



UNIVERSITAT  
JAUME·I

# *¿Tus colores son los míos?*

Proyecto de podcast documental sobre fútbol  
periférico

Pablo Martínez-Vilanova López

Tutor: Antonio Loriguillo López

Junio 2024

Grado en Comunicación Audiovisual

Trabajo de Fin de Grado

Modalidad C

## Resumen

*¿Tus colores son los míos?* es una producción en formato podcast que examina el proceso de transición en el Levante Unión Deportiva desde el verano de 2023. Tras más de trece años de presidencia de Quico Catalán y en un contexto marcado por las deudas de más de cien millones de euros, José Danvila se ha convertido en el nuevo hombre fuerte de la entidad en forma de consejero delegado.

Este producto repasa profundamente los pasos que dio la Fundación Levante UD Cent Anys, por entonces máximo accionista del club, para elegir la mejor alternativa para el futuro. Los testimonios de Carlos Ayats y Pedro Lizondo, partícipes de una de las tres propuestas presentadas, cuestionan la limpieza del proceso y concuerdan en que se condujo desde el principio para elegir a Danvila. Se ha escogido el podcast como soporte por sus cualidades que permiten profundizar más en los contenidos sin verse condicionado por los tiempos de producción y de emisión y el auge que está experimentando como medio para la información deportiva.

Pese a las críticas a la Fundación, los mencionados protagonistas coinciden en elogiar la gestión económica del consejero delegado en sus primeros meses al frente del Levante. El podcast detalla los principales movimientos de Danvila en este ámbito con la participación del responsable financiero de la entidad, Diego Naixes.

Además, *¿Tus colores son los míos?* expone los posibles escenarios de futuro que se vislumbran en el estadio Ciutat de València. La ampliación de capital de verano de 2024 y el inicio de la primera temporada bajo la planificación deportiva del nuevo gestor demuestran que esta historia aún no ha escrito su punto final y pueden dar lugar a una continuidad de la investigación recopilada en este proyecto.

## Palabras clave

Radio deportiva, podcast documental, Levante UD, fútbol, deporte valenciano, gestión deportiva

## Enlace

<https://drive.google.com/file/d/1pINCOjeGtWBGk0y3bpn9Ejy7zCSIJVbE/view>

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>4</b>
1.1 Introducción al TFG	5
1.2 Justificación y oportunidad del proyecto	5
1.3 Objetivos	7
<b>2. Investigación</b>	<b>9</b>
2.1 Estado de la cuestión	9
2.1.1 La radio como medio de comunicación	9
2.1.2 El salto de las ondas al podcast	12
2.1.3 El deporte en la radio	16
2.1.4 El Levante UD, un club histórico en apuros	19
2.2 Decisiones discursivas	27
<b>3. Preproducción del proyecto</b>	<b>30</b>
3.1 Tema y sinopsis	30
3.2 Escaleta	30
3.3 Personajes	33
<b>4. Producción del proyecto</b>	<b>36</b>
4.1 Estructura: equipo técnico y artístico	36
4.2 Plan de producción	36
4.3 Planificación	39
4.4 Postproducción	39
<b>5. Plan de explotación del proyecto</b>	<b>42</b>
5.1 Mapa de públicos y festivales	42
5.2 Plan de comunicación	43
5.3 Registro de la propiedad intelectual	44
<b>6. Conclusiones</b>	<b>45</b>
<b>7. Referencias</b>	<b>47</b>
<b>8. Anexos</b>	<b>55</b>

# 1. Introducción

*Levante, en las barras azulgranas de tu clásico jersey*

*Levante, la afición más fiel y sana con ardor puso su fe*

*Levante, tu coraje y nuevos bríos de entusiasmo hacen vibrar*

*Levante, tus colores son los míos, tus colores son los míos y tu nombre mi ideal*

En un panorama mediático en el que el debate deportivo está acaparado casi siempre por los mismos temas, los formatos digitales son un oasis que permite diversificar los contenidos. Salvo acontecimientos de gran magnitud, el fútbol masculino siempre está en el centro. Y dentro del mismo, el FC Barcelona y el Real Madrid eclipsan a su vez al resto de los equipos. A nivel regional, en la prensa valenciana se puede llevar a cabo un análisis muy similar, pues es el Valencia CF quien copa la atención.

Dentro de este escenario se encuentra el Levante, un club con 115 años de historia que vive a la sombra del tirón mediático de su equipo vecino. Pese a ello, en las dos últimas décadas ha vivido su etapa dorada y ello ha conllevado un crecimiento de la masa social, que en la temporada 2023/24 ha sido de 15.000 abonados en Segunda. En un contexto financiero delicado, la entidad ha contado con un presupuesto de 40 millones de euros para el curso recién finalizado.

A estos datos constatables hay que añadir una serie de valores intangibles que aportan más trascendencia al Levante, como el hecho de ser el equipo decano del fútbol valenciano. Además, es un firme representante de los Poblados Marítimos de Valencia y ha demostrado su fuerte vínculo con las tradiciones de la tierra paseando por los estadios del fútbol profesional español equipaciones diseñadas en homenaje al Cabanyal, la Senyera, las Fallas o la Virgen de los Desamparados.

El proyecto va a hacer más referencias al primer equipo de fútbol masculino, el principal responsable de generar tanto los beneficios como las pérdidas a la entidad. Pese a ello, otro rasgo de orgullo que otorga relevancia al Levante es su histórica apuesta por el fútbol femenino, siendo un club pionero en este ámbito como acreditan los doce títulos que lucen en sus vitrinas. Asimismo, recientemente se ha apostado por otros deportes como el fútbol sala, el fútbol playa o el balonmano.

*¿Tus colores son los míos?*, título inspirado en una de las frases más emblemáticas del himno del Levante Unión Deportiva, recopila en un podcast el complejo proceso de transición que ha



vivido la entidad durante el último año. Esta historia ha tenido un escaso seguimiento en los medios de comunicación y por ello merece una investigación tras un año de cambios decisivos para el futuro del club.

Se trata de un campo de investigación poco explorado por los periodistas y aficionados del club y la difusión de este proyecto en una fecha estratégica a inicios de julio está llamada a atraer el interés de los más fieles al Levante y de los seguidores del fútbol en general. Su carácter inédito y su formato novedoso son sus principales argumentos para ello.

## **1.1 Introducción al TFG**

El verano de 2023 ha supuesto un antes y un después en la historia del Levante Unión Deportiva. Tras vivir su época dorada, el club *granota* sufrió un duro golpe con consecuencias deportivas e institucionales a partes iguales. Un gol de penalti del Deportivo Alavés en el último minuto de la final de promoción de ascenso privó al conjunto valenciano de regresar a Primera División y le sumió en una delicada situación económica.

Once días después del varapalo, Quico Catalán confirmó que dejaría la presidencia que ostentaba desde 2010. Bajo su mandato la entidad saneó su maltrecha economía, vivió su mejor momento deportivo y aumentó su masa social. Sin embargo, su recta final estuvo marcada por más sombras que luces y volvió a endeudarse hasta superar los cien millones de euros.

Tras un verano tan convulso, José Danvila ha asumido las riendas en calidad de consejero delegado. Este empresario valenciano ya formaba parte del Consejo de Administración de Quico Catalán, con quien mantiene una reconocida amistad. Su elección nació de un proceso no exento de polémica en el que la Fundación Levante UD Cent Anys, ente que poseía la mayoría accionarial y teóricamente independiente a la directiva del club, se decantó por su plan de viabilidad frente a las alternativas propuestas por Miguel Ángel Valiente y Carlos Ayats. A cambio de 17 millones de euros en préstamos y una inyección de 6 millones en una ampliación de capital, Danvila ha recibido las llaves de la entidad.

## **1.2 Justificación y oportunidad del proyecto**

Este trabajo realiza un profundo análisis de la transición entre el mandato de Quico Catalán y la nueva era liderada por José Danvila. Durante este proceso que arrancó en junio de 2023 y

todavía tiene flecos por resolver, los medios de comunicación han llevado a cabo un escaso seguimiento de los hitos más destacados. Esta circunstancia justifica la realización de un producto con carácter documental que repase las fases del cambio en la directiva, recoja los testimonios de los protagonistas y arroje luz sobre el futuro que espera al Levante.

El formato escogido para ello es el podcast. Es el soporte que más se amolda a las características de una historia que debe ser contada de manera extensa dada su complejidad y al mismo tiempo requiere de un montaje ágil para resultar entretenida. Apostar por esta vía permite una investigación más profunda y rigurosa que la radio convencional, en la que los tiempos son estrictamente limitados e invitan a tratar los temas deportivos de un modo más banal. Además, se trata de un modelo que todavía tiene mucho terreno por explorar en vistas a futuros retos .

Según el Estudio General de Medios (EGM), el podcast representó un 5,2% de la audiencia de la radio en España en 2023 (Figura 01). Una cifra que puede parecer residual a primera vista pero que tiene un claro auge desde la pandemia de COVID-19: ha experimentado un crecimiento de más del 300% desde 2020, cuando se situaba en el 1,5%. A ello hay que sumar que la audiencia de contenidos radiofónicos en *streaming* es del 7%, lo que da lugar a un total de un 11,3% en el global de las escuchas a través de Internet. Por consecuencia, las marcas tienen ahora un mayor interés en publicitarse en esta vía y se ha generado una retroalimentación (Garrido-Pintado et al., 2022).

### Evolución de la audiencia de la radio en Internet

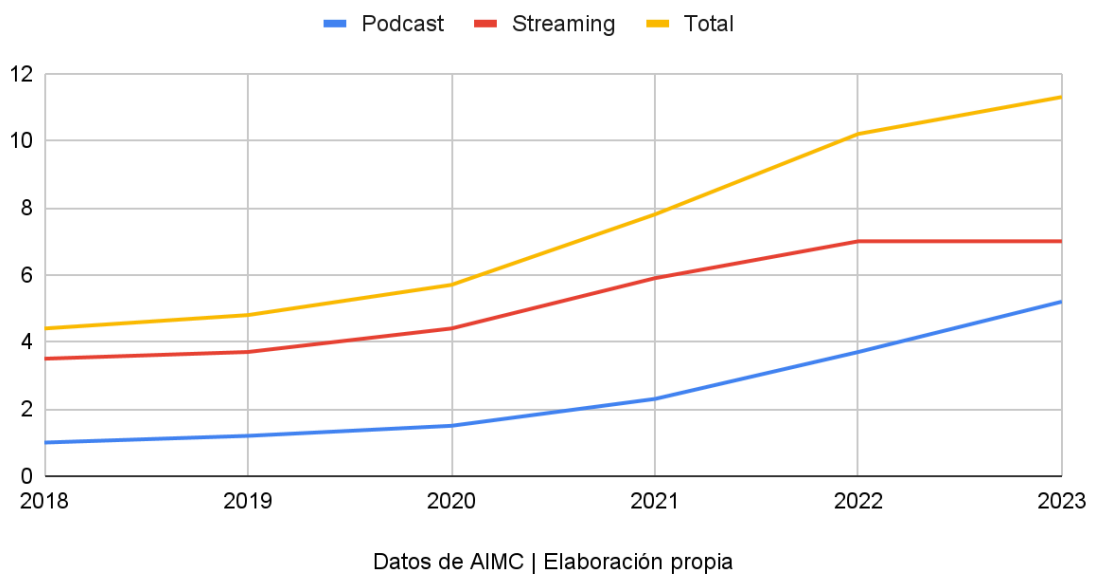


Figura 01. Evolución de la audiencia de la radio en Internet según los datos del Marco General de Medios (2024).

Pérez-Alaejos et al. (2018) destacan el gran momento que vive en Estados Unidos el podcast nativo digital y sugieren que España, pese a que las emisoras no están aprovechando todavía al máximo los recursos tecnológicos, puede seguirle los pasos. Los grandes grupos mediáticos ya están incrementando su apuesta como se percibe en el acuerdo que alcanzaron PRISA Media y la plataforma Podimo en 2022. Al mismo tiempo, los consumidores están dando aceptación a las mujeres creadoras de contenido y a voces oprimidas, marginalizadas o alternativas que ahora disponen de un canal para expresarse (Montes-Rodríguez, 2023).

Este proyecto tiene dos cauces por los que desarrollarse. Por un lado, aporta información que ha pasado inadvertida para una amplia mayoría de la afición del Levante que conoce pocos datos de José Danvila y la Fundación. Por otro, es de interés para amantes del fútbol en general que desconozcan por completo la historia y sientan curiosidad por conocer la situación de otros equipos al margen del suyo. Estos dos grupos potenciales de audiencia pueden encontrar respuestas en el podcast.

Se trata, en definitiva, de un trabajo novedoso tanto en su temática como en su forma. Ante la oportunidad de alimentar un tema que ha tenido una escasa repercusión en los medios de comunicación y la necesidad de un sector de la afición de conocer más datos, se cumplen los argumentos que justifican la elaboración de este proyecto.

## **1.3 Objetivos**

El proyecto parte de los siguientes objetivos:

1. Crear una obra de calidad profesional que aúne los conocimientos adquiridos en los grados en Periodismo y Comunicación Audiovisual, cuya difusión inmediatamente posterior a la entrega del TFG sirva como carta de presentación como profesional de la comunicación especializado en el ámbito deportivo.
2. Potenciar las ventajas del podcast y aprovechar sus características para contar una historia de duración media a través de un resultado entretenido.
3. Obtener un montaje muy dinámico a través de recursos sonoros diversos que apoyen la historia que se relata.
4. Informar a la afición del Levante Unión Deportiva de los cambios que se están produciendo en las altas esferas del club.
5. Ofrecer a un público interesado en el deporte en general un producto con el que pueda entender la situación de un club histórico del fútbol valenciano y español.

6. Analizar las ventajas y los inconvenientes que conlleva la llegada de José Danvila al cargo de consejero delegado.
7. Examinar la labor de la Fundación Levante UD Cent Anys a la hora de fiscalizar la gestión de Quico Catalán y abrir un proceso limpio para sucederle.
8. Alimentar un debate constructivo entre la afición acerca del camino recorrido hasta ahora y el futuro de la entidad.



## **2. Investigación**

### **2.1 Estado de la cuestión**

#### **2.1.1 La radio como medio de comunicación**

Más de cien años después de la primera retransmisión de la historia, a cargo de la Brant Rock Station de Massachusetts en la Nochebuena de 1906, la radio continúa siendo uno de los principales soportes para la comunicación. La posibilidad de que el emisor emplee infinidad de fuentes sonoras y el receptor compagine la escucha con otras labores la siguen convirtiendo en un modelo atractivo, tanto para emisiones en directo de rigurosa actualidad como para formatos podcast que abarcan desde análisis más profundos hasta géneros de puro entretenimiento, o la mezcla de ambos en productos informativos.

La consolidación global de la radio data del periodo de entreguerras. Las grandes compañías eléctricas americanas —General Electric, RCA, Westinghouse, American Telephone and Telegraph Company— llevaron a cabo grandes inversiones para fabricar receptores que estuvieran al alcance de toda la ciudadanía, lo que llevó a la proliferación de las emisoras en Estados Unidos, superando la treintena en 1921 (Borderia Ortiz et al., 1996). En la segunda mitad de la década ya nacieron gigantes radiofónicos como la NBC en 1926 y la CBS en 1927. En el caso de España la primera emisión corrió a cargo de Radio Barcelona en 1924.

##### **2.1.1.1 El poder del sonido y su diferenciación del vídeo**

La radio fue el medio de comunicación de masas más popular hasta la irrupción de la televisión en la segunda mitad del siglo XX. Durante esta hegemonía evolucionó incorporando rasgos únicos y generando una atmósfera muy poderosa. La función predominante entre los efectos sonoros es la ambiental o descriptiva, pues los autores recurren de forma mayoritaria a sonidos que tienen un referente directo en el mundo real, en busca de verosimilitud (Arias García, 2019).

Este soporte da cobijo a infinidad de géneros. Desde breves espacios informativos contruidos con noticias de corta duración hasta programas de larga duración que permiten análisis profundos. En ellos se aprecian rasgos diferentes a los de su gran competidor: el vídeo. Pero cuando se busca la calidad no es un medio menos laborioso.

La radio elabora mucho sus reportajes. Para un programa de media hora suele dedicarse hasta diez o más horas entre la captación, selección, montaje y confrontación de párrafos en las intervenciones orales; un trabajo meticuloso que contrasta con la ligereza dada a otras modalidades informativas situadas a horas más populares. Es un trabajo cada vez más arduo si se aprecia que las emisoras están lanzadas a la lucha por la conquista de la audiencia con contenidos más populares, menos elaborados y, en consecuencia, de peor calidad (Cebrián Herreros, 1992).

Las diferencias también se extienden a otro ámbito clave como la publicidad. Perelló Oliver et al. (2018) señalan que en la radio es menos efectivo invertir recursos en la participación de famosos como sucede en la televisión y este medio es más proclive a representar personalidades de bajo perfil popular. Se trata, por tanto, de un ecosistema que requiere de ingenio y creatividad para encontrar productos de bella factura.

#### **2.1.1.2 El reportaje y el documental en la radio**

La radio es una vía muy utilizada para profundizar en los contenidos a través de reportajes y documentales. Si bien el reportaje no se ajusta a la realidad de forma tan estricta como la noticia, es preciso recurrir a temas actuales. En caso de rescatar sucesos pasados procede vincularlos con la actualidad (Rodero Antón, 2001). El documental sonoro, por su parte, goza de una mayor flexibilidad pero también es conveniente que exista una justificación mediante la vigencia de los hechos, la comparación con la actualidad o una efeméride.

En estos géneros la voz no está sola. Cebrián Herreros (1995) señala tres cualidades básicas del sonido: dos positivas como documentar la realidad de manera verídica, expresar sensaciones que no pueden transmitirse mediante la palabra y una negativa en el caso del ruido que puede obstruir la información. Asimismo, Balsebre (2007) canaliza las funciones de los efectos sonoros en cuatro tipos:

- Descriptivo-ambiental, cuando ayuda a describir un lugar o un ambiente.
- Descriptivo-expresiva, cuando despierta las sensaciones y emociones del oyente.
- Narrativa, cuando por sí solo relata una acción sin ser necesario el uso de la palabra.
- Ornamental, cuando la función es un mero adorno que refuerza el mensaje pero no es imprescindible.

La música también está tan vinculada a la radio que desde sus inicios ha protagonizado espacios en las ondas. Este elemento estimula y cautiva al oyente y puede evocar lugares, recuerdos o personas. Aragón Martínez (2017) destaca seis funciones:

- Expresiva, cuando estimula las sensaciones y emociones del oyente.
- Descriptiva, cuando traslada al oyente a un ambiente o lugar.
- Reflexiva, cuando motiva un ejercicio de introspección en el oyente.
- Ambiental, cuando describe un ambiente, lugar o espacio en particular.
- Narrativa, cuando el propio discurso musical cuenta la historia.
- Rítmica, cuando complementa al resto de los elementos y los dota de un mayor ritmo mediante compases más acelerados que dan sensación de rapidez.

Toda esta combinación de sonidos es responsable de crear una atmósfera adecuada que se amolde al género y la temática a abarcar. En el caso del reportaje se le puede considerar el género radiofónico más completo por el uso que hace de todos los elementos del lenguaje sonoro para que el oyente quede inmerso en el relato (Legorburu et al., 2021).

Tal es la proclividad de un reportaje a ver modificado su guion previo que en muchas ocasiones es más adecuado partir de una escaleta esquemática y estructurar el producto final según lo que se encuentre durante la elaboración, pues es habitual encontrar una realidad diferente a las hipótesis previas (Castillo, 2011). Aunando todos los elementos tiene lugar un producto de una extensión muy variable, que puede extenderse desde dos o tres minutos en los casos más elementales hasta una hora para los de investigación (Pérez Esain y Herrera Damas, 2007).

Para hallar las diferencias entre el reportaje y el documental en la radio, los contrastes más esenciales están en la planificación, el peso del guion y la vigencia de los hechos.

En el reportaje se suele trabajar con muy poco tiempo de reacción y sin guion puesto que se está cubriendo un evento que tiene lugar en ese momento o ha ocurrido muy recientemente, mientras que en el documental se dispone de guion y se ha localizado previamente, lo que permite una planificación mucho más precisa (Castillo, 2011).

El documental, además, se nutre con mayor asiduidad de repositorios y se supedita a un profundo proceso de selección, recogida, análisis, almacenamiento, recuperación y difusión de la información (Vivas Moreno et al., 2018). Estas cualidades dan lugar al género con mayor carácter investigativo y con ello el que menos ligado vive a las exigencias de inmediatez.

## 2.1.2 El salto de las ondas al podcast

Ya se han cumplido veinte años desde que el periodista británico Ben Hammersley, de *The Guardian*, acuñara el término podcast en 2004 (Centellas Navas, 2024). Una fusión entre el reproductor iPod y la voz inglesa *broadcast* dio lugar a este neologismo. Con especial éxito en Estados Unidos, este modelo ha evolucionado desde un método de almacenamiento de programas que han sido emitidos en directo hasta consolidarse como un soporte para la creación de productos específicamente elaborados para consumirse de forma no lineal.

Las nuevas tecnologías ponen al alcance de todo usuario la producción y difusión de información. El lanzamiento del iPod y el iPad de Apple fue el principal hito que desencadenó revolución por la introducción de aplicaciones que permitían trabajar la imagen y el sonido (Jones y Salter, 2012). Esta situación habilita el periodismo ciudadano, que permite a cualquiera grabar y editar contenido y difundirlo a través de las redes sociales sin ni siquiera hacerlo pasar por un ordenador.

Tal y como vaticinaba Pavlik (2001), la era digital obliga al periodista a añadir valor a la narración mediante la búsqueda en los grandes pajares de información electrónicos hasta encontrar la aguja, debido a la ingente sobrecarga de datos. Se multiplican las posibilidades y el filtrado debe ser eficaz para evitar caer en bulos o en información poco relevante.

En una radio democratizada en la que cualquier usuario puede crear su propio contenido, los podcast se nutren de su naturaleza flexible y personalizable para ofrecer una experiencia diferente a la radio convencional. Los creadores de contenido cuentan con una total libertad creativa y temática, frente a las restricciones propias de las ondas. Además, los anunciantes pueden pagar la publicidad en función del número de descargas o reproducciones, con lo que la financiación también sufre una completa transformación (Llanos, 2023).

La emisión lineal, el límite de tiempo o la estricta actualidad de los temas han dejado de ser barreras. La Escuela de Unidad Editorial (s.f.) engloba en cuatro aspectos los rasgos que diferencian a un podcast de un programa de radio convencional:

- Se puede escuchar en cualquier momento y lugar, lo que le dota de flexibilidad.
- Tiene una duración variable y no está limitado por intervalos fijos.
- Requiere de menos costes como el pago de las licencias y el mantenimiento de los equipos.
- Hay una mayor interacción con los oyentes a través de las redes sociales.



Las nuevas tendencias de consumo bajo demanda se han nutrido de la consolidación del documental sonoro. Rivera y Rivera (2020) vislumbran un claro punto de partida en el auge de este género con *This American Life*, que nació en 1995 como programa de radio en directo y en 2006 se transformó en podcast. Actualmente se emite tanto en emisoras públicas de los Estados Unidos como en las principales plataformas de audio. Este espacio presentado por Ira Glass ha revolucionado la forma de contar historias divididas en actos dando mucho protagonismo a la música. La Long Island University de Brooklyn (2012) destacó la combinación entre reflexión, ironía y humor cuando le concedió el premio George Polk. Tres décadas después las críticas siguen siendo muy favorables y el propio Glass confirmó en una entrevista con Claudia Dreifus en 2019 que la audiencia media era de 2,2 millones de oyentes en las emisoras de radio y 3,6 millones en el podcast.

A pesar de todas las ventajas citadas este formato también tiene detractores. Es el caso de Francis Pisani (2006), periodista francés especializado en las tecnologías de la información y la comunicación. Este autor señaló en los albores del podcast que la escritura sonora debe aprovechar la linealidad y que el sonido se corta y se pega, pero afirmó que no se trata de una escritura descriptiva.

Siguiendo diferentes parámetros como los géneros, la temática o la frecuencia, la Academia de Podcast Al Oído (2023) desgrana la tipología de los podcast en hasta nueve patrones:

- Podcast de entretenimiento, aquel que se basa en el humor o las curiosidades y no requiere de una gran concentración del oyente.
- Podcast de información, aquel que tiene como objetivo aportar datos sobre temas no necesariamente noticiosos.
- Podcast de formación, aquel que de forma atemporal ofrece un enfoque pedagógico.
- Podcast de entrevistas, aquel que se basa en conversar en profundidad con diferentes invitados.
- Podcast grupal en formato conversacional, uno de los más similares a la radio tradicional, aquel en el que un grupo de locutores debaten sobre temas variados.
- Podcast diario, aquel que se publica como mínimo de lunes a viernes y prima la constancia y la fidelidad del oyente.
- Podcast de ficción, aquel que relata historias de fantasía, terror, ciencia ficción o aventura con mucho protagonismo de la música y los efectos de sonido.
- Podcast periodístico o de investigación, aquel que recurre a este formato para profundizar en su labor dado que no tiene cabida en los medios de comunicación convencionales debido a su extensión.

- Podcast de radio en diferido, aquel que simplemente es una reposición de contenido previamente emitido a disposición de los oyentes que no han podido escucharlo en directo.

Baltanás (s.f.), Grifol (s.f.), Machuca (2021), Fraguera (2023) y Social Media Family (2021) apuntan una larga lista de plataformas para publicar el contenido. Entre todas ellas ofrecen una amplia variedad de planes gratuitos y de pago que dan la opción de monetizar los podcast.

Apple Podcasts	Audible	Blubrry	Buzzsprout
Captivate	Castbox	Google Podcasts	iVoox
Mixcloud	Mumbler	Player FM	PodBean
Podimo	Podomatic	RedCircle	Riverside
Simplecast	Soundcloud	Spotify	Spreaker
Stitcher	Transistor	TuneIn	Zencastr

### 2.1.2.1 La audiencia del podcast en datos

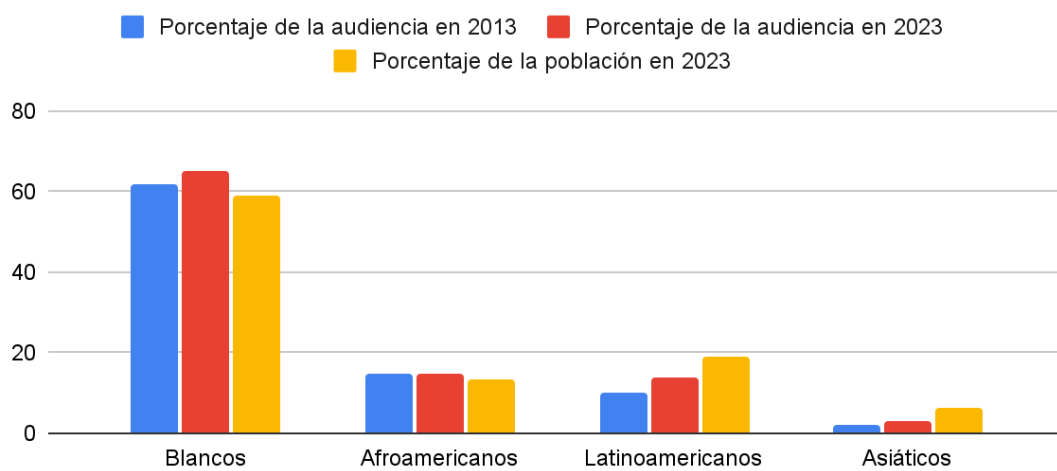
The Infinite Dial (2023), a través del estudio *The Podcast Consumer*, demuestra el buen estado de forma del podcast en Estados Unidos. Un 83% de los ciudadanos mayores de 12 años ya está familiarizado con este término, superando en cuatro puntos a la cifra de 2022. También se han establecido los récords de personas que han escuchado un podcast (64%) y las que lo han hecho en el último mes (42%) y la última semana (31%). El grupo de edad de 12 a 34 años representa el mayor núcleo de audiencia con un 48%, mientras que entre los mayores de 55 apenas se encuentra el 18% de la audiencia. Por otra parte, el tiempo medio de escucha se ha duplicado en la última década: si en 2013 estaba en 4 minutos y 27 segundos ahora se encuentra en 9 minutos y 3 segundos.

La segmentación de datos que ofrece el estudio permite apreciar que en la última década se ha reducido de forma considerable la brecha de género en el consumo de los podcast. Si en 2013 los hombres representaban un 61% de la audiencia y las mujeres un 39%, ahora suponen un 53% y un 46%, respectivamente. Además, se refleja un 1% de oyentes de género no binario.

Asimismo, se ofrecen las estadísticas en función del origen étnico de los ciudadanos estadounidenses (Figura 02). Estos datos revelan mayor acceso al podcast entre la población blanca al englobar un 62% de audiencia que está por encima del 58,9% de población que

representa este grupo según el censo del país americano a 1 de julio de 2023. También se refleja un alto interés por parte de la población afroamericana, el 13,6% de la población, en el que se encuentra un 15% de los oyentes del podcast. La brecha también se está reduciendo aunque a menor ritmo que la de género, pues en 2013 los ciudadanos blancos eran el 65% de los consumidores. El mayor ascenso en esta década lo protagoniza la población latinoamericana, que ha pasado de un 10% a un 14% que todavía está lejos del 19,1% que ocupa en el censo.

## Evolución de la audiencia del podcast en Estados Unidos según el origen étnico



Datos de The Podcast Consumer y el censo estadounidense | Elaboración propia

Figura 02. Evolución de la audiencia del podcast en Estados Unidos según el origen étnico en base a los datos de The Podcast Consumer (2023) y comparativa con los datos del censo de los Estados Unidos.

Por otro lado, el auge del podcast y de otros fenómenos como el streaming ha restado audiencia a la radio convencional. Según los datos de la primera ola del EGM de 2024, la escucha una media de 53,7% de los españoles al día: un 57,1% de los hombres y un 50,5% de las mujeres. La Cadena SER es la emisora más escuchada con un promedio de 4.036.000 oyentes diarios, seguida de la COPE (3.352.000) y de LOS40 (2.889.000), líder de las temáticas. Como se puede observar en los datos de entregas previas, este medio que en 2015 consumía a diario el 60,1% de los españoles va perdiendo adeptos año a año.

### 2.1.3 El deporte en la radio

Los deportes representan uno de los contenidos más particulares de los medios de comunicación. Separados generalmente en espacios diferentes a los destinados a la información general, siguen unos patrones particulares. En líneas generales hay más licencias para incorporar préstamos lingüísticos del inglés y el francés, metáforas y lenguaje bélico o religioso, desde un tono más cercano e informal (Lenguaje deportivo: así son sus características, 2022).

En cuanto a la televisión, las cadenas generalistas habitualmente dejan una sección diferenciada al final de sus informativos o incluso cuentan con un programa propio para incidir más en ellos. Este soporte da pie a una defensa firme de los deportistas y equipos nacionales cuando compiten contra otros países, especialmente en grandes eventos como campeonatos del mundo y Juegos Olímpicos, y también de los clubes que cuentan con más aficionados.

El lenguaje televisivo recrea los aspectos dramáticos y conflictivos del deporte para reforzar las identidades dominantes y construir un imaginario colectivo que atraiga audiencias y beneficie tanto a la industria del deporte como a los intereses de los gobiernos nacionales (Llopis-Goig, 2016).

Por lo que respecta a la prensa escrita, el diario *MARCA*, lidera el listado de periódicos impresos más leídos en la primera ola del EGM de 2024 con un promedio de 935.000 lectores diarios. Su libro de estilo señala como principios básicos la claridad, la precisión, la originalidad y la fluidez. Además, destaca la preferencia de hablar en afirmativo sobre negativo, presente sobre pasado y voz activa sobre pasiva (González-Palencia y Mendaña, 2012). Por su parte, *Radio MARCA* es la emisora temática no musical más escuchada con 418.000 oyentes al día.

El interés de la población española en este tipo de contenidos queda patente con la presencia de otros tres diarios deportivos entre los diez más consumidos: *As*, *Mundo Deportivo* y *Sport*. También hay espacio para revistas especializadas como *Panenka*, *Runner's World* o *Ciclismo a Fondo*, destinadas únicamente a profundizar en deportes concretos como el fútbol, el atletismo o el ciclismo, respectivamente.

Volviendo al ecosistema radiofónico, las emisoras tienen una doble vertiente para informar. Por un lado están los contenidos de ámbito nacional y por otro las programaciones locales, en las que se ofrecen espacios informativos focalizados en los equipos, generalmente de fútbol, más destacados de la región. También se retransmiten sus partidos en directo (Herrero Gutiérrez y Acle Vicente, 2013).



Las opiniones, el debate y el desarrollo de información han sido los pilares que han mantenido históricamente a los programas deportivos (Calderón Osorio y Pulido Cardozo, 2023). De hecho, Fernando-Unkuch y Lala-Tenelema (2022) atribuyen al desarrollo tecnológico y a la radio frente a otros medios la difusión y popularización de la información deportiva. Además, Herrero Gutiérrez (2009) matiza que este producto por sus cualidades y su tipo de sonido no solo engancha a quien sintoniza la radio para escucharla sino también a quien la está oyendo de forma pasiva.

Pese a la mencionada existencia de emisoras temáticas, las generalistas mantienen un importante duelo por la audiencia a través de las retransmisiones deportivas en directo. Marta Lazo et al. (2017) concluyen que tanto la SER como la COPE tienen la narración como principal recurso por encima de la opinión y resaltan que, pese al uso de un lenguaje estándar y coloquial, este no es tan vulgar y descuidado como se podría predecir.

La hibridación de géneros y el protagonismo de la participación de la audiencia son, junto a la propia emisión en directo, algunos de los rasgos más marcados de las retransmisiones deportivas (Romero Bejarano, 2014). Estas ganan protagonismo durante el fin de semana por la mayor cantidad de eventos y el descanso durante el fin de semana de la mayor parte de la programación diaria.

El ritmo y la melodía marcan las claves de este formato. El locutor cuenta los hechos cantando lo que sucede en el terreno de juego y a mayor emoción en el partido, mayor énfasis en la retransmisión. En este sentido, Pacheco Barrio (2009) recoge cuatro variables en una retransmisión: ritmo, vocalización, entonación y actitud. Entre todos ellos los narradores forjan su estilo personal con el que se diferencian del resto. Herrero Gutiérrez y Rodríguez Ramos (2009) añaden en un análisis de 66 fragmentos breves que en más de la mitad del tiempo la intensidad del narrador es alta, el tono es agudo y el timbre es abierto.

La otra franja destacada en la radio deportiva es la noche. Desde que la popularizara José María García en los años setenta en la *Cadena SER*, la medianoche de las emisoras generalistas va destinada a repasar y profundizar en lo más destacado del día. El mencionado locutor instauró una forma de hacer periodismo basada en la investigación y la denuncia a clubes y federaciones que en ocasiones no estaba exenta de polémica y podía llegar al insulto (García-Gil y Berdón-Prieto, 2021). Estos últimos se extendían también a su principal competidor, su excompañero José Ramón de la Morena.

En la actualidad las principales emisoras generalistas siguen cerrando el día con el deporte. La *SER* ofrece *El Larguero*, la *COPE* emite *El Partidazo* y *Onda Cero* apuesta por *Radioestadio*

*Noche*. Incluso la televisión cuenta con un formato similar en el *late night*: *El Chiringuito de Jugones*, de *Mega*.

### 2.1.3.1 Las innovaciones del podcast en la información deportiva

La información deportiva no está exenta de las innovaciones que ha aportado el podcast a la forma de comunicar en la radio. Milito (2022) resalta los beneficios de incluir intervenciones de deportistas, entrenadores, investigadores y funcionarios e incidir en las historias personales a través de Observatorio Natación, un espacio dedicado al deporte acuático en Argentina. Una suma de testimonios entrelazados inconcebible para un espacio que no haya sido producido en diferido.

También el deporte de masas se beneficia de ello. En España destaca *La Libreta de Van Gaal*, un espacio que cuenta con más de 300 entregas de su *Nodcast*, que se nutre de recopilar intervenciones de periodistas deportivos sobre los temas de moda desde un enfoque divertido en el que se pueden escuchar frases pronunciadas con todo tipo de emociones, gazapos o contradicciones. Su aportación también ha ayudado a la autocrítica en la profesión y los propios locutores son conscientes de que pueden acabar apareciendo en el programa. También cuenta con un espacio en *Radio MARCA* que afronta su cuarta temporada.

Otra función es incidir en hechos pasados a modo de reportaje o documental en podcast individuales o de pocos capítulos. Un proyecto muy prestigioso es *Saludos Cordiales*. Esta serie de Pablo Juanarena en *Radio MARCA* recuerda la época de la guerra en la radio entre José María García y José Ramón de la Morena. Al no haber sido esclavo de la inmediatez de la radio convencional, el autor tuvo la oportunidad de bucear en cientos de horas de archivo para hallar los mejores cortes de audio. Como resultado recibió numerosos reconocimientos como el Premio Ondas o galardones de Apple Podcasts y la revista *Panenka*.

Siguiendo en esta línea existen proyectos temporales cuyos capítulos ven la luz de forma periódica pero tienen marcada desde el principio su fecha de caducidad. Es el caso de *Los Oros vienen de París*, también de *Radio MARCA*, donde José Rodríguez analiza en cada capítulo la situación de un deportista o grupo de cara a los Juegos Olímpicos. Arrancó en marzo de 2024 y se emite cada jueves hasta el inicio de la cita en la capital francesa. Se puede apreciar que, independientemente de los anuncios que incluyan las plataformas, dentro del propio podcast ya hay publicidad.

Pese a que su emisión se produce en directo, también es apropiado hacer mención a los espacios de la red social X. Aun con sus evidentes limitaciones, son un ejemplo de interacción con todos los oyentes y de democratización, pues todo usuario tiene derecho a lanzarlos, ya sea de manera esporádica o con una emisión periódica. Si el creador lo desea pueden quedarse subidos para consumirse como podcast.

Estas innovaciones también han influido a la televisión. Proyectos españoles como *El día menos pensado* (José Larraza y Marc Pons, Movistar Plus+, 2020-2023), *Six Dreams* (Justin Webster, Amazon Prime Video, 2018-2020), *Alexia, Labor Omnia Vincit* (Joanna Pardos, Amazon Prime Video, 2022), *La Decisión* (Henry Querales, Movistar Plus+, 2018) o *Informe Robinson* (Michael Robinson y Román Escoda, Movistar Plus+, 2007-2020) se caracterizan por esa profundización en el sentir del deportista más allá de los datos superficiales y su participación en competiciones.

#### **2.1.4 El Levante UD, un club histórico en apuros**

El Levante Unión Deportiva es un club fundado en 1909, pero no como la entidad que se conoce hoy en día sino como dos distintas. Por un lado nació el Levante FC y por otro el Gimnástico FC, que durante sus tres primeras décadas de existencia fueron rivales. Sin embargo, hay crónicas en la prensa local que evidencian actividad del primero de ellos, bajo la denominación FC Cabañal, desde dos años antes (Vilaseca, 2019). El motivo de que la fundación de ambos esté fijada en septiembre de 1909 se debe a que esta fue la fecha en la que se dio de alta la Federación Valenciana de Fútbol (Bens y García Nieves, 2009). A pesar de ello es el club decano del fútbol valenciano.

##### **2.1.4.1 La Copa de la España Libre y la fusión**

La Guerra Civil tuvo un profundo impacto en el devenir de ambos clubes. En 1937 el Levante FC conquistó la Copa de la España Libre, el primer y hasta el momento único título en el palmarés del Levante UD, que no fue reconocido por la Real Federación Española de Fútbol hasta 2023. En pleno conflicto el fútbol siguió su curso en el territorio que seguía bajo dominio republicano con la disputa de la Liga del Mediterráneo y de la citada Copa de la España Libre. El Levante FC, con el núcleo de su plantilla y algunos jugadores prestados por el Gimnástico

FC, venció en la final disputada en el Estadio de Sarriá al Valencia FC por 1-0 y se coronó campeón (Al Levante la Copa, 1937).

El Levante UD estuvo reivindicando el reconocimiento de la Copa de la España Libre durante dos décadas. El proceso comenzó en 2004 con una proposición no de ley de Izquierda Unida en el Congreso de los Diputados para reconocer el título que fue aprobada por unanimidad. Pese a ello la RFEF rechazó en 2009 la validez del campeonato como título oficial y no fue hasta la solicitud formal del club en 2019, acompañada de nuevos documentos, y la aprobación de la Ley de Memoria Democrática en el BOE en 2022, cuando llegó la recta final del transcurso y finalmente la junta directiva de la RFEF decidió reconocer el título en 2023 (Museo Virtual Levante UD, 2023).

Tras el fin de la guerra, en 1939 el Levante FC y el Gimnástico FC unieron sus caminos para siempre convirtiéndose en la Unión Deportiva Levante-Gimnástico (UDLG). El relato que se ha repetido durante décadas habla de un matrimonio feliz entre un club que perdió a sus jugadores en el conflicto pero mantenía el estadio intacto y uno que conservaba a su plantilla pero sufrió importantes daños en sus instalaciones. Una versión edulcorada que Bens y García Nieves (2019) rechazan, pues la fusión estuvo forzada por las autoridades, que pretendían tener un segundo equipo potente en Valencia que además fuera afín al Régimen. El Camp de la Creu estaba intacto, aunque lleno de material militar, y los futbolistas del Gimnástico habían disputado varios partidos en el verano de 1939.

En el ámbito deportivo, una UDLG compuesta por iconos de sus dos vertientes logró ser una de las potencias de Segunda, pero no logró el objetivo del ascenso a Primera (Algarra y Ledesma, 2021). En el aspecto social fue difícil de asimilar una unión entre dos clubes que representaban sensibilidades tan diferentes. El Levante FC, con origen en los Poblados Marítimos y afín al Frente Popular, se vio trasladado al Estadio de Vallejo, ubicado en el centro del Valencia y hasta el momento hogar del Gimnástico FC, una entidad vinculada a la burguesía y el catolicismo (Bens y García Nieves, 2019) y condecorada con el título de Real. El nuevo escudo, además, incluía símbolos falangistas (Figura 03). Las diferencias sociales entre los perfiles de aficionados procedentes de uno y otro lugar siguen palpándose en la actualidad.

En 1941 el presidente Rafael Valls renunció al cargo por la falta de apoyo en la afición y dio paso a Luis Moscardó, que propuso el cambio de denominación a la actual de Levante UD (Regües, 2009). También se adoptó el uniforme azulgrana originario del Gimnástico FC como primera equipación y el blanquinegro del Levante FC como segunda, dejando atrás la



combinación rojiblanca empleada durante dos temporadas. Tras una larga travesía el sueño del ascenso a Primera no se hizo realidad hasta 1963.



Escudo del  
Gimnástico FC

Escudo del  
Levante FC

Escudo UDLG  
(1939-1941)

Escudo de los  
años 40 y 50

Escudo actual desde  
2010

Figura 03. Evolución del escudo del Levante UD según los archivos del Museo Virtual del club.

#### 2.1.4.2 Quico Catalán y la Fundación Levante UD Cent Anys

La primera estancia en la máxima categoría duró dos temporadas y dio inicio a un vaivén de ascensos y descensos y un nuevo cambio de casa al actual Ciutat de València en 1969, cuando Orriols estaba perdido entre la huerta. Durante las siguientes décadas se vivieron anécdotas como el fichaje de Johan Cruyff, varias épocas de situaciones económicas delicadas que llevaron a un descenso administrativo y continuos golpes a las aspiraciones deportivas que llevaron al prestigioso periodista Paco Gandía a acuñar el lema ‘Forjados en el yunque de la adversidad’ que ha acompañado al club durante décadas (Martí, 2021).

El Levante UD no volvió a hacerse un nombre entre los grandes hasta su segundo ascenso a Primera en 2004. Y a pesar de perder la categoría un año después, logró recuperarla en otras tres ocasiones hasta instalarse en la élite en 14 de 18 temporadas hasta 2022. Sin embargo, la gestión económica de Pedro Villarreal no estuvo a la altura de la deportiva y el club rozó la desaparición en 2008. La entidad entró en concurso de acreedores y vio frustradas sus negociaciones de venta a un grupo inversor liderado por Tomás Carmona, que dejó una contundente afirmación: “Esta gente no tiene ratones debajo de las alfombras, tiene dinosaurios” (Aguiló, 2008).

Posteriormente se acordó la venta a un grupo inversor de Tomelloso, que pocos meses después fue inhabilitado por el juzgado de lo mercantil número 2 de Valencia (Bort, 2009). Al final, el 23 de noviembre de 2009 se constituyó la Fundación de la Comunitat Valenciana Levante UD Cent Anys, un ente compuesto por treinta patronos que adquirió la mayoría accionarial por 5,4 millones de euros mediante un préstamo de la Generalitat Valenciana. Quico Catalán, hasta el

momento director general del club, fue elegido presidente del Levante UD. La nueva directiva, que mantuvo a algunos consejeros de la época de Villarreal, tenía como objetivo primordial saldar unas deudas de 88,7 millones de euros que se quedaron en 62 tras la quita del convenio de acreedores. (Bens y García Nieves, 2011).

Para tapar el agujero fueron de gran ayuda el inesperado ascenso a Primera de 2010 con uno de los presupuestos más bajos y la todavía más sorprendente clasificación para la UEFA Europa League de 2012. En un momento económico delicado Catalán logró sanear la entidad y conducirlo a la etapa de mayor éxito deportivo de su historia. El descenso de 2016 tuvo una rápida reacción un año más tarde con un ascenso muy holgado, pero todo cambió cuando el club volvió a perder la categoría en 2022. En el último minuto de la prórroga de la promoción de ascenso llegó un polémico penalti que condenó al Levante en el ámbito deportivo y en el económico: el equipo se quedó en Segunda y las deudas generadas durante los últimos años volvieron a sumirle en un escenario crítico.

#### **2.1.4.3 José Danvila, el nuevo líder del Levante UD**

El 28 de junio de 2023 Quico Catalán confirmó en la Junta General Ordinaria del Patronato de la Fundación que en cuestión de semanas renunciaría a la presidencia del Levante Unión Deportiva después de más de trece años (Levante UD, 2023a). En esa misma reunión se produjo el paso adelante de José Danvila, consejero del club desde 2018, que presentó su plan de viabilidad para devolver la estabilidad económica al club.

Durante el verano se abrió un proceso tutelado por LaLiga a través de Javier Gómez, su director corporativo, que reconoció la voluntad de invertir de Danvila como una primera solución durante una entrevista con *Superdeporte*. Inicialmente el consejero planteó un préstamo participativo de 15 millones de euros junto al empresario naviero Vicente Boluda, de padres levantistas, que a las tres semanas abandonó la propuesta alegando un alargamiento excesivo de los plazos (Valle, 2023).

El 4 de agosto tuvo lugar la votación definitiva del Patronato de la Fundación. La propuesta en solitario de José Danvila fue elegida con el apoyo de doce patronos. Cinco se decantaron por la opción de Carlos Ayats, periodista y presidente del FROG, la principal asociación de accionistas minoritarios, que presentó una propuesta de consenso compuesta por miembros de las tres candidaturas. Tres patronos no participaron en la elección, dos se abstuvieron y ninguno votó

por Miguel Ángel Valiente, empresario valenciano con experiencia en la gestión del Atlético Saguntino y la UD Paterna (Fundación Levante UD, 2023).

A pesar de que todavía quedaban largos meses de negociaciones del acuerdo final entre Danvila y la Fundación, el directivo tomó el mando como nuevo consejero delegado. Inyectó los diez primeros millones de euros de préstamo antes de que hubiera firma y comenzó a gestionar el club. Quico Catalán abandonó la entidad y la presidencia y la vicepresidencia recayeron respectivamente sobre Pablo Sánchez y Braulio Pastor, también consejeros del Levante UD desde 2018.

El nuevo hombre fuerte del club vendió el 55% de Verdeveleno, su empresa de pieles exóticas, a Louis Vuitton (Verbo, 2023), pero siguió compaginando la gestión de la compañía con la del equipo. Durante esos primeros meses negoció la refinanciación de las deudas más acuciantes e introdujo políticas austeras para combatir el agujero de 107 millones, 82 a largo plazo y 25 a corto, que dejó Quico Catalán (Levante UD, 2023b).

La Delegación de Peñas del Levante UD, patrono institucional de la Fundación, participó en las negociaciones y confirmó los términos del acuerdo final:

- Ampliación de capital de 6 millones por parte de Danvila, que ostentará en torno a un 37,5% de las acciones, y 4 por parte de los accionistas minoritarios a 80,10 euros la acción
- 17 millones en préstamos
  - 4 millones de un préstamo participativo a cinco años con interés del 7,5%
  - 6 millones como anticipo de derechos de cobro por ventas de jugadores que el club tiene pendientes de percibir
  - Asunción de los 7 millones de deuda con la entidad Bravo Capital
- Una serie de compromisos de gestión
  - Cumplir hitos económicos
  - Crear una comisión de seguimiento compuesta a partes iguales por miembros del Consejo de Administración y la Fundación
  - Entrada en la directiva de un consejero designado por la Fundación y dos consensuados
  - Voto favorable de la Fundación en las juntas de accionistas si la comisión de seguimiento da el visto bueno
- Abstención de José Danvila en las votaciones de nombramiento de patronos de la Fundación

- Derecho de tanteo y retracto durante cinco años sobre estos acuerdos a favor de la Fundación

Tras los acuerdos alcanzados, todos los puntos del orden del día fueron aprobados en la Junta General de Accionistas del 26 de marzo (Levante UD, 2024a). El proceso, que ha superado el año de duración, continuará en la Junta General Extraordinaria del 26 de junio, en la que se someterá a votación la ampliación de capital (Levante UD, 2024b).

Paralelamente a este largo proceso institucional, los resultados deportivos han mantenido al equipo un año más en Segunda tras finalizar en la octava posición. Ahora el Levante Unión Deportiva afronta su primer verano bajo la batuta de José Danvila, que ha trazado un plan que permite al club ser económicamente estable a corto plazo en la categoría de plata. Sin embargo es necesario un ascenso a medio plazo para generar el dinero que debe devolver a su consejero delegado (Levante UD, 2023b).

#### **2.1.4.4 El Levante Femenino, un equipo pionero**

Si la historia del equipo masculino del Levante se resume en una montaña rusa de ascensos y descensos con más desgracias que alegrías, la trayectoria del club en el fútbol femenino está llena de éxitos y puede escribirse en letras de oro. La sección nació en 1998 mediante la absorción del San Vicente Valencia CFF y cuenta en sus vitrinas con cuatro ligas, seis copas y dos supercopas.

El Levante Femenino puede presumir de haberse convertido en el primer equipo femenino profesional de la ciudad o de ser el primer conjunto español en disputar una competición europea. Sus primeras futbolistas también fueron un icono de reivindicación al convencer a su club para abandonar su campo de tierra en el barrio de Quatre Carreres y trasladarse a instalaciones más dignas (Aspas, 2020).

Expertos como Menayo (2020) todavía recuerdan al icónico Levante de la temporada 2000/01, el único equipo que entrenaba cuatro veces por semana, se concentraba antes de todos los partidos y cobraban. Aquella plantilla ganó todos los partidos de la temporada con goleadas escandalosas.

El conjunto *granota* siguió coleccionando títulos hasta que la delicada situación económica de 2008 mermó sus aspiraciones. Pese a ello siguió siendo uno de los grandes y en las últimas temporadas relanzó su proyecto y volvió a disputar la Champions. Otro motivo de orgullo para

el club es que ocho de las campeonas del mundo con España en 2023 han vestido su camiseta. Ahora se avecina un nuevo recorte confirmado por Danvila (Levante UD, 2034b) para ajustarse al nuevo contexto de la entidad.

#### 2.1.4.5 El Levante UD en los medios de comunicación

La política de comunicación del club es precisamente, uno de los ámbitos en los que se percibe un mayor cambio desde el cambio en la directiva. Con Puri Naya como nueva directora de comunicación tras la salida de Alberto Gil, la nueva estrategia pasa por una mayor transparencia y una relación más cercana con los periodistas.

José Danvila y Pablo Sánchez han ofrecido entrevistas a los principales medios de comunicación valencianos y también se han concedido entrevistas a futbolistas todas las semanas, dejando atrás el criterio previo que se limitaba a un *media day* cada algunos meses en los que todos los medios tenían a su disposición a los mismos tres futbolistas y contaban con un tiempo muy limitado. También se ha optado por retransmitir en directo a través de YouTube todas las ruedas de prensa, mientras que antes únicamente se publicaba un breve resumen.

Otro cambio es un aumento del uso del valenciano. La actividad en el perfil de la red social X en esta lengua se ha visto incrementada: en mayo de 2024 registró 43 publicaciones frente a las 22 del mismo mes en 2023, pasando de ceñirse casi únicamente al día del partido a abarcar más ampliamente el día a día del club. La campaña de abonos para la temporada 2024/25 también integra de manera equitativa el lema en los dos idiomas, mientras que anteriormente se empleaba únicamente el castellano (Figura 04).



Figura 04. Comparativa entre carteles promocionales y de la cifra de 1000 abonados de las campañas de abonos de las temporadas 2022/23 (izquierda) y 2024/25 (derecha).

En cuanto al panorama periodístico que sigue la actualidad del Levante, destaca la circunstancia de que en la mayoría de los casos su información comparte espacios con la de un equipo más mediático como el Valencia Club de Fútbol. La excepción la marca *Sin Tregua*, el programa presentado desde hace dos décadas por Carlos Ayats que ha pasado por diferentes emisoras hasta transicionar desde 2021 a un modelo de podcast de pago con una frecuencia de lunes a jueves y una duración variable de una hora en adelante.

La actualidad *granota* cuenta habitualmente con una página diaria en *Las Provincias* y dos en *Superdeporte*, de las cuales se extrae el contenido de deportes de *Levante-EMV*, del mismo grupo empresarial. Por otro lado, las delegaciones valencianas de diarios como *Marca*, *As* y *El Desmarque* tienen como principal medio para informar del club sus ediciones digitales y en *À Punt*, la *Cadena SER*, la *Cadena COPE*, *Onda Cero* y *Radio MARCA* al Levante le toca convivir con el resto del deporte valenciano. Estas dos últimas emisoras, además, cuentan con una tertulia semanal dedicada al equipo de Orriols. Finalmente, en los últimos años el fenómeno de los espacios de X no ha sido ajeno al Levante con la presencia de dos programas muy populares en los que la afición es partícipe: *La Penúltima* los lunes y la *Twittertulia* (Figura 05) los martes.



Figura 05. Carteles promocionales de la Twittertulia.

#### 2.1.4.6 Principales hitos históricos del Levante UD

1907	Nace el Levante FC como FC Cabañal
1909	El Levante FC y el Gimnástico FC son inscritos oficialmente
1925	El Gimnástico FC recibe el título de Real
1937	El Levante FC gana la Copa de la España Libre
1939	El Levante FC y el Gimnástico FC se fusionan dando lugar a la UDLG
1941	La UDLG se renombra como Levante UD y adopta los colores azulgranas
1958	Fichaje de Faas Wilkes
1963	Primer ascenso a Primera
1969	Se inaugura el Ciutat de València
1973	Fichaje de Carlos Caszely
1981	Fichaje de Johan Cruyff
1998	Nace el Levante Femenino
2002	Fichaje de Pedja Mijatovic
2004	Segundo ascenso a Primera
2006	Tercer ascenso a Primera
2010	Cuarto ascenso a Primera
2012	Clasificación para la UEFA Europa League
2017	Quinto ascenso a Primera
2023	Reconocimiento oficial de la Copa de la España Libre

Tabla 01. Hitos históricos del Levante UD (1907-2024)

## 2.2 Decisiones discursivas

¿*Tus colores son los míos?* toma como referencia algunos de los podcast de temática deportiva abordados durante el estado de la cuestión. En *Saludos Cordiales* se aprecia una profunda investigación histórica en la que han sido claves la selección de los audios de hemeroteca y las intervenciones fugaces de los protagonistas, con un ritmo elevado que incluso llega a las interrupciones. Estos rasgos se aplican en el proyecto.



Siguiendo las claves que apuntan Oliva y Sitjà (2007), el lenguaje debe apostar siempre por la palabra más corta e inconfundible y evitar adornos innecesarios, dando lugar de este modo a frases directas y sencillas, enlazando oraciones simples y compuestas para evitar caer en el otro extremo y recitar un telegrama. Las expresiones, por tanto, han de ser directas y concretas. Al mismo tiempo son necesarias pausas en las voces de la narración y los personajes, aprovechando recursos sonoros que permitan ciertos descansos y no saturen al oyente.

En cuanto a la construcción del discurso, en los puntos críticos del podcast que requieren de una mayor concentración por parte del espectador es conveniente iniciar la frase mencionando al protagonista, pues llama más la atención que una formulación que emplee como sujeto de la oración a otro elemento. Con la excepción de introducir a los personajes, donde es conveniente preparar al oyente para esta presentación aportando algún dato previo. En otros contextos, por lo general, las frases invertidas deben evitarse.

Asimismo, es esencial llevar un especial cuidado para no abusar de adjetivos y adverbios que engrosen el texto sin aportar información relevante, o de locuciones preposicionales que sean sustituibles por una única palabra. Distinto es el caso de los verbos, donde también deben seleccionarse minuciosamente los más sencillos de comprender pero no deben omitirse. Oliva y Sitjà (2007) coinciden con el libro de estilo de *MARCA* (González-Palencia y Mendaña, 2012) a la hora de recomendar el uso del presente y en el caso de recurrir al pasado para narrar hechos recientes el tiempo verbal óptimo es el pretérito perfecto. Es recomendable evitar el pretérito imperfecto, que generalmente transmite una sensación de mayor lejanía con los hechos.

En cuanto a las pausas durante la locución, siempre es preferible trocear una oración muy larga en dos o en tres frases sencillas de comprender antes que recitarla de golpe y ubicar pausas fuera de lugar por una cuestión respiratoria. Bajo esta premisa se ha procedido a la locución de la voz en *off*.

En relación al montaje, de nuevo resulta esencial tomar nota de los referentes. En *Saludos Cordiales* se percibe un dinamismo que es clave para que un formato tan cargado de información resulte atractivo y entretenido tanto para los oyentes que están familiarizados con el tema como para los que no. A pesar de que hay intervenciones que requieren de un tiempo más largo porque se están explicando asuntos complejos, se ha intentado que la mayoría de los cortes de voz no superen los quince o veinte segundos, incluyendo incluso algunos por debajo de los cinco para dotar a la pieza de ese ritmo que se persigue.

Además de por cortes de voz de archivo, se ha decidido apostar por músicas y elementos sonoros libres de derechos para cubrir las funciones del sonido previamente expuestas. Algunas

de ellas con una estricta planificación y otras en base a las necesidades detectadas en pleno montaje. Muchos de los cambios durante la edición, de hecho, no han de dedicarse a la corrección de errores sino a reforzar un estilo consistente (Kern, 2008). En base a estos rasgos sale a la luz *¿Tus colores son los míos?* como Trabajo de Fin de Grado.

## 3. Preproducción del proyecto

### 3.1 Tema y sinopsis

El 17 de junio de 2023 el sueño del Levante UD se volvió en pesadilla. El gol de Villalibre en el minuto 129 del partido de vuelta de la final por el ascenso contra el Deportivo Alavés destruyó las ilusiones de los *granotas* y dejó consecuencias que van mucho más allá de lo deportivo. Quico Catalán abandonó la presidencia después de trece años con el equipo en Segunda y dejando una deuda de 107 millones. Ahora el futuro está en manos de José Danvila tras su aportación de 17 millones en préstamos y 6 en la compra de acciones. Un amplio sector de la afición se cuestiona si el proceso de transición que ha llevado a cabo la Fundación Levante UD Cent Anys, máximo accionista del club, ha sido limpio. Los protagonistas debaten al respecto, revelan su papel en el proceso y comparten sus visiones de futuro.

### 3.2 Escaleta

Se realiza una narración cronológica del proceso, siguiendo la estructura dramática clásica. La historia comienza con la derrota en la final por el ascenso, el anuncio de la salida de Quico Catalán y la puesta en marcha del proceso de la Fundación para encontrar un plan de viabilidad. A continuación se explica cómo funciona este ente y quién es José Danvila y se recuerdan los principales hitos de las negociaciones, hasta llegar a la aprobación de su propuesta en la junta general de accionistas. Por último hay un final abierto que trata de vaticinar qué va a pasar en un futuro próximo.

#### Planteamiento

1. Narración del gol de Villalibre en la radio, así lo vivieron los protagonistas
2. **Incidente incitador:** no hay ascenso y hay consecuencias económicas
3. **Punto de giro:** Quico Catalan anuncia su marcha

#### Nudo

4. El Levante lo había apostado todo al ascenso y ahora tiene deudas acuciantes, además LaLiga no le permite inscribir jugadores
  - a. 107 millones, 82 a largo plazo y 25 alarmantes a corto
  - b. Quico había generado el agujero y el club lo achaca al COVID

5. Empieza el proceso con LaLiga muy pendiente
6. ¿Cómo funciona la Fundación?
  - a. Listado de patronos
  - b. Falta de independencia
7. ¿Quién es José Danvila?
  - a. Empresario de Verdeveleno (la ha vendido a Louis Vuitton)
  - b. Consejero desde 2018 y amigo de Quico Catalán
8. Danvila prepara un préstamo conjunto con Vicente Boluda
  - a. Boluda carga primero contra Quico Catalán y después contra los plazos del proceso y se acaba retirando
9. Propuesta de Miguel Ángel Valiente
10. Propuesta de Carlos Ayats
  - a. Propuesta de consenso
11. Propuesta final de José Danvila
12. La Fundación elige a Danvila y se abre un proceso de negociación del acuerdo final
13. **Midpoint**: cambios en la directiva con Pablo Sánchez como nuevo presidente
  - a. Presentación de los nuevos consejeros
14. Danvila inyecta los primeros diez millones antes de firmar el acuerdo
15. Danvila empieza a dejar su sello con cambios de directores de comunicación, marketing, finanzas, servicios médicos...
  - a. Importantes recortes en el club
  - b. Despidos
  - c. Recorte en el femenino
16. Alberto Villanueva llega a la presidencia del FROG y Ramón Escolano a la de la Delegación de Peñas: ambos organismos participan en las negociaciones
17. **Gran obstáculo**: hay acuerdo final por 17 millones en préstamos y 6 en la compra de acciones en ampliación de capital... pero Danvila podría controlar la Fundación a partir de 2028 y ser el propietario de facto del club
18. La Delegación de Peñas retira su apoyo
19. **Punto de giro**: Danvila se compromete por escrito a no participar en la elección de los patronos de la Fundación
20. Reunión de la Fundación con la expulsión de Pedro Lizondo
21. Javier García Murillo, futuro consejero del Levante, carga contra la Delegación de Peñas

## Desenlace

22. **Clímax:** Danvila convence en la junta de accionistas y sale reforzado
23. Nuevas incorporaciones al Consejo de Administración
  - a. Breve mención a todos los consejeros
  - b. Cada uno tendrá una función específica
24. Final de la temporada y la pelea por el ascenso, con mucho dinero en juego de nuevo
25. No se consigue el objetivo
26. Se negocian cambios de estatutos en la Fundación
  - a. Nueva composición del Patronato
  - b. Varios patronos son consejeros: duplicidad de cargos
  - c. Danvila insiste en profesionalizar la fundación y reducir el número de patronos
  - d. Moción de Compromís tumbada por PP y Vox
27. Ampliación de capital
28. ¿Está garantizada la viabilidad del Levante?
29. Danvila asume galones en la gestión deportiva
  - a. Renueva a Felipe Miñambres
  - b. Participa en la elección de Julián Calero como entrenador
  - c. Calero reconoce su papel y habla de él
30. Evaluación de los primeros meses de Danvila
  - a. Gestión económica
  - b. Gestión deportiva
  - c. Gestos hacia las peñas y el FROG
  - d. Talante ante las críticas
31. ¿Y ahora qué?

### 3.3 Personajes

#### 3.3.1 Entrevistados

 <p><b>Carlos Ayats</b></p>	<p>Con una amplia trayectoria como periodista deportivo siguiendo la actualidad del Levante UD, Carlos Ayats ha estado involucrado en el proceso de transición que ha vivido la entidad como líder de una de las tres candidaturas para garantizar su viabilidad. Ha sido presidente del FROG, asociación de la que es cofundador, desde 2016 hasta 2023. Actualmente es el presentador y narrador de Sin Tregua.</p>
<p>Recientemente prejubilado tras una amplia trayectoria en el Banco Sabadell, Pedro Lizondo ha sido partícipe del proceso en dos vertientes. En primer lugar, como asesor económico de la candidatura del FROG. Actualmente ejerce dicho rol en el nuevo equipo de la Delegación de Peñas.</p>	 <p><b>Pedro Lizondo</b></p>
 <p><b>Diego Naixes</b></p>	<p>Uno de los cambios impulsados por Danvila en los cargos más relevantes es la elección de Diego Naixes como director financiero. Con más de cien millones de deuda y tras la renegociación de las que debían pagarse a corto plazo, tiene ante sí una dura labor por delante como uno de los hombres fuertes del consejero delegado.</p>

Tabla 02. Personajes entrevistados en el proyecto.

### 3.3.2 Aludidos

 <p><b>Quico Catalán</b></p>	<p>Tras más de trece años en la presidencia del Levante UD, Quico Catalán anunció su marcha días después de la derrota contra el Alavés. En su legado figuran los mayores éxitos deportivos del club pero se va dejando una deuda de 107 millones de euros.</p>
<p>Consejero desde 2018, José Danvila decidió dar un paso adelante tras la salida de Quico Catalán. La propuesta del empresario salió elegida por la Fundación y se ha convertido en el principal prestamista y gestor de la entidad, además de en el máximo accionista.</p>	 <p><b>José Danvila</b></p>
 <p><b>M.A. Valiente</b></p>	<p>Tras su etapa en la gestión del Atlético Saguntino y la UD Paterna, Miguel Ángel Valiente lideró un proyecto para intentar convertirse en presidente del Levante UD. Su grupo empresarial trabaja en cinco sectores y factura más de ocho millones y medio de euros al año.</p>
<p>Ingeniero de profesión, Alberto Villanueva es un reconocido <i>granota</i>. Fue miembro del equipo de Miguel Ángel Valiente y en los últimos meses se ha convertido en el presidente del FROG, patrono de la Fundación y consejero del Levante.</p>	 <p><b>Alberto Villanueva</b></p>
 <p><b>Ramón Escolano</b></p>	<p>Desde septiembre, Ramón Escolano es el presidente de la Delegación de Peñas y como consecuencia también es patrono de la Fundación. El también presidente de la Peña La Columna Granota ha estado involucrado en las negociaciones entre la Fundación y Danvila.</p>

Tabla 03. Principales personajes aludidos en el proyecto.

### 3.2.3 Secundarios

A los principales personajes se añaden alusiones más testimoniales a otras figuras:

- Pablo Sánchez, nuevo presidente del Levante UD
- Javier García Murillo, vicepresidente de la Fundación
- Vicente Furió, expresidente de la Fundación
- Vicente Boluda, empresario de raíces levantistas
- Javier Gómez, director general corporativo de LaLiga



## 4. Producción del proyecto

### 4.1 Estructura: equipo técnico y artístico

Se trata de un proyecto personal en el que todas las labores han sido llevadas a cabo de forma individual. Tanto el documento escrito como el podcast son fruto del trabajo de un servidor y la tutorización de Antonio Loriguillo. De este modo, así quedan los roles de equipo técnico.

- Productor: Pablo Martínez-Vilanova
- Director: Pablo Martínez-Vilanova
- Documentalista: Pablo Martínez-Vilanova
- Guionista: Pablo Martínez-Vilanova
- Técnico de sonido: Pablo Martínez-Vilanova
- Montador: Pablo Martínez-Vilanova

### 4.2 Plan de producción

La producción de este proyecto ha sido especialmente ambiciosa porque los últimos acontecimientos han sucedido de forma paralela a la realización del mismo. En abril se toma la decisión de entregar el Trabajo de Final de Grado en la segunda convocatoria al entenderse que en mayo la historia quedaba inconclusa por dos motivos: la temporada estaría inacabada sin conocerse en qué categoría militaría el Levante el año que viene y todavía faltaban pasos por dar en vistas a la ampliación de capital y el cambio de estatutos de la Fundación. Incluso podría haber quedado desfasado antes de la defensa ante el tribunal.

También cabe resaltar que la preproducción no dio comienzo hasta la primavera ya que la matrícula se registró en la ventana de febrero. Esta circunstancia ha obligado a trabajar en plazos ajustados, especialmente en las semanas finales con realización de las entrevistas y la edición.

Los principales hitos de la producción se enmarcan en las siguientes fechas (Figura 06), a las que suman las fases futuras de defensa ante el tribunal y difusión:

- 27 de febrero: asignación de tutor
- 26 de marzo: se decide en la primera tutoría que el formato del documental sea un podcast

- Abril-junio: elaboración del documento escrito
- 23 de abril: se acuerdan en la segunda tutoría los principales rasgos del podcast y se decide presentarlo en segunda convocatoria
- 14 de mayo: se define en la tercera tutoría la hoja de ruta para las entrevistas y montaje
- 10-21 de junio: entrevistas y edición
- 11 de junio: se establecen los últimos pasos a seguir en la cuarta tutoría
- 21 de junio: entrega del trabajo
- 1-3 de julio: defensa ante el tribunal
- Primera semana de julio: difusión del proyecto.

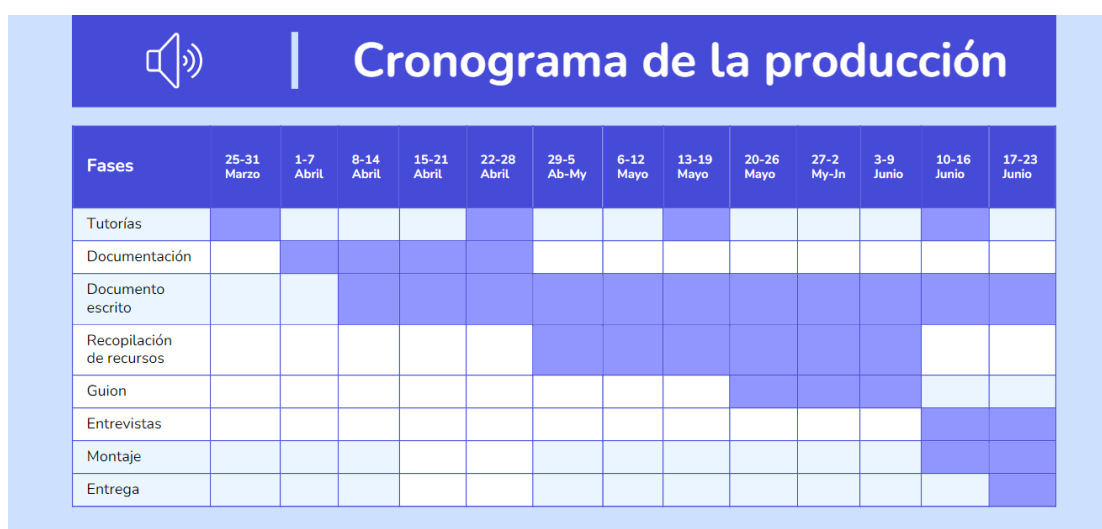


Figura 06. Fechas de los hitos más destacados de la producción.

#### 4.2.1 Plan de grabación

Día	Hora	Lugar	Entrevistado	Observaciones
10 de junio	17:30	Casa de Carlos Ayats	Carlos Ayats	-
13 de junio	11:30	Estadio Ciutat de València	Pedro Lizondo	Estaba prevista también la asistencia de Ramón Escolano y se ausentó por un imprevisto.
21 de junio	9:00	Estadio Ciutat de València	Diego Naixes	Entrevista en un formato que facilite su inserción a última hora en el podcast.

Tabla 04. Datos de las grabaciones de las entrevistas.

## 4.2.2 Presupuesto

Título	¿Tus colores son los míos?
Director	Pablo Martínez-Vilanova López
Productor	Pablo Martínez-Vilanova López
Resumen	
Equipo técnico	
Director 15 días	722,79 euros
Guionista 5 días	340,93 euros
Técnico de sonido 15 días	722,79 euros
Montador 5 días	340,93 euros
Materiales	
Grabadora Zoom H4n 3 días	30,00 euros
Micrófono de mano Sennheiser E845 3 días	20,00 euros
Cable XLR 3 días	7,00 euros
Transporte	
Metrovalencia 12 viajes	4,80 euros
Cercanías Valencia-Castellón 20 viajes	116 euros
Gastos tecnológicos	
Licencia mensual de Adobe Audition	26,43 euros
<b>Total</b>	<b>2331,67 euros</b>

Tabla 05. Gastos presupuestados para la producción del proyecto.

Sobre el presupuesto del equipo técnico, los salarios se han inspirado en la resolución de 19 de agosto de 2019, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal del sector de prensa diaria. En cuanto a los recursos tecnológicos, pese a que se han empleado materiales y ordenadores del LABCOM de la Universitat Jaume I, se han incluido los precios del alquiler que oferta Avisual PRO y el coste mensual de la licencia de Adobe Audition. El proyecto queda dentro de los límites presupuestarios de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació en cuanto a necesidades de programas radiofónicos (CVMC, 2023).

## 4.3 Planificación

Como punto de partida para la planificación de la producción, se adjuntan una ficha técnica y una breve descripción del programa.

FICHA TÉCNICA	
Género	Documental
Duración del programa	27:32
Número de programas	1
Material empleado	Grabadora Zoom H4n
	Micrófono de mano Sennheiser E845
	Cable XLR
Programas informáticos	Adobe Audition
Idioma	Castellano

Tabla 06. Ficha técnica de *¿Tus colores son los míos?*

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA
<p><i>¿Tus colores son los míos?</i> es un podcast documental que analiza el proceso de transición en el Levante Unión Deportiva desde que Quico Catalán dejó la presidencia del club hasta la consolidación de José Danvila como nuevo consejero delegado. Carlos Ayats y Pedro Lizondo valoran el papel de la Fundación y los primeros meses del nuevo mandato y Diego Naixes, responsable financiero del club, explica la gestión económica.</p>

Tabla 07. Descripción básica de *¿Tus colores son los míos?*

## 4.4 Postproducción

Debido a las fechas de las entrevistas, en especial la de Diego Naixes el mismo día final, la fase de postproducción avanzó en paralelo al final de la fase de producción. En primer lugar se seleccionaron en Adobe Audition los cortes de audio de la entrevista de Carlos Ayats y posteriormente los de Pedro Lizondo, inmediatamente después de la realización de cada una de ellas.

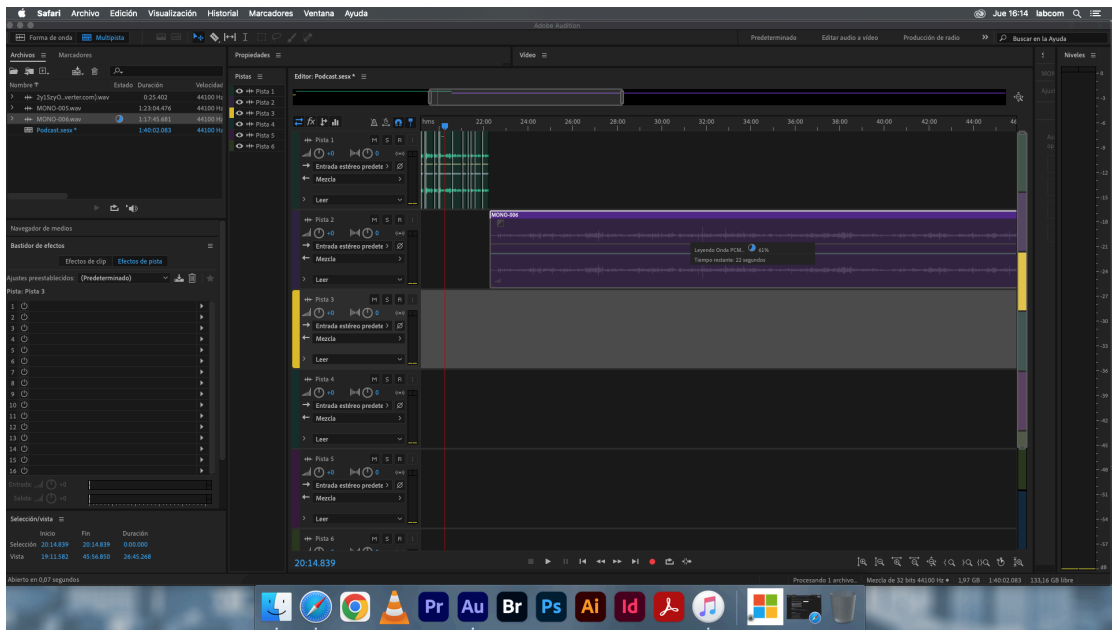


Figura 07. Fase inicial del montaje.

A continuación se introdujeron los cortes de audio previamente seleccionados de la narración del gol de Villalibre y de las intervenciones en rueda de prensa y entrevistas de Quico Catalán y José Danvila, así como la participación de José Luis Marín en la Junta de Accionistas del 26 de marzo. Posteriormente, dada la alusión de Carlos Ayats, se decidió introducir una frase de Vicente Furió.

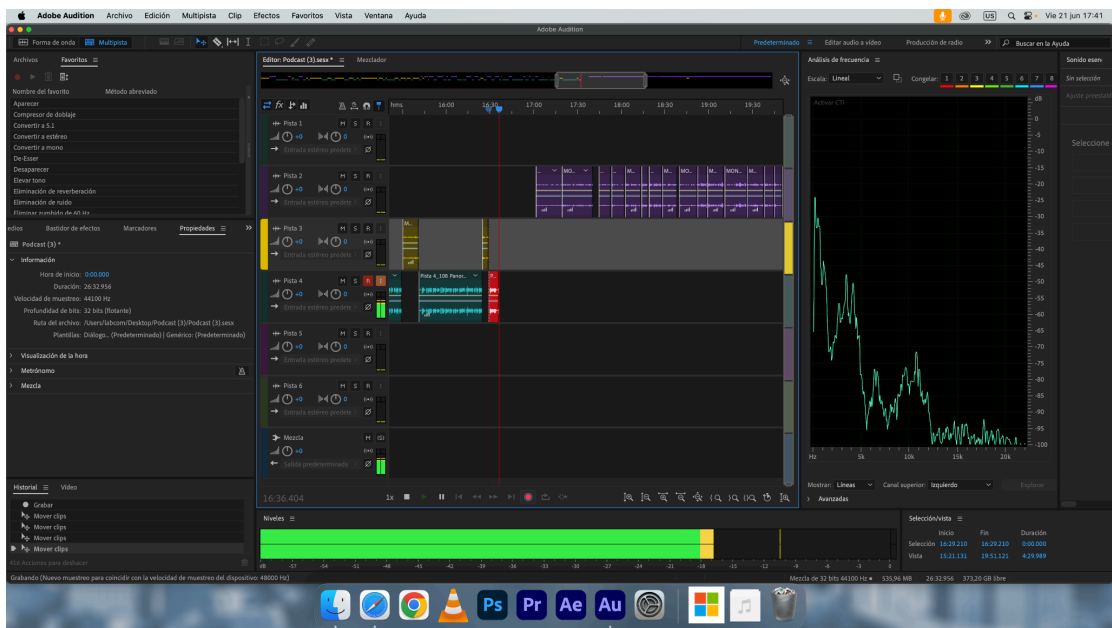


Figura 08. Fase avanzada del montaje.

Finalmente se buscaron en la base de sonidos Freesound algunas piezas musicales y efectos sonoros que dotaran de mayor viveza al podcast en la fase final de su montaje. El resultado definitivo ha tenido una duración de 27 minutos y 32 segundos.

## 5. Plan de explotación del proyecto

La elección del tema responde, además de a los argumentos previamente expuestos, a la posibilidad de dar una importante difusión al trabajo en las semanas posteriores a la entrega. El verano de 2024 va a estar claramente marcado por nuevos cambios en el club de cara a la primera temporada que será planificada por Danvila. A pesar de que es una época en la que el fútbol descansa, coincidirá con el inicio de la pretemporada y la llegada de los fichajes, que siempre suscitan interés.

### 5.1 Mapa de públicos y festivales

El principal público objetivo del podcast es el aficionado del Levante Unión Deportiva, sin renunciar al aficionado al fútbol en general que no conozca muchos detalles de la llegada de José Danvila. También se pretende aprovechar la oportunidad de que los periodistas deportivos valencianos conozcan el proyecto y este sirva para darse a conocer y ayudar en la búsqueda de trabajo en la ciudad.

Dado que la promoción del proyecto se basará en las redes sociales, el grueso público objetivo son hombres de entre 25 y 54 años. Estos grupos de edad son, según el Marco General de Medios, los predominantes en X y Facebook. En esta última se puede extender hasta los 64 años. En cuanto al índice socioeconómico, destacan las clases medias con mayor tendencia hacia las altas que hacia las bajas.

Asimismo, se estudiará presentar el podcast a algunos concursos. La gran mayoría de los certámenes abiertos durante la elaboración del trabajo tienen su plazo límite durante la primavera, así que será necesario esperar a nuevas convocatorias. El consultor José Antonio Gelado (2024) prevé nuevas ediciones de los siguientes:

- Premios iVoox
- Premios de la Asociación Podcast
- Premios Ondas Globales del Podcast
- Latin Podcast Awards
- Premio del Público al mejor Podcast ASESPOD
- Premios PODCAST DAYS

## 5.2 Plan de comunicación

El podcast se publicará en las plataformas de audio y vídeo durante la primera semana de julio, tras la defensa ante el tribunal. Dado que son las más conocidas por los usuarios, se apostará por iVoox, Spotify y YouTube. Se escogerá la fecha exacta en función de la actualidad del Levante UD y el deporte en general para evitar que se vea eclipsado por algún acontecimiento destacado. Se le dará difusión en las redes sociales Facebook, Instagram y X, haciendo especial hincapié en esta última, donde existe una importante comunidad de aficionados al fútbol.

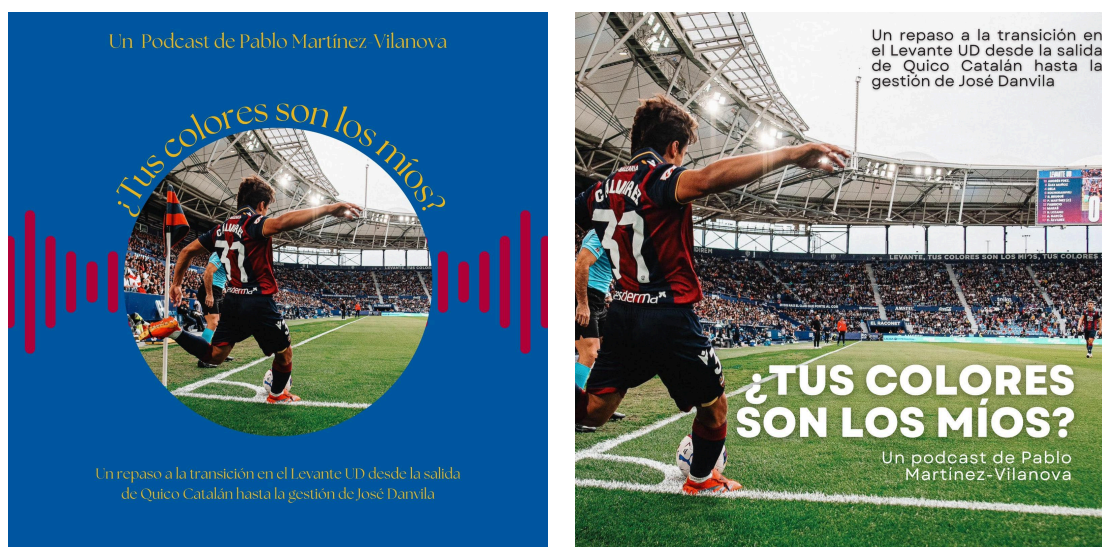


Figura 09. Doble propuesta de carteles promocionales del podcast.

La publicación del proyecto se anunciará algunos días antes con la difusión de un tráiler de en torno a un minuto que contendrá varias intervenciones destacadas de los personajes entrevistados. Una vez haya visto la luz se difundirán algunos fragmentos en las citadas redes sociales y si se percibe un éxito notable se realizará un espacio de X para invitar a los aficionados a debatir sobre la situación de la entidad.

Se espera también la interacción de los protagonistas entrevistados. Especialmente, la de Carlos Ayats, periodista con una importante reputación entre los seguidores del equipo. Se alargará todo lo posible el debate sobre la cuestión, teniendo en cuenta que la atención del público objetivo se desviará hacia los partidos de cuartos, semifinales y final de la Eurocopa hasta el domingo 14 de julio y a partir del miércoles 24 la atención la centrarán los Juegos Olímpicos de París y ya no habrá posibilidad de darle mucho más recorrido.



## 5.3 Registro de la propiedad intelectual

Tras la finalización del podcast se procedió a su registro en Safe Creative. Sin embargo, la página web daba error al realizar el pago, por lo que este trámite queda registrado pendiente del pago, que se llevará a cabo tan pronto como sea posible.



Figura 09. Registro de la propiedad intelectual en Safe Creative.

## 6. Conclusiones

Tras la elaboración de *¿Tus colores son los míos?* se puede extraer una serie de enseñanzas para el futuro. Por un lado, en el ámbito del formato del podcast. Por el otro, con la situación que atraviesa el Levante Unión Deportiva. En ambos casos procede reconocer que el aprendizaje ha sido considerable.

Empezando por el ámbito audiovisual, esta producción ratifica la versatilidad del podcast para extenderse a las temáticas que no atraen a las masas. Y, sobre todo, para hacerlo de una manera profunda y elaborada, sin la necesidad de contar los hechos en tiempos muy limitados o de hacerlo sin que el autor haya podido investigar correctamente el tema, una característica que se desliza de algunas de las piezas periodísticas consultadas sobre este proceso.

El resultado también adolece de las limitaciones de verse restringido al uso de música libre de derechos de autor: uno de los puntos fuertes de los proyectos que se tomaron como referencia era el papel de canciones archiconocidas. Pese a ello, se ha tratado de articular el discurso con los recursos sonoros más acordes posibles.

En cuanto al contenido del documental, este TFG ha sido de una gran utilidad para conocer mejor lo que está pasando en el Levante. Incluso para un profesional del periodismo que sigue a diario la actualidad de la entidad y acude a las juntas de accionistas había aspectos difíciles de controlar. Ahora queda que se cumpla la meta y otros seguidores *granotas* puedan recibir una mayor información acerca de lo que ha sucedido desde el pasado verano y todo lo que está por venir.

Otra de las conclusiones que se puede extraer en el ámbito del club es la confirmación el cambio significativo en la comunicación. La entrevista de Diego Naixes, pese al riesgo que suponía aguantar la espera hasta horas antes de la entrega, ha enriquecido el podcast con la versión oficial de la entidad. En cambio, ha supuesto una decepción la no participación de Miguel Ángel Valiente y Alberto Villanueva, que cuando la figura de José Danvila era menos popular fueron muy activos en las redes y en los medios de comunicación.

Y es que la clave del proyecto es que el consejero delegado ha superado las expectativas. Así lo muestran las opiniones subjetivas de dos personas que siguen cargando contra el proceso de transición como Ayats y Lizondo y, especialmente, los datos objetivos de la estabilización económica del Levante. Es compatible cuestionar a la Fundación y dar el beneplácito a la gestión de Danvila, que no por ello debe dejar de estar vigilada: precisamente por la falta de

control a Quico Catalán, que también tuvo un comienzo ejemplar, la entidad ha acumulado una cifra desorbitada de deudas.

En definitiva, *¿Tus colores son los míos?* ha respondido a algunas inquietudes personales acerca de los cambios en el Levante Unión Deportiva y pretende hacer lo propio con más *granotas* y aficionados al fútbol en general que no estén tan familiarizados con la historia. Dando por cumplidos los objetivos que tienen que ver con el propio contenido del producto, ahora queda, como dicta uno de los lemas más célebres del club, *Un futuro por conquistar* mediante la difusión de este proyecto.

## 7. Referencias

- Adobe (2024). *Planes y precios de suscripción a Creative*. [https://www.adobe.com/es/creativecloud/plans.html?filter=video-audio&plan=individual&single\\_app=audition](https://www.adobe.com/es/creativecloud/plans.html?filter=video-audio&plan=individual&single_app=audition)
- Aguiló, Carlos (2006, 6 de agosto). Carmona renuncia a comprar el Levante. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2008/08/06/valencia/1218007931.html>
- Al Levante la Copa (1937, 19 de julio). *El Mundo Deportivo*.
- Alexia, *Labor Omnia Vincit* (Pardos, Joanna, Amazon Prime Video, 2022)
- Algarra, Ismael y Ledesma, Ismael (2021). *Levante UD. La historia de los granotas*. Base.
- Aragón Martínez, Gerardo (2017). La música y sentido musical en la radio, una búsqueda y reflexión sobre los autores y sus trabajos. *Razón y Palabra*, 21(1), 201-228. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199552192012.pdf>
- Arias García, Elisa. (2019). Los efectos sonoros en las series radiofónicas: el caso de la serie policíaca *Taxi Key*. *Disertaciones*, 12(2), 142-165. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.uosario.edu.co/disertaciones/a.6403>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2024). *Audiencia General de Medios 2024-1ª Ola*. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2024). *Marco General de los medios en España 2024*. [https://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2024/01/Marco\\_General\\_Medios\\_2024.pdf](https://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2024/01/Marco_General_Medios_2024.pdf)
- Aspas, Sergio (2020, 10 de mayo). *20 años del Levante UD Femenino: una historia de heroínas*. Mil Novecientos Nueve. <https://1909.es/mag/?p=488>
- Avisual PRO (2024). *Equipos Alquiler*. <https://www.avisualpro.es/equipos-alquiler/>
- Balsebre, Armand. (2007). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.
- Baltanás, Isaac (s.f.). *Las mejores plataformas de podcast y sus características*. Isaac Baltanás. <https://isaacbaltanas.com/plataformas-de-podcast>
- Bens, Felip y García Nieves, José Luis (2009). *Historia del Levant UD. Tomo I*. L'Oronella.

- Bens, Felip y García Nieves, José Luis (2011). *Historia del Levante UD. Tomo 4*. L'Oronella.
- Bens, Felip y García Nieves, José Luis (2019). *Historias del Levante UD*. Drassana.
- Bort, J.M. (2009, 8 de abril). El juez inhabilita al Consejo del Levante. *Levante-EMV*.  
<https://www.levante-emv.com/deportes/2009/04/08/juez-inhabilita-consejo-levante-13282439.html>
- Borderia Ortiz, Enric, Laguna Platero, Antonio y Martínez, Gallego, Francesc A. (1996). *Historia de la comunicación social*. Síntesis.
- Calderón Osorio, Luis Felipe y Pulido Cardozo, Santiago Andrés (2023). *Enfoque deportivo: Análisis del periodismo radial en Colombia*. [Trabajo de grado, Universidad del Rosario]. Repositorio Institucional E-docUR.
- Castillo, José María (2011). *Teleperiodismo en la era digital*. Instituto RTVE.
- Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia 3.
- Cebrián Herreros, Mariano (1995). *Información radiofónica: mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis.
- Centellas Navas, David (2024, 26 de abril). *El podcast ya no es un experimento (para el divulgador)*. Universidad Isabel I.  
<https://www.ui1.es/blog-ui1/el-podcast-ya-no-es-un-experimento-para-el-divulgador>
- CVMC (2023, 10 de octubre). *Necessitats de producció d'À Punt per a la graella de televisió i de radio de 2023-2024*.  
<https://www.cvmc.es/necessitats-de-produccio-da-punt-per-a-la-graella-de-televisio-i-de-radio-de-2023-2024/>
- Delegación de Peñas del Levante UD (2024, 4 de marzo). *A la atención de del Levantinismo en general y a los patronos de la fundación y Sr. Danvila en particular* [comunicado oficial]. <https://twitter.com/DelegacioPenyes/status/1764723568409968745>
- Dreifus, Claudia (2019, 8 de agosto). *'To Get Things More Real': An Interview with Ira Glass*. The New York Review.  
<https://www.nybooks.com/online/2019/08/08/to-get-things-more-real-an-interview-with-ira-glass/>
- El día menos pensado* (Larraza, José y Pons, Marc, Movistar Plus+, 2020-2023).

- Escuela de Unidad Editorial (s.f.). *Diferencias entre un podcast y un programa de radio*. <https://www.escuelaunidadeditorial.es/blog/periodismo-investigacion-deportivo/principales-diferencias-entre-un-podcast-y-un-programa-de-radio>
- Fraguela, Noelia (2023, 10 de octubre). *Top +25: las mejores herramientas de alojamiento de podcast* (2023). Marketing4eCommerce. <https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-alojamiento-de-podcast/>
- Fernando-Unkuch, Meset y Lala-Tenelema, Nancy (2022). Periodismo deportivo. Una revisión histórica. En Torres-Toukomidis, Á., De-Santis, A y Tamay-Crespo, Á (Eds.), *Reflexiones sobre el periodismo deportivo: experiencias retos y expectativas* (pp. 13-29). Abya-Yala.
- Freesound (2024). *Find any sound you like*. <https://freesound.org>
- Fundación de la Comunitat Valenciana Levante UD Cent Anys (2023, 4 de agosto). *Comunicado de la Fundación del Levante UD tras la reunión del Patronato* [comunicado oficial]. <https://fundacionlevanteutd.org/resultado-de-la-junta-general-ordinaria-del-patronato-de-la-fundacion-del-levante-ud-2/>
- Garrido-Pintado, Pablo, Cordón-Benito, David y Maestro Espinola, Lidia (2021). Audio digital y compra programática de publicidad: situación en el contexto post-pandemia. *Profesional de la información*, 31(5), 1-13. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.11>
- Gelado, José Antonio (2024, 27 de mayo). *Concursos de podcasts en español*. José Antonio Gelado. <https://joseantoniogelado.com/2024/05/27/concursos-de-podcasts-en-espanol/>
- González-Palencia, Rafael y Mendaña, José Carlos (2012). *MARCA. Libro de estilo*. La Esfera de los Libros.
- Grifol, Daniel (s.f.). *Las 8 mejores plataformas para monetizar tu podcast*. DanielGrifol.es. <https://danielgrifol.es/las-8-mejores-plataformas-para-monetizar-tu-podcast/>
- Herrero Gutierrez, Francisco Javier (2009). Una aproximación para una propuesta metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las retransmisiones deportivas en la radio española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 15 (5), 46-63. <https://www.cafyd.com/REVISTA/01504.pdf>

- Herrero Gutiérrez, Francisco Javier y Rodríguez Ramos, David (2009). La locución de los narradores deportivos en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64 (1), 968-987. <https://doi.org/10.4185/10.4185/RLCS-64-2009-874-968-987>
- Herrero Gutiérrez, Francisco Javier y Acle Vicente, Daniel (2013). Lenguaje y dicción en las retransmisiones deportivas radiofónicas: La percepción según los oyentes castellanoleoneses. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 5-33. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.01>
- Infinite Dial (2023). *The Podcast Consumer 2023: An Infinite Dial Report*. Edison Research. <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2023-an-infinite-dial-report/>
- Informe Robinson* (Robinson, Michael y Escoda, Román, Movistar Plus+, 2007-2020)
- Jarque, Rafa (2023, 10 de julio). Entrevista a Javier Gómez: “La situación del Levante ya tiene solución, ahora hay que analizar si hay mejores”. *Superdeporte*. <https://www.superdeporte.es/levante-ud/2023/07/10/entrevista-javier-gomez-situacion-levante-89715418.html>
- Jones, Janet y Salter, Lee (2012). *Digital journalism*. Sage.
- Kern, Jonathan (2008). *Sound Reporting*. The University of Chicago Press.
- La Decisión* (Querales, Henry, Movistar Plus+, 2018)
- La Libreta de Van Gaal* (Gutiérrez, Miguel, 2004-presente). <https://www.lalibretadevangaal.com>
- Legorburu, José María, Edo, Concha y García González, Aurora (2021). Reportaje sonoro y podcasting, el despertar de un género durmiente en España. El caso de Podium Podcast. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 519-529. <https://doi.org/10.5209/esmp.71204>
- Lenguaje deportivo: así son sus características (2022, 23 de diciembre). *Unisport*. <https://unisport.es/lenguaje-deportivo/>
- Levante UD (2023a, 29 de junio). *Comparecencia de Quico Catalán, presidente del Levante UD* [vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=E5IRT\\_38Tr8](https://www.youtube.com/watch?v=E5IRT_38Tr8)
- Levante UD (2023b, 4 de diciembre). *Rueda de prensa de José Danvila y Maribel Vilaplana* [vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_eenZGdzC6s](https://www.youtube.com/watch?v=_eenZGdzC6s)

- Levante UD (2024a, 26 de marzo). *Resultado de la Junta General de Accionistas del Levante UD* [comunicado oficial]. <https://www.levanteud.com/noticias/resultado-de-la-junta-general-de-accionistas-del-levante-ud-2024>
- Levante UD (2024b, 25 de mayo). *Convocatoria Junta General Extraordinaria 2024* [comunicado oficial]. <https://www.levanteud.com/noticias/convocatoria-junta-general-extraordinaria-2024>
- Ley 20/2022, de 19 de octubre, de Memoria Democrática. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 252, de 20 de octubre de 2022. <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/10/19/20/con>
- Llanos, Diego Fernando (2023, 4 de mayo). *La transición del contenido sonoro*. El blog de Jambrina. <https://jambrinaproducciones.com/2023/02/27/la-transicion-del-contenido-sonoro/>
- Llopis-Goig, Ramón (2016). Deporte, medios de comunicación y sociedad. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, 12(44), 86-89. <http://dx.doi.org/10.5232/ricyde2016.044ed>
- Long Island University (LIU) (2012, 23 de febrero). LIU announces 2011 George Polk Awards in journalism. [https://web.archive.org/web/20120223024207/http://www.liu.edu/About/News/Univ-Ctr-PR/2012/February/Polk-PR\\_Feb-20-2012.aspx](https://web.archive.org/web/20120223024207/http://www.liu.edu/About/News/Univ-Ctr-PR/2012/February/Polk-PR_Feb-20-2012.aspx)
- Los Oros vienen de París* (Rodríguez, José, Radio MARCA, 2004). [https://www.ivoox.com/podcast-oros-vienen-paris\\_sq\\_f12394151\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-oros-vienen-paris_sq_f12394151_1.html)
- Machuca, Fernando (2021, 17 de diciembre). *15 plataformas para subir podcasts gratis ¡Crea contenido sin excusas ni deudas!* Crehana. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/subir-podcasts-gratis/>
- Marta Lazo, Carmen, Segura Anaya, Ana y Traver, Daniel (2017). Análisis comparativo de retransmisiones y programas deportivos entre Cadena SER y COPE. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4(7), 148-156. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.7.15>



- Martí, José (2021, 9 de febrero). Enterrar el yunque. *Las Provincias*. <https://www.lasprovincias.es/comunitat/opinion/enterrar-yunque-20210209003921-ntvo.html>
- Milito, Carlos (2022). El podcast como herramienta de investigación en el deporte. *Memoria Académica*, 1(2). <https://doi.org/10.24215/29534372e014>
- Montes Rodríguez, María-Inmaculada (2023). Pódcast narrados por mujeres: una revisión bibliográfica. *Ámbitos*, 62(2), 31-48. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i62.02>
- Museo Virtual Levante UD (2023, 25 de marzo). *Dossier informativo Reconocimiento Oficial de la Copa de la España Libre*. [https://museo.levanteutd.com/wp-content/uploads/2023/04/AILevanteLaCopa\\_1937-2023\\_DossierInformativo.pdf](https://museo.levanteutd.com/wp-content/uploads/2023/04/AILevanteLaCopa_1937-2023_DossierInformativo.pdf)
- Oficina del Censo de los Estados Unidos (2023). *QuickFacts*. <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/US/PST045221>
- Oliva, Llúcia y Sitjà, Xavier (2007). *Las noticias en radio y televisión*. Omega.
- Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009). La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas de los programas de radio en España. *Ámbitos*, 18 (1), 99-114. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2009.i18.07>
- Pavlik, John V. (2001). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Perelló Oliver, Salvador, Muela Molina, Clara y Campos Zabala, M<sup>a</sup> Victoria (2018). La personificación en la publicidad radiofónica. Análisis de la presencia y uso de la figura del portavoz. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73(1), 1163-1178. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1301>
- Pérez Esain, Crisanto y Herrera Damas, Susana (2007). La duración como dimensión general en los reportajes radiofónicos. *Área abierta*, 18(1), 1-18. [https://www.researchgate.net/publication/27593893\\_La\\_duracion\\_como\\_dimension\\_temporal\\_en\\_los\\_reportajes\\_radiofonicos](https://www.researchgate.net/publication/27593893_La_duracion_como_dimension_temporal_en_los_reportajes_radiofonicos)
- Pérez-Alaejos, M<sup>a</sup> de la Peña Mónica, Pedrero-Esteban, Luis Miguel y Leoz Aizpuru, Asier (2018). La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias). *Fonseca, Journal of Communication*, 17(16), 91-106. <https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>

- Pisani, Francis (2006, 24 de noviembre). *Podcasts: une bonne discussion*. Francis Pisani.  
<https://www.francispisani.net/podcasts-une-bonne-discussion/>
- PRISA Media (2022, 21 de marzo). *Acuerdo estratégico entre PRISA Media y Podimo para impulsar el mercado del podcast en español* [nota de prensa].  
<https://www.prisa.com/es/noticias/notas-de-prensa/acuerdo-estrategico-entre-prisa-media-y-podimo-para-impulsar-el-mercado-del-podcast-en-espanol>
- Regües, Salvador (2009). *Levante, del Udelage al nuevo milenio*. Carena.
- Resolución de 19 de agosto de 2019, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal del sector de prensa diaria. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 205, de 27 de agosto de 2019.  
[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-12486](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-12486)
- Rivera, Aracely y Rivera, Melvin (2020, 11 de diciembre). *¿Cómo “This American Life” revolucionó la radio y el podcasting?* Via Podcast.  
<https://viapodcast.fm/this-american-life-revoluciono-la-radio/>
- Rodero Antón, Emma (2001). *Manual práctico para la realización de reportajes y entrevistas en la radio*. Librería Cervantes.
- Romero Bejarano, Hilario José (2014). La doble dimensión informativa-espectacular de las retransmisiones radiofónicas en directo en España: análisis comparativo de los eventos deportivos y las procesiones de Semana Santa. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 59-80. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.07>
- Saludos Cordiales* (Juanarena, Pablo, Radio MARCA, 2021).  
<https://www.marca.com/radio/saludos-cordiales.html>
- Six Dreams* (Webster, Justin, Amazon Prime Video, 2018-2020).
- Valle, Conrado (2023, 19 de julio). Boluda se harta: “Nuestra propuesta para el Levante caduca hoy”. *Diario AS*.  
<https://as.com/futbol/segunda/boluda-se-harta-nuestra-propuesta-para-el-levante-caduca-hoy-n/>
- Verbo, M<sup>a</sup>Luisa (2023, 27 de septiembre). LVMH Métiers d’Art crece en España con la compra de la valenciana Verdeveleno. *Expansión*.

<https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2023/09/27/6512c095468aeb864f8b45e4.html>

Vilaseca, José (2019). *110 historias del Levante U.D.* Sargantana.

Vivas Moreno, Agustín, Martín-Pena, Daniel y Parejo Cuéllar, Macarena (2018). Análisis de las técnicas documentales en las radios universitarias de España: Propuesta de Centro de Documentación (2018). *Palabra Clave*, 7(2). <https://doi.