidad minoritaria, cuando se priman informaciones triviales y anodinas que cuestionan el actual periodismo, no se está cumpliendo la principal función de esta profesión sino todo lo contrario, lo que lleva a una sociedad desinformada y sin cultura deportiva.

Desde un primer momento, mi intención ha sido utilizar la entrevista en profundidad para explicar mediante el testimonio de expertos -periodistas, deportistas, entrenadores- la cobertura mediática del deporte. He optado por abordar esta investigación en formato profesional puesto que considero que un reportaje de estas características es más visual, ameno y explicativo. Mi idea no era analizar periódicos o espacios televisivos, sino departir con los propios responsables de esta 'minorización', así como con los perjudicados por ella, y que fuesen ellos mismos quienes relatasen sus justificaciones y reivindicaciones.

1.2. MOTIVACIÓN

El impulso que me ha llevado a desarrollar este trabajo hace referencia a una situación a la que tendré que enfrentarme como futura periodista. Desde el verano del pasado año colaboro en la sección de Deportes de *La 8 Valladolid*, la televisión local de mi ciudad. Un canal que intenta abordar todo tipo deportes, aunque por falta de medios, en muchas ocasiones, no se llegue a todos. Un canal que, como el resto de televisiones locales, se mueve por la información y no por el sensacionalismo. Trabajando en él, me di cuenta de lo importante que es para los pequeños clubes tener presencia social a través de los medios, tanto a nivel emocional como a nivel económico. Para un entrenador o jugador de waterpolo, hockey o voley aparecer en la pequeña pantalla es una forma de dar a conocer su club e impulsar su crecimiento con la llegada de posibles patrocinadores. Así, me percaté de esta 'minorización' que se produce especialmente a nivel nacional, aunque Valladolid también presenta algún ejemplo como es el caso del Club de Patinaje en Línea de Valladolid, que reúne cada semana a un millar de espectadores, más de los que muchas veces acuden al balonmano, rugby o incluso a determinados partidos de fútbol. Un club que, además, presenta un palmarés envidiable.

Entiendo y comparto que el fútbol sea lo más ofertado. Yo soy la primera que consume este deporte por encima de cualquier otro, pero, como gran aficionada al balompié, considero que el rendimiento deportivo debe primar sobre informaciones de tipo sensacionalista.

En definitiva, a través de esta investigación, pretendo llegar al fondo de esta cuestión y conocer de primera mano la resignación tanto de aquellos profesionales de la comunicación que se ven obligados a difundir determinadas informaciones en detrimento de otras porque así lo demanda el mercado, como de integrantes de clubes minoritarios que reivindican una mayor presencia.

1.3. OBJETIVOS:

1- Demostrar que los deportes denominados minoritarios, en realidad, no lo son tanto, y son los medios de comunicación los que se encargan de adjuntarles este apellido. Hay ejemplos recientes muy claros, como el caso de Javier Fernández, pentacampeón de Europa en patinaje artístico y a quien los periodistas apenas han otorgado seguimiento. En adición, hubo medios que evidenciaron el pobre recibimiento del deportista a su llegada a España, cuando los principales responsables fueron ellos mismos. Un ejemplo evidente aquí en Valladolid es el Club de Patinaje en Línea, un deporte bastante olvidado en los medios de comunicación.

2- Explicar el por qué del contrapunto de los Juegos Olímpicos, donde la cobertura de este tipo de deportes es notable en detrimento de competiciones nacionales o mundiales. Durante este tipo de eventos, la mayor parte de los aficionados al deporte siguen modalidades que en otro momento del año no tienen en consideración. Los medios, siguen idéntico proceso; el despliegue de periodistas que tiene lugar durante esta competición es inmenso, nada que ver con el llevado a cabo en torneos de menor trascendencia.

3- Indagar sobre el interés de la prensa y de la sociedad por la polémica, por las informaciones triviales y por las confrontaciones entre periodistas que ha llevado al éxito de nuevos espacios televisivos.

1.3.1. Objetivo personal

Desde primero de carrera, profesores y compañeros me aseguraban que el Trabajo de Fin de Grado es el escaparate del periodista recién graduado; el broche de oro a cuatro años de aprendizaje; el colofón que exhibe el amor y la dedicación por esta profesión. Es por ello que, además de los objetivos que pretendo dilucidar con la presente investigación, me exijo cumplir una de mis metas primordiales al finalizar el grado en periodismo: demostrar todo lo aprendido a lo largo de mi formación, tanto a nivel teórico como, especialmente, a nivel práctico.

En la elaboración del Trabajo de Fin de Grado vi una oportunidad inmensa para poner en práctica mis conocimientos y realizar lo que más disfruto con el periodismo: un reportaje audiovisual. Mi primer contacto con el medio televisivo fue en segundo de carrera con la asignatura de televisión informativa y, desde ese momento, supe con firmeza que era el ámbito en el que deseaba centrar mi esfuerzo y poner todo mi empeño. El interés por el periodismo deportivo viene de bastante antes, tanto, que era tan pequeña que no recuerdo el momento en el que quise dedicarme a ello.

Asimismo, amparándome en el ámbito formativo, carácter en que se incardina este proyecto, observé una ocasión de oro para poder entrevistar a periodistas y deportistas de reconocido prestigio como Paloma del Río, única periodista galardonada con la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo o Mayte Martínez, una de las mejores atletas españolas de la historia.

1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las principales cuestiones que me planteo y que pretendo dilucidar a través del testimonio de expertos es el porqué de la frivolidad y futbolización del periodismo deportivo, así como de la marginación de determinados deportes.

Otras preguntas complementarias serían las siguientes:

¿Por qué la televisión pública dedica más espacio que las cadenas privadas a cubrir determinados deportes minoritarios?

¿Son los medios de comunicación los únicos responsables o también estos clubes minoritarios que en ocasiones no presentan una infraestructura dedicada a comunicación?

¿Qué fue primero, la oferta de información deportiva sensacionalista y futbolizada o la demanda de este tipo de contenidos. ¿Somos realmente lo que consumimos?

¿Es posible un cambio en la mentalidad de la sociedad a largo plazo mediante los valores educativos y formativos que deben promover los medios?

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL PERIODISMO DEPORTIVO MODERNO

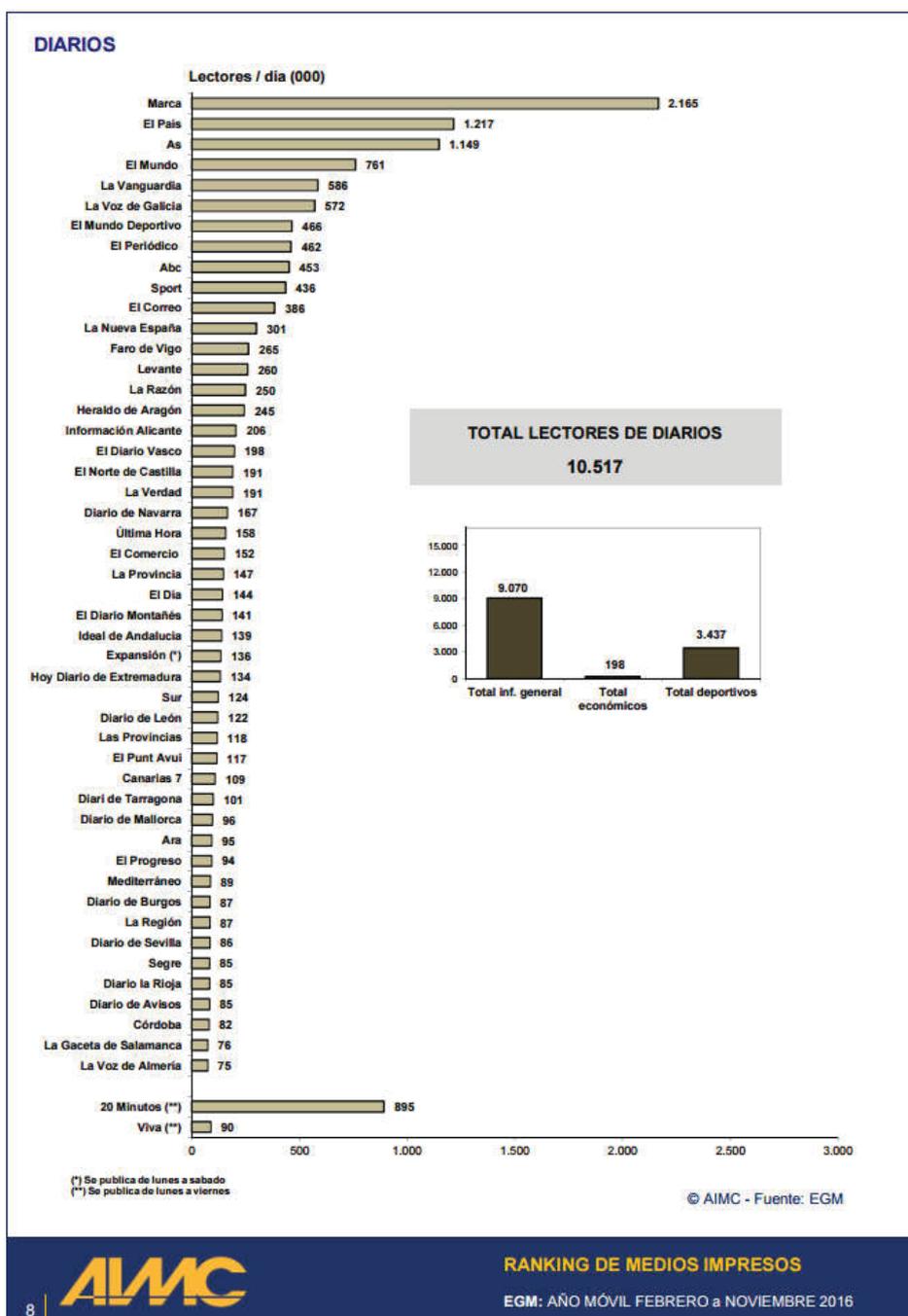
El periodismo deportivo ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Nuevos medios y procedimientos impulsados por la aparición de Internet y el desarrollo de las nuevas tecnologías han situado a esta especialidad en el vértice de la pirámide.

El Informe Anual de la Profesión Periodística, publicado en diciembre de 2013 por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) señala al periodismo deportivo como uno de los campos informativos más emprendedores con alrededor del 10% de los 297 nuevos medios digitales, impresos y audiovisuales puestos en marcha por profesionales en España desde el año 2008 (2014:183).

En palabras de Rojas, su evolución ha sido tal, que en la actualidad se ha convertido en "el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de la Europa Meridional y América Latina, tanto en la prensa tradicional, en los medios radiofónicos y televisivos, como en los nuevos soportes digitales" (2014: 179).

En este contexto hay un elemento esencial: el interés del público. La gran aceptación que la información deportiva presenta en la audiencia la convierte en la reina de la temática periodística. En España es un hecho que puede corroborarse fácilmente. De acuerdo a los datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), *Marca* es el diario más leído por los españoles y *As*, el tercero. Asimismo, cuatro diarios deportivos se localizan entre los diez primeros en número de lectores.

Imagen 1. Resultados del EGM 2016



Fuente: AIMC

La atracción que esta especialidad alimenta en la sociedad, así como la empatía con los triunfos y fracasos de los deportistas han convertido el periodismo deportivo en un "elemento de cohesión de las sociedades contemporáneas a las que presta un servicio público y con las que se identifica cultural y emocionalmente" (Rojas, 2011: 17).

Atendiendo a esta acogida del periodismo deportivo por parte de la población, Alcoba manifiesta que “las competiciones deportivas productoras de espectáculo, por la trascendencia social adquirida, precisan de un seguimiento que es reclamado por aficionados y profanos, para ofrecer información detallada de cuanto sucede en las instalaciones donde se producen las competiciones y fuera de ellas” (2001: 141).

Una demanda que se ve incrementada en un deporte en concreto: el fútbol, modalidad dominante en nuestro país, con un total de 909.761 licencias federadas y 21.831 clubes. En España, los partidos decisivos de 'La Roja' en competición europea y mundial se alzan en las emisiones más vistas de la historia de la televisión. Atendiendo a datos expuestos por Barlovento Comunicación, nueve de los diez espacios que han reunido al mayor número de españoles, corresponden a encuentros de la Selección Española. La semifinal de la Eurocopa del año 2012 que enfrentó a España y Portugal congregó a más de catorce millones de personas. El 75,4% de la población española estuvo ante el televisor durante los noventa minutos del choque, erigiéndose en el espacio más visto de la historia.

Hace un par de décadas, Alcoba ya estimaba este auge del periodismo deportivo. "La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser reclamada por la sociedad, y el periodismo deportivo, aupado por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia" (Alcoba, 1993: 22).

Por ello, siguiendo a Naranjo de Arcos (2011), los medios de comunicación, conscientes de los beneficios que les reporta esta materia, dedican mucho espacio a tratarla, promocionando el deporte como espectáculo. Y es que los eventos deportivos de notable envergadura ocasionan importantes despliegues de profesionales del periodismo. Un ejemplo reciente se encuentra en la pasada Copa del Mundo de Brasil, en el verano de 2014. El record fue absoluto. Alrededor de 18.000 periodistas de prensa, radio, televisión e Internet de todo el globo se dieron cita para cubrir el Mundial, sin contar a los no acreditados oficialmente, 3.000 más que en la cita anterior, en Sudáfrica 2010.

Más próxima aún fue la cobertura de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro celebrados del cinco al veintiuno de agosto de 2016. En nuestro país, Radio Televisión Española

desplazó a un equipo conformado por 129 personas, a las que deben sumarse las 141 que trabajaron desde España. El resultado, más de 5.000 horas en directo, como aseveró Eladio Jareño, director de la cadena pública española.

Como asegura Naranjo de Arcos, "los medios de comunicación del siglo XXI han creado nuevas expectativas para los seguidores del deporte y, superando a cualquier otra variable, las demandas del consumidor seguirán determinando el funcionamiento de los medios de comunicación deportivos" (2011:35).

2.1.1. Evolución del periodismo deportivo moderno: del rigor a la espectacularización

En la década de los ochenta y de los noventa, la inclinación por la información deportiva no era tan destacada como ahora pero sí notable. Una época en la que el tratamiento de esta especialidad difería altamente del desempeñado en la actualidad.

Eran unos tiempos en los que primaba un periodismo más lento y reposado, de mayor calidad y honradez. Un periodismo que anteponía la información pura al sensacionalismo y espectáculo, y en el que la vocación se imponía al interés empresarial. Siguiendo a Isaac Ramos en un artículo en *Jot Down* (2011), "las ventas dependían de lo que debía contarse en vez de limitarse a publicar lo que más vende. Un escenario donde una noticia sobre tenis o ciclismo podía ser portada con total normalidad y los periodistas en su mayoría eran individuos cercanos al anonimato que aceptaban su posición tras la noticia y no dentro de ella" (Ramos, 2011).

Acerca de esta cuestión, Domínguez Pérez añade que, actualmente, "el periodismo deportivo es cuatro veces espectáculo porque, aparte del acontecimiento de facto espectacular, necesita de ciertas técnicas para configurar el espectáculo noticioso, para lograr esa información que será la más atractiva entre las audiencias" (2009:8). Por ello, dicho autor considera relevante el rol que los medios de información juegan en este asunto. "En busca de conformar exitosas empresas de entretenimiento informativo, el periodismo deportivo requiere de algo más que la oportunidad y precisión de sus datos, recurre al dramatismo, a la exaltación de lo inusual, al público mismo como concursante, en fin, echa mano de todo dispositivo de espectacularización. Al igual que en el cine o en el teatro, el del periodismo deportivo es un espectáculo planeado y muy bien estructurado" (2009:8). La espectacularidad, la emoción y, especialmente, la

identidad se erigen en las tres razones del éxito popular del deporte y que estimulan el consumo cultural de masas contemporáneo (García Molina, 2002:137).

Hoy en día, los diarios deportivos son afines a un club y un territorio determinado, por lo que centran sus portadas y titulares en un equipo y deporte concreto y no en la noticia deportiva más relevante. Asimismo, de forma paulatina, la opinión va abriéndose un hueco importante en el espacio informativo. Sin embargo, tradicionalmente, el volumen de información era claramente menor. La ausencia de un periodismo ciudadano imperante hoy en día por el desarrollo de las TIC o la mayor carga de trabajo que requería el periodismo tradicional no parecían presagiar el futuro de masas que le aguardaba al periodismo deportivo.

El nacimiento de Internet ha supuesto, por tanto, una drástica permuta en todos y cada uno de los ámbitos del periodismo. No es solamente un cambio en el soporte, sino que evoca a un periodismo diferente, nuevo. Impulsada por una serie de vectores del cambio, la comunicación en red tiene sus propias características como la producción de contenidos multimedia, la ruptura del espacio/tiempo, la hipertextualidad o la interactividad con el usuario.

Es cierto que la cantidad ha aumentado, pero el incremento de la calidad es más discutible. La viralidad, en ocasiones, ni inspira ni informa. La inmediatez de la red demanda instantaneidad, rapidez y brevedad, obligando al periodista a difundir la información nada más tenga conocimiento del hecho, en detrimento de la calidad y el contraste de fuentes. Es un flujo informativo acelerado que altera el modelo clásico de *gatekeeper* y *agenda setting* donde los medios decidían las noticias a difundir entre el público.

No obstante, ante esto, surgen nuevos medios creados por profesionales experimentados que buscan la diferenciación y la originalidad con contenidos de calidad y firmas ilustres. La revista *Liberio* se erige en un buen ejemplo de este 'otro' periodismo.

2.2. FUTBOLIZACIÓN DEL DEPORTE

El fútbol es más que un deporte. La capacidad que tiene de movilizar a las masas o incluso de influir en la política, no se encuentra en ningún otro ámbito. Para Boniface, “el fútbol es realmente el fenómeno más universal, mucho más que la democracia o la economía de mercado, de las que se ha dicho que ya no tienen fronteras, pero que no consiguen rivalizar con su extensión”. (1999: 90)

Baudillon considera que “el fútbol está notablemente implantado en nuestra sociedad desde que ha sido mediatizado. Sin los medios de comunicación este deporte tendría una menor repercusión. Sin difusión, no sería más que un acontecimiento local” (1999: 44).

