

# II CICLO DE CONFERENCIAS NOSTRESPORT 2007



## EL DEPORTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

2 DE MAYO DE 2007 • UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA • VALENCIA

GRUPO NOSTRESPORT organizó el 2 de mayo de 2007 una jornada sobre el tratamiento del deporte en los medios de comunicación, que se dividió en un taller dirigido a los estudiantes de periodismo y una mesa redonda en la que participaron profesionales de primer nivel del mundo de la comunicación deportiva. El evento contó con el patrocinio de Bancaja, Grupo Unisersa, Nostresport.com y la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte, así como con la colaboración de la Universidad Cardenal Herrera CEU, la Agencia EFE, el Valencia C.F. y los diarios Marca y Valencia Hui.

### OBJETIVOS DE LA CONFERENCIA

- Realizar un análisis de la situación actual, desafíos y retos en el tratamiento de la información deportiva.
- Debatir sobre el tratamiento e impacto informativo de las disciplinas más minoritarias y femeninas.
- Profundizar en las particularidades de cada medio: audiovisual, escrito, radiofónico e Internet.
- Disertar sobre las perspectivas futuras de un sector con una especial proyección social.
- Reforzar la comunicación y el vínculo con, y entre, los principales agentes del panorama de la información deportiva.

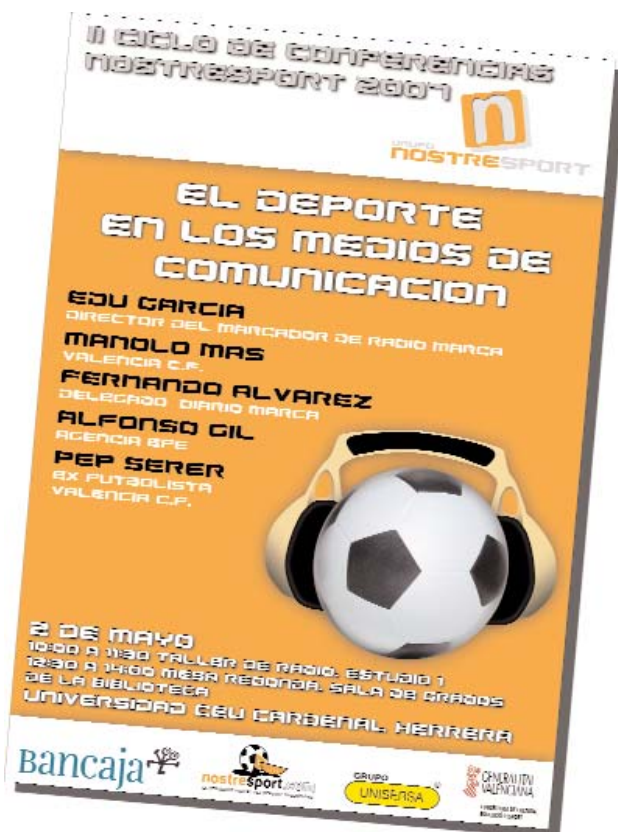
### ESTRUCTURA

#### Taller de radio:

Por la mañana se realizó un taller de radio de una hora y media de duración, que consistió en la realización de un programa radiofónico sobre deporte en directo, con la colaboración de Edu García (director del programa "El Marcador" de Radio Marca) y con los alumnos de Ciencias de la Información de la Universidad Cardenal Herrera CEU, que realizaron no solo las funciones de periodistas si no también las de técnicos de sonido y producción.

