



**bronze**

**REPORTAJE AUDIOVISUAL**



TRABAJO FIN DE GRADO - GRADO EN PERIODISMO  
CURSO 2018/2019

**AUTORES**

**Agustín Alabau Gómez** | **Gonzalo Saz Tomás**  
44.532.153-J | 18.454.443-W

**TUTORA**

María Teresa Latorre Lázaro

JULIO 2019

## **RESUMEN**

Bronce es un reportaje audiovisual que muestra la comunicación corporativa en los clubes de fútbol semiprofesionales del grupo 3 de la Segunda División B. Es por ello que mediante el uso de fuentes expertas y encargados de comunicación queremos dar a conocer de primera mano la figura de estos trabajadores. Además, mediante sus testimonios queremos saber cuál es el futuro de esta figura y de la comunicación dentro de distintas entidades deportivas que comparten el mismo escenario a nivel deportivo, pero diferente a nivel comunicativo

## **PALABRAS CLAVE**

Alicante, Castellón, Teruel, fútbol, redes sociales, comunicación corporativa.

## **ABSTRACT**

Bronce is an audiovisual report that shows the corporate communication in semi-professional soccer clubs of group 3th of the 2nd B Division. Because of this, the use of expert sources and in charge of communication we want to give the first hand the figure of these workers. In addition to this, through their testimonies we want to know what is the future of this figure and communication within different sports entities that share the same scenario at the sports level, but their communicative levels are really different.

## **KEYWORDS**

Alicante, Castellon, Teruel, football, social networks, corporate communication

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
- JUSTIFICACIÓN.....	3
- DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	3
- OBJETIVOS .....	4
FASE DE PREPRODUCCIÓN.....	5
- SELECCIÓN Y GESTIÓN DE FUENTES.....	5
- DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO.....	6
- PLAN DE PREPRODUCCIÓN (1) .....	7
- PREVISIÓN DE GASTOS.....	7
FASE DE PRODUCCIÓN.....	10
- ENFOQUE.....	10
- TRATAMIENTO AUDIOVISUAL.....	10
- ESTRUCTURA .....	11
FASE DE POSPRODUCCIÓN.....	12
- MONTAJE Y PROGRAMA .....	12
- PROCESO.....	12
- MÚSICA .....	13
- OBJETIVO.....	13
- FASE DE EMISIÓN.....	13
VALORACIÓN FINAL.....	14
BIBLIOGRAFÍA.....	16
EXTENDED SUMMARY.....	17
ANEXOS.....	21
- PLAN DE PREPRODUCCIÓN.....	21
- GUION TÉCNICO.....	29
- GUION LITERARIO.....	64
- INSTRUCCIONES .....	77

## **INTRODUCCIÓN**

La comunicación es un elemento cada vez más tenido en cuenta en el mundo del deporte. Los clubes de fútbol profesionales han visto la necesidad de cubrir con personas cualificadas estos puestos. Sin embargo, debido a que en la parte deportiva estas personas no tienen importancia, los clubes de fútbol semiprofesionales no entienden que estas vías de comunicación sean tan importantes. Las diferencias son palpables desde que entramos en las redes sociales de los diferentes equipos de la misma categoría, pero a nivel audiovisual puede parecer un ejercicio más eficaz para que los posibles telespectadores de este trabajo entiendan las diferencias entre los clubes analizados. Por poner un ejemplo, el Real Madrid posee un canal de televisión que emite en abierto, una aplicación para el móvil y diferentes revistas de tirada nacional. Es por ello que la comunicación corporativa se está dando a conocer como una herramienta muy importante en la gestión de una entidad deportiva.

## **JUSTIFICACIÓN**

Al investigar sobre este tema, mi compañero y yo observamos cómo los medios de comunicación no han prestado atención a los departamentos de comunicación corporativa de entidades deportivas. Es por ello por lo que decidimos realizar un reportaje sobre un tema que, a priori, puede parecer meta periodístico. Sin embargo, el uso de fuentes externas a los organigramas de los clubes nos da una visión más periférica. Así pues, es importante mostrar el funcionamiento de una estructura comunicativa desde la experiencia de los propios trabajadores, para que se pueda entender las diferencias que hemos visto a lo largo de este proyecto.

## **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

El trabajo se basa en un reportaje sobre la forma de comunicarse de los equipos en el escalafón anterior al fútbol profesional, tomando como referencia a clubes que se erigen como los baluartes de sus respectivas capitales de provincia. Estos son el CD Castellón, el CD Teruel y el Hércules CF.

Los equipos elegidos pertenecen al Grupo 3 de la 2ª División B española, durante el periodo que comprende la temporada 2018/2019, y que debido a la cercanía geográfica son accesibles. Además, dentro de estos podemos observar tres escalafones a nivel deportivo y comunicativo. El CD Castellón es uno de los equipos más activos y seguidos en las redes sociales, y con una numerosa masa social.

En segundo lugar, el Hércules CF, uno de los equipos de la Comunidad Valenciana con más tradición, y el equipo, de entre los elegidos, que más reciente tiene su paso por Primera División. Es el mejor clasificado de los tres en la categoría.

Por último, el CD Teruel es el equipo referente de la provincia turolense, club más humilde de los tres y que se encuentra a lo largo de su historia compitiendo entre la Tercera División aragonesa y la Segunda División B.

Además de analizar las formas de comunicar de estos tres equipos que compiten en la misma categoría, trataremos de compararlas entre ellas y de mostrar sus diferencias a través de las entrevistas, teniendo en cuenta todos los factores que engloban al club y su política comunicativa, como puede ser las características a la hora de trabajar de los clubes o la experiencia personal de los periodistas para poder desarrollar dicha comunicación de forma óptima. Para ello es necesario conocer la metodología de los trabajadores, su relación con los medios de comunicación (radio, televisión y la aparición de Internet) y las fórmulas utilizadas para llegar a los aficionados y a personas ajenas a estos. Además, será necesario entender qué es aquello que transmiten los clubes y las herramientas más eficaces para poder demostrar el surgimiento de nuevas figuras de trabajo en el ámbito comunicativo deportivo, ya que se trata del deporte con más repercusión en el territorio nacional.

### **OBJETIVOS**

1. Entender el funcionamiento de la comunicación corporativa en entidades deportivas amateurs.
2. Realizar una comparativa entre la comunicación del CD Teruel, CD Castellón y Hércules CF.
3. Conocer las figuras encargadas de comunicar en los equipos ya citados.
4. Encontrar las dificultades a las que se enfrentan los periodistas en el fútbol semi profesional.
5. Mostrar las estrategias comunicativas y conocer el plan de actuación si lo hubiere.
6. Analizar la eficacia de la comunicación planteada por los clubes.
7. Desarrollar nuestra capacidad de trabajar en equipo para presentar un producto audiovisual finalizado.

## **FASE DE PREPRODUCCIÓN**

### **SELECCIÓN Y GESTIÓN DE FUENTES**

Para poder realizar un reportaje audiovisual en el que primara el interés periodístico, decidimos escoger este tema que no hemos podido observar en ningún otro medio, gracias a un enfoque alternativo y el de una figura importante dentro de un club, aunque pase desapercibida. Empezamos a recabar información sobre la comunicación de los equipos mediante el seguimiento de sus redes sociales y perfiles oficiales. Dotamos de veracidad al relato para que se pudiera apreciar que este perfil puede ser adoptado por diferentes personas, entre las que nos encontramos un periodista veterano, un recién graduado y un entrenador de porteros que intentaba colaborar con lo que podía. Esperábamos que nos contaran las tareas que realizaban, sus perspectivas de futuro y la evolución que habían observado con el paso del tiempo.

#### **Alejandro Moll**

Agustín se comunicó vía móvil con Alejandro Moll, uno de los encargados de la comunicación en el CD Castellón, ya que durante el partido entre el CD Castellón y el CD Teruel pudimos hablar con él para pedirle su contacto y quedar con más calma. La respuesta fue positiva por ambas partes, y conseguimos concertar la entrevista de manera rápida.

#### **Alexis Cervera**

Este contacto se consiguió gracias a Alejandro Moll. Alejandro nos facilitó el número de Alexis, que es el presentador de un programa televisivo de Televisión de Castellón que habla del día a día del CD Castellón.