Los medios se deben a sus clientes y lo más ofertado se ajusta a lo más demandado, independientemente de que esa información sea frívola y banal. Por ello, los medios de comunicación, como empresas que son, se rigen más por los valores del mercado que por los propios del periodismo. El afán educador, formativo e informativo con el que vio la luz esta profesión ha pasado a ser, en general, empresarial.

Según Ramallal, "el fútbol se convierte progresivamente en fenómeno masivo en diferentes ámbitos: por el número de competiciones y partidos que se celebran; por el número de jugadores y equipos que existen; por las cantidades de dinero que se manejan en concepto de traspasos, publicidad, fichas, primas, etc.; por el número de partidos que se televisan y por el tiempo que se le dedica en los medios; y, finalmente, por el número de telespectadores, radioyentes y lectores que están pendientes de todo lo que rodea al mundo del fútbol" (2004:197).

Es además, el deporte espectáculo por excelencia en nuestro país. “En sí mismo es doble: práctica y espectáculo. Práctica lo suficientemente extendida para ser considerada en sí misma fenómeno de masas. Espectáculo lo suficientemente atrayente como para que el número de espectadores sea creciente” (Marc Augé, 1999: 57)

Al igual que las informaciones deportivas han cambiado en la lucha por atraer a una audiencia futbolizada e incrementar su rentabilidad, este deporte también lo ha hecho.

Eduardo Galeano deleita al lector en su 'Fútbol a sol y sombra' mientras explica la realidad actual del balompié (2010:2)

"A medida que el deporte se ha hecho industria, ha ido desterrando la belleza que nace de la alegría de jugar porque sí. En este mundo del fin de siglo, el fútbol profesional condena lo que es inútil, y es inútil lo que no es rentable. La tecnocracia del deporte profesional ha ido imponiendo un fútbol de pura velocidad y mucha fuerza, que renuncia a la alegría, atrofia la fantasía y prohíbe la osadía. Por suerte todavía aparece en las canchas algún descarado caracucia que se sale del libreto y comete el disparate de gambetear a todo el equipo rival, y al juez, y al público de las tribunas, por el puro goce del cuerpo que se lanza a la prohibida aventura de la libertad".

Si hubiese que situar en una fecha concreta la futbolización del deporte y el tratamiento del balompié como una modalidad espectáculo en nuestro país, sin duda nos remontaríamos a la celebración de la Copa Mundial de Fútbol de 1982 en España. Así lo asegura Ramallal, debido a la promulgación de sentimientos de club, incremento del número de aficionados y la extensión de las competiciones. Además, desde entonces, los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, han otorgado una cobertura permanente de este deporte, en detrimento de otras especialidades. Antiguamente, el espacio que los medios de comunicación dedicaban al fútbol era limitado. Este autor realiza un estudio comparativo entre las emisiones deportivas de Televisión Española en los ochenta y las de principios del dos mil.

En su investigación, comparó la primera semana de abril de 1980 y la de 2002. En el primer caso, no se televisó ningún partido de fútbol en la televisión pública española ni en directo ni en diferido. En cambio, sí que se retransmitieron otras modalidades como baloncesto, natación y patinaje artístico. La cobertura futbolística quedaba relegada a los minutos deportivos de los telediarios y de los programas deportivos de entonces, donde el protagonista no era el fútbol. Sumando todos los minutos, el autor llegó por tanto a la conclusión de que en dicha semana, Televisión Española solamente dedicó una hora al fútbol. Sin embargo, veinte años después, este tiempo fue superado con creces. Durante la primera semana de abril de 2002, se retransmitieron entre la primera y la segunda cadena de televisión española, cinco partidos de fútbol, "dos programas especiales de media hora y una hora sobre la Champions League, informaciones previas a dos de los partidos retransmitidos de veinte minutos cada una, un programa de media hora anterior a la retransmisión del partido de los sábados y, finalmente, el resumen de la jornada en imágenes en Estudio Estadio, cuya duración es de hora y media. En

definitiva: casi doce horas dedicadas exclusivamente al fútbol. Las 'otras' modalidades deportivas retransmitidas en la televisión estatal quedan relegadas, en el mejor de los casos, a Estadio 2 los sábados y domingos y, en el peor, a *Teledporte*, algunos días entre semana sobre las tres o cuatro de la madrugada" (2004:205).

El fútbol se adueñó de la parrilla, mas no del espectáculo. Resúmenes de la jornada, previas, programas especiales informativos... a fin de cuentas, lo ofrecido era información. Con el paso del tiempo la espectacularización comenzará a hacer mella en la televisión pública pero ni de lejos se acercará al tratamiento sensacionalista de las cadenas privadas. El fútbol está cada vez más presente en *Teledporte*, cadena estatal cuya filosofía es retransmitir y difundir otros deportes que no sean fútbol. No obstante, también hay que tener en cuenta que es la única cadena que emite otro tipo de modalidades deportivas sin esperar unas audiencias ni un share determinado. En palabras de Paloma del Río (2017), periodista que ha ocupado diversos cargos en la Dirección de Deportes de *Televisión Española*, este canal temático ampara el 80-85% de la exposición del deporte minoritario en las pantallas españolas. Sin él, las Federaciones tendrían muy complicado darse a conocer entre el público y los patrocinadores, pues la cadena ofrece coberturas impensables en otras cadenas a modalidades como *superbike*, *snowboard*, baloncesto en silla de ruedas o cross.

A modo de ejemplo, se recoge la parrilla de la programación del domingo 12 de marzo en este canal.

Imagen 2. Parrilla de programación de *Teledporte* (12 de marzo de 2017)

DOMINGO 12 DE MARZO DE 2017	
ACTUALIZADO MIÉRCOLES 01.03.17 09:00 H.	
08:15	DIRECTO MOTOCICLISMO CAMPEONATO DEL MUNDO SUPERBIKE PRUEBA THAILANDIA CARRERA WORLD SUPER SPORT DESDE THAILANDIA
09:30	DIRECTO MOTOCICLISMO CAMPEONATO DEL MUNDO SUPERBIKE PRUEBA THAILANDIA WSBK 2ª CARRERA DESDE THAILANDIA
11:00	DIRECTO PROGRAMA CTO. MUNDO SNOWBOARD Y FREESTYLE
	11:00h. SNOWBOARD HALFPIPE CAMPEONATO DEL MUNDO FINAL + FREESTYLE CAMPEONATO DEL MUNDO FINALES AERIALS
	12:00h. DIRECTO SNOWBOARD CROSS FINALES
13:30	ATLETISMO CROSS CAMPEONATO DE ESPAÑA CARRERAS ABSOLUTA + PROMESAS FEMENINA Y ABSOLUTA MASCULINA DESDE GIJÓN
14:55	DIRECTO FÚTBOL EMIRATES FA CUP ¼ FINAL TOTTENHAM – MILLWALL DESDE LONDRES (INGLATERRA)
16:50	CICLISMO PARÍS – NIZA 8ª ETAPA: NIZA – NIZA
18:30	DIRECTO PROGRAMA 'AVANCE CONEXIÓN TELEDEPORTE'
18:40	DIRECTO FÚTBOL SALA COPA DE ESPAÑA FINAL DESDE CIUDAD REAL
21:30	DIRECTO PROGRAMA 'AVANCE CONEXIÓN TELEDEPORTE'
21:40	SNOWBOARD CROSS CAMPEONATO DEL MUNDO FINALES DESDE SIERRA NEVADA (GRANADA)
22:40	DIRECTO PROGRAMA 'ESTUDIO ESTADIO'
00:30	BALONCESTO EN SILLA DE RUEDAS CHAMPIONS CUP ¼ FINAL CD ILUNION – BG BASKETS HAMBURG DESDE SAN AGUSTÍN DE GUADALIX (MADRID)
02:00	TENIS WTA TORNEO INDIAN WELLS DESDE INDIAN WELLS (ESTADOS UNIDOS)
fb	TENIS WTA TORNEO INDIAN WELLS DESDE INDIAN WELLS (ESTADOS UNIDOS)

Fuente: rtve.es

Además de *Teledporte*, la primera cadena de *Televisión Española* sigue apostando por deportes minoritarios, aunque su especial hincapié recae en eventos de gran envergadura. Un ejemplo relativamente reciente se encuentra el pasado verano, cuando la Supercopa de España se jugó en plenos Juegos Olímpicos. El dieciocho de agosto, día posterior a la celebración del partido de vuelta de esa competición, *Televisión Española* abrió su telediario con la noticia deportiva del día, el oro olímpico de Craviotto y Toro en la modalidad K2 200m. de piragüismo, y dedicó prácticamente su espacio deportivo al completo a informaciones sobre los Juegos (Imagen 3). Tan solo otorgó un par de minutos a resumir el triunfo del Barcelona en la Supercopa, algo impensable en cualquier cadena privada.

Imagen 3: Transcripción de los acontecimientos deportivos abordados en el Telediario 15h, 18/08/16

TRANSCRIPCIÓN COMPLETA	
PUNTOS DE INTERÉS	
00:42:51 ORO Y BANDERA	00:50:34 HORTELANO BOLT
00:45:15 CELEBRAN MEDALLA	00:52:10 CELEBRAN PAU Y CIA
00:46:15 BENAVIDES CUARTO	00:53:49 LO INTENTO Y DURANT
00:47:13 ALEGRÍAS CAROLINA	00:54:24 OPCIONES MEDALLA HOY
00:49:44 LESION DE LA CHINA	00:55:33 SOS DINERO EN JJOO
00:50:09 PLATA ORTEGA	00:56:40 MESSI COPA
	00:58:35 VILLARREAL MONACO

Fuente: rtve.es

2.4. INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN

De acuerdo a una investigación desarrollada por Blanco, en los ochenta y noventa, el deporte más telegénico era el baloncesto. Ahora, el fútbol, indudablemente, es el claro dominador de las parrillas. El deporte más demandado y, por tanto, el más ofertado.

Siguiendo a Moragas, "el deporte constituye una fuente inagotable de noticias para los medios, de gran interés popular, de alguna manera compensatorias o alternativas de las informaciones de actualidad siempre más conflictivas" (1994:58). Un hecho que se aprecia en mayor medida en la televisión. "En los medios audiovisuales, el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión y en cuyo discurso se han incorporado elementos ajenos al ámbito del periodismo al formar parte de una estrategia comercial enfocada hacia la rentabilidad económica y la generación de negocio" (Rojas, 2013: 238).

La influencia de los medios, especialmente de la televisión, es decisiva para la configuración de los calendarios que diseñan organismos internacionales como la FIFA o el Comité Olímpico Internacional. Estos ajustan las fechas, horarios e incluso reglamentos de las competiciones a las necesidades de las cadenas, que han pagado cantidades millonarias por los derechos de emisión de los encuentros deportivos, los espacios más vistos y los que mayor número de anunciantes atraen (Rojas, 2017).

Mariano Sancha, periodista deportivo de Antena 3, considera que "el valor añadido en la televisión deportiva pasa por tener imágenes atractivas (...). Trabajar con imágenes proporciona mayores dosis de creatividad que cualquier medio de comunicación" (B. Muñoz, 2009: 222). Unas características que sin duda conducen a esta espectacularización.

Los medios audiovisuales, especialmente las televisiones privadas, ofrecen espacios deportivos repletos de informaciones irrelevantes, tertulias ansiosas por el choque y la confrontación y especulaciones y hechos sin contrastar. Todo ello con el fútbol como protagonista. Barrero Muñoz define a los tertulianos deportivos como "cada uno de los participantes que transmite una postura, realiza un papel dentro de lo que muchos denominan como 'teatrillo' y se monta el *show* donde incluso los periodistas ya se muestran directamente como seguidores de un equipo de fútbol, cuando hasta ahora lo que se valoraba era ser independiente, objetivo, o, por lo menos, 'que no se te vieran los colores' de tu equipo de fútbol preferido" (2009:221).

En adición, hay centenas de publicaciones que ejemplifican el interés de los medios por la vida privada de los futbolistas, (durante la Eurocopa 2008, Iker Casillas pidió a los medios que dejaran de convertir en mediática a su abuela, pues pretendían elaborar reportajes sobre cómo vivía los partidos de la selección), las especulaciones sobre fichajes, o la falta de contraste en las informaciones. Este fue el caso de una publicación difundida el cuatro de octubre de 2016 sobre Iván Cuéllar, portero del Sporting de Gijón. 'Pichu Cuéllar reta a la afición a su llegada a Riazor', tituló en redes sociales un diario que acusaba al futbolista de mirar de forma desafiante a los hinchas del Deportivo de la Coruña, rival de aquella jornada. El periodista obvió o no se percató de que la mirada de Pichu se dirigía hacia un aficionado local que estaba sufriendo un ataque epiléptico. "Ese es el periodismo en el que vivimos hoy en día", declaró Cuéllar en una rueda de prensa que él mismo convocó para esclarecer los hechos.

En definitiva, un periodismo regido por la ley del espectáculo, donde deportistas y cuestiones relevantes son desconocidos por un importante sector de la sociedad, debido a la omisión por parte de los medios de información realmente importante acerca de los intereses y logros deportivos. Una extrapolación de la definición que Berrocal y Cebrián emplean para explicar el infoentretenimiento político pero que encaja en el tema que atañe a este trabajo a la perfección. "El resultado es una política dominada por la ley del espectáculo, en la que los ciudadanos han perdido de vista su realidad más inmediata al no ofrecerles información sobre los verdaderos problemas que debería acometer el poder político. En la práctica, estos programas transforman la política en los que Paul Valery temía que fuese el arte de impedir a la gente ocuparse de aquello que le concierne" (2009:16).

3. PROYECTO PROFESIONAL. REPORTAJE AUDIOVISUAL: DEPORTES MINORITARIOS O MINORIZADOS

3.1. PLAN DE TRABAJO

3.1.1. PREPRODUCCIÓN

a) Decisión del tema

Finalizado el tercer curso de Periodismo, me centré en buscar y leer trabajos y tesis que pudiesen aportarme ideas para escoger la temática de mi proyecto de fin de grado. Sabía que quería enfocarlo al deporte, pero no terminaba por concretar el ámbito. La bombilla se encendió en agosto de 2016, cuando me encontraba realizando las prácticas curriculares en *La 8 de Valladolid*. Me percaté de que quería realizarlo de forma profesional y acerca del deporte minoritario en los medios. La idea de orientarlo hacia la infrarrepresentación que los medios realizan sobre estos deportes provino de una conversación con mi jefe de *Blanquívioletas*, web en la que estuve redactando el pasado año. Él fue quien me inspiró en ello y quien me informó sobre la 'minorización' que había experimentado en el deporte vallisoletano.

b) Disponibilidad material técnico

Una vez decidido el tema y el formato que quería otorgar al trabajo, tuve que cerciorarme de que podría contar con los materiales necesarios para poder llevar a cabo un proyecto profesional. Disponía de una cámara réflex Nikon 5200, compré un trípode y, en cuanto al micrófono, utilicé un corbatero con un cable alargador.

Con las cuestiones técnicas resueltas, el segundo paso fue confirmar la disponibilidad y aceptación de las fuentes que pretendía consultar.

c) Búsqueda de información y marco teórico

Antes del proceso de selección y contacto con las fuentes, llevé a cabo una exhaustiva labor de investigación con el objetivo de incrementar mi conocimiento sobre la materia y adquirir un buen dominio de la misma. Esta tarea impediría cualquier precipitación a la hora de establecer el acercamiento con las fuentes y, además, propiciaría una mayor

colaboración de las mismas al observar una mayor instrucción e implicación por mi parte. Parte de esa labor de investigación y documentación sobre el tema queda reflejada en el marco teórico de este trabajo.

d) Elección personajes a entrevistar

En cuanto a las fuentes consultadas, me decanté por profesionales del mundo de la comunicación, principalmente, pero también por deportistas y directivos de clubes. Con el testimonio de los periodistas pretendo explicar cómo se trabaja en medios de comunicación de muy distintas características y cómo se encuentra el periodismo deportivo del momento. Por ello, contar con profesionales de medios públicos y privados se erige en lo más adecuado para este tipo de reportaje. De esta forma, podré dilucidar los grandes contrastes que presentan. Asimismo, para su elección, consideré de vital importancia la experiencia y relevancia de los personajes. Periodistas de la talla de Paloma del Río, voz por excelencia del deporte minoritario y periodista presente en el mayor número de Juegos Olímpicos, o de Martí Perarnau, personificación de la calidad periodística y experto deportivo, revisten especial interés. En adición, estimé sustancial la audiencia y la tirada de programas y diarios, pues entrevistar a trabajadores de los medios más consultados me permitiría conocer qué es lo más demandado por los públicos.

Por otro lado, pretendo introducir un tono reivindicativo con las declaraciones de miembros de clubes. Que los deportistas o presidentes puedan explayar su punto de vista, su opinión acerca de la cobertura mediática que obtienen. Atendiendo a su elección, tuve en consideración la importancia del equipo en cuanto a palmarés y afición se refiere y en cuanto a deportistas, su relevancia a nivel tanto local como nacional e internacional.

e) Contacto con las fuentes

Trabajo de periodismo deportivo

En el primer cuatrimestre de este último año, cursé la asignatura optativa Periodismo Deportivo. En ella, Carlos Ballesteros, profesor que la impartía, nos mandó realizar una exposición de temática libre y opté por encauzarla por el mismo argumento. Para ello,

además de la presentación Power Point, decidí hacer un pequeño vídeo recopilando afirmaciones de algunos de los principales implicados, por lo que, cámara en mano, fui a las pistas de Canterac a entrevistar a Ángel Ruiz, presidente del Club de Patinaje en Línea de Valladolid. Asimismo, decidí entrevistar a Ana Pérez, presidenta de Club de Atletismo Valladolid, pues tenía referencias de su carácter reivindicativo sobre este tema. Decidí incluir parte de sus testimonios en el este proyecto, pues encajaban a la perfección con lo que buscaba transmitir entrevistando a pequeños clubes.

Primera fuente: Lourdes García

Mi idea desde un principio era contar con periodistas reconocidos y completamente opuestos para mostrar todas las versiones. Mi primer contacto se produjo con Lourdes García, periodista de Televisión Española que cubre los Juegos Olímpicos y campeonatos europeos y mundiales de determinados deportes como atletismo o natación. En octubre, junto a otros compañeros de la profesión, visitó la Facultad de Filosofía y Letras para exponer sus vivencias en los Juegos de Río. Ahí fue cuando le comenté mi idea de entrevistarla y aceptó encantada.

Segunda fuente: periodista de *Marca*

Con el profesor de Periodismo Deportivo, emprendimos un viaje a Madrid para visitar diversos medios de comunicación y conglomerados como Antena 3 y Unidad Editorial. En este último, durante la visita del diario *Marca*, comenté a la guía si podría contactar con el jefe de deportes o con algún redactor para mi trabajo. Me aseveró que no habría problema y, dado que sería dentro de varios meses, me ofreció su dirección e-mail para recordárselo cuando llegase el momento. Entre enero y febrero le mandé tres correos y no obtuve respuesta por lo que deseché esa fuente.

Tercera fuente: Manu Carreño

Al igual que me interesaba contar con un periodista de *Marca*, también lo hacía poder entrevistar a uno de *Mediaset*, cuyo periodismo deportivo está claramente contrapuesto al realizado por Televisión Española. Contacté con un compañero de *La 8* y que también trabaja en *Deportes Cuatro*, Benajmín Zarandona, para ver si podría

concertarme una cita con Carreño, pero, por su falta de tiempo, lo más que pudo conseguir fue una entrevista vía e-mail. Por ello, descarté también esta fuente.

Cuarta fuente: Mayte Martínez

Además de periodistas, mi idea era contar también con el testimonio de deportistas y entrenadores. Decidí entrevistar a Mayte Martínez, una de las mejores atletas españolas, ya retirada, y que reside en Valladolid. Aceptó encantada y me recibió en el Ayuntamiento -es concejala por el Partido Popular- el miércoles 8 de marzo a las 13.30 horas.

Quinta fuente: Martí Perarnau

Desde el primer momento, el periodista y ex atleta era mi fuente más ansiada. Perarnau destaca por su periodismo analítico, reposado y profundo, contrastando con la mayor parte de las informaciones deportivas que imperan hoy en día, donde la velocidad y la brevedad se erigen en los principales valores periodísticos. Tras varios mensajes y llamadas sin respuesta, finalmente logré contactar con él y fijar la entrevista el viernes 24 de marzo a las afueras del Centro Comercial Arturo Soria de Madrid.

Sexta fuente: Paloma del Río

La periodista de TVE también era una de mis fuentes primordiales. Es la voz por excelencia de todos los deportes minoritarios y tiene mucho que reivindicar. Me puse en contacto con ella vía Twitter y enseguida accedió a concederme una entrevista. Intenté cuadrar la cita el mismo día que con Lourdes García para no tener que hacer doble viaje a Torrespaña, pero Lourdes tenía el mes de marzo completo con los campeonatos de atletismo en Belgrado y de Free Style Ski y Snowboard en Sierra Nevada. El viernes 10 de marzo a las 10.30 horas quedé con Del Río en el edificio de Torrespaña.

Séptima fuente: Manu Sainz

Ante las complicaciones de *Marca* y *Mediaset*, necesitaba a alguien del 'otro lado', alguien que ofreciese el punto de vista del periodismo deportivo más comercial, por lo

que decidí departir con un periodista del diario *AS* que también fuese tertuliano de programas televisivos. Mi compañero de grado, Gonzalo Castro, que en ese momento se encontraba de redactor en dicho periódico, consiguió acordarme una cita con Manu Sainz, redactor de uno de los principales diarios deportivos de nuestro país y colaborador del programa *El Chiringuito*. El viernes 10 a las 17:00 horas me citó con él en la sede del *AS*, en la calle Miguel Yuste de Madrid.

Octava fuente: María Morán

En mi labor por conseguir la declaración de deportistas, intenté contactar con Lydia Valentín o Mireia Belmonte, pero, como imaginé, no obtuve respuesta. Teniendo ya el testimonio de Martínez y considerando el difícil acceso a estos deportistas, opté por miembros de clubes menores de Valladolid. De esta forma, hablé con María Morán, presidenta del Club Femenino de Rugby de Valladolid, quien se mostró muy dispuesta a colaborar conmigo. Quedamos para la semana del seis de marzo, pero por problemas de salud, finalmente, no pudimos concretar la entrevista.

Aproximación a la estructura

Una vez hecho el recuento de los testimonios que podría incluir en mi reporte, procedí a confeccionar la estructura que quería otorgarle. Aunque fuese a basarse en declaraciones de diversas personalidades, necesitaba darle continuidad, buscar un hilo conductor. Por ello, me surgió la idea de incluir el día a día de una persona aficionada al deporte que busca conocer las noticias deportivas a través de varios medios y es testigo del tipo de informaciones que venden la mayoría de ellos. Sería, por tanto, una estructura circular, que comenzaría con dicha persona sentada en el sofá de su casa. Tras encender la televisión, comprueba que la mayor parte de las noticias ofrecidas en el espacio deportivo de los informativos nacionales están relacionadas con el fútbol e incluso con la vida privada de los futbolistas. Durante el reportaje, la persona volverá a aparecer leyendo periódicos, en los que el fútbol o la polémica aparecen en primer lugar. El reportaje finalizará con el apagado de un televisor. En cuanto al orden de la información, mi idea inicial era dividirlo en distintos bloques informativos -término minoritario, futbolización, espectacularización televisiva, Juegos Olímpicos, y posibles

soluciones-. En cada sección aglutinaría los testimonios que abordasen el mismo tema y separaría las distintas informaciones mediante una voz en off.

El guión completo del reportaje se puede consultar en el Anexo I.

3.1.2. PRODUCCIÓN

a) Cuestionario previo

Durante la fase de documentación fui elaborando la estructura que emprendería en el cuestionario abordando las preguntas de investigación que me planteé en un primer momento y lo estudiado por teóricos y expertos del tema.

En cuanto a la redacción de las preguntas, me centré en cuatro puntos básicos: la cobertura de los deportes minoritarios, el contrapunto de los Juegos Olímpicos, la mentalidad de la sociedad y posibles alternativas. No obstante, aunque algunas preguntas se repetían, derivé la entrevista hacia otros ámbitos según quien fuese el entrevistado. Finalmente, algunas preguntas cambiaron según el ritmo que fue adquiriendo la conversación y añadí nuevas cuestiones.

El Anexo II recoge los cuestionarios diseñados para la realización de las entrevistas y el Anexo III, las transcripciones finales al completo.

b) Grabación: Entrevistas y localizaciones

Todas las entrevistas fueron realizadas y grabadas por mí, por lo que no pude grabar desde varios planos. No obstante, una vez realizadas, aprovechaba para grabar recursos y gestos de los entrevistados. Cabe destacar la amabilidad e implicación de todos ellos, que respondieron con total transparencia y no pusieron ningún tipo de impedimento ni a la hora de concertar la reunión ni de contestar a mis preguntas.

- Ángel Ruiz: presidente Club Patinaje Línea Valladolid, pistas Canterac (10 octubre)
- Ana Pérez, presidenta Club Atletismo Valladolid, Plaza Mayor (13 octubre)
- Mayte Martínez, ex atleta olímpica, Ayuntamiento de Valladolid (8 de marzo)
- Paloma del Río, periodista deportiva TVE, Torrespaña, Madrid (10 de marzo)

- Manu Sainz, redactor diario *AS* y colaborador de 'El Chiringuito', Sede *AS*, Madrid (10 de marzo)
- Martí Perarnau: Exteriores Centro Comercial Arturo Soria, Madrid (24 de marzo)

Entrevistas previas: Ángel Ruiz y Ana Pérez

Mi idea para estos dos primeros contactos era muy concreta, por lo que el cuestionario era breve y conciso. La entrevista con el presidente del CPLV se produjo el lunes diez de octubre de 2016. Tras concertar el día con él, asistí a un entrenamiento del equipo en las instalaciones de la entidad deportiva, en Canterac, por lo que pude grabar una buena cantidad de imágenes de recursos de los propios jugadores, carteles, etc. Ruiz no disponía de mucho tiempo ya que se encontraba dirigiendo el entrenamiento por lo que contestó rápidamente a mis cuestiones. Sin embargo, la entrevista derivó en varios aspectos y se alargó hasta casi media hora de duración.



Ángel Ruiz, presidente CPLV || *Fuente: Elaboración propia*

El encuentro con la presidenta del CAV se produjo el jueves trece de octubre de 2016. En un principio tenía fijado acudir a las pistas de atletismo del club, pero, finalmente, me pidió que mejor realizásemos la entrevista en la Plaza Mayor. La grabación no

sobrepasó el cuarto de hora y tuve que grabar dentro de unos soportales a causa de la lluvia.



Ana Pérez, presidenta CAV || *Fuente: Elaboración propia*

Grabación primera entrevista: Mayte Martínez

La primera entrevista que realicé dentro del periodo del Trabajo de Fin de Grado fue a Mayte Martínez. El miércoles ocho de abril, la ex atleta me recibió en su despacho del Ayuntamiento de Valladolid y conversamos durante 45 minutos. Además, pude grabar multitud de recursos de cuadros y fotografías. Para su elaboración tuve que hacer frente a varios inconvenientes. Por ejemplo, no pude conseguir un micrófono hasta el mismo día de la entrevista. Una vez en la Casa Consistorial y antes de iniciar la grabación, comprobé todo y se encontraba a la perfección. No obstante, una vez volcado el contenido al ordenador, el vídeo no tenía sonido. Además del corbatero, empleé una grabadora por si este fallaba, así que sincronicé el vídeo con la grabación de voz y pude solucionar el problema, aunque la calidad no era la misma. El micrófono funcionó sin problema en las siguientes entrevistas.



Mayte Martínez, ex atleta olímpica || *Fuente: Elaboración propia*

Grabación segunda entrevista: Paloma del Río

El viernes diez de marzo, viajé hasta Madrid para entrevistar a Paloma del Río y a Manu Sainz. Por la mañana acudí al edificio de Torrespaña para encontrarme con la periodista de *Televisión Española*. La entrevista duró media hora y la realicé en una amplia sala repleta de cuadros, diplomas y trofeos, que pude emplear como imágenes de recursos.



Paloma del Río, periodista TVE || *Fuente: Elaboración propia*

Grabación tercera entrevista: Manu Sainz

Ese mismo día, a las cinco de la tarde llegué a la redacción del diario *AS*, donde me recibió Manu Sainz. La grabación se produjo en la sala de tomos del periódico, una gran habitación con trofeos, libros y una cristalera con el nombre del diario grabado. El principal problema en esta entrevista fue la batería de la cámara, que se me agotó pasada la mitad de la entrevista. Sainz, muy amable, esperó a que cargase la batería y procedimos a finalizar la grabación. Después me estuvo enseñando las instalaciones y presentando a algunos de sus compañeros, por lo que pude grabar varias imágenes de la redacción.



Manu Sainz, redactor diario AS || *Fuente: Elaboración propia*

Grabación cuarta entrevista: Martí Perarnau

La cita con Martí Perarnau fue la más difícil de conseguir, y tras varios intentos de contacto sin respuesta, empecé a buscar alternativas. Finalmente, respondió a una de mis llamadas y pudimos concretar el encuentro el viernes 24 de marzo a las 15:15 horas, aunque las retenciones de tráfico la retrasaron hasta las 16h. No pude realizarla en su despacho porque cierra los viernes por la tarde, pero me citó en un parque en los alrededores del Centro Comercial Arturo Soria y, así, pude cambiar de ubicación con respecto a las entrevistas anteriores. La conversación duró alrededor de veinte minutos y

por tema de tiempo no pude grabar recursos. No obstante, él accedió a enviarme alguna imagen de sus años como atleta.



Martí Perarnau, ex atleta, periodista y escritor || *Fuente: Elaboración propia*

- La conversación con los de los dos clubes vallisoletanos evidenció la falta de apoyo mediático en pequeños clubes, para los cuales tener una mayor relevancia en la sociedad se antojaría vital para poder crecer empresarial y deportivamente.
- La entrevista con Mayte Martínez fue especialmente aclaratoria sobre el olvido que sienten algunos deportistas y sus vivencias durante los grandes eventos deportivos.
- Tras departir con Paloma del Río, pude comprobar la política que sigue un canal público a la hora de priorizar la retransmisión de determinados deportes y su desacuerdo con la
- El encuentro con Manu Sainz revistió especial interés al poder conocer de primera mano el negocio en el que se sustenta el periodismo y la necesidad de muchos medios de obtener más audiencia que su principal competidor.
- En sus respuestas, Martí Perarnau destapó la realidad del periodismo deportivo y la involución que ha sufrido en los últimos años.

Realizadas las entrevistas con los tres periodistas, opté por desechar el encuentro con Lourdes García. A que la periodista apenas tenía tiempo libre para recibirme se unió la gran cantidad de material recabado en mis visitas a Madrid y el hecho de que sus declaraciones serían muy parejas a las de su compañera Paloma del Río, por lo que no aportaría novedad en el tema. Asimismo, descarté la entrevista con María Morán, debido a su problema médico y a la duración total del reportaje, pues quizá se alargaría demasiado.

c) Grabación entradilla y recursos iniciales

Además de las imágenes de recurso correspondientes a los entrevistados, con mi cámara grabé la entradilla, las imágenes correspondientes al personaje que abre el reportaje, y dota de una historia al mismo, así como diversos planos de la sede de *La 8 de Valladolid*. La filmación de la persona que aparece tanto al inicio como en la mitad del vídeo la realicé el día 15 de mayo en el salón de mi casa. Al igual que en el resto de grabaciones, empleé una cámara réflex Nikon 5200 y un trípode.



Grabación introducción || Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la entradilla, la realicé el día 5 de junio, en los alrededores del Parque Ribera de Castilla. En este caso sí que necesité a una persona como ayudante, mi compañera Rocío Collantes.



Grabación entradilla || Fuente: Elaboración propia

El bloque 'Minoritario', con la definición de la RAE y el documento de licencias federadas lo capturé desde la misma pantalla del ordenador.

d) Elección de imágenes de recurso

Para la elaboración de un reportaje de estas características es necesaria una cantidad importante de imágenes de recurso. Por ello, aproveché las entrevistas para grabar diversos planos de los propios entrevistados y de las localizaciones. Además, acudí a entrenamientos de varios clubes para poder contar con imágenes de los deportes nombrados en los testimonios. Asimismo, pude emplear imágenes facilitadas por el archivo de *La 8 Valladolid* sobre competiciones que yo misma cubrí. Por último, recopilé imágenes de *YouTube* libre de derechos para mostrar deportistas y eventos a nivel nacional nombrados por los entrevistados.

3.1.3. POSTPRODUCCIÓN

a) Edición

Una vez realizadas las entrevistas, procedí a su edición con Sony Vegas. En primer lugar, limpié los brutos y comencé a seleccionar aquellos totales más interesantes y que se adecuaban en mayor medida a los temas a tratar en el vídeo-reportaje. Entrevista que realizaba, entrevista que editaba, para así percatarme de posibles fallos para las posteriores.

b) Primera escaleta

Una vez realizada el volcado de contenido y seleccionados los totales, los agrupé por bloques atendiendo al boceto de aproximación a la estructura que sugerí inicialmente.

- Acuña término minoritario a determinados deportes
- Contrapunto de los Juegos Olímpicos vs campeonatos internacionales
- Futbolización de la información deportiva
- Tendencia a la espectacularización y sensacionalismo: proliferación de tertulias deportivas
- Posibles soluciones y avances

c) Montaje

En cuanto a la elaboración del vídeo, lo primero fue editar la duración del proyecto recortando las entrevistas, pues era demasiado extenso. A continuación agrupé los totales acorde con los bloques fijados y añadí las imágenes grabadas por mí en los lugares correspondientes. Grabé la voz en off y añadí imágenes de recurso que se adecuasen a lo tratado.

d) Diseño

En cuanto a los aspectos estéticos, el reportaje no presenta ningún tipo de edición especial. Los efectos *-Picture-In-Picture, Keyframe-* y transiciones empleadas *-desenfoco de cruce A/B, rollo de página-* corresponden al Sony Vegas.

La cabecera la realicé con el mismo programa, agrupando cuatro pistas de vídeo encajadas en el mismo fondo.

La música es libre de derechos, descargada de *freemusicarchive.org* y del canal de *Youtube No Copyright Sounds*.