#### Mesa redonda:

- **EDU GARCÍA**  
Director de 'El Marcador', de Radio Marca
- **MANOLO MAS**  
Departamento de Comunicación del Valencia C.F.
- **FERNANDO ÁLVAREZ**  
Delegado del diario Marca en la Comunidad Valenciana
- **ALFONSO GIL**  
Director de deportes de la Agencia EFE en Valencia
- **PEP SERER**  
Comentarista y exjugador del Valencia C.F.
- **DAVID BLAY**  
Director del diario Nostresport.com (Moderador)



### DESARROLLO DE LA CONFERENCIA

Diferentes perspectivas se dieron cita en la mesa redonda organizada por Grupo Nostresport. El periodismo deportivo analizado a través del prisma de la prensa escrita, las agencias, la radio, los propios clubes y ex deportistas. Una visión plural que trató de dar respuestas a las inquietudes de los alumnos de Periodismo de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

#### EL PERIODISMO COMO NEGOCIO

La conclusión más repetida a lo largo de la conferencia fue la idea de que el periodismo actual es un periodismo sometido a las reglas del mercado. "El periodismo se ha terminado, ahora son las empresas las que manejan y al periodista le queda muy poco margen", aseguró Alfonso Gil, periodista de la agencia EFE. Además apostilló: "Nos movemos en un nuevo tinglado en el que no todo depende ya del periodista".



Según coincidieron todos los ponentes, es esta orientación empresarial lo que lleva al periodista a dar mayor espacio a lo que más vende. Fernando Álvarez, delegado del diario Marca en Valencia, argumentó que los medios se deben a lo que el público considera interesante, ya que "cuanto más logros consiga y más importante sea un deportista, más repercusión tendrá en los medios". Álvarez puso como ejemplo el caso de Fernando Alonso y la Fórmula 1: "¿Por qué se habla ahora de la Fórmula 1? Yo antes no la seguía, pero ahora me ha picado el gusanillo, porque hay un deportista español que está logrando éxitos y hay un canal que me lo ofrece". Con esta teoría desmentía también la idea de que las noticias más codiciadas son las negativas. Álvarez opina que "no es cierto que venda más el fracaso que el triunfo. Las ventas más importantes de Marca en Valencia han sido con las ligas de Benítez o las finales de Champions".

#### SENSACIONALISMO, OPINIÓN Y RUMOROLOGÍA

Sin duda, el deporte que más vende es el fútbol y, como se comentó tanto por parte de los ponentes como de los propios estudiantes, no siempre es por cuestiones deportivas. El nuevo peinado de Beckham sirvió como ejemplo perfecto. Edu García, director del programa "El Marcador", de Radio Marca, comentó que "el fútbol ha adquirido tales dimensiones que la gente necesita saber de ello. Marca y As tienen un equilibrio entre lo que es fútbol y parafútbol. Si eso es un enganche para hacer la información más atractiva, no me parece mal. Otra cosa es que tras una portada atractiva no haya noticia". En el mismo sentido se expresó Fernando Álvarez, que concibe el sensacionalismo como "una técnica de exageración utilizada para llamar la atención, que no es mala siempre y cuando cuentes la verdad". Algo más críticos se mostraron con este asunto Manolo Mas, jefe de prensa del Valencia CF, que lo calificó de "un sensacionalismo dirigido a lo económico", y Alfonso Gil. El periodista de EFE aseguró que ahora "lo que menos le interesa a la gente es la esencia del juego. Todo lo que es secundario ha cobrado gran importancia".



Edu García hizo también algo de autocrítica con la profesión. "Nos falta un poco más de exigencia y nivel. Hay un exceso de partidismo. El periodismo deportivo ha perdido la trayectoria, la hoja de ruta. Nos dedicamos directamente a opinar y nos olvidamos de lo primero, que es informar. O volvemos a los orígenes o la radio se va a devaluar. De hecho, antes había cierto prestigio cuando decías que eras periodista, pero ahora ya no es una profesión de la que se presume". Algunos estudiantes presentes apuntaron que es precisamente el exceso de atención prestada al fútbol lo que propicia que se tenga que dedicar un tiempo o un espacio excesivo a la opinión. Manolo Mas apuntó otro motivo, al asegurar que "al periodista deportivo le gusta opinar porque de esta forma se convierte en protagonista".