#### **Andrés Estañ**

Para poder hablar con un periodista alicantino decidimos llamar a COPE Alicante para ver si podíamos realizar una entrevista el mismo día que acudimos a entrevistar a Tomás Moya. Conseguimos entrevistar a un periodista deportivo de la ciudad con experiencia, pero por problemas de horarios no era posible acudir a las oficinas. Así pues, decidimos realizar la entrevista en la zona mixta del Hércules CF, que nos facilitaron la tarea.

### **Ismael Ramón**

Gonzalo contactó con el Diario de Teruel, medio en el que había estado realizando prácticas y tenía el contacto de Ismael Ramón, uno de los periodistas deportivos del Diario de Teruel con más experiencia del periódico.

### **Tomás Moya**

Para poder contactar con el encargado de comunicación del Hércules CF decidimos hablar en persona con ellos en el partido disputado entre el CD Teruel y el Hércules CF.

### **Óscar Santamaría**

Conseguimos el número del encargado de comunicación del CD Teruel y a su vez entrenador de porteros gracias al Diario de Teruel, que nos facilitó el contacto de un trabajador del club. Nacho Romero, director deportivo del club, nos concertó una cita antes del partido entre el CD Teruel y el Hércules CF.

Finalmente, con esta agenda de fuentes programamos unos días, aunque es cierto que tuvimos problemas con la comunicación del Hércules CF. Acordamos diferentes días para poder ser más eficientes y separando las entrevistas, ya que los desplazamientos han sido largos. Tras esto teníamos nuestro guión de preproducción para explicar las entrevistas que se debían de grabar y el destino. En algún momento nos enfrentamos a inconvenientes, como la negativa a grabar la entrevista el día del partido por parte de Tomás Moya, encargado de la comunicación del Hércules, por lo que tuvimos que volver.

### ***DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO***

Agustín Alabau fue el encargado de la producción del trabajo para poder concertar las entrevistas o mirar las rutas para acudir a los sitios, además del visionado de aquello que estaba en el reportaje (script) durante las sesiones, mientras que Gonzalo Saz fue el encargado del montaje del trabajo durante la postproducción y ha grabado las entrevistas. Sin embargo, ha habido tareas que se han compartido como el guion técnico, las preguntas de las entrevistas o la grabación de escenas exteriores.

### **PLAN DE PREPRODUCCIÓN**

Creamos una tabla para poder tener un orden organizativo en la producción de nuestro trabajo. Adjuntamos tabla en los anexos (1).

### **PREVISIÓN DE GASTOS**

Debido a que las dos personas que realizan este trabajo nos encargamos de la post producción, hemos establecido un salario mínimo de 900 €, conforme al actual Salario Mínimo Interprofesional. Se le añadirá el coste de la base mínima de cotización de autónomos a este gasto.

<b>Nombre</b>	<b>Salario Mínimo Interprofesional</b>	<b>Base de cotización</b>	<b>Gasto</b>
Agustín Alabau Gómez	900 €	283'30 €	1183'30 €
Gonzalo Saz Tomás	900 €	283'30 €	1183'30 €
		<b>TOTAL</b>	2366'60 €

La reserva del material fue extensa, en torno a unas 10 veces, ya que además de grabar los partidos y diversas entrevistas, decidimos realizar una pequeña presentación de las ciudades en las que nos encontrábamos a nivel audiovisual. Las grabaciones terminaron el 27 de mayo, y durante la producción del TFG nos asesoramos en diferentes páginas sobre el coste de la realización de este.

Por otro lado, desde el inicio propusimos la previsión de gastos para nuestro reportaje, además de otros gastos como los desplazamientos, algunos de 200 kilómetros. Se adjunta la tabla de gastos a continuación:

Fecha	Ruta	Kilómetros	Precio
08/02/2019	Castellón-Teruel	144	11'48
09/02/2019	Teruel ciudad	20	1'60
10/02/2019	Teruel-Castellón	144	11'48
17/02/2019	Castellón ciudad	18	1'42
21/02/2019	Castellón ciudad	18	1'42
04/05/2019	Castellón-Alicante	248	19'77
04/05/2019	Alicante-Castellón	248	19'77
07/05/2019	Castellón ciudad	25	1'78
10/05/2019	Castellón-Teruel	144	11'48
11/05/2019	Teruel-Castellón	144	11'48
16/05/2019	Castellón-Alicante	248	19'77
16/05/2019	Alicante-Castellón	248	19'77
19/05/2019	Castellón ciudad	30	1'83
27/05/2019	Castellón ciudad	15	1'36
		<b>TOTAL</b>	134'41€

Por otro lado, hemos decidido incluir el gasto de los materiales utilizados para la realización del documental a nivel técnico, además de los programas de postproducción, en este caso el Adobe Premiere. Los elementos utilizados para el reportaje audiovisual han sido auriculares Sennheiser, micro de cañón y micro de corbata Sennheiser, un Shoulder Rig Video Sony-NX100, un trípode para la cámara, una cámara de vídeo Sony X100 y una Go-Pro Hero 4+.

Se adjunta a continuación la tabla de gastos del equipo técnico:

Material	Días usados	Precio
Auriculares Sennheiser HD 300	9	37€
Micrófono de cañón Sennheiser MKE 600	9	266€
Micrófono de corbata Sennheiser EW 112P	12	598€
Shoulder Rig Video Sony-NX100	8	113'69€
Trípode vídeo	12	65'94€
Cámara de vídeo Sony X100	12	3049€
Cámara Gopro Hero 4+	10	164'99€
Licencia Adobe Premiere Pro (anual)	20	448€
	<b>PRECIO TOTAL</b>	<b>4 742'62€</b>

Cabe añadir que el material usado para este Trabajo Final de Grado ha sido facilitado por el Laboratorio de Comunicación, a excepción de la Go-Pro, accesorio utilizado para grabar imágenes de recurso.

## **FASE DE PRODUCCIÓN**

### **ENFOQUE**

Debemos conocer la realidad deportiva de cada club y la planificación comunicativa de ellos. El CD Castellón, recién ascendido que pelea por no descender, plasma una política comunicativa muy centrada en el día a día del club y en el que todos los detalles sobre sus redes sociales están controlados.

En segundo lugar, el Hércules CF es un equipo de más nivel deportivo pero que lleva dos temporadas seguidas en 2ºB. La característica más destacada de este club es la radio oficial, ya que ningún otro club del grupo 3 de 2ºB posee una radio oficial. Es un canal muy utilizado a nivel corporativo, pero no es el único.

Por último, el CD Teruel es un club humilde que ha militado cinco temporadas en 2ºB a lo largo de su historia pero que debido a una falta de profesionalización del apartado comunicativo encarga a su entrenador de porteros la gestión de las redes sociales. Su comunicación es esporádica y sin un plan establecido. Oscar Santamaría, Alejandro Moll y Tomás Moya nos explicaron cual es el trabajo en un departamento de comunicación de una institución, en este caso, un equipo de fútbol semiprofesional.

### **TRATAMIENTO AUDIOVISUAL**

Las presentaciones de las ciudades y personas seleccionadas son importantes, y es por ello que hemos decidido cuidar estos detalles dentro del reportaje. Para las presentaciones de las ciudades nos hemos valido de grabaciones en exteriores, ya que queríamos mostrar lugares reconocibles para el espectador. Sin embargo, hemos incluido un mapa que localiza las ciudades en las que nos encontrábamos. Para presentar a las fuentes, el uso de rótulos ha sido indispensable.

Por otra parte, los rótulos informativos durante las entrevistas nos han servido para aportar más información sobre los clubes relacionada con la comunicación. Como contexto hemos decidido grabar diferentes partidos de los equipos, además de sus tareas durante un día de partido para observar los movimientos de los actores comunicativos seleccionados a lo largo de los encuentros. Lo que queremos mostrar con este reportaje es todo aquello que se escapa al ojo humano cuando va a presenciar un partido de fútbol, para que entienda que detrás del ocio hay una gran cantidad de trabajo.

## **ESTRUCTURA**

Nuestro reportaje se entiende como un relato en el que para comenzar necesitamos utilizar unos cebos para que el espectador se sienta intrigado sobre aquello que vamos a ver. Para ello hemos combinado a los encargados de la comunicación de los diferentes clubes para que se pueda realizar una comparación y ver las múltiples diferencias. En segundo lugar, el uso de los expertos nos facilitará el conocimiento sobre las necesidades de los clubes de fútbol a nivel comunicativo global y personalizado.

Hemos unificado los testimonios de los encargados de la comunicación a través de los periodistas expertos o imágenes que mostraran el trabajo de los entrevistados. Sus ideas, argumentos o hipótesis son apoyadas o refutadas por los periodistas expertos de las respectivas ciudades.

En el primer escalafón comunicativo tenemos la semi profesionalidad o el amateurismo del CD Teruel. En este momento podemos apreciar como la forma de comunicar es intermitente, ineficaz y un tanto abrupta. No hay un planteamiento a la hora de realizar las diferentes acciones, ya que el trabajo de entrenador de porteros de Óscar Santamaría no se lo permite.

En segundo lugar, tenemos la profesionalidad del CD Castellón, que mediante campañas agresivas y la irrupción de dos futbolistas profesionales como son Pablo Hernández y Ángel Dealbert, que han conseguido colocarse en el panorama nacional.

Por último, el Hércules ha confiado en un periodista con años de experiencia en la Cadena SER y Canal 9 que realiza un proyecto a nivel institucional en el que el periodista es protagonista de todos los elementos y aspectos comunicativos. Es el jefe y la persona que toma todas las decisiones comunicativas del club.

## **FASE DE POSTPRODUCCIÓN**

### **MONTAJE Y PROGRAMA**

La postproducción se ha basado en el montaje del producto audiovisual que queríamos realizar. El programa escogido para ello ha sido Adobe Premiere debido al conocimiento que poseemos en cuanto a la hora de montar. Además, durante la carrera aprendido en diferentes asignaturas y de manera autónoma el manejo del Adobe Premiere Pro, y en el Laboratorio de Comunicación de la UJI los ordenadores poseen este programa. Los conocimientos adquiridos anteriormente nos han permitido realizar esta tarea de una manera algo rápida.

Es cierto que al principio el montaje nos costaba más, pero poco a poco vimos como el tiempo empleado era menor. Además, como el objetivo es que el reportaje sea un producto para emitir en la televisión, la profesionalidad era primordial, con un montaje acorde a las horas invertidas y en el que nuestro televidente pueda disfrutar de su visionado, ya que es un tema novedoso del que no se ha hablado mucho. Al ser nuestro primer reportaje audiovisual profesional la calidad no sea la de un equipo de televisión. Sin embargo, el resultado final es muy gratificante para nosotros.

Se ha intentado realizar un producto atractivo a pesar del tema del que se habla, que no es dinámico a las hora de ser visto. Aunque a la hora de grabar nos dimos cuenta de que utilizamos demasiados videos para después ser borrados. Esto es un fallo que durante el proceso se fue aminorando. Además, hemos utilizado solo una cámara y nunca dos simultáneas, que a lo mejor nos hubiera dado un poco de variedad en el registro guardado.

### **PROCESO**

Los pasos a seguir fueron el visionado de las grabaciones y de las entrevistas, además de los planos recurso. Tras borrar todos aquellos que sabíamos que no iban a ser necesarios, y al no tener ningún off, la postproducción se aminoraba, pero no por ello disminuye su dificultad. Así pues, empezamos a montar las entrevistas. Ya que estas grabaciones no iban en el estricto orden de grabación, además de entremezclar las imágenes de recurso junto a algunas frases que han sido utilizadas. Por último, los retoques necesarios y la creación de rótulos informativos y descriptivos se realizaron al final. En el Laboratorio de Comunicación se gestó gran parte de la postproducción.

## **MÚSICA**

La música es de distintos artistas como son Benny Greb, Damsterdam and JRND, Jamillions, Matisse and Sadko y Scott Buckley, quienes publican sus canciones en plataformas, de manera totalmente gratuita y sin poseer derechos ni copytight, con el fin de que puedan ser distribuidas y utilizadas por cualquier persona o para cualquier proyecto. Estas canciones nos podían servir para acompañar a nuestro reportaje. Podemos apreciar algún momento en el que no hay música, ya que hemos decidido que para darle más importancia al sonido ambiente eliminar la música era primordial. Las declaraciones de algunas de las fuentes hacen que la música le pudiera restar credibilidad, y el mensaje puede perderse y diluirse.

## **OBJETIVO**

El reportaje ha sido una tarea laboriosa debido a la gran cantidad de vídeos y grabaciones que teníamos. Sin embargo, una vez eliminamos todos ellos, lo más complicado fue el orden del guión para poder contar el relato y que además fuera atractivo al público. El objetivo era construir un relato a nivel audiovisual con todo el material que habíamos grabado a lo largo de la fase de producción. Ha sido positivo y satisfactorio para nosotros por ser el primer gran reportaje audiovisual que hemos realizado en nuestra carrera.

## **FASE DE EMISIÓN**

El medio más factible para la emisión de nuestro trabajo sería la cadena de televisión privada Bein Sports. En este canal podemos ver partidos de fútbol en directo, pero además se caracteriza por tratar diversos temas relacionados con el fútbol. Es por ello que, aunque el tema principal de nuestro producto audiovisual sea la comunicación corporativa, puede ser un reportaje interesante para todos aquellos seguidores de este deporte. Uno de los ejemplos más claros es el programa “La Liga World”, en el que se analiza la actualidad de las ligas españolas profesionales, aunque en más de una ocasión se ha podido observar algún reportaje sobre categorías inferiores. Bein Sports analiza de manera clara y profunda todos los entresijos de las grandes ligas europeas, y entre ellas la española. Cuenta con una serie de periodistas expertos en la materia y ex futbolistas. Además, el contenido audiovisual está muy cuidado y la postproducción es una parte muy importante dentro de la cadena. Otro posible canal en el que nuestro producto se podría emitir sería Gol TV. Al ser una cadena que emite en la TDT, nuestro reportaje llegaría a más personas, una estrategia bastante positiva, ya que cuanto más audiencia viera el reportaje, más beneficio podríamos tener.

La franja horaria podría ser vespertina o nocturna, y lo más recomendable sería que la emisión fuera durante el fin de semana. El horario escogido es debido a que este reportaje le interesará a personas adultas seguidoras de este deporte. Como la mayoría de partidos de la Liga de fútbol Profesional se juegan a esta hora, incluir el reportaje antes o después de un partido es una buena fórmula para asegurarse una buena audiencia, y que esta no cambie de canal. Nuestro target, ya definido anteriormente, es bastante claro. Sin embargo, podríamos añadir a este target todos aquellos estudiantes o periodistas que estén interesados en conocer el mundo de la comunicación corporativa e institucional.

Por último, apostamos por promover nuestro reportaje a través de diversas plataformas audiovisuales, ya que es un nicho de mercado para los más jóvenes. (El 72% de los adolescentes ven más YouTube que la televisión, según una encuesta realizada por la revista cultural Culture.)

## **VALORACIÓN FINAL**

Este Trabajo Final de Grado nos ha dado la oportunidad de realizar nuestro primer gran proyecto periodístico. esto es debido a que aunque hemos tenido una tutorización, el trabajo ha sido mucho más autónomo y más extenso que los realizados en la carrera. Además, hemos tenido que viajar a multitud de lugares, recabar información sobre nuestro posible mapa de fuentes y hemos tenido que sortear los problemas que nos encontraremos en un futuro no muy lejano, como el cambio de algunas entrevistas dentro de nuestro plan de rodaje.

Hemos podido conocer las tres fases primordiales de un reportaje audiovisual, además de profundizar en un tema algo desconocido en el mundo del periodismo universitario. Es cierto que hemos tenido asignaturas relacionadas con el periodismo institucional, pero las empresas deportivas a nivel semiprofesional no se estudian. Las asignaturas que nos han permitido realizar un buen trabajo son las relacionadas con el campo audiovisual, aunque también es cierto que sin conocimiento de los géneros periodísticos existentes es difícil poder realizar una buena entrevista. En la preproducción hemos visto como diferentes periodistas que podrían haber colaborado en el documental han declinado en último momento realizar entrevistas.

La fase de producción ha sido la más rápida aunque también costosa, ya que la grabación de las imágenes necesarias y los desplazamientos han sido largos. Las sesiones duraban horas y hemos tenido que planear bien los horarios. Por último, la fase de postproducción ha sido la más laboriosa debido a las horas de montaje y de visionado de videos, además de ver la forma de mejorarlo. Esta fase se ha caracterizado por el visionado de las piezas una gran cantidad de veces, además de servirnos para reestructurar el guión literario. Cabe añadir que este periodo es el más estresante en cuanto a carga de trabajo, aunque los materiales y reservas realizadas en el Laboratorio de Comunicación de la facultad nos han permitido tener un espacio de trabajo donde poder rendir de manera adecuada y eficiente.

En conclusión, Bronce es una toma de contacto para todas aquellas personas que deseen conocer de primera mano la figura de la comunicación dentro de los clubes de fútbol semiprofesionales y puedan conocer tres figuras diferentes. Es cierto que 15 minutos nos han parecido pocos, ya que se han tenido que quedar fuera del trabajo diferentes opiniones, declaraciones y puntos de vista de nuestras fuentes. Sin embargo, creemos que lo primordial y más importante se puede ver, y nos sirve a los futuros periodistas como una puerta abierta que nadie había tratado. Es por ello que este Trabajo Final de Grado ha sido realizado debido a nuestra necesidad informativa de mostrar que es un jefe de prensa o un encargado de comunicación en un ambiente en el que lo deportivo es importante, pero la comunicación puede ser en determinados momentos primordial.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CD Castellón (2018). El CD Castellón alcanza los 12.000 socios. Página web del CD Castellón. [En línea] Disponible en:<http://www.cdcastellon.com/el-cd-castellon-alcanza-los-12-000-socios/> [Consulta 12 enero 2019]

CD Castellón (2018). El CD Castellón hace historia al superar el récord de abonados en Tercera División. Página web del CD Castellón. [En línea] Disponible en:<http://www.cdcastellon.com/el-cd-castellon-hace-historia-al-superar-el-record-de-abonados-en-tercera-division/> [Consulta 12 enero 2019]

CD Teruel (2019).Página web del CD Teruel.[En línea] Disponible en: <http://cdteruel.com> [Consulta 20 enero 2019]

Edu Chova. El Castellón se salva en el descuento. El Mundo Castellón [En línea] Disponible en: <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2019/05/19/5ce1aebffc6c837c3d8b45dd.html> [Consulta 28 mayo 2019]

Ismael Ramón (2019). El CD Teruel cae 2-0 en Cornellá y se despide de la Segunda B un año después del ascenso.Diario de Teruel. [En línea] Disponible en:<https://www.diariodeteruel.es/noticia.asp?notid=1015121&secid=5> [Consulta 21 junio 2019]

Hércules CF (2013)Tomás Moya, nuevo Director de Comunicación y Relaciones Externas del Hércules CF. Página web del Hércules CF.[En línea] Disponible en: <http://www.herculesdealicantecf.net/noticia/tomas-moya-nuevo-director-de-comunicacion-y-relaciones-externas-del-hercules> [Consulta 12 enero 2019]

Ivoox (2017). Podcast de Radio Hércules. Ivoox.[En línea] Disponible en: [https://www.ivoox.com/podcast-podcast-radio-hercules\\_sq\\_f1390991\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-podcast-radio-hercules_sq_f1390991_1.html) [Consulta 20 enero 2018]

Óscar Manteca (2019). El Hércules también pierde en Ponferrada y se queda sin ascenso. Alicante Plaza. [En línea] Disponible en:<https://alicantepiazza.es/el-hercules-tambien-pierde-en-ponferrada-y-se-queda-sin-ascenso> [Consulta 01 julio 2019]

## **EXTENDED SUMMARY**

Bronce is based on an investigation because we would like to know how teams are communicating at this moment in the previous professional football leagues, taking as reference clubs that they are the main sport academies and clubs of their respective provincial capitals. Those are Castellón CD, Teruel CD and Hércules CF. For this reason it is necessary to know the methodology of the workers, their relationship with the media (radio, television and Internet) and the ideas that they used during this period to reach the fans and people outside them. In addition, it will be necessary to understand what is transmitted by the clubs and the most effective tools for this, in order to demonstrate the emergence of new figures in this field of work, due to football is the sport with the most impact in the national territory. The teams studied belong to Group 3 of the 2nd Spanish B Division, during the period that comprises the 2018/2019 season, and due to the geographical proximity between them and us they will be the object of study. In addition, within these we can observe three career and communicative levels.

First of all, CD Castellón is one of the most active and followed teams in social networks, and with a large social mass. Hércules CF is one of the teams from the Valencian Community with the most tradition, and the team, from among the chosen ones, which has its most recent passing through the First Division. It is the best classified of the three in the category. Finally, CD Teruel is one team of the province of Teruel, humblest club of the three and that is throughout its history competing between the Aragonese Third Division and the Second Division B.

In addition to this we are going to analyze the ways of communication and the differences between them, because it's something curious that they are playing at the same league but they have taken another ways of communication. We will try to compare them and show their differences through the interviews, taking into account all the factors that encompass the club and their communicative policy, such as it can be the social responsibility with the city, the economic capital that the clubs have in order to develop this communication in an optimal way.

First of all on the preproduction phase we create a table to have an organizational order in the production of our work. The first step is try to schedule the recording days of the report and send messages to different official accounts and emails to programate some interviews. Later, Gonzalo contacted with El Diario de Teruel, the medium in which he had been doing work experience, and Agustín contacted with Alejandro Moll, who works in the communication of the Castellón CD. The response was positive on both sides, and we managed to arrange the interviews.

In third place, to be able to contact the Hercules CF journalist, we decided to speak in person with them in the match played between the CD Teruel and the Hercules CF. With this calendar of sources we programmed a few days, although it is true that we had problems with the communication of Hercules. We agreed different days to be more efficient and separating the interviews, because we have spent a lot of time during our trips around the different cities. After this we had our preproduction script to explain the interviews that had to be recorded and the destination.

Anyway, we have had problems, such as the refusal to record the interview the day of the match by Tomás Moya, so we had to return another day to Alicante. Another problem was the difficulty of recording in the Pinilla, because we couldn't meet with their workers to access, and we want to record the Teruel CD field without spectators. Luckily for us, the day before the game we got to record there after calling the Head Office.

To do a good job during our audiovisual report and show something new, we decided to choose this topic because we have not been able to watch it in any other platform, thanks to an alternative approach and because of an important figure within a club, although it goes unnoticed. This made us see a niche market that could be covered by us because we want to check the different points of view and perspectives offered by each club. We began to collect information on the communication offered by teams monitoring their social networks and official profiles. We gave truth to the story so that it could be appreciated that those profiles could be adopted by different people, among which we find a veteran journalist, a recent graduate and a goalkeeper coach who tried to collaborate in the way he could. We expected them to tell us about the tasks they performed, their future prospects and the evolution they had observed over time.

Our documentary is divided into three parts. In the first place we have the amateurism of the CD Teruel. We can appreciate how they communicate, hardly ever, inefficient and abrupt. There is no approach when carrying out the different actions, since the work of goalkeeper coach Oscar does not allow it.

Second, we have the professionalism of CD Castellón, which through aggressive campaigns and the emergence of two professional footballers such as Pablo Hernández and Ángel Dealbert, who have managed to place themselves on the national scene they have broken all the records.

Finally, the Hercules has relied on a journalist with years of experience in the SER radio and who carries out a project at institutional level where the journalist is the main of the elements and communicative aspects. He is the boss and the person who makes all the communicative decisions of the club. We want the viewer to understand that everything we are doing is a linear progression.

The postproduction has been based on the assembly of the audiovisual product that we wanted to show. The program chosen for this has been Adobe Premiere, due to our knowledge and experience about this program during our career. In addition, we have had subjects that they have learned us, and autonomously we have been improving the use of Adobe Premiere Pro. Anyway, at the Communication Laboratory of the UJI computers have this program. The knowledge acquired previously have allowed us to achieve this task in a quick way. It is true that at first this task have cost us more, but step by step we saw how the time spent was less.

The steps were the viewing of the recordings and the interviews, in addition to the resource plans. After erasing all those we knew were not going to be necessary, and our product haven't off voice, so the postproduction slowed down, but that does not diminish its difficulty. For this reason, we started to mount the interviews thinking about the idea to show a story without off voice. Since these recordings were not in the strict order of recording, in addition to intermingling the resource images with some phrases that we have been used. In the Communication Laboratory, a large part of the post-production was created.

The music have been selected from a sound bank with Creative Commons License different musical pieces that could be used to be in our report. We can appreciate which there is no music, since we have decided that to give more importance to the ambient sound, eliminating music was paramount. The declarations of some of the sources cause that the music could subtract credibility to him, and the message can be lost and diluted.

In conclusion, the report has been a laborious task due to the large number of videos and recordings that we had. However, once we eliminated all of them, the most complicated was the order of the script to tell the story and also be attractive to the public. The final result has been positive and satisfactory for us because it is the first audiovisual report that we have made in our career.

The most feasible medium for the broadcast of our work would be the private television channel Bein Sports. In this channel we can watch football matches live, but also is characterized by showing various issues related to football. Although the main theme of our audiovisual product is corporate communication, it can be an interesting report for all those followers of this sport. One of the clearest examples it is the program "La Liga World", where we can know the professional Spanish leagues, although in more than one occasion it has been possible to observe some report on lower categories. Bein Sports analyzes in a profound way all the ins and outs of the major European leagues, including Spain. It has a series of expert journalists in the field and former footballers. In addition, the audiovisual content is very careful and post-production is a very important part of the chain.

**ANEXOS**  
**PLAN DE PREPRODUCCIÓN (1)**

DÍA 1		09/02/2019				
Secuencia	Int/Ext	Hora	Localización	Entrevista	Material fotográfico	Material sonido
Torres Mudéjares	Exterior	10:00	Teruel	-	- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Plaza del Torico	Exterior	11:15	Teruel	-	- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Estadio Pinilla			Teruel		- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser

DÍA 2

10/02/2019

Secuencia	Int/Ext	Hora	Localización	Entrevista	Material fotográfico	Material sonido
Entrevista	Exterior	16:30	Estadio Pinilla (Teruel)	Óscar Santamaria	- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de corbata Sennheiser
Partido Teruel CD- Hércules CF	Exterior		Estadio Pinilla (Teruel)	-	- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de cañón
Rueda de prensa postpartido		20:00	Sala de prensa CD Teruel (Teruel)		- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de cañón

DÍA 3		17/02/2019				
Secuencia	Int/Ext	Hora	Localización	Entrevista	Material fotográfico	Material sonido
Previa CD Castellón- CD Teruel	Exterior	15:00	Castellón (Castellón)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Partido CD Castellón- CD Teruel	Exterior		Estadio Castalia (Castellón)	-	- Shoulder Rig Video Sony-NX100 - Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Rueda de prensa CD Castellón	Interior		Sala de prensa CD Castellón (Castellón)	-	Cámara de vídeo Sony X100 Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser

<b>DÍA 4</b>		<b>21/02/2019</b>				
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Entrenamiento CD Castellón	Exterior	16:30	Estadio Castalia (Castellón)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Entrevista	Interior	17:30	Sala de prensa CD Castellón (Castellón)	Alejandro Moll	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de corbata Sennheiser
<b>DÍA 5</b>		<b>04/05/2019</b>				
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Partido Hércules-Conquense	Exterior	18:00	Estadio Rico Pérez (Alicante)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Rueda de prensa	Interior	20:00	Sala de prensa Hércules CF (Alicante)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser

<b>DÍA 6            03/05/2019</b>						
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Programa “La Tribuna del CD Castellón”	Interior	16:30	Estudios TVCS (Castellón)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Entrevista	Interior	17:30	Estudios TVCS (Castellón)	Alexis Cervera	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de corbata Sennheiser
<b>Día 7            11/05/2019</b>						
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Entrevista	Exterior	16:30	Oficinas Diario de Teruel (Teruel)	Ismael Ramón	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de corbata Sennheiser - Micro de mano Sennheiser

DÍA 8	16/05/2019					
Secuencia	Int/Ext	Hora	Localización	Entrevista	Material fotográfico	Material sonido
Entrenamiento Hercules CF	Exterior	11:00	Estadio Rico Pérez (Alicante)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Entrevista Tomás Moya	Exterior	12:00	Estadio Rico Pérez (Alicante)	Tomás Moya	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de corbata Sennheiser
Castillo de Santa Bárbara			Alicante		- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-
Puerto deportivo			Alicante		- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-

<b>DÍA 9</b>						
<b>19/05/2019</b>						
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Partido CD Castellón-FC Barcelona B	Exterior	18:30	Estadio Castalia (Castellón)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser
Rueda de prensa posterior	Interior	20:30	Sala de prensa CD Castellón (Castellón)	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	- Auriculares Sennheiser - Micro de mano Sennheiser
<b>DÍA 10</b>						
<b>27/05/2019</b>						
<b>Secuencia</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Hora</b>	<b>Localización</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Material fotográfico</b>	<b>Material sonido</b>
Exteriores del campo del CD Castellón	Exterior	12:00	Castellón	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-
Instalaciones deportivas Chencho	Exterior	12:30	Castellón	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-

Campo del CD Castellón vacío	Exterior	13:00	Castellón	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-
Plaza Mayor	Exterior	15:00	Castellón	-	- Cámara de vídeo Sony X100 - Trípode cámara de vídeo	-

## GUIÓN TÉCNICO

SEC.	LOCALIZ.	IMAGEN	VOZ EN OFF	ROTULACIÓN	FECHA DE MONTAJE	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
1				UJI LABCOM	17/06/2019	4''	00:04
2	Castellón	<p>Plano General estadio Pinilla durante la previa de un partido niños en Castalia</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle jugadores saludándose durante el CD Castellón CD Teruel</p> <p>-----</p> <p>Plano general del Castalia durante un calentamiento</p>	<<Prácticamente la comunicación es el pulmón de un club de fútbol hoy por hoy.>>		16/06/2019	5''	00:09

3	Estadio Castalia	Plano General Sala de prensa interior del estadio del Castellón CD con sillas, mesas y micrófonos -----	<<Los clubes con más potencia... yo creo que es un negocio.>>		20/06/2019	16"	00:25
	Estadio Pinilla	Plano General de las taquillas del CD Teruel mientras un hombre compra					
4	Estadio Rico Pérez	Plano General Rueda de prensa Estadio Castalia mientras un cámara conecta cables -----	<<Para mí las redes sociales...por supuesto también>>		01/07/2019	12"	00:37
		Plano Detalle Estudios TVCS cámara del programa "La Tribuna del CD Castellón"					
5				Bronce  el reto informativo de la segunda división b	15/06/2019	10"	00:47

6	Plano Detalle foco Castalia	<<Hoy en día...edad media del fútbol.>>	Alexis Cervera	20/06/2019	22"	01:09
	-----					
	Plano Detalle bandera Teruel					
	-----					
	Primerísimo Plano de los balones del Estadio del CD Castellón					
	-----					
	Plano General Jugadores saliendo al terreno de juego en el Rico Pérez					
-----						
Plano Detalle portero sacando en Pinilla						
-----						
Plano General del entrenador del CD Teruel en Castalia						
-----						
Plano General aficionados del Hércules CF celebrando un gol						

7	Alicante	Plano General Puerto deportivo		Alicante			
		-----		C.Valenciana			
		Plano General Castillo de Santa Bárbara		“Alicante: 333 000 habitantes”	16/06/2019	24”	01:33
		-----		Hércules CF			
		Plano General Estadio Rico Pérez dentro		“Hace 8 años el equipo militaba en 1º División”			
		-----					
		Plano Detalle escaleras y asientos del estadio					

8	Alicante	<p>Plano General Tomás Moya trabajando a pie de campo</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Corto entrevista Tomás Moya</p>	<p>Tomás Moya</p> <p>&lt;&lt;Realmente la comunicación... para el sector.&gt;&gt;</p>	<p>Tomás Moya Hércules CF</p>	16/06/2019	19''	01:52
9	Teruel	<p>Plano Detalle Plaza del Torico</p> <p>-----</p> <p>Plano General Torres Mudéjares</p> <p>-----</p> <p>Plano General Estadio Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Plano General asientos Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Plano General asientos visitantes Pinilla</p>		<p>Teruel Aragón</p> <p>“Teruel: 36 000 habitantes”</p>	18/06/2019	23''	02:15

10	Teruel	<p>Plano Detalle balón en el Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Primer Plano</p> <p>Óscar Santamaría entrenando</p> <p>-----</p> <p>Plano General</p> <p>del cuerpo técnico del CD Teruel</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio</p> <p>Óscar Santamaría durante la entrevista andando y gesticulando</p> <p>-----</p> <p>Plano general Óscar Santamaría entrenando chutando un balón</p>	<p>Óscar Santamaría</p> <p>&lt;&lt;Yo entro en el CD Teruel...redes sociales del equipo.&gt;&gt;</p> <p>&lt;&lt;A parte que tenemos dos redes sociales...más fácil que el año pasado&gt;&gt;</p>	<p>“CD Teruel: recién ascendido a 2º División B”</p> <p>Óscar Santamaría CD Teruel</p> <p>Oscar es el entrenador de porteros y encargado de la comunicación</p> <p>La página web del club se limita a la venta de camisetas y merchandising</p>	18/06/2019	1'23	3:38
----	--------	---	--	---	------------	------	------

		<p>-----</p> <p>Plano general Óscar Santamaría entrenando controlando un balón</p> <p>Plano Medio</p> <p>Óscar Santamaría durante la entrevista en el centro del campo</p> <p>-----</p> <p>Plano medio Corto Óscar posando con el balón en la mano</p> <p>-----</p> <p>Plano medio Corto Óscar posando con el balón en la mano dentro de la portería</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Óscar Santamaría durante la entrevista en el centro del campo</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>-----</p> <p>Plano Detalle micrófonos COPE</p> <p>Plano General aficionados locales del Pinilla en sus asientos</p> <p>-----</p> <p>Plano General cámara de Aragón TV</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle cámara de Aragón TV</p> <p>-----</p> <p>Plano General rueda de prensa en Pinilla</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

11	Castellón	<p>Plano General Ciudad de Castellón</p> <p>-----</p> <p>Plano General Castalia por dentro</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle Estadio Castalia asientos</p>		<p>Castellón C. Valenciana</p> <p>Castellón: 170 000 habitantes</p> <p>CD Castellón</p> <p>“Récord de socios en 3ª División</p>	19/06/2019	19'	03:57
----	-----------	--	--	---	------------	-----	-------

12	Castellón	Plano General Entrenamiento del CD Castellón desde dos puntos de vista	<<Básicamente lo que intentamos hacer...traducirlo bien al resto de la sociedad.>>	10 años después vuelve a 2ºB	19/06/2019	28''	4:25
		-----		Alejandro Moll			
		Plano Medio Corto Alejandro Moll durante la entrevista sentado en la sala de prensa		CD Castellón			
		-----		Las redes sociales y página web del club se trabajan de manera diaria			
		Plano General Alejandro Moll haciendo fotos					

13	Plano General Diario de Teruel por fuera -----	<<El CD Teruel lo primero que tiene es mejorar...ese concepto no existe..>>	Ismael Ramón  Diario de Teruel	20/06/2019	29''	04:54
	Plano General Diario de Teruel por dentro -----					
	Plano Medio Entrevista Ismael Ramón sentado en su oficina -----					
	Plano General redacción del Diario de Teruel -----					
	Plano Detalle sala de prensa Estadio Rico Pérez -----					

		<p>Primer Plano encargado de comunicación del CD Castellón con un trípode para móvil</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle Alejandro Moll escribiendo en su ordenador</p>					
14	Estadio Rico Pérez	<p>Plano detalle gente entrando a Pinilla</p> <p>-----</p>	<<Para mí las redes sociales...por supuesto también>>		02/07/2019	18"	05:12

15	Teruel	Plano General tunel de vestuarios del Pinilla -----	Óscar Santamaría	CD Teruel- Hércules CF	21/06/2019	1'16"	06:28	
		Plano General gente viendo el partido desde un balcón -----		Jornada 24				
		Plano General Óscar viendo el partido -----		<<Yo durante el partido...todo ya es imposible..>>				Estadio Pinilla- Teruel
		Plano General jugada de peligro del CD Teruel -----		<<La sintonía que existe...en ese sentido hay una buena relación.>>				El CD Teruel no realiza seguimientos del partido salvo escasas ocasiones
		Plano Detalle Oscar lamentándose de una ocasión -----		FINAL				0 CD TERUEL
Primer Plano Escudo CD Teruel dentro del tunel de vestuarios -----	0 HERCULES CF							

		<p>Plano Detalle Rueda de Óscar en la prensa posterior al partido</p> <p>-----</p> <p>Plano General Rueda de prensa posterior al partido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Corto de la entrevista con Óscar Santamaría</p> <p>-----</p> <p>Plano General de la prueba de sonido de los periodistas</p> <p>-----</p> <p>Plano General cámara de Aragón TV a pie de campo</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle de Ismael Ramón viendo el partido</p> <p>-----</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

		<p>Primer Plano Óscar durante la entrevista</p> <p>-----</p> <p>Primer Primerísimo Plano de las manos de Ismael Ramón anotando frases durante la rueda de prensa posterior al partido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio de Óscar durante la Entrevista</p>					
16	Teruel	<p>Plano General</p> <p>niño entrando en Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Plano General</p> <p>utillero del CD Teruel y del Hércules CF hablando</p>	<p>&lt;&lt;La ciudad en sí es muy pequeña...a través de un profesional .&gt;&gt;</p>		21/06/2019	45"	07:03

		<p>-----</p> <p>Plano Medio Corto entrevista Ismael Ramón en su oficina</p> <p>Plano General oficinas del Diario de Teruel</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio aficionando en Pinilla leyendo el once inicial</p> <p>-----</p> <p>Plano General aficionado adulto entrando en Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Plano General aficionados del CD Teruel aplaudiendo</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

17	Alicante	Plano General del palco del Hércules CF -----	<<La radio es un producto muy interesante...y también con retransmisiones.>>  <<Bueno yo veo ahí un futuro muy grande... es muy rico..>>	El Hércules CF es el único equipo del grupo 3 de 2ºB con radio oficial	22/06/2019	1'02''	08:05
		Plano Detalle del marcador del Hércules CF -----					
		Plano General de aficionados durante un partido del Hércules CF -----					
		Plano General Grabación de la radio del Hércules CF -----					
		Plano General Entrenamiento del Hércules CF en el Rico Pérez -----					

		<p>Plano General de Tomás Moya hablando por el móvil</p> <p>Plano Medio de la entrevista de Tomás Moya</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle de la zona mixta con un jugador del Hércules y periodistas</p> <p>-----</p> <p>Plano Americano de Tomás Moya haciendo fotos en la zona mixta</p> <p>-----</p> <p>Primer Plano del partido Hércules-Conquense</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

18	Alicante	Plano General		Hércules CF			
		Narración del partido Hércules CF-Conquense		UB Conquense			
		-----		Jornada 36			
		Plano General		Estadio José Rico Pérez			
		Partido Hercules-Conquense de los jugadores entrando al campo		Alicante			
		-----					
		Plano Detalle		El Hércules CF realiza el seguimiento de los partidos a través de RRSS y radio	22/06/2019	50''	08:55
		Partido Hercules-Conquense en el que los jugadores se dan la mano					
		-----					
		Plano General gol del partido		Min 74.			
		-----		1 Hércules CF			
		Plano General de los jugadores del Hércules abrazándose					

		<p>-----</p> <p>Plano general de Tomás Moya narrando el final del partido</p> <p>Plano Medio</p> <p>Tomás Moya escribiendo en la rueda de prensa postpartido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio escudo del Hércules CF en la Rueda de prensa postpartido</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle camara en la rueda de prensa postpartido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio entrevista Tomás Moya</p>		<p>0 UB Conquense</p> <p>Final</p> <p>1 Hércules CF</p> <p>0 UB Conquense</p> <p>El Hércules asegura su puesto de Play-off de ascenso a Segunda División</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--

19	Alicante	Plano Medio Entrevista Tomás Moya -----	<<Bueno yo veo ahí un futuro muy grande... es muy rico..>>	Las redes sociales y página web del club se trabajan de manera diaria	02/07/2019	42''	09:37
20	Alicante	Plano General banquillos del Rico Perez durante el partido ----- Plano Medio Zona mixta Rico Pérez con la entrevista de Andrés Estañ	<<Desde que llegó Planaguma...por supuesto también..>>	Andrés Estañ  COPE Alicante	23/06/2019	18''	09:55

		----- Plano Detalle revista del Hércules CF ----- Plano Detalle periodistas retocando un video en rueda de prensa					
--	--	---	--	--	--	--	--

21	Castellón	<p>Cabecera "La Tribuna del CD Castellón"</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle de una cámara en el programa</p> <p>-----</p> <p>Plano general de Alejandro Moll tuiteando en un partido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Corto de Alejandro Moll y una fotografía a pie de campo</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Corto</p> <p>Entrevista Alexis Cervera</p> <p>-----</p> <p>Plano General cámara de TVCS en Castalia</p>	<<En redes sociales se mueve bien...en la edad media..>>	Castellón	Alexis Cervera	03/07/2019	1'03"	10:58
				TV Castellón				

		<p>-----</p> <p>Primer Primerísimo Plano de Alejandro Moll durante el partido</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio de la entrevista a Alexis Cervera en el plató</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio de una periodista viendo un vídeo en una rueda de prensa</p> <p>-----</p> <p>Plano Detalle de un periodista tuiteando en una rueda de prensa</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

22	Castellón	<p>Plano General</p> <p>Alejandro Moll durante la rueda de prensa-----</p> <p>Plano Medio Corto</p> <p>Entrevista Alejandro Moll en la sala de prensa</p> <p>-----</p> <p>Plano Americano de Alejandro Moll fotografiando un entrenamiento</p>	<p>&lt;&lt;Tú entras en la web del Castellón...a ver las redes sociales que la propia web..&gt;&gt;</p>		24/06/2019	31''	11:29
23	Teruel	<p>Plano Detalle</p> <p>Interiores del Pinilla (vestuario)</p> <p>-----</p> <p>Plano Corto</p> <p>Óscar Santamaría durante la entrevista</p> <p>-----</p> <p>Plano General</p>	<p>&lt;&lt;Uno de los principales puntos... pues sería perfecto.&gt;&gt;</p>	Teruel	25/06/2019	37''	12:06

		<p>Jugadores del Teruel calentando</p> <p>Plano General</p> <p>Óscar Santamaría calentando</p> <p>-----</p> <p>Plano General jugadores entrando al vestuario</p>					
24		<p>Plano General</p> <p>Entrenamiento del Hércules CF</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Corto</p> <p>Tomás Moya durante la entrevista</p>	<p>&lt;&lt;Yo creo que los clubes de fútbol...hoy por hoy..&gt;&gt;</p>	Alicante	25/06/2019	19''	12:27
25	Castellón	<p>Plano Corto</p> <p>Alejandro Moll durante el partido CD Castellón- FC Barcelona B tuiteando</p>	<p>&lt;&lt;En las épocas de crisis... más se fortalece..&gt;&gt;</p>	Castellón	25/06/2019	28''	12:55

		<p>-----</p> <p>Plano Detalle</p> <p>Alejandro Moll durante el partido CD Castellón- FC Barcelona B hablando por el móvil</p> <p>Plano General</p> <p>Alejandro Moll durante el partido CD Castellón- FC Barcelona B hablando con la prensa</p> <p>-----</p> <p>Plano Medio Entrevista</p> <p>Alejandro Moll sentado</p> <p>-----</p> <p>Plano detalle Alejandro Moll viendo el partido</p>					
26		<p>Plano General</p> <p>Calentamiento del partido CD Castellón- FC Barcelona B</p>		CD Castellón- FC Barcelona B	26/06/2019	49"	13:44

		<p>-----</p> <p>Plano General</p> <p>a ras de suelo del partido CD Castellón- FC Barcelona B</p> <p>-----</p> <p>Plano Contrapicado</p> <p>Alejandro Moll durante el partido CD Castellón- FC Barcelona B tuiteando</p> <p>-----</p> <p>Plano General</p> <p>Alejandro Moll durante el partido CD Castellón- FC Barcelona B tuiteando y celebrando el gol</p> <p>-----</p> <p>Plano general jugada de peligro en el partido</p> <p>-----</p> <p>Plano general gol del FC Barcelona</p>		<p>Jornada 38</p> <p>Estadio Castalia</p> <p>Castellón</p> <p>El CD Castellón realiza el seguimiento de sus partidos a través de sus RRSS</p> <p>Jornada Unificada para los equipos que pelean por evitar el descenso</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--

		----- Plano General CD Castellón		Min 83 1 CD Castellón 0 FC Barcelona B			
				Min 85 1 CD Castellón 1 FC Barcelona B			
				Min 90+4 2 CD Castellón 1 FC Barcelona B			

27	Teruel	<p>Plano General del Estadio Pinilla</p> <p>-----</p> <p>Plano Corto</p> <p>Óscar Santamaría durante el partido CD Teruel-Hércules CF</p>		<p>El CD Teruel finaliza la temporada en puestos de descenso a 3º división</p> <p>Óscar Santamaría dimite de su cargo junto con el resto del cuerpo técnico</p>	26/06/2019	5''	13:50
28	Alicante	<p>Plano General</p> <p>Aficionados celebrando un gol durante el partido Hércules CF- Conquense</p>		<p>Hércules se clasifica para los play-offs de ascenso a Segunda División</p> <p>Pero no consigue certificar su</p>	26/06/2019	8''	13:58

				retorno a la Segunda División			
29	Alicante	<p>Plano General</p> <p>Postpartido CD Castellón-FC Barcelona B</p> <p>-----</p> <p>Plano General</p> <p>Jugadores en el terreno de juego de Castalia esperando a que se acaben los demás partidos</p>		<p>El CD Castellón acaba el partido ante el FC Barcelona B sin certificar la permanencia en la categoría</p> <p>Depende del partido CD Alcoyano-UB Conquense está a punto de finalizar</p>	27/06/2019	8''	14:06

				Solo un gol de la UB Conquense salvaría al CD Castellón			
30	Castellón	Plano General Celebración de todos los presentes (aficionados y jugadores) de la salvación en el Estadio Castalia		La UB Conquense anota el gol en el último minuto y finaliza el partido  El CD Castellón seguirá en Segunda División la próxima temporada	27/06/2019	22''	14:28
31		CREDITOS		Creado y dirigido por:	27/06/2019	26''	14:54

				Agustín Alabau Gómez			
				Gonzalo Saz Tomás			
				Con la colaboración de:			
				CD Castellón			
				CD Teruel			
				Hércules CF			
				Cope Alicante			
				Diario de Teruel			

				TVCS			
				LabCom			
				UJI Universitat Jaume I			
				Agradecimient os			
				Alexis Cervera			
				Andrés Estañ			
				Alejandro Moll			
				Tomás Moya			
				Óscar Santamaría			

				Ismael Ramón			
				Música			
				Benny Greb			
				Damsterdam and JRND			
				Jamillions			
				Matisse and Sadko			
				Scott Buckley			

## GUIÓN LITERARIO

SEC.	LOCUCIÓN	FUENTE	OBSERV.	TIEMPO	TIEMPO DE INTERVENCIÓN
1	Prácticamente la comunicación es el pulmón de un club de fútbol hoy por hoy.	Tomás Moya		4"-9"	5"
2	Los clubes con más potencia en la política de comunicación son los que más gente atraen, si atraen más gente puedes vender más producto, si vendes más producto evidentemente llegas mucho más lejos y eso repercute también en ingresos, yo creo que es un negocio.	Alexis Cervera		10"-25"	15"
3	Bueno las redes sociales para mi son lo que acercan al club tanto con la gente como con los medios al fin y al cabo los medios estamos muy pendientes de que ponen en Twitter en Instagram.	Andrés Estañ		26"-37"	11"

4	<p>Hoy en día el tener a un community manager o alguien que sepa moverte bien las redes sociales, que sepa captar la atención de los aficionados es tanto como una buena campaña de abonos, o tanto como traer a una estrella al equipo, un jugador de superior categoría.</p>	<p><b>Alexis Cervera</b></p>		<p>48"-1'08"</p>	<p>20"</p>
5	<p>Realmente la comunicación es el centro de este momento de los clubes de fútbol. En ese sentido es un marco que no va a parar de crecer y en ese sentido como periodistas. O gente que se dedica a la comunicación van a realmente generar puestos de trabajo y eso es muy bueno, claro, para el sector.</p>	<p><b>Tomás Moya</b></p>		<p>1'33"-1'51"</p>	<p>18"</p>

6	<p>Yo entro en el CD Teruel como entrenador de porteros en el cuerpo técnico de Dani Aso y debido a mi labor grabando los partidos durante el año, ahí acabó haciendo como los cortes de las jugadas más relevantes del partido y es cuando pasó al club un resumen para que suban a las redes sociales. esto enseguida me van dando permiso para que lo suba yo los videos y ya pues poco a poco empiezo ahí en el tema en el Facebook del Teruel. Este año en 2ºB pues sigo como entrenador de porteros y ya pues de una manera un poco más oficial sigo llevando las redes sociales del equipo.</p>	Óscar Santamaría		2'13"-3'02"	49"
7	<p>A parte que tenemos dos redes sociales más podemos llegar más fácil al aficionado y hay mucha más información en la categoría. La 3º se relega siempre a un segundo plano, 2ºB es más importante, hay más imágenes, hay más medios</p>	Óscar Santamaría		3'03"-3'35"	32"

	<p>que hacen publicaciones del equipo y pues es más fácil compartir o llegar a datos que igual por nosotros mismos no tenemos. También es verdad que el aficionado es más exigente quiere más información y hay que dársela, pero la verdad es que yo creo que está siendo más fácil que el año pasado.</p>				
--	---	--	--	--	--

8	<p>Básicamente lo que intentamos hacer todo lo que el CD Castellón ejerce tanto a nivel futbolístico como fuera del terreno de juego pues hacer como ese altavoz ya no solo a la sociedad de Castellón sino diría a nivel nacional, e intentamos pues eso demostrar que lo que sentimos que es el Castellón, traducirlo bien al resto de la sociedad.</p>	Alejandro Moll		3'57"-4'23"	26"
---	---	----------------	--	-------------	-----

9	<p>El Club Deportivo Teruel lo primero que tiene es que mejorar su aspecto económico, su situación económica, con un presupuesto tan limitado al final lo marca el dinero. El primer objetivo del club es la primera plantilla y salvarse, y cualquier ingreso que se genera va destinado ahí. No se entiende la comunicación como una inversión, como una posibilidad de acercarte a otros seguidores, ese concepto no existe.</p> <p>Yo no soy muy partidario de las redes sociales de hecho yo no tengo, pero tengo que reconocer que en el 2019 camino del 2020 es un mundo a explotar y todavía por avanzar mucho a través de ese canal.</p>	Ismael Ramón		4'25"-5'12"	47"
---	---	--------------	--	-------------	-----

10	<p>Yo durante el partido tengo que centrarme en mi tarea del equipo y tendría que haber una persona pues que estuviera informando y entonces... Ojalá pudiera ayudar en todo, pero todo ya es imposible.</p> <p>La sintonía que existe entre medios de comunicación externos al club es muy buena y creo que debe ser así, de hecho, los vídeos resúmenes que hacíamos el año pasado se lo enviábamos a distintos medios para que también los pudieran publicar en sus redes. Hay buena sintonía, nos llevamos bien y creo que es lo más importante. El club en cuanto a secretaria técnica, emite sus... como se llama... notas de prensa, para informarles de las situaciones que están pasando en el equipo y yo creo que en ese sentido hay una buena relación.</p>	<p><b>Óscar Santamaría</b></p>		<p>5'24"-6'28"</p>	<p>1'04"</p>
----	---	--------------------------------	--	--------------------	--------------

11	<p>La ciudad en sí es muy pequeña, la provincia aunque es muy grande está concentrada en núcleos muy concretos y eso hace que estés siempre muy cerca de la noticia y conozcas mucho tanto a los protagonistas y por donde se generan las noticias. Y con respecto al CD Teruel yo creo que es manifiestamente mejorable es un club que donde vive su primer año en esta tercera etapa en 2ºB y no se ha preocupado nunca excesivamente de llegar a los aficionados a través de un profesional.</p>	Ismael Ramón		6'29"-7'04"	35"
12	<p>La radio es un producto muy interesante, además ha funcionado muy bien, es un producto muy interesante porque nos permite bueno pues tener una ventana de comunicación directa importante</p>	Tomás Moya	Programa "Informe Hércules"	7'19"-8'11"	52"

13	<p>A parte de retransmitir partidos, nos permite tener entrevistas, poder hacer programas exteriores que se pueden vender, es decir, es un producto a nivel de comunicación que nos da muchísimo juego. Sacamos la imagen de marca unida a la radio y realmente vimos que nos podía ayudar que sería una herramienta buena para ayudar y ha sido efectivamente así. No solamente por número de oyentes, que bueno, para ser una radio digital está bien, estamos contentos, pero también con la posibilidad que nos da de sacar la marca al exterior con programas del exterior y también con retransmisiones.</p> <p>Bueno yo veo ahí un futuro muy grande, realmente un futuro importante. A nivel profesional, una oportunidad para todos los profesionales, el trabajo dentro de un club de fútbol es apasionante, tiene un poco de todo, escribieras crónicas, puedes locutar en radio, tienes redes sociales... A nivel de</p>			8'56"-9'37"	41"
----	--	--	--	-------------	-----

	<p>comunicación muy amplia puedes montar videos, a nivel comunicativo las posibilidades que nos da como profesionales un club de fútbol son inmensas. Eso sí, nos quita la crítica, no tiene esa crítica, es comunicación institucional de un club de fútbol, pero por otra parte realmente es tan amplio las posibilidades que pueden hacer que es muy rico.</p>				
14	<p>Desde que llegó Planaguma aquí al Hércules, llegó con el discurso del Hércules 3.0 y en ese sentido el Hércules, el 3.0, todo lo asociamos a Internet. En ese sentido el Hércules ha crecido mucho este año.</p> <p>Para mi las redes sociales son indispensables en el futuro en cualquier ámbito y en los clubes de fútbol por supuesto también.</p>	Andrés Estañ		9'38"-9'55"	19"

15	<p>En redes sociales se mueve bien el CD Castellón, es un club que se mueve bien en las tanto en Facebook o como en Twitter, es un club muy activo incluso es de los más seguidos a nivel español eso te habla muy bien de la comunicación del CD Castellón, y luego tiene un marketing que el año pasado no es fácil hacer trece mil socios, hacer el récord histórico de toda España de socios en 3º división.</p> <p>Eso te habla muy bien de la publicidad, del marketing, de la comunicación, que sí que es verdad el año pasado, el equipo iba rodado iba bien. Este año no deportivamente no, pero se ha sabido vender mejor la parte no deportiva que la deportiva.</p> <p>Un club que no sepa mover Twitter, Facebook o Instagram está condenado a estar en la edad media del fútbol.</p>	Alexis Cervera		10'03"-10'58"	55"
----	--	----------------	--	---------------	-----

16	<p>tu entras en la web del Castellón y ves los partidos que tienen los entrenamientos, día a día no vais a ver ninguna vez que pasen dos días y el Castellón no haya publicado algo en su web. En las redes sociales pasa exactamente lo mismo, las redes sociales lo que hacen es extrapolan los contenidos de la web a las redes sociales, podemos ver que la gente es cada vez más propensa a ver las redes sociales que la propia web.</p>	Alejandro Moll		10'59"-11'28"	29"
17	<p>Uno de los principales puntos que tenemos que abordar el año que viene sería el seguimiento durante el partido y poder informar un poco al aficionado que no tiene la suerte de poder estar en el campo.</p> <p>Saber cómo está su equipo en esos momentos, y yo creo que eso sí sería muy importante poder conseguirlo, hemos mejorado mucho con respecto al año pasado y entonces pues siempre hay cosas</p>	Óscar Santamaría		11'29"-12'06"	37"

	que mejorar y sobre todo lo que te he dicho el seguimiento partido a partido y si hubiera una persona que pudiera encargarse de eso y lo hiciera pues sería perfecto.				
18	Yo creo que los clubes de fútbol van a ser fuentes de trabajo empresas de trabajos muy importantes para los periodistas que estamos en activo y gente que vienen por detrás en ese sentido los grandes monstruos de fútbol como son Barcelona Valencia Madrid lo demuestran.	<b>Tomás Moya</b>		12'07"-12'22"	15''
19	En las épocas de crisis como la que estamos viviendo ahora es cuando sale a relucir no se si el verdadero potencial pero parte de lo que vale uno porque está muy bien decir que el Castellón ha ganado un partido 3-1 y tienes menos problemas a la hora de escribir la crónica el titular pero cuando el Castellón ha empatado o ha perdido un partido es cuando la cabeza no es que te la tengas que	<b>Alejandro Moll</b>		12'24"-12'55"	21''

	comer una vez sino te la tienes que comer 10 veces y cuesta, y es ahí épocas más negras cuando uno más se fortalece.				
--	--	--	--	--	--

## ***INSTRUCCIONES***

Para la visualización del documento ha de hacerse a través de este enlace:

<https://drive.google.com/open?id=15IRtW-7GaFCyXchVa7H46H7BjThBTpMm>