3.2. ESCALETA FINAL

MINUTAJE Y LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
39", SALÓN	INTRODUCCIÓN: Persona enciende el televisor y todo lo que se ofrece en el espacio deportivo es fútbol.
25" PARQUE RIBERA DE CASTILLA	ENTRADILLA <i>"LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COMO EMPRESAS QUE SON, PRESENTAN UN FIN LUCRATIVO (...) CONTRIBUYEN A LA 'MINORIZACIÓN' DE DETERMINADAS MODALIDADES A LAS QUE APENAS SE LES DA VOZ EN LOS MEDIOS".</i>
17"	CABECERA
22" PANTALLA PC + RECURSOS TENIS, ESCALADA Y CLICLISMO + VOZ EN OFF	BLOQUE MINORITARIO •DEFINICIÓN RAE •LICENCIAS FEDERADAS + RECURSOS MODALIDADES <i>"MINORITARIO. RELATIVO A LA MINORÍA Y QUE ESTÁ EN MINORÍA NUMÉRICA. ATENDIENDO AL NÚMERO DE LICENCIAS FEDERADAS (...) DEPORTES A LOS QUE RARAMENTE SE LOS TILDA DE MINORITARIOS".</i>
5' 25" RECURSOS TOTAL DEL RÍO TORRESPAÑA, MADRID TOTAL MARTÍNEZ, AYUNTAM. VLL TOTAL PERARNAU, PARQUE ARTURO SORIA, MADRID TOTAL DEL RÍO TOTAL SAINZ, SEDE AS, MADRID	CUERPO PRIMER BLOQUE: MINORIZACIÓN Imágenes oficina Torrespaña <i>"LO VES EN LOS MEDIOS Y NO APARECE (...) Y LLEVAN TODA LA VIDA PELEANDO".</i> <i>"YO ESO POR SUPUESTO LO HE VIVIDO EN MIS CARNES, YA NO SOLO EN PRIMERA PERSONA SINO CON EL RESTO DE COMPAÑEROS (...) SE LES MENCIONABA CUATRO LÍNEAS Y PUNTO".</i> <i>"HEMOS IDO HACIA ATRÁS, HEMOS EMPEORADO MUCHÍSIMO (...) LOS ESTAMOS DENOMINADO MINORITARIOS, BUENO, MINORITARIOS PORQUE LOS PERIODISTAS HAN QUERIDO QUE LO SEAN".</i> <i>"LA PRENSA VIVE DE UNAS EMPRESAS QUE QUIEREN HACER UN NEGOCIO (...) LO CONSIGUE EL FÚTBOL".</i> <i>"NUESTRA PRIORIDAD SIEMPRE ES EL REAL MADRID (...) PERO EN ESE CAJÓN DESASTRE QUE ES POLIDEPORTIVO INTENTAMOS QUE TODOS LOS DEPORTES TENGAN SU PEQUEÑO HUEQUECITO".</i>

TOTAL PERARNAU	"HAN PASADO DE SER MEDIOS QUE LOS DIRIGÍAN PERIODISTAS DE UN GRAN NIVEL (...) A SER DIRIGIDOS POR, LO DIRÉ SIN NINGÚN TAPUJO, POR MERCENARIOS"
TOTAL MARTÍNEZ	"TENEMOS QUE DARNOS CUENTA DE QUE NO TODO TIENE QUE MEDIRSE EN TÉRMINOS ECONÓMICOS (...)"
4' 05"	SEGUNDO BLOQUE: JUEGOS OLÍMPICOS
OFF + RECURSOS	"EL CONTRAPUNTO DE LOS JJOO ES EVIDENTE (...) UN INTERÉS, EN MUCHOS CASOS ENGAÑOSO". <i>Imágenes llama, aros y estadio Juegos Olímpicos Barcelona '92.</i>
TOTAL DEL RÍO	"DURANTE 15 DÍAS TODO EL MUNDO ESTÁ PENDIENTE DE UNA CIUDAD, DE UNOS DEPORTISTAS Y DE UNA FIESTA DEL DEPORTE (...) NO LLEGA TODO EL QUE QUIERE".
TOTAL MARTÍNEZ	"EN EL CASO DEL ATLETISMO (...) LA REPERCUSIÓN QUE TIENE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS NO TIENE NADA QUE VER".
TOTAL DEL RÍO	"SIGO SIN ENTENDER PORQUÉ SE PRODUCE ESE PICO (...) PREGÚNTALES A LOS HERMANOS FERNÁNDEZ OCHOA SI SON IMPORTANTES Y VALORADOS LOS JUEGOS DE INVIERNO AQUÍ EN ESPAÑA, PREGÚNTALES A VER QUÉ TE DICEN..."
TOTAL PERARNAU	"SI SE INFORMASE A DIARIO ESE INTERÉS SERIA VISIBLE SIEMPRE. (...) YA NO HAY NINGÚN PERIÓDICO QUE HABLE DE GIMNASIA, DE WATERPOLO O DE NATACIÓN SINCRONIZADA".
TOTAL SAINZ	"SEA EL DEPORTE QUE SEA EL ESPÍRITU PATRIOTA SALE (...) NO TE INTERESA EL DEPORTE, TE INTERESA EL MEDALLERO".
TOTAL DEL RÍO	"ES CIERTO QUE SE DAN ANÉCDOTAS SOBRE TODO LIGADAS A LAS MEDALLAS DE LOS ESPAÑOLES (...) ES UNA BURBUJA QUE SE CREA QUE ES ARTIFICIAL COMPLETAMENTE".
2' 22"	TERCER BLOQUE: FUTBOLIZACIÓN
OFF + RECURSOS	"LAS FEDERACIONES LUCHAN POR CONSEGUIR UN ESPACIO (...) LO QUE VENDE HOY ES EL FÚTBOL". <i>Imágenes redacción de La 8 de Valladolid Televisión.</i>
TOTAL PERARNAU	"LA SOCIEDAD SE HA FUTBOLIZADO PORQUE LOS MEDIOS HAN QUERIDO (...) FINALMENTE HABRÁ UNA SERIE IMPORTANTE DE GENTE QUE TENDRÁ INTERÉS POR ESOS DEPORTES".
TOTAL SAINZ	"AL FINAL EL PERIODISMO ES UN REFLEJO DE LA SOCIEDAD (...) VIERON QUE ERA UN PRODUCTO VENDIBLE Y QUE LES IBA A HACER GANAR DINERO Y POR ESO TODO EL MUNDO HA IDO A POR ESE PRODUCTO".

<p>3' 28"</p> <p>RECURSOS</p> <p>TOTAL SAINZ</p> <p>TOTAL PERARNAU</p> <p>TOTAL DEL RÍO</p> <p>TOTAL SAINZ</p> <p>TOTAL PERARNAU</p>	<p>CUARTO BLOQUE: ESPECTACULARIZACIÓN TELEVISIVA</p> <p><i>Imágenes 'exclusiva' en El Chiringuito de Jugones, La Sexta.</i></p> <p>"HAY UN PROGRAMA QUE ES EL CHIRINGUITO, QUE HA SUPUESTO UN ANTES Y UN DESPUÉS (...), SE QUEDABA EN LA CAMA CON LA RADIO PUESTA. AHORA ESO HA CAMBIADO".</p> <p>"LO QUE HABRÁ REVOLUCIONADO ES EL CUBO DE BASURA (...) LO QUE HACE ES SIMPLEMENTE COGER UN CUBO DE BASURA Y MOVERLO, REVOLUCIONARLO".</p> <p>"SON TERTULIAS QUE INICIALMENTE HABLAN DE FÚTBOL, DE COMPETICIÓN, PERO DERIVAN EN CHASCARRILLOS (...) SI ES NOTICIA, NO TIENE EL MISMO RANGO QUE UNA SEÑORA QUE HA BATIDO UN RECORD DEL MUNDO".</p> <p>"¿QUÉ ES ANTES, NOSOTROS LE DAMOS A LA GENTE LO QUE NOSOTROS QUEREMOS, O ES LA GENTE LA QUE NOS OBLIGA O LA QUE NOS LLEVA A DARLE LO QUE ELLA QUIERE? (...) ES VOLUNTAD TUYA, ES INICIATIVA TUYA PINCHAR PARA VERLA".</p> <p>"ES LA TENDENCIA DE LA SOCIEDAD ACTUAL HACIA LA BANALIZACIÓN (...) EN UN BAR DE CARRETERA CUALQUIERA, HAY MÁS CONOCIMIENTO DEPORTIVO QUE EN ESTOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN".</p>
<p>2' 58"</p> <p>RECURSOS</p> <p>OFF+RECURSOS</p> <p>TOTAL PERARNAU</p> <p>TOTAL DEL RÍO</p> <p>TOTAL MARTÍNEZ</p>	<p>QUINTO BLOQUE: SOLUCIÓN</p> <p><i>Imágenes Álvaro Ojeda en el plató de El Chiringuito</i></p> <p>"RECUPERAR LOS VALORES TRADICIONALES DEL PERIODISMO (...) COMPROMISO DE AQUELLAS EMPRESAS QUE SIGUEN APOSTANDO POR TÉCNICAS SENSACIONALISTAS".</p> <p><i>Imágenes realización Diario AS.</i></p> <p>"LA SOLUCIÓN ES QUE ESTA GENTE QUE HA PROSTITUIDO EL PERIODISMO DEPORTIVO, QUE LO HAN CONVERTIDO EN UN BASURERO DESAPAREZCA (...)QUE ALGÚN DÍA DEJE DE ESTAR INTERESADA POR ELLOS, SE PIERDA AUDIENCIA, Y LOS OTROS PROGRAMAS PUEDAN TENER MÁS".</p> <p>"HAY OTRAS PROFESIONES QUE VAN A PASO DE FERRARI Y NOSOTROS VAMOS A PASO DE CARRETA (...) PARA DARLE VISIBILIDAD, PODERÍO Y PRESENCIA AL DEPORTE FEMENINO Y MINORITARIO EN MI CAMPO DE ACCIÓN, QUE ES LA TELEVISIÓN PÚBLICA.</p> <p>"EN ESO SÍ QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON LOS QUE TENÉIS LA OBLIGACIÓN (...) SI VOSOTROS LO VISIBILIZÁIS, LOS USUARIOS LO CONSUMIREMOS.</p>

2' 09"

RECURSOS
PABELLÓN
CANTERAC

TESTIMONIO
ÁNGEL RUIZ, CLUB
CPLV

TESTIMONIO ANA
PÉREZ, PLAZA
MAYOR, VLL.

DESENLACE: REIVINDICACIONES CLUBES

Imágenes entrenamiento CPLV

"UN CLUB QUE HA HECHO VEINTE AÑOS EL AÑO PASADO, UN CLUB CUYO PALMARÉS TIENE CERCA DE SESENTA TÍTULOS NACIONALES (...) TAMPOCO HAY QUE OLVIDARSE DE DEPORTES QUE TRAEN MUCHAS ALEGRÍAS A LA CIUDAD Y QUE TAMBIÉN LUCHAN POR DEMOSTRAR QUE TAMBIÉN TIENEN SU HUECO.

"TENEMOS GRANDES CAMPEONAS DE ESPAÑA DE INFANTIL HASTA ABSOLUTA, INTERNACIONALES CHICOS Y CHICAS (...) ESTAMOS IGUAL QUE LOS DEMÁS DEPORTES EN DIVISIÓN DE HONOR Y QUEREMOS EL MISMO MERECIMIENTO, NI MÁS NI MENOS, SOLO IGUALDAD.

1' 38"

RECURSOS

CIERRE

Imágenes modalidades deportivas (atletismo, tiro con arco, piragüismo) + apagado televisión + créditos

TOTAL 21' 17"

4. CONCLUSIONES

El planteamiento inicial que inspiraba el reportaje se constata. En el periodismo deportivo mayoritario actual prima el espectáculo y está claramente futbolizado, lo que provoca una infrarrepresentación de otras modalidades en los medios españoles. Sin embargo, la visión de este fenómeno difiere según los implicados, pues está determinada en función del medio para el que trabajen o de la situación en la que se encuentren. Manu Sainz se muestra partidario de esta nueva forma de hacer periodismo, mientras que el resto de entrevistados, deportistas, directivos de clubes, analistas y periodistas de la televisión pública consideran que perjudica gravemente la información deportiva.

Tras las conversaciones con cada uno de ellos, pude responder a las preguntas iniciales de la investigación, llegando a varias conclusiones:

La televisión pública dedica más espacio a cubrir determinados deportes minoritarios por su afán de satisfacer a toda la demanda y, a diferencia que en las cadenas privadas, no siempre prima el nivel de audiencia o la ganancia económica.

La mayoría de los entrevistados coinciden en que los principales responsables de la futbolización y del sensacionalismo que impera en la información deportiva son los medios de comunicación. Si bien son conscientes de que hay un parte de la sociedad que demanda este tipo de noticias, pero no en detrimento de las puramente deportivas, que en muchas ocasiones desaparecen al apostar por este otro tipo de informaciones. Como asegura Perarnau, "la sociedad se ha futbolizado porque los medios han querido". Del Río y Martínez coinciden en que los medios, además de informadores, son también educadores. En cambio, Sainz pondera que los medios 'son un reflejo de la sociedad', y es esta quien los conduce a actuar de una determinada forma. "Es voluntad tuya pinchar para ver el peinado de Sergio Ramos, nosotros la colgamos ahí, no te decimos que la veas". No obstante, hay que tener en cuenta que los medios posicionan esas noticias y pese a resultar la más leída por ser la primera que ve el lector, no tiene porqué tratarse de una información buscada.

Un giro en la mentalidad de la sociedad a largo plazo es posible pero poco viable, puesto que, como asevera Sainz, este tipo de periodismo supone un 'fenómeno social imparabile' al que ya se ha habituado un sector de los consumidores de información deportiva. Si bien, la solución, atendiendo a lo expuesto por Del Río o Perarnau, pasa

por volver a los orígenes, con generaciones de periodistas que apuesten por un periodismo de calidad.

5. FUENTES PERSONALES Y BIBLIOGRÁFICAS

5.1. BIBLIOGRAFÍA

ANDREWS, P. (2005). *Sports Journalism*. Londres: Sage

AUGÉ, M. (1999): “¿Un deporte o un ritual?” en Seguro, S. (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate, pp. 55-66.

BARRERO MUÑOZ, J. (2009): Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo. Actas del II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales. Universitat Jaume I, Castellón. Madrid: Ediciones de Ciencias Sociales, pp. 216-225.

BAUDILLON, P. (1999): “Un deporte singular” en Seguro, S. (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate, pp. 41-46.

BERROCAL, S. Y CEBRIÁN, E. (2009): "El periodismo político amenazado: los formatos televisivos españoles de infoentretenimiento político y sus consecuencias sociales" en VV.AA. *El drama del periodismo, narración e información en la cultura del espectáculo: actas de las conferencias y comunicaciones del XI Congreso de la Sociedad Española de Periodística*. Murcia, 24 y 25 de abril de 2009, Universidad Católica San Antonio de Murcia, pp. 145-158.

BONIFACE, P. (1999): “Geopolítica del fútbol” en Seguro, S. (Ed.) *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate, pp. 89-96.

DOMÍNGUEZ PÉREZ, J.P. (2009): "Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo". *Razón y Palabra*.

GONZALEZ RAMALLAL, M. E. (2004): *Sociedad y deporte. Análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España*. Tesis Doctoral, Universidad da Coruña.

ROJAS TORRIJOS, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro, *Correspondencias & Análisis*, N° 4. Universidad de Sevilla.

ROJAS TORRIJOS, J. L. (2013). “Periodismo deportivo. Hacia la innovación y el emprendimiento en la red”, pp. 197-247. En Sobrados, M. (coord.). *Presente y futuro en el periodismo especializado*. Madrid: Fragua.

ROJAS TORRIJOS, J. L. (2011). *Periodismo deportivo de calidad*. Madrid: Fragua.

LÓPEZ HIDALGO, A. (2001). *El titular: manual de titulación periodística*. Madrid: Comunicación Social

ALCOBA LÓPEZ, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Editorial Paraninfo.

NARANJO DE ARCOS, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C Barcelona*. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga.

BILLINGS, A. (2010): *La comunicación en el deporte*. Barcelona: Editorial UOC – Aresta.

SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, C. (2013): *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Madrid: Departamento de periodismo y comunicación audiovisual Getafe, Universidad Carlos III de Madrid.

GARCÍA MOLINA, E.T. (2002). Deporte y metáforas. Influencia del lenguaje deportivo en la vida cotidiana, *Deporte y lenguaje* nº 33.-

GALEANO, E. (2010), *El fútbol, a sol y sombra*. Madrid: Siglo XXI.

MORAGAS, M. (1994). “Deporte y medios de comunicación. Sinergias crecientes”, *TELOS*, nº 38.

5.2. WEBGRAFÍA

<http://www.jotdown.es/2011/06/parasitos-de-un-monstruo-moderno-los-porques-del-actual-periodismo-deportivo/>

<http://www.impassemag.com/2015/03/10-emisiones-televisivas-mas-vistas-espana/>

<http://www.rtve.es/alcarta/videos/telediario/telediario-15-horas-18-08-16/3697469/>

LINK REPORTAJE: https://www.youtube.com/watch?v=_w1BXO4GH2c

6. ANEXOS

6.1. ANEXO I. GUIÓN DEL REPORTAJE:

INTRODUCCIÓN

Una persona enciende la televisión en el salón de su casa y todo lo que ofrecen en el espacio deportivo de los informativos nacionales es fútbol.

ENTRADILLA

"LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COMO EMPRESAS QUE SON, PRESENTAN UN FIN LUCRATIVO POR LO QUE EVIDENTEMENTE ATIENDEN A LAS DEMANDAS DE SU PÚBLICO. POR ELLO, CUANDO CARECEN DEL TIEMPO O ESPACIO SUFICIENTE PARA CUBRIR TODOS LOS EVENTOS DEPORTIVOS, LA INFORMACIÓN QUEDA SUPEDITADA A LO MÁS DEMANDADO, ANTEPONIENDO EN MUCHAS OCASIONES EL ESPECTÁCULO A LO PURAMENTE DEPORTIVO. DE ESTA FORMA, CONTRIBUYEN A LA 'MINORIZACIÓN' DE DETERMINADAS MODALIDADES A LAS QUE APENAS SE LES DA VOZ EN LOS MEDIOS".

Pantalla de ordenador que muestre la definición de minoritario de la RAE y posteriormente el número de licencias federadas (Grabado con *ScreenRecorder*)

OFF: *"MINORITARIO. RELATIVO A LA MINORÍA Y QUE ESTÁ EN MINORÍA NUMÉRICA. ATENDIENDO AL NÚMERO DE LICENCIAS FEDERADAS CORRESPONDIENTES AL AÑO 2015, MODALIDADES COMO EL JUDO O EL MONTAÑISMO AGLUTINAN A MÁS DEPORTISTAS QUE EL TENIS O EL CICLISMO, DEPORTES A LOS QUE RARAMENTE SE LOS TILDA DE MINORITARIOS".*

CUERPO

PRIMER BLOQUE: MINORIZACIÓN

PALOMA DEL RÍO: *LO VES EN LOS MEDIOS Y NO APARECE, LO QUE ES UN POCO INCOMPRESIBLE. MIRA LO QUE HA COSTADO QUE SALIESE LA LIGA DE FÚTBOL FEMENINA... EL ESFUERZO QUE LES HA COSTADO TENER UNA TELEVISIÓN, UNOS MEDIOS, UNA RUTINA A LA HORA DE SALIR EN IMAGEN Y LLEVAN TODA LA VIDA PELEANDO.*

MAYTE MARTÍNEZ: *YO ESO POR SUPUESTO LO HE VIVIDO EN MIS CARNES, YA NO SOLO EN PRIMERA PERSONA SINO CON EL RESTO DE COMPAÑEROS DE ATLETISMO QUE CONSEGUÍAN GRANDES RESULTADOS Y OCUPABAN UNA PEQUEÑA FOTO EN UN PERIÓDICO DEPORTIVO PERO POCO MÁS, SE LES MENCIONABA CUATRO LÍNEAS Y PUNTO.*

MARTÍ PERARNAU: *MUCHÍSIMO MENOS, HEMOS IDO HACIA ATRÁS, HEMOS EMPEORADO MUCHÍSIMO, SIGLOS, CON RESPECTO A LOS AÑOS 70 Y 80. INSISTO Y REPITO, HE PARTICIPADO EN CAMPEONATOS DE ESPAÑA EN MADRID CON EL ESTADIO DE VALLE HERMOSO CON LAS TAQUILLAS CERRADAS PORQUE ESTABAN TODAS LAS ENTRADAS VENDIDAS. AHORA MISMO ESTO ES IMPENSABLE Y SIN EMBARGO HABLAMOS DE UNA ÉPOCA EN LA QUE ESPAÑA NO TENÍA NI CAMPEONES OLÍMPICOS, NI MEDALLAS NI NADA. ÉRAMOS CUATRO GATOS Y LA AFICIÓN, MOVIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, RESPONDÍA. HOY, HAY MUCHA DIFICULTAD PARA ACCEDER A DEPORTES HASTA EL PUNTO DE QUE LOS ESTAMOS DENOMINADO MINORITARIOS, BUENO, MINORITARIOS PORQUE LOS PERIODISTAS HAN QUERIDO QUE LO SEAN.*

PR: LA PRENSA VIVE DE UNAS EMPRESAS QUE QUIEREN HACER UN NEGOCIO, LA PRENSA, RADIOS, TELEVISIONES, LO QUE QUIEREN ES TENER AUDIENCIA O VENTAS DE PERIÓDICOS O CUÑAS DE RADIO. ESO, HASTA AHORA Y SEGUIRÁ SIENDO ASÍ, LO CONSIGUE EL FÚTBOL.

MANU SAINZ: NUESTRA PRIORIDAD SIEMPRE ES EL REAL MADRID, ES LO QUE SUELE ABRIR EL PERIÓDICO A DIARIO. SI HAY ALGÚN EVENTO EXTRAORDINARIO, UN MUNDIAL, UNA EUROCOPA, UN ACONTECIMIENTO PUNTUAL DE SUMO INTERÉS NACIONAL O MUNDIAL PUEDE QUE CAMBIEMOS ESE CRITERIO DE ABRIR SIEMPRE CON UNA INFORMACIÓN DEL REAL MADRID. LUEGO VA UNA SECCIÓN DEL BARCELONA, FIJA TAMBIÉN, LUEGO EL ATLÉTICO DE MADRID Y EL RESTO DE EQUIPOS DE PRIMERA DIVISIÓN Y SEGUNDA SE REPARTEN UN ESPACIO DETERMINADO. FÚTBOL, Y A PARTIR DE AHÍ ENTRA LA SECCIÓN DE MOTOR, MOTOCICLISMO, FÓRMULA 1, ETC. Y OTRO APARTADO QUE ES POLIDEPORTIVO, DONDE ENTRAN TODO TIPO DE DEPORTES, NATACIÓN, BALONCESTO, UN POCO DE TODO.

NOSOTROS INTENTAMOS DARLE CABIDA A TODO TIPO DE DEPORTES EN ESA SECCIÓN, EN ESE, VA A SONAR MAL EL TÉRMINO, PERO EN ESE CAJÓN DESASTRE QUE ES POLIDEPORTIVO INTENTAMOS QUE TODOS LOS DEPORTES TENGAN SU PEQUEÑO HUEQUECITO.

MP: HAN PASADO DE SER MEDIOS QUE LOS DIRIGÍAN PERIODISTAS DE UN GRAN NIVEL, DE UNA GRAN CATEGORÍA, PROFESIONALES QUE CONOCÍAN TODO TIPO DE DEPORTES Y LOS CONOCÍAN EN PROFUNDIDAD, HAN PASADO A SER DIRIGIDOS POR, LO DIRÉ SIN NINGÚN TAPUJO, POR MERCENARIOS (AMPLIAR QUIZA)

MM: TENEMOS QUE DARNOS CUENTA DE QUE NO TODO TIENE QUE MEDIRSE EN TÉRMINOS ECONÓMICOS. YO CREO QUE LO QUE HAY QUE HACER ES EDUCAR AL CONSUMIDOR DE LA PRENSA, DE LAS NOTICIAS DEPORTIVAS.

SEGUNDO BLOQUE: JJOO

OFF: "EL CONTRAPUNTO DE LOS JJOO ES EVIDENTE. DURANTE LA CELEBRACIÓN DE EVENTOS DE TAL ENVERGADURA EL INTERES POR ESTE TIPO DE DEPORTES SE VE ACRECENTADO TANTO EN LOS MEDIOS, COMO EN LA SOCIEDAD, UN INTERÉS, EN MUCHOS CASOS ENGAÑOSO".

PR: DURANTE 15 DÍAS TODO EL MUNDO Y ME REFIERO AL MUNDO GLOBAL, AL UNIVERSO ESTÁ PENDIENTE DE UNA CIUDAD, DE UNOS DEPORTISTAS Y DE UNA FIESTA DEL DEPORTE, COMO LO LLAMAN. EN ESTA CITA SE VEN A LOS MEJORES DE MUNDO, A LOS QUE HAN PELEADO MUCHO PARA LLEGAR AHÍ PORQUE HAY UNA RESTRICCIÓN DE PARTICIPANTES, NO LLEGA TODO EL QUE QUIERE.

MM: AUNQUE EN EL CASO DEL ATLETISMO EL NIVEL Y EL CONSEGUIR UNA MEDALLA EN LOS JUEGOS REQUIERE EL MISMO NIVEL Y COMPETENCIA QUE EN UNOS CAMPEONATOS DEL MUNDO, PERO OBTENIR LA REPERCUSIÓN QUE TIENE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS NO TIENE NADA QUE VER.

PR: SIGO SIN ENTENDER PORQUÉ SE PRODUCE ESE PICO DE INTERÉS DURANTE ESTE EVENTO. ES VERDAD QUE ES UN INTERÉS ALIMENTADO POR TODOS, NO SOLO POR LAS TELEVISIONES, SINO POR LAS RADIOS, LOS PERIÓDICOS Y TAMBIÉN POR LOS GRANDES ACTORES COMO USAIN BOLT O MICHAEL FELPS, QUE TIRAN DE SUS RECORDS Y PRESTIGIO PARA LEVANTAR EL INTERÉS DE LA GENTE POR LOS JJOO, Y ESO SE PEGA. AHORA, CEREMONIA DE CLAUSURA Y HASTA DENTRO DE CUATRO AÑOS Y NI SIQUIERA LA GENTE RECUERDA QUE EL AÑO QUE VIENE HAY UNOS JJOO, DE INVIERNO, Y QUE TENEMOS A UN DEPORTISTA PELEANDO POR LAS MEDALLAS, QUE ES JAVIER FERNÁNDEZ. ASOCIAN JJOO A LOS JUEGOS DE VERANO. PREGÚNTALES A LOS HERMANOS FERNÁNDEZ OCHOA SI SON IMPORTANTES Y VALORADOS LOS JUEGOS DE INVIERNO AQUÍ EN ESPAÑA, PREGÚNTALES A VER QUÉ TE DICEN...

MP: SI SE INFORMASE A DIARIO ESE INTERÉS SERIA VISIBLE SIEMPRE. ESO SE HA VIVIDO Y NO HABLO DE LA PREHISTORIA, SINO DE LOS AÑOS 70-80, E INCLUSO 60. ¿POR QUÉ? PORQUE LOS PERIÓDICOS DE BARCELONA Y DE MADRID HABLABAN DE ESAS COMPETICIONES Y DE ESOS EVENTOS. ¿POR QUÉ DESAPARECE? PORQUE YA NO HAY NINGÚN PERIÓDICO QUE HABLE DE GIMNASIA, DE WATERPOLO O DE NATACIÓN SINCRONIZADA.

MS: SEA EL DEPORTE QUE SEA EL ESPÍRITU PATRIOTA SALE Y VER TRIUNFAR A UN ESPAÑOL LO VIVES COMO ALGO TUYO. LUEGO A LO LARGO DE CUATRO AÑOS NO ESTÁS PENDIENTE DE SI CRAVIOTTO HA SIDO CAMPEÓN DEL MUNDO O NO, DE SI CRISTIAN TORO HA GANADO... NO TE INTERESA EL DEPORTE, TE INTERESA EL MEDALLERO

PR: ES CIERTO QUE SE DAN ANÉCDOTAS SOBRE TODO LIGADAS A LAS MEDALLAS DE LOS ESPAÑOLES. POR EJEMPLO EN LA FINAL DE ESGRIMA DE ESPADA DE JOSÉ LUIS ABAJO, 'PIRRI', LAS AUDIENCIAS FUERON TRES MILLONES Y PICO DE PERSONAS VIENDO ESGRIMA, LUEGO CUANTAS DE ESAS PERSONAS VUELVEN A VER ESGRIMA A LO LARGO DEL AÑO PORQUE SEGURAMENTE POCAS, MUY POCAS. O EN LA FINAL DE DOMA EN LOS JUEGOS DE ATENAS, TRES MILLONES Y MEDIO DE ESPECTADORES. O LO QUE TÚ DICES, EN LA PRUEBA DE MARCUS WALZ EN RÍO, O DE SAÚL Y CRISTIAN, Y LUEGO ESA GENTE DESAPARECE. TAMBIÉN ES VERDAD QUE ES VERANO, QUE LA GENTE ESTÁ DE VACACIONES Y TIENE MÁS TIEMPO LIBRE PARA VER LA TELEVISIÓN, PERO PREGÚNTALES AHORA SI SABEN EL NOMBRE Y LOS APELLIDOS DE LOS COMPONENTES QUE GANARON LA MEDALLA DE ORO EN PIRAGÜISMO. SE ACUERDAN DE DATOS PUNTUALES, NOMBRES PUNTUALES, DE RUTH BEITIA, DE CAROLINA, DE MIREIA, DE ONA CARBONELL, DE GENTE SOTA, CABALLO, REY. SON SEGUIDORES MOMENTÁNEOS EN ESE MOMENTO. TODOS ESTAMOS ALIMENTANDO LOS JUEGOS OLÍMPICOS Y ES UNA BURBUJA QUE SE CREA QUE ES ARTIFICIAL COMPLETAMENTE.

TERCER BLOQUE: FUTBOLIZACIÓN

OFF: "LAS FEDERACIONES LUCHAN POR CONSEGUIR UN ESPACIO, UNA VENTANA EN LAS PARRILLAS TELEVISIVAS PARA PODER EXPONER SUS DEPORTES Y ATRERER LA ATENCIÓN DE POSIBLES PATROCINADORES. SIN EMBARGO, LO QUE VENDE HOY ES EL FÚTBOL".

MP: LA SOCIEDAD SE HA FUTBOLIZADO PORQUE LOS MEDIOS HAN QUERIDO Y SU RESPONSABILIDAD ABSOLUTA.

EL SER HUMANO, QUE EN GENERAL SE DEJA LLEVAR MUCHO POR LO QUE LE COMUNICAN E INSTRUYEN, VA HACIA ESE LUGAR AL QUE LE HAN DIRIGIDO. POR TANTO, SI LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INFORMAN DE LO QUE ESTAMOS DENOMINANDO DEPORTES MINORITARIOS, DE NATACIÓN, VOLEIBOL, RUGBY, FINALMENTE HABRÁ UNA SERIE IMPORTANTE DE GENTE QUE TENDRÁ INTERÉS POR ESOS DEPORTES.

MS: AL FINAL EL PERIODISMO ES UN REFLEJO DE LA SOCIEDAD, PODEMOS EDUCAR A LA GENTE, MARCAR UNAS PAUTAS PERO, AL FINAL, LA SOCIEDAD, CON LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y LA APARICIÓN DE LAS REDES SOCIALES, CONSUME LO QUE ELLA QUIERE.

LOS MEDIOS SE VAN AL FUTBOL PORQUE EL FUTBOL VENDE, NO ES AL REVÉS. LA GENTE NO CONSUME FUTBOL PORQUE LO VE EN LA TELEVISIÓN, YA EXISTÍA ANTES DE ESTE BOOM. LAS TELEVISIONES VIERON QUE ERA UN PRODUCTO VENDIBLE Y QUE LES IBA A HACER GANAR DINERO Y POR ESO TODO EL MUNDO HA IDO A POR ESE PRODUCTO.

CUARTO BLOQUE: ESPECTACULARIZACIÓN TELEVISIVA

MS: *HAY UN PROGRAMA QUE ES EL CHIRINGUITO, QUE ANTES TENÍA OTRO NOMBRE Y ESTABA EN OTRA CADENA QUE HA SUPUESTO UN ANTES Y UN DESPUÉS, HA REVOLUCIONADO EL MUNDO DEL DEPORTE. HACE OCHO O NUEVE AÑOS ERA IMPENSABLE QUE LA GENTE SE QUEDARA EN EL SOFÁ DE SU CASA O EN LA CAMA PARA QUEDARSE A VER HABLAR DE DEPORTE, SE QUEDABA EN LA CAMA CON LA RADIO PUESTA. AHORA ESO HA CAMBIADO.*

MP: *LO QUE HABRÁ REVOLUCIONADO ES EL CUBO DE BASURA, LO QUE HA HECHO ES DESTRUIR UNA TRAYECTORIA MUY DIGNA QUE HABÍA DE PROGRAMAS DEPORTIVOS, TODAVÍA QUEDAN ALGUNOS QUE SON DIGNÍSIMOS Y QUE HONRAN LO QUE DEBERÍA SER EL PERIODISMO Y EL DEPORTE PERO ESTE TIPO DE PROGRAMAS LO QUE HACE ES SIMPLEMENTE COGER UN CUBO DE BASURA Y MOVERLO, REVOLUCIONARLO.*

PR: *SON TERTULIAS QUE ES VERDAD QUE INICIALMENTE HABLAN DE FÚTBOL, DE COMPETICIÓN, PERO DERIVAN EN CHASCARRILLOS, EN COSAS MENORES Y DE AHÍ QUE LOS DEPORTISTAS DE DEPORTES MINORITARIOS SE QUEJEN, COMO LE PASÓ A MIREIA: "HE BATIDO EL RECORD DEL MUNDO EN 1.500, EN PISCINA CORTA Y RESULTA QUE LA PORTADA DE ESE DÍA DEL PERIÓDICO ES PARA UN DEPORTISTA QUE SE HA CAMBIADO EL PEINADO". CUANDO VES ESO, VES TANTA DIFERENCIA Y TANTA AVERSIÓN DE LO QUE TIENE QUE SER EL PERIODISMO... NO CREO QUE ESO SEA NOTICIA, Y SI ES NOTICIA, NO TIENE EL MISMO RANGO QUE UNA SEÑORA QUE HA BATIDO UN RECORD DEL MUNDO.*

MS: *¿QUÉ ES ANTES NOSOTROS LE DAMOS A LA GENTE LO QUE NOSOTROS QUEREMOS, O ES LA GENTE LA QUE NOS OBLIGA O LA QUE NOS LLEVA A DARLE LO QUE ELLA QUIERE? NOSOTROS LE OFRECEMOS A LA SOCIEDAD ES LO QUE RECLAMA. AHORA ADEMÁS ES MUY FÁCIL DE MEDIR: NOSOTROS PONEMOS UNA NOTICIA EN LA WEB SOBRE EL PEINADO DE SERGIO RAMOS, LA COLGAMOS AHÍ, NO TE DECIMOS QUE LA VEAS, ES VOLUNTAD TUYA, ES INICIATIVA TUYA PINCHAR PARA VERLA.*

MP: *ES LA TENDENCIA DE LA SOCIEDAD ACTUAL HACIA LA BANALIZACIÓN DE TODO, HACIA LA SUPERFICIALIDAD, HACIA LA VELOCIDAD, HACIA LA FALTA DE REFLEXIÓN, REALMENTE HACIA EL ABISMO Y AL ABSURDO Y EL PERIODISMO REFLEJA ESO. PERO NO SOLO LO REFLEJA SINO QUE TIENEN UNA GRANDÍSIMA RESPONSABILIDAD EN ESA CARRERA HACIA NINGUNA PARTE QUE ESTÁ TENIENDO LA SOCIEDAD. EVIDENTEMENTE EL PERIODISMO DEPORTIVO ESPAÑOL HA CAÍDO EN LA BANALIDAD MÁS ABSOLUTA, POR ESTAR DIRIGIDO POR PERSONAS SIN ESCRÚPULOS, POR ESTAR EN MANOS DE EMPRESAS SIN ESCRÚPULOS Y POR ESTAR RODEADO DE PERIODISTAS SIN NINGÚN TIPO DE CONOCIMIENTO DEL DEPORTE. ES CATASTRÓFICO VER EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE UNA GRAN PARTE DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS ESPAÑOLES. ES DE AUTÉNTICOS ANALFABETOS. CUANDO SE DICE QUE ABUNDAN LAS TERTULIAS DE BAR EN LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, YO DIRÍA QUE NO ES CIERTO, QUE EN UN BAR DE CARRETERA CUALQUIERA, HAY MÁS CONOCIMIENTO DEPORTIVO QUE EN ESTOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.*

QUINTO BLOQUE: POSIBLES AVANCES Y SOLUCIONES

OFF: *"RECUPERAR LOS VALORES TRADICIONALES DEL PERIODISMO ES UNA META, A PRIORI, ALCANZABLE, PERO QUE REQUIERE EL COMPROMISO DE AQUELLAS EMPRESAS QUE SIGUEN APOSTANDO POR TÉCNICAS SENSACIONALISTAS".*

MP: *LA SOLUCIÓN ES QUE ESTA GENTE QUE HA PROSTITUIDO EL PERIODISMO DEPORTIVO, QUE LO HAN CONVERTIDO EN UN BASURERO, DESAPAREZCA Y YO CREO QUE HAY ALGUNA ESPERANZA. POR EJEMPLO QUE LOS PERIÓDICOS DEPORTIVOS QUE HAN CAIDO TAN BAJO COMO PODEMOS VER A DIARIO SIGAN PERDIENDO LECTORES COMO VÁN PERDIENDO*

Y QUE LLEGUE UN DÍA ENJ QUE DESAPAREZCAN Y PUEDA CREARSE UN PERIÓDICO DEPORTIVO NUEVAMENTE, DIGNO, COMO ERAN ELLOS MISMOS HACE 20 O 30 AÑOS. NO HAY QUE INVENTAR NADA QUE NO EXISTIERA, SINO QUE VUELVAN A SUS ORÍGENES. QUE ESTOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN BASURA QUE GUSTAN AUN PROCENTAJE MUY PEQUEÑO DE LA SOCIEDAD, LA SOLUCIÓN SERÁ QUE ALGÚN DÍA DEJE DE ESTAR INTERESADA POR ELLOS, SE PIERDA AUDIENCIA, Y LOS OTROS PROGRAMAS PUEDAN TENER MÁS.

PR: *HAY OTRAS PROFESIONES QUE VAN A PASO DE FERRARI Y NOSOTROS VAMOS A PASO DE CARRETA. YO YA ESTOY EN LA RECTA FINAL DE MI VIDA PROFESIONAL Y QUE VENGAN OTROS Y SIGAN SI ES QUE QUIEREN SEGUIR. YO DESDE LUEGO LO QUE QUIERO ES QUEDARME CON LA CONCIENCIA TRANQUILA DE QUE HE HECHO TODO LO QUE HE PODIDO, TODO LO QUE HA ESTADO MI MANO PARA DARLE VISIBILIDAD, PODERÍO Y PRESENCIA AL DEPORTE FEMENINO Y MINORITARIO EN MI CAMPO DE ACCIÓN, QUE ES LA TELEVISIÓN PÚBLICA.*

MM: *EN ESO SÍ QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON LOS QUE TENÉIS LA OBLIGACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD DE DAR VISIBILIDAD A ESE DEPORTE MINORITARIO PORQUE SI VOSOTROS LO VISIBILIZÁIS, LOS USUARIOS LO CONSUMIREMOS.*

DESENLAZADO: REIVINDICACIONES CLUBES

Testimonio de entrenadores y deportistas reclamando cobertura.

TOTALES PRESIDENTES CLUBES

ÁNGEL RUIZ: *UN CLUB QUE HA HECHO VEINTE AÑOS EL AÑO PASADO, UN CLUB CUYO PALMARÉS TIENE CERCA DE SESENTA TÍTULOS NACIONALES, QUE HA SIDO DOS VECES CAMPEÓN DE EUROPA Y EN EL CUAL SE ESTÁ MOVIENDO LA CIFRA DE CASI 500 NIÑOS, CASI MIL PERSONAS PRACTICANDO ESTE DEPORTE EN VALLADOLID.*

CREO QUE MERECEMOS UN MAYOR SEGUIMIENTO POR PARTE DE LOS MEDIOS, TENEMOS UN JEFE DE PRENSA QUE TRABAJA MUY BIEN, QUE SE MUEVE EN ESE SENTIDO, INTENTAMOS QUE NUESTRO DEPORTE SEA UN ESPECTÁCULO Y CREO QUE TENEMOS ATRACTIVO PARA GANARNOS UNA PEQUEÑA CUOTA DE APARICIÓN EN LOS MEDIOS.

ENTIENDO QUE LOS DEPORTES MAYORITARIOS SON LOS DEPORTES QUE MÁS DEMANDAN PERO TAMPOCO HAY QUE OLVIDARSE DE DEPORTES QUE TRAEN MUCHAS ALEGRÍAS A LA CIUDAD Y QUE TAMBIÉN LUCHAN POR DEMOSTRAR QUE TAMBIÉN TIENEN SU HUECO.

ANA PÉREZ: *TENEMOS GRANDES CAMPEONAS DE ESPAÑA DE INFANTIL HASTA ABSOLUTA, INTERNACIONALES CHICOS Y CHICAS Y POR LO TANTO QUEREMOS DESEAR QUE SE NOS ATIENDA UN POCO MÁS DE LO QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NOS ATIENDEN, PORQUE ESTAMOS UN POCO ABANDONADOS EN ESE SENTIDO TANTO POR LA PRENSA ESCRITA COMO POR LA TELEVISIÓN.*

EN TODAS LAS COMPETICIONES QUE HACEMOS AQUÍ EN VALLADOLID INFORMAMOS, MANDAMOS NOTA DE PRENSA CON FOTOGRAFÍAS Y NO RECIBIMOS, A CASO A LO MEJOR NOS SACAN A LOS DOS DÍAS O TRES CUANDO LA NOTICIA YA ESTÁ PASADA.

LA SOLUCIÓN ES QUE SE ENTEREN DE QUE EXISTIMOS, QUE ESTAMOS IGUAL QUE LOS DEMÁS DEPORTES EN DIVISIÓN DE HONOR Y QUEREMOS EL MISMO MEREIMIENTO, NI MÁS NI MENOS, SOLO IGUALDAD.

CIERRE: Imágenes de deportes y apagado del televisor.

6.2. ANEXO II. CUESTIONARIOS PREVIOS

Cuestionario Mayte Martínez, ex atleta olímpica

¿Ha sentido el atletismo minorizado por los medios de comunicación?

Como atleta, ¿lo ha vivido de primera mano? Caso Mireia Belmonte, que interesaba más el peinado Ramos que sus logros.

Parece que los medios, máxime las televisiones privadas, solamente se acuerdan de determinados deportes alejados del fútbol, tenis, baloncesto, motociclismo cada cuatro años, cuando tienen lugar los JJOO.

En realidad, ese seguimiento de los JJOO sea quizá más por el hecho de conseguir medallas, por obtener un puesto decente en el ranking de países, independientemente de la modalidad deportiva, ¿no?

Quizá sea lógico, dada la afición y el dinero que se maneja en estos deportes mayoritarios.

¿Esto hace que estemos inmersos en una “la espiral del silencio” en la que promover ciertas noticias conlleve a una implicación social, que el público se interese más por unas informaciones determinadas?

Pero es un interés que queda demostrado en las audiencias y parece que a largo plazo no va a cambiar, ¿cierto?

Cuestionario Paloma del Río, periodista de *Televisión Española*, Dirección de Deportes

En su opinión, ¿está bien acuñado el término deporte minoritario?

¿Conoce algún club que haya sufrido esta minorización?

Parece que los medios, máxime las televisiones privadas, solamente se acuerdan de determinados deportes alejados del fútbol, tenis, baloncesto, motociclismo cada cuatro años, cuando tienen lugar los JJOO.

En realidad, hay estudios que confirman que ese seguimiento de los JJOO es más por el hecho de conseguir medallas, por obtener un puesto decente en el ranking de países, independientemente de la modalidad deportiva.

En muchas ocasiones, se da más importancia a un partido de segunda división de fútbol o de equipos extranjeros, que a un mundial de gimnasia o de natación, en los que España a veces consigue logros importantes.

El problema no es que determinados deportes estén por encima sino que también informaciones banales propias de prensa rosa.

¿Esto hace que estemos inmersos en una “espiral del silencio” en la que promover ciertas noticias conlleve a una implicación social, que el público se interese más por unas informaciones determinadas?

Usted que se dedica a este tipo de deportes, imagino que reivindica una mayor presencia en los medios, ¿ha tenido algún rifirrafe por ello?

Acerca del *tweet* que publicó sobre las portadas de As y Marca que apenas abordaron el triunfo de Javier Fernández.

¿Cree que habrá un cambio de mentalidad a largo plazo?

Cuestionario Manu Sainz, redactor del diario *AS* y tertuliano en *El Chiringuito*.

¿Cómo se prioriza la información en uno de los principales diarios deportivos de nuestro país?

Cómo valora la evolución que se ha producido del periodismo deportivo. La televisión ha influido mucho, ¿no?

Sobre la sociedad futbolizada, ¿este interés es porque en realidad somos lo que consumimos y es lo que más ofrecen los medios?

Por qué unos JJOO suscitan tanto interés por este tipo de deportes tan olvidados en campeonatos nacionales e incluso mundiales.

¿Qué espacio dedican al mismo deporte en unos Juegos y en un campeonato mundial?

Lo que mueve el fútbol, no lo mueve nadie, ya lo vimos el miércoles. Su reinado en España es incuestionable, ¿verdad?

El fútbol es lo más demandado por lo que es evidente que requiere mayor cobertura, pero cada vez más la información sensacionalista, banal, irrelevante está sobrepasando la puramente deportiva.

¿En qué momento comenzó este fenómeno social, este interés de la sociedad por este tipo de información? ¿Los datos de su diario demuestran que este tipo de noticias son las más leídas?

Cuestionario Martí Perarnau, ex atleta, escritor y periodista

¿Vivimos en una sociedad futbolizada y que por ende conlleva a un periodismo deportivo futbolizado o es un prensa futbolizada lo que lleva a una sociedad así?

A no ser que tengan lugar eventos de gran envergadura como unos JJOO, los deportes minoritarios apenas reciben cobertura por parte de los medios. Notaba usted esta minorización mediática cuando era atleta, lo vivía de primera mano o por sus compañeros.

Y no solo eso, sino que en muchas ocasiones asistimos a un mal llamado periodismo deportivo en el que informaciones triviales que rozan el sensacionalismo se imponen al puro rendimiento deportivo.

Me decía uno de los redactor de As y tertuliano televisivo que programas como *El Chiringuito* han revolucionado el mundo del periodismo, ¿usted considera que este tipo de espacios son periodismo?

En su web en cambio se respira una buena praxis, un periodismo de calidad y rigor, muy analítico y profundo.

¿Ve alguna alternativa? ¿Alguna idea para conseguir un seguimiento mayor para los deportes minorizados?

Sus informaciones se centran sobre todo en fútbol, sus libros también, ¿a qué se debe este interés por el balompié, habiendo sido usted atleta?

•En sus respuestas, Perarnau destacó la realidad del periodismo deportivo y la involución que ha sufrido en los últimos años.

Cuestionario Ana Pérez, presidenta Club Atletismo Valladolid

¿Qué importante es el Club Atletismo Valladolid para la provincia?

El problema de algunos clubes radica en que no tiene la estructura de comunicación necesaria para hacer llegar la información a los medios, ¿es este vuestro caso?

¿Cuál cree que es la solución?

¿Es buena la implicación y el interés de los ciudadanos por este deporte? Porque es algo necesario para recibir cobertura por parte de los medios.

¿Y en cuanto al apoyo institucional?

Cuestionario Ángel Ruiz, presidente Club Patinaje en Línea Valladolid

El CPLV es un club muy importante para ciudad, ¿verdad? mueve una gran cantidad de afición, de deportistas y presenta un palmarés envidiable.

¿Qué tal es la implicación de los medios de comunicación con este club?

El problema de algunos clubes radica en que no tiene la estructura de comunicación necesaria para hacer llegar la información a los medios, ¿es este vuestro caso?

¿Cuál cree que puede ser la alternativa? Porque, al final, es complicado, hay pocos medios y pocos periodistas en comparación a clubes y deportistas.

6.3. ANEXO III. TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS

PALOMA DEL RÍO

En su opinión, ¿está bien acuñado el término deporte minoritario?

En realidad yo denomino deportes minoritarios a todos aquellos que no son el fútbol, que llegan menos a los medios y que aparecen menos. Ahora, a los cursis les ha dado por decir que no deben ser llamados minoritarios porque parece peyorativo y los denominan emergentes, pero al final son todos aquellos deportes en los que no hay una participación masiva como el fútbol y que no son tan fáciles de practicar. A un niño le das un balón y un campo y se pone a darle pelotazos y a funcionar.

¿Es real la marginación que existe por parte de los medios de comunicación?

Yo creo que los deportes que yo sigo denominando minoritarios son de una manera maltratados por la prensa porque esta vive de una empresa que quieren hacer un negocio, las periodistas radios, televisiones que lo que quieren es tener audiencia o ventas de periódicos o cuñas de radio. Eso, hasta ahora y seguirá siendo así, lo consigue el fútbol. El fútbol antes era solo información y ahora es información y opinión. Por eso han proliferado las tertulias deportivas a altas horas de la noche y son muy seguidas por los aficionados al fútbol y por aquellos que no tienen que madrugar.

Por tanto, yo creo que el deporte minoritario ha sido y es maltratado porque no aparece desde mi punto de vista en la manera y en los titulares que debería. Igual que hay deporte masculino y femenino y, casualmente, siempre sale el masculino por delante del femenino.

El alto número de licencias o a la cantidad de afición de determinados clubes demuestra que no son minoritarios sino minorizados ¿Conoce algún deporte que sufra esta minorización?

Si atendemos al número de licencias, en gimnasia aparecen unas cifras muy grandes y de gimnasia rítmica, que es la que tira del carro, hay medio millón de licencias según los datos del Consejo Superior de Deportes y sigue siendo un deporte minoritario. Mueve mucho dinero pero no tiene la aceptación y el tirón que tienen otros. Al igual que el montañismo como tú dices, el golf o la hípica... el voley también tiene una gran cantidad de licencias y en los medios no aparece, lo que es un poco incomprensible. Mira lo que ha costado que saliese la liga de fútbol femenina... El esfuerzo que les ha costado tener una televisión, unos medios, una rutina a la hora de salir en imagen y llevan toda la movida peleando.

Parece que los medios, máxime las televisiones privadas, solamente se acuerdan de determinados deportes alejados del fútbol, tenis, baloncesto, motociclismo cada cuatro años, cuando tienen lugar los Juegos Olímpicos.

Porque los JJOO son otra cosa. Cada cuatro se produce una atmósfera especial donde durante quince días todo el mundo y me refiero al mundo global, al universo está pendiente de una ciudad, de unos deportistas y de una fiesta del deporte, como lo llaman. En esta cita se ven a los mejores de mundo, a los que han peleado mucho para llegar ahí porque hay una restricción de participantes, no llega todo el que quiere.

Les pasa a los deportistas pero también a los periodistas. Terminan los juegos y la gente me dice ahora qué, hasta dentro de cuatro años nada, y yo sigo haciendo los campeonatos de Europa, del mundo, otras sonorizaciones, reportajes... Yo sigo trabajando y la gente no me recuerda en esos momentos, solo en los JJOO. Sigo sin entender porqué se produce ese pico de interés durante este evento. Es verdad que es un interés alimentado por todos, no solo por las televisiones, sino por las radios, los periódicos y también por los grandes actores como Usain Bolt o Michael Phelps, que tiran de sus records y prestigio para levantar el interés de la gente por los JJOO, y eso se pega. Ahora, ceremonia de clausura y hasta dentro de cuatro años y ni siquiera la gente recuerda que el año que viene hay unos JJOO, de invierno, y que tenemos a un

deportista peleando por las medallas, que es Javier Fernández. Asocian JJOO a los Juegos de verano. Pregúntales a los hermanos Fernández Ochoa si son importantes y valorados los Juegos de invierno aquí en España, pregúntales a ver qué te dicen...

Además, hay estudios que confirman que ese seguimiento de los JJOO es más por el hecho de conseguir medallas, por obtener un puesto decente en el ranking de países, independientemente de la modalidad deportiva.

Es cierto que se dan anécdotas sobre todo ligadas a las medallas de los españoles. Por ejemplo en la final de esgrima de espada de José Luis Abajo, 'Pirri', las audiencias fueron tres millones y pico de personas viendo esgrima, luego cuantas de esas personas vuelven a ver esgrima a lo largo del año porque seguramente pocas, muy pocas. O en la final de Doma en los Juegos de Atenas, tres millones y medio de espectadores O lo que tú dices, en la prueba de Marcus Walz en Río, o de Saúl y Cristian, y luego esa gente desaparece. También es verdad que es verano, que la gente está de vacaciones y tiene más tiempo libre para ver la televisión, pero pregúntales ahora si saben el nombre y los apellidos de los componentes que ganaron la medalla de oro en piragüismo. Se acuerdan de datos puntuales, nombres puntuales, de Ruth Beitía, de Carolina, de Mireia, de Ona Carbonell, de gente sota, caballo, rey. Son seguidores momentáneos en ese momento. Todos estamos alimentando los Juegos Olímpicos y es una burbuja que se crea que es artificial completamente.

En muchas ocasiones, se da más importancia a un partido de segunda división de fútbol o de equipos extranjeros, que a un mundial de gimnasia o de natación, en los que España a veces consigue logros importantes. Quizá sea lógico, dada la afición y el dinero que se maneja en estos deportes mayoritarios.

Las federaciones se las ven y se las desean para poder conseguir un espacio, una ventana en las parrillas televisivas para poder exponer sus deportes y conseguir patrocinadores que inviertan dinero en ellos. Es la pescadilla que ese muerde la cola. Ellos exponen, el deportista va con una camiseta que pone su logotipo, a ellos les reporta beneficio e imagen y tiene un retorno a la inversión que han hecho y para eso necesitan a las televisiones. Sin embargo, no interesan y las peleas de las Federaciones, que conozco bien porque es mi trabajo en los últimos años, es estar presente, que el deporte llegue a todas las casas y es una faena. Ahora hay televisión de pago y muchas competiciones se ven en estos canales a los que no todos pueden acceder, por lo que mucha gente se queda sin verlos. Luego llegan las grandes citas, campeonatos del mundo y de Europa al que acuden las selecciones y la gente desconoce a los deportistas porque no ha tenido opción de verlos. Es cierto que esto es un negocio y se trata de generar y mover dinero, pero eso lleva a que no tengan la visibilidad que deberían.

El problema no es que determinados deportes estén por encima sino que también informaciones banales propias de prensa rosa, ¿verdad?

Quieren vender y lo hacen primero a base de información y luego a base de cotilleo. Yo cuando estudié la carrera era impensable que el cambio de pelo o de ropa, o con quién se ha casado o con quién va a tomar copas un futbolista fuese noticia. A mí eso me da igual, a mí lo que me interesa es el rendimiento deportivo. Con respecto a las tertulias, es verdad que inicialmente hablan de fútbol, de competición, pero derivan en chascarrillos, en cosas menores y de ahí que los deportistas de deportes minoritarios se quejen, como le pasó a Mireia: "He batido el record del mundo en 1.500, en piscina corta y resulta que la portada de ese día del periódico es para un deportista que se ha cambiado el peinado". Cuando ves eso, ves tanta diferencia y tanta aversión de lo que tiene que ser el periodismo... no creo que eso sea noticia, y si es noticia, no tiene el mismo rango que una señora que ha batido un record del mundo.

¿Esto hace que estemos inmersos en una “espiral del silencio” en la que promover ciertas noticias conlleve a una implicación social, que el público se interese más por unas informaciones determinadas?

Esos programas son muy fáciles de hacer y muy baratos. Es una mesa, física o no y una tertulia entre señores, no hay que hacer una transmisión, no hay que sacar las cámaras a la calle. Además a la hora a la que se emite la gente se va a la cama, no quiere problemas, quiere desconectar y puede ser una válvula de escape. ¿Que la gente lo demanda? Pues las audiencias dicen que tienen una media de 200-300 mil espectadores, pero ya te digo yo que la gente que quiere informarse de toros deportes no acude a esos programas, acude a otras fuentes, ahora con Internet, prácticamente, tienes todo al alcance de la mano.

Usted que se dedica a este tipo de deportes, imagino que reivindica una mayor presencia en los medios, ¿ha tenido algún rifirrafe por ello?

He peleado, siempre me ha parecido profundamente injusto que los deportistas que se dedican a los deportes olímpicos, minoritarios, femeninos o paralímpicos no tengan la misma presencia en los medios que otros deportistas. Desde mi posición en la Dirección de Deportes cuando era Directora de Contenidos Deportivos y ahora en la medida de lo posible, siempre he reivindicado la presencia del deporte excepto el fútbol, que también tiene que estar, pero en una mediada igualitaria. Cierto es que las audiencias no son las que se esperan ni suscitan el interés de otros deportes, pero la semana pasada fue el Campeonato de Europa de Atletismo y ha tenido números muy buenos y eso que han sido transmisiones muy largas de tres y cuatro horas. Y es que a la gente también le interesan otros deportes, les interesa el atletismo.

Acerca del *tweet* que publicó sobre las portadas de As y Marca que apenas abordaron el triunfo de Javier Fernández, ¿cómo valora el trabajo de estos periódicos?

En la medida de lo posible lo que esté en mi mano lo voy a hacer, pero estas cosas me producen pena, tristeza. De hecho, el Director de Marca me dijo que tampoco cuando ganó el Campeonato del Mundo el Telediario lo puso en portada y digo, no, no, el Telediario le dedicó su buena ración de tiempo, pero no voy a tirarme al fango, no voy a pelear contigo sobre si el Marca lo pone o no, yo entiendo tu posición. Entiendo que tienes que vender periódicos, pero creo que un señor gane el quinto título de Europa se merece estar en portada y a mí me produce pena que no esté. Tú eres el Director de Marca, pon lo que te parezca pero déjame expresar mi tristeza porque esto sea así. Si yo claro que entiendo tus razones empresariales, pero una portada da para mucho, puedes poner un mínimo, un poquito. Hace un par de años cuando ganó el primer Campeonato del Mundo le dedicaron la portada y yo dije 'olé', fenomenal, pero cuando un señor gana cinco veces el Campeonato de Europa de un deporte del que hay 500 licencias en España como mucho, imponiéndose a imperios como Rusia, Francia, Gran Bretaña o Italia, que tienen pistas y pistas donde poder entrenar y consigue esta hazaña yo creo que por lo menos, algo, ya no digo que toda la portada, no, algo, bah, les da lo mismo...Pero yo voy a seguir ahí, me da igual lo que me digan.

La televisión pública es quien más cobertura otorga a estos deportes. En sus telediarios se abordan informaciones impensables en cadenas privadas.

En los Telediarios procuran hacer un popurrí de todos, un polideportivo en el que no solo se hable de fútbol. Me parece fenomenal que se hable de fútbol, pero también hay otros deportes y si de quince minutos ya le vas a dedicar doce o trece, pues déjale dos o tres para otros deportes, para natación, tenis, fórmula 1, atletismo...; para quien esté compitiendo ese fin de semana; para Carolina Marín si ha jugado unas series mundiales. Somos la televisión pública, la gente nos va a demandar ese tipo de deportes, y van a esperar de nosotros que los demos. Si nosotros mismos no somos los primeros que intentamos hacer el esfuerzo de emitirlo, no esperemos nada de los demás.

¿Cree que habrá un cambio de mentalidad a largo plazo?

Yo llevo treinta años y se ha avanzado un poquito. No es que esté decepcionada, estoy constatando la realidad. El avance ha sido. Evidentemente si miro hacia atrás veo cómo se hacen las cosas ahora y cómo se hacían cuando llegué a la profesión hace treinta años, voy camino de treinta y uno, y ha mejorado muchísimo. Entiendo que ese avance se ha producido, se sigue produciendo, pero es lentísimo. Hay otras profesiones que van a paso de Ferrari y nosotros vamos a paso de carreta. Yo ya estoy en la recta final de mi vida profesional y que vengan otros y sigan si es que quieren seguir. Yo desde luego lo que quiero es quedarme con la conciencia tranquila de que he hecho todo lo que he podido, todo lo que ha estado mi mano para darle visibilidad, poderío y presencia al deporte femenino y minoritario en mi campo de acción, que es la televisión pública.

MANU SAINZ

¿Cómo se prioriza la información en uno de los principales diarios deportivos de nuestro país?

Nuestro lectores son principalmente del Madrid, por lo que nuestra prioridad siempre es el Real Madrid, es lo que suele abrir el periódico a diario. Si hay algún evento extraordinario, un Mundial, una Eurocopa, un acontecimiento puntual de sumo interés nacional o mundial puede que cambiemos ese criterio de abrir siempre con una información del Real Madrid. Luego va una sección del Barcelona, fija también, luego el Atlético de Madrid y el resto de equipos de Primera División y Segunda se reparten un espacio determinado. Fútbol, y a partir de ahí entra la sección de Motor, motociclismo, Fórmula 1, etc. y otro apartado que es polideportivo, donde entran todo tipo de deportes, natación, baloncesto, un poco de todo.

¿Cuánto espacio se le otorgan a estos deportes?

Nosotros intentamos darle cabida a todo tipo de deportes en esa sección, en ese, va a sonar mal el término, pero en ese cajón desastre que es polideportivo intentamos que todos los deportes tengan su pequeño huequecito, pues al fin y al cabo somos un diario de tirada nacional, por lo que cuanta más información y deportes englobemos, mejor.

Como colaborador en tertulias televisivas, ¿cómo valora la evolución que se ha producido del periodismo deportivo. La televisión ha influido mucho, ¿no?

Hay un programa que es El Chiringuito, que antes tenía otro nombre y estaba en otra cadena que ha supuesto un antes y un después, ha revolucionado el mundo del deporte. Hace ocho o nueve años era impensable que la gente se quedara en el sofá de su casa o en la cama para quedarse a ver hablar de deporte, se quedaba en la cama con la radio puesta. Ahora eso ha cambiado. Josep Pedrerol ha conseguido que la gente se quede enganchada en la tv escuchando hablar de deporte. Es un fenómeno social que creo que es imparable, va a durar muchos años, será el Chiringuito u otro programa, pero el hábito que ha cogido la gente, que esté esperando a las noches para ver ese programa concreto en el que se habla de fútbol a última hora del día, resumiendo lo que ha pasado, es algo que parecía impensable hace años. Te quedas despierto pendiente de la televisión, lo que es digno de estudio yo creo que en cualquier universidad, escuela de periodismo o de audiovisuales porque ha revolucionado el mundo del periodismo y es un tema que tiene un análisis mucho más profundo, un análisis social, porque también el programa comenzó en una época de crisis, con mucho paro y también influyó y ayudó a que mucha gente desconectara, se relajase, no se fuese a la cama con los problemas sino que El Chiringuito servía para evadirse. Las noches cuando se tienen problemas se hacen muy largas y el programa las acortaba un poco en esas tres horas y media que duraba y la gente desconectaba.

Lo que mueve el fútbol, no lo mueve nadie, ya lo vimos el miércoles. Su reinado en España es incuestionable, ¿verdad?

El fútbol es el deporte más visto en el mundo, no solo en España. En España se idolatra, pero en Brasil y en Argentina es una religión, en Colombia tres cuartos de lo mismo, en Inglaterra es una cultura, en Francia, ahora cada vez más, en Alemania están los estadios llenos, en Italia qué te voy a contar.

Sobre la sociedad futbolizada, ¿este interés es porque en realidad somos lo que consumimos y es lo que más ofrecen los medios?

Es obvio que si no consumes fútbol, si no lo diese la tv no tendría la llegada que tiene pero antes de esto boom, cuando se televisaba solo un partido por semana la gente ya iba a los estadios. El fútbol es algo que supera, que va más allá de los medios de comunicación. Los medios se van al futbol porque el futbol vende, no es al revés. La gente no consume futbol porque lo ve en la televisión, ya existía antes de este boom. Las televisiones vieron que era un producto vendible y que les iba a hacer ganar dinero y por eso todo el mundo ha ido a por ese producto. Antes es la gallina que el huevo, el futbol que las televisiones y lo que hacen es tirar de ese producto y expandirlo.

El fútbol es lo más demandado por lo que es evidente que requiere mayor cobertura, pero cada vez más la información sensacionalista, banal, irrelevante está sobrepasando la puramente deportiva.

Estamos hablando de una franja horaria que va desde las 12 a las 3 de la mañana, por lo que si haces un programa plano, sin aspavientos, sin interlocuciones altisonantes lo que consigues es que la gente se quede dormida. Si no hay un grito, una elevación del tono, un chascarrillo, una gracia, al final te aburres. El Chiringuito es un programa para informar, para opinar pero también es un show, es una mezcla de todo y eso es la clave del éxito. En las audiencias vemos que cuando el programa no tiene mucha 'chicha', solo estás opinando, informando, la gente desconecta a una hora de estar viendo el programa y apaga la tele. Cuando en un programa como el de ayer en el que se ha mezclado debate, show, un compañero ha entrado con unas esposas, la audiencia ha sido del 5.2% de share. Es necesario información, opinión, noticias menos relevantes y un puntito de sensacionalismo para vender el producto. Eso es marketing y luego que haya un poco de espectáculo para que la gente esté enganchada y tenga ritmo, sino sería infumable y no lo vería nadie.

¿En qué momento comenzó este fenómeno social, este interés de la sociedad por este tipo de información? ¿Los datos de su diario demuestran que este tipo de noticias son las más leídas?

¿Qué es antes nosotros le damos a la gente lo que nosotros queremos, o es la gente la que nos obliga o la que nos lleva a darle lo que ella quiere? Al final el periodismo es un reflejo de la sociedad, podemos educar a la gente, marcar unas pautas pero, al final, la sociedad, con la revolución tecnológica y la aparición de las redes sociales, consume lo que ella quiere. Ya no dispone solo de dos periódicos, *Marca* y *As*, sino que tiene tanta oferta a través de blogs y páginas web que consume lo que quiere. Los medios de comunicación, al final, **estamos en un escaparate en el que el lector dice ahora quiero consumir esto y ahora esto**. El día que no le guste lo que le damos, en lugar de elegir a este elegirá a este otro porque ya no le gusta. Le damos a la sociedad lo que ella quiere. Ha cambiado ese concepto de que los medios son educadores de la sociedad, porque antes sí era más estricto este concepto porque había menos vías de llegar a la gente que tenía televisión, periódico y radio, ahora hay muchas vías y carriles de información. Yo creo que lo que le ofrecemos a la sociedad es lo que reclama. Ahora además es muy fácil de medir: nosotros ponemos una noticia en la web sobre el peinado de Sergio Ramos, la colgamos ahí, no te decimos que la veas, es voluntad tuya pinchar para verla.

¿Qué espacio dedican al mismo deporte en unos Juegos y en un campeonato mundial?

Los grandes eventos les damos mucha difusión, si Mireia Belmonte gana el oro en unos Juegos Olímpicos, le damos la portada y a lo mejor cuatro o seis páginas. Si el deportista español tiene relevancia en ese evento, si el español queda décimo es intrascendente, pero Fernando Alonso gana un Gran Premio nosotros le dedicamos la portada y ocuparía ese día tanto espacio o más que el que ocupa a diario el Real

Madrid; pasaría a ser nuestro tema estrella. De hecho, tenemos un cintillo que en esas ocasiones se denomina 'tema del día'. Esos acontecimientos son los que ensombrecen al Real Madrid y demuestra que también le damos importancia, porque si no lo pondríamos en un segundo plano y ese deporte minoritario aunque fuese un gran acontecimiento no tendría hueco. La gente dice 'nunca os ocupáis de los deportes minoritarios' y no es verdad. Cuando hay un acontecimiento histórico y ese deporte tiene audiencia, nosotros le damos la trascendencia y la repercusión que merece.

Tiene que ser muy relevante o un deportista que tenga gente detrás, porque a Javier Fernández no se le dedicó la portada.

Tiene que ser un deporte que no sea tan minoritario, que tenga una llegada. Aquí se le han dedicado páginas a Javier Fernández, no recuerdo si alguna portada pero si se le han dedicado... han tenido bastante difusión sus logros. Entendemos que un deportista español en un deporte que no tiene tradición en España alcance los logros que está alcanzando merece tener un espacio como campeón del mundo y campeón de Europa que es.

Por qué unos JJOO suscitan tanto interés por este tipo de deportes tan olvidados en campeonatos nacionales e incluso mundiales.

A la gente le encantan los grandes acontecimientos. Es el deporte en estado puro. Tú ves deportes que no ves el resto del año porque no tienes tiempo, no te interesan pero cuando te los ponen todos en un foco, reunidos en un espacio de tiempo de un mes, te enganchas y además no te cuesta porque te lo ponen muy a mano. No ves todos los deportes pero al final a todos nos entra ese espíritu patriota y todos queremos ver que gane el español y nos sentimos parte de su éxito, sea el deporte que sea, descenso en kayak, piragüismo, etc. El espíritu patriota sale y ver triunfar a un español lo vives como algo tuyo. Luego a lo largo de cuatro años no estás pendiente de si Craviotto ha sido campeón del mundo o no, de si Cristian Toro ha ganado... te da igual, no lo sigues, pero cuando llegan los JJOO sacas la banderita, te pones la camiseta y por eso tienen tanta repercusión, pero no solo en España sino a nivel global. Es el evento más visto en el mundo. La *SuperBowl* es lo quien más espectadores congrega pero sumando la audiencia de todos los días los Juegos es lo más visto del mundo y es así porque todos sacamos nuestra vena patriota y seguimos deportes que en el día a día no hacemos.

Es, por tanto, una bomba engañosa porque en realidad no interesa ese deporte, esa modalidad concreta, sino que España suba en el ranking.

Exacto, pero es lo mismo que ocurre con la Selección Española, que cuando juega un partido de clasificación apenas lo ve gente y cuando juega un Mundial todos están pendientes de ese partido. La gente al final quiere ver la bandera de su país ondeando en lo más alto y todos nos ponemos la camiseta. Y luego no entendemos de piragüismo y de nada pero estamos ahí, empujando y viendo como uno de los nuestros está triunfando. Es verdad que luego no te interesa el deporte, te interesa el medallero, pero también es verdad que hay gente que se ha enganchado a esos deportes por los Juegos Olímpicos, porque solo tienen oportunidad de verlos cada cuatro años y es la forma de llegar al público también. Porque no ves los campeonatos de España de atletismo pero sí ven los Juegos y a los niños les engancha, porque lo ve su padre, algún familiar y de esta forma es como se crean ídolos y audiencia también. Yo solo veía los partidos de Rafa Pascual, pegando esos saltos y haciendo esos remates y yo estaba enganchado a eso, a mí me gustaba el voleibol porque él hacía cosas espectaculares y todos queríamos ser como él. Somos de lo que nos llama la atención y eso se ve en los grandes eventos, porque en el día a día, por desgracia o por lo que sea, no hay posibilidad.

MAYTE MARTÍNEZ

¿Ha sentido el atletismo minorizado por los medios de comunicación?

Sí. El atletismo excepto en algunos Campeonatos Mundiales o en los Juegos Olímpicos que la cobertura mediática es impresionante, en las noticias del día a día, en campeonatos de España no tiene la misma repercusión que otros deportes colectivos como el fútbol o baloncesto.

Como atleta, ¿lo ha vivido de primera mano? Caso Mireia Belmonte, que interesaba más el peinado Ramos que sus logros.

Sí, yo eso por supuesto lo he vivido en mis carnes, ya no solo en primera persona sino con el resto de compañeros de atletismo que conseguían grandes resultados y ocupaban una pequeña foto en un periódico deportivo pero poco más, se les mencionaba cuatro líneas y punto. Yo creo que poco a poco se va avanzando y ahora quién no conoce a Carolina Marín, a Mireia Belmonte, a las chicas de gimnasia rítmica, a Ruth Beitía... los medios son los que nos dais a conocer y ahora hay muchísima más cobertura que antes. Es un momento para ser optimista, para pensar que las cosas estas cambiando, pero también para seguir reivindicando que tenemos muchísimas deportistas que cosechan muchos éxitos y al final, lo que dices tú, vale más el peinado de turno que la consecución de una medalla. Yo confío y por ello tenemos que seguir trabajando para que dentro de no mucho tiempo se revierta la situación.

Parece que los medios, máxime las televisiones privadas, solamente se acuerdan de determinados deportes alejados del fútbol, tenis, baloncesto, motociclismo cada cuatro años, cuando tienen lugar los JJOO.

Exacto y eso se debe al carácter social que tienen, porque la gente que habitualmente no consume deporte, lo hace por la repercusión y vistosidad que tienen, por ver diferentes deportes hora tras otra y se pasan muchas horas frente al televisor por toda la grandiosidad que tienen unos Juegos. Aunque en el caso del atletismo el nivel y el conseguir una medalla en los Juegos requiere el mismo nivel y competencia que en unos campeonatos del mundo, pero la relevancia no es la misma.

En realidad, ese seguimiento de los JJOO sea quizá más por el hecho de conseguir medallas, por obtener un puesto decente en el ranking de países, independientemente de la modalidad deportiva, ¿no?

Cuando llegan los Juegos Olímpicos, por el mero hecho de coexistir varias competiciones, el atletismo sí tiene bastante repercusión pero hay otros deportes en los que se consiguen grandísimos resultados y la repercusión mediática es ínfima, pasa totalmente desapercibida y solo se oye hablar de ellos cada cuatro años. Al estar toda la villa olímpica con los españoles, ahora que lo vivo como una ciudadana más y no como deportista estás deseando ver el número de medallas, esa identidad de deportista y español nos une a todos y todos vamos a defender lo mismo.

Quizá sea lógico, dada la afición y el dinero que se maneja en estos deportes mayoritarios.

Al final esto es la ley de la oferta y la demanda. Hace unos meses coincidí con Lourdes García, que hace las retransmisiones de atletismo en una mesa redonda en la Universidad de Valladolid y hablamos de que al final los medios no dejan de ser empresas privadas que buscan un beneficio económico y que no vende lo mismo una portada de un futbolista que el logro de una mujer por ejemplo. Las empresas, las administraciones públicas la sociedad en general tenemos que darnos cuentas que no todo tiene que medirse en términos económicos. **Yo creo que lo que hay que hacer es educar al consumidor de la prensa**, porque ahora lo que se oye es el fútbol pero si se empiezan a meter más cuñas, viendo más a mujeres deportistas al final el consumidor también va a demandar eso. Se lograría que también suscitase

ese interés que ahora mismo solo tiene el fútbol. Hay que intentar entre todos buscar la manera, dar pasitos y por lo menos no retroceder y conseguir que al consumidor de noticias deportivas le interesen estos deportes al igual que cómo ha quedado el Real Madrid o el Barça. Queda un largo camino por recorrer pero va habiendo avances.

Entonces para usted la culpa es de los medios, ya que promover ciertas noticias conlleva a una implicación social, que hace que el público se interese más por unas informaciones determinadas.

Si, porque yo creo que se debe a la oferta de los medios. Un hecho para mi claro es el del automovilismo con Fernando Alonso. Hace años hubo empresas y patrocinadores a los que le interesaba que Alonso estuviese en los medios de comunicación. Gente que en su día no había visto automovilismo se levantaba a las cuatro de la mañana para ver al piloto asturiano. Ahí es donde te das cuenta de que consumimos lo que ellos nos ofertan. ahora que no tiene esa repercusión el porcentaje de espectadores se ha visto reducido y es por eso, porque ya no sale tanto en los medios de comunicación, no está un día sí y otro también en las noticias... a medida que los medios de comunicación nos ofertan diversos deportes empiezas a consumirlos y a la larga un deporte que no te llamaba la atención, al final te engancha y hace que lo sigas.

Pero es un interés que queda demostrado en las audiencias y parece que a largo plazo no va a cambiar, ¿cierto?

Hay que ser optimistas y si pensáramos que esto es inamovible seríamos los primeros que no avanzaríamos. Es un trabajo a medio-largo plazo y hay que ir dando pasitos. Sin ese optimismo no tienes esa energía y esa ganas para seguir trabajando para que la sociedad vaya evolucionando. **En eso sí que los medios de comunicación son los que tenéis la obligación y la responsabilidad de dar visibilidad a ese deporte minoritario porque si vosotros lo visibilizáis, nosotros lo consumiremos.**

¿Qué tal ha sido la cobertura del Campeonato de Atletismo de la pasada semana?

La cobertura ha sido buena, es verdad que el atletismo por desgracia con todo el tema de la crisis pasamos de tener una generación muy buena a entrar en un periodo de sequía pero hay bastante jóvenes muy prometedores y creo y confío que en los dos siguientes ciclos olímpicos van a estar dándonos alegrías. Al final eso es lo que engancha, no nos engañemos, a la gente cuando consume deporte le gusta ver que los españoles consigan medallas y cuando se tienen opciones de ganarlas hace que se consuma más ese deporte. Estamos viviendo un buen momento y hay que seguir apoyando a estos deportistas que vienen tan fuertes y para ello son necesarios los medios. Si un medio se fija en un deportista las marcas van a querer patrocinarlo y en este deporte por desgracia tienes que plantear si te dedicas 100% al deporte o te pones a trabajar y si realmente te compensa porque tienes un apoyo económico no solo de becas sino de patrocinadores detrás puedes dedicarte en cuerpo y alma a ello pero si no puedes estar 100% centrado es mucho más complicado conseguir buenos resultados, medallas, que cuando puedes dedicarte a entrenar y descansar, que es en lo que se resume muchas veces la vida del deportista de élite.

MARTÍ PERARNAU

¿Vivimos en una sociedad futbolizada y que por ende conlleva a un periodismo deportivo futbolizado o es una prensa futbolizada lo que lleva a una sociedad así?

Yo creo que absolutamente es responsabilidad de los medios de comunicación. Soy mayor y hace bastantes años he vivido situaciones totalmente distintas. Cómo un atleta batía un record de España y era portada de cualquier periódico deportivo en Madrid o Barcelona. Cómo se llenaban las piscinas, los estadios de aficionados porque los medios de comunicación hablaban de ese deporte, atletismo, baloncesto, boxeo, rugby... de cualquier tipo de deporte que ahora se llaman minoritarios. **La sociedad se**

ha futbolizado porque los medios han querido y su responsabilidad es absoluta, no tengo ni la menor duda.

A no ser que tengan lugar eventos de gran envergadura como unos JJOO, los deportes minoritarios apenas reciben cobertura por parte de los medios.

Como en cualquier ámbito de la vida, también en el deporte, si a la sociedad se la educa de una determinada forma, se la informa, se la dirige hacia unos determinados lugares comunes, el ser humano, que en general se deja llevar mucho por lo que le comunican e instruyen, va hacia ese lugar al que le han dirigido. Por tanto, si los medios de comunicación informan de lo que estamos denominando deportes minoritarios, de natación, voleibol, rugby, finalmente habrá una serie importante de gente que tendrá interés por esos deportes. Cuando eso no ocurre, evidentemente ese interés puede estar latente pero no hay donde verlo, donde seguirlo e interesarse por ello, y de vez en cuando surgen cada cuatro años unos Juegos Olímpicos y ese interés vuelve a surgir. Si se informase a diario ese interés sería visible siempre. Eso se ha vivido y no hablo de la Prehistoria, sino de los años 70-80, e incluso 60. Había grandísimas aficiones, el estadio de Montjuic estaba lleno en los 60 para ver un mitin de atletismo. ¿Por qué? Porque los periódicos de Barcelona y de Madrid hablaban de esas competiciones y de esos eventos. Evidentemente cuando llegan los JJOO hay un gran boom que luego desaparece porque ya no hay ningún periódico que hable de gimnasia, de waterpolo o de natación sincronizada.

Notaba usted esta minorización mediática cuando era atleta, lo vivía de primera mano o por sus compañeros.

Muchísimo menos, hemos ido hacia atrás, hemos empeorado muchísimo, siglos, con respecto a los años 70 y 80. Insisto y repito, he participado en campeonatos de España en Madrid con el estadio de Valle Hermoso con las taquillas cerradas porque estaban todas las entradas vendidas. Ahora mismo esto es impensable y sin embargo hablamos de una época en la que España no tenía ni campeones olímpicos, ni medallas ni nada. Éramos cuatro gatos y la afición, movida por los medios de comunicación, respondía. Hoy, que España tiene campeones olímpicos, medallistas a porrillo, no se llena un estadio de atletismo, no se llena una piscina y es muy difícil acceder a deportes hasta el punto de que los estamos denominado minoritarios, bueno, minoritarios porque los periodistas han querido que lo sean.

¿Son entonces los medios quienes los minorizan?

En general, los medios de comunicación, han sufrido un gran retroceso en los últimos 30-40 años en España. Han pasado de ser medios que los dirían periodistas de un gran nivel, de una gran categoría, profesionales que conocían todo tipo de deportes y los conocían en profundidad, han pasado a ser dirigidos por, lo diré sin ningún tapujo, por mercenarios, cuando no, por canallas que no conocen nada del deporte ni tienen ningún interés por el deporte y que lo único que hacen es intentar vivir ellos bien a través del deporte, sin importarles el precio que tengan que pagar sus periódicos. Hay algunos de grandísimo prestigio que lo han perdido en estos últimos años. Hay periódicos deportivos en España que tenían el mismo prestigio que tiene *L'Équipe* en todo el mundo y en 15-20 años lo han dilapidado porque han estado en manos de gente sin escrúpulos o de gente sin conocimiento.

Y no solo eso, sino que en muchas ocasiones asistimos a un mal llamado periodismo deportivo en el que informaciones triviales que rozan el sensacionalismo se imponen al puro rendimiento deportivo.

Es la tendencia de la sociedad actual hacia la banalización de todo, hacia la superficialidad, hacia la velocidad, hacia la falta de reflexión, realmente hacia el abismo y al absurdo y el periodismo refleja eso. Pero no solo lo refleja sino que tienen una grandísima responsabilidad en esa carrera hacia ninguna parte

que está teniendo la sociedad. Evidentemente el periodismo deportivo español ha caído en la banalidad más absoluta, por estar dirigido por personas sin escrúpulos, por estar en manos de empresas sin escrúpulos y por estar rodeado de periodistas sin ningún tipo de conocimiento del deporte. Es catastrófico ver el nivel de conocimiento de una gran parte de los periodistas deportivos españoles. Es de auténticos analfabetos. Cuando se dice que abundan las tertulias de bar en los programas de televisión, yo diría que no es cierto, que en un bar de carretera cualquiera, hay más conocimiento deportivo que en estos programas de televisión.

Me decía uno de los redactor de As y tertuliano televisivo que programas como *El Chiringuito* han revolucionado el mundo del periodismo, ¿usted considera que este tipo de espacios son periodismo?

Yo creo que lo que habrá revolucionado es el cubo de basura, lo que ha hecho es destruir una trayectoria muy digna que había de programas deportivos, todavía quedan algunos que son dignísimos y que honran lo que debería ser el periodismo y el deporte pero este tipo de programas lo que hace es simplemente coger un cubo de basura y moverlo, revolucionarlo. Si tiene razón este señor, ha revolucionado el cubo de basura periodística.

En su web en cambio se respira una buena praxis, un periodismo de calidad y rigor, muy analítico y profundo.

Yo creo que hay muchos medios, hay programas de televisión fantásticamente hechos, y no solamente tienen que ser de historia sino que hay programas de actualidad desde El Minuto Cero de Movistar hasta El Club en BeingTV que hablan de fútbol, de actualidad, del último partido de fútbol que se acaba de jugar y que honran el periodismo deportivo.

¿Ve alguna alternativa? ¿Alguna idea para conseguir un seguimiento mayor para los deportes minorizados?

Yo creo que la única solución es que esta gente que ha prostituido el periodismo deportivo, que lo ha convertido en un basurero, desaparezca, por analfabetos, por inútiles y por gente sin escrúpulos. Yo creo que sí hay alguna esperanza, por ejemplo que los periódicos deportivos que han caído tan bajo como podemos ver a diario, sigan perdiendo lectores y que llegue una día que ellos desaparezcan y pueda crearse un periódico deportivo nuevamente digno, como eran ellos hace 20 o 30 años. No hay que inventar nada sino volver a sus orígenes. Que estos programas de televisión basura que ahora gustan a un porcentaje pequeño de la sociedad, pues que dejen de estar interesados por ellos, que se pierda audiencia. Y si no la única solución es que la gente elija las cosas que le gustan.

¿Es necesario educar a la sociedad en estos deportes?

Es imprescindible en cualquier sociedad que intente ser un poco sana desde el punto de vista intelectual. La práctica deportiva es una práctica que colabora mucho en salud no solo física sino sobre todo intelectual y mental de la sociedad y entre ello, los deportes alejados del fútbol son deportes que pueden ayudar a estimular ese mayor nivel intelectual, de mayor comprensión, tolerancia, que se puede advertir en estos deportes. Yo no creo que el deporte en sí mismo tenga unos valores, los que tienen valores son las personas, no la gente que practica rugby o natación. Sin embargo, en general, el deporte sí permite ver determinados ejemplos y valores que ayudan a tener una sociedad algo mejor de la que tenemos. Conocemos millones de ejemplos y cuando llegan en los Juegos Olímpicos o Campeonatos Mundiales de cualquier deporte vemos ejemplos de superación, sacrificio, compañerismo, de revelarse ante la adversidad, de ser capaz de una derrota con dignidad y honestidad. Estos valores que muestran algunos deportistas de vez en cuando, son ejemplos emocionalmente e intelectualmente sanos para sociedad, por

lo que es imprescindible que los medios de comunicación, de manera colectiva o individual, como sea, promuevan este tipo de actividades deportivas. Por tanto, creo que es una obligación social que existe.

Sus informaciones se centran sobre todo en fútbol, sus libros también, ¿a qué se debe este interés por el balompié, habiendo sido usted atleta?

Yo empecé muy jovencito como periodista, escribiendo sobre atletismo como colaborador de un periódico. En el año 74 un periódico de información general de Barcelona escribía de atletismo, algo casi inaudito hoy en día salvo que hablemos de una medalla de oro en un campeonato. Los compañeros de redacción pronto me metieron el gusanillo de fútbol y compaginé siempre mi pasión por muchos deportes, no solo por el atletismo. Me apasiona mucho el rugby, la natación, la gimnasia y entre ellos el fútbol, que me apasiona como actividad deportiva. Es un deporte complejo, mucho más de lo que la gente y los periodistas enfocan y me parece muy importante seguir aprendiendo y conociendo cómo es el mundo interno del fútbol.

ANA PÉREZ

¿Qué importante es el Club Atletismo Valladolid para la provincia?

El club Atletismo Valladolid celebra los cincuenta años en noviembre. Es un trabajo de muchos años, muchos entrenadores a pie de pista y barro para poder llegar hasta este nivel. El fin de semana pasado estuvimos en Gijón en el Campeonato de Clubes nacional de cadetes y ganamos también. Vamos todo el año ganando todos los torneos de categorías inferiores a niveles autonómicos y nacionales y además nos mantenemos en División de Honor este año, donde las chicas han luchado muy duro para seguir ahí. Tenemos grandes campeonas de España de infantil hasta absoluta, internacionales chicos y chicas y por lo tanto queremos desear que se nos atienda un poco más de lo que los medios de comunicación nos atienden, porque estamos un poco abandonados en ese sentido tanto por la prensa escrita como por la televisión.

El problema de algunos clubes radica en que no tiene la estructura de comunicación necesaria para hacer llegar la información a los medios, ¿es este vuestro caso?

En todas las competiciones que hacemos aquí en Valladolid informamos, mandamos nota de prensa con fotografías y no recibimos, a caso a lo mejor nos sacan a los dos días o tres cuando la noticia ya está pasada.

¿Cuál cree que es la solución entonces?

La solución es que se enteren de que existimos, que estamos igual que los demás deportes en división de honor y queremos el mismo merecimiento, ni más ni menos, solo igualdad.

¿Es buena la implicación y el interés de los ciudadanos por este deporte? Porque es algo necesario para recibir cobertura por parte de los medios.

Este deporte al ser individual es bastante diferente a los que están en un pabellón, el llenar una pista es difícil pero en las ligas y sobre todo en las competiciones de infantiles y cadetes se llena la pista e incluso hay problemas a veces porque hay demasiada gente. También se llena la ciudad, otra de las motivaciones para quienes lo organizamos, así que sí, sí tiene buena acogida.

¿Y en cuanto al apoyo institucional?

Las autoridades también tienen que darse cuenta de que estamos aquí, en División de Honor en todas las categorías y diferentes empresas que también nos pueden apoyar aunque sea con poco, porque siempre un poco va haciendo un mucho. Las entidades y empresas de Valladolid también deberían darse cuenta de que estamos luchando igual que los demás.

ÁNGEL RUIZ

El CPLV es un club muy importante para ciudad, ¿verdad? mueve una gran cantidad de afición, de deportistas y presenta un palmarés envidiable.

Sí, es un club histórico, que ha hecho veinte años el año pasado, un club cuyo palmarés tiene cerca de sesenta títulos nacionales, que ha sido dos veces campeón de Europa y en el cual se está moviendo la cifra de casi 500 niños, casi mil personas practicando este deporte en Valladolid.

¿Qué tal es la implicación de los medios de comunicación con este club?

Creo que merecemos un mayor seguimiento por parte de los medios, tenemos un jefe de prensa que trabaja muy bien, que se mueve en ese sentido, intentamos que nuestro deporte sea un espectáculo y creo que tenemos atractivo suficiente para ganarnos una pequeña cuota de aparición en los medios.

Es complicado, al final hay pocos medios y pocos periodistas en comparación a clubes y deportistas.

Sí, y entiendo que los deportes mayoritarios son los deportes que más demandan pero tampoco hay que olvidarse de deportes que traen muchas alegrías a la ciudad y que también luchan por demostrar que también tienen su hueco.