Siguiendo con esta autocrítica, se analizó el tema de la rumorología. "Que se puedan lanzar fichajes bomba con esa facilidad me parece infame", aseguró Edu García. "A veces los periodistas están influenciados por los representantes o por los propios clubes y dan informaciones a sabiendas de que son mentira". El periodista de Radio Marca trasladó parte de la responsabilidad a los propios consumidores: "Lo que yo no entiendo es que el público no esté escarmentado. La gente no es tonta y escucha una radio deportiva para entretenerse, pero la información la pone en cuarentena". Manolo Mas corroboró esta opinión, asegurando que "nos hemos vuelto bastante escépticos, una información puede hacerte ilusión como aficionado, pero no te la crees".



### AL OTRO LADO DE LA INFORMACIÓN

Manolo Mas y Pep Serer apuntaron en la mesa redonda dos puntos de vista diferentes. El primero, el de la información desde el otro lado, desde dentro del club, y el segundo la de un ex futbolista reconvertido en comentarista deportivo.

Manolo Mas insistió en que una vez que estás dentro de un club, que formas parte de la información, la visión cambia. "Yo intento conocer lo menos posible de lo que se dice en la prensa o en la radio. El club debe aislarse, porque si intentas atender a todo lo que se comenta te puedes volver loco, acabas cogiendo moscas. El club tiene que ser independiente. La opinión, la crítica... te hace marcar tu forma de pensar y de actuar. También habló Manolo Mas sobre el partidismo de algunos medios. "Hay medios, especialmente radios, que nacen sólo para hablar del Valencia. Cuando se generan tantas horas y tanto espacio, se genera mucha opinión y el periodismo, tanto el deportivo como el generalista, está muy radicalizado. O estás muy a favor o muy en contra".

Edu García, por su parte, se mostró algo incrédulo sobre el supuesto aislamiento por parte de los clubes. "Lo que diga un medio, desgraciadamente, marca decisiones, especialmente a nivel político. En deporte tal vez no ocurre tanto porque hay mucha variedad. El forofismo es un virus que nos ha inoculado a todos".

### INTRUSISMO

Por su parte, Pep Serer, ex jugador del Valencia y comentarista de Canal 9, reconoció que él no se considera periodista, sino comentarista. Por eso no se siente como un intruso en la profesión, ya que "el periodismo, según parece, necesita ex jugadores y profesionales, no tanto como periodistas, sino como analistas".

Fernando Álvarez defendió la misma tesis, considerando que el ex jugador aporta una función diferente. "En el periodismo siempre ha existido la figura del experto. Su función es la de aportar una visión diferente, es una figura complementaria al periodista".



### TALLER DE RADIO

La jornada organizada por Grupo Nostresport y dedicada al periodismo deportivo se completó con un taller de radio dirigido por el director de "El Marcador" de Radio Marca, Edu García, y realizado por los propios alumnos del CEU. Los estudiantes de Ciencias de la Información, tanto de Periodismo como de Imagen y Sonido, fueron protagonistas de un programa deportivo en directo, con conexiones con el exterior e intervenciones desde el propio estudio de radio.

## IMPACTO

**Lugar:**

Universidad CEU Cardenal Herrera, Alfara del Patriarca  
(Valencia)

**Día:**

2 de mayo de 2007

**Asistentes:**

160

**Medios de comunicación presentes:**

Las Provincias  
Marca  
Valencia Hui  
El Rotativo  
Agencia EFE  
Radio CEU  
Radio Marca  
Diario Nostresport.com

### Análisis cuantitativo

MEDIOS Y SOPORTES	APARICIONES	VALOR
<b>Carteles/Flyers</b>	500 copias	500 euros
<b>Valencia Hui</b> Publicidad los dos días previos al evento	2 faldones página impar (15 módulos)	1.620 euros*
<b>Valencia Hui</b> Noticia con visibilidad de logotipos	1 (15 módulos)	810 euros*
<b>Diario Nostresport</b>	Página principal y sección interior	250 euros

(\*) Según tarifas por módulos del periódico Valencia Hui



Valencia Hui 4 mayo 2007. Pág. 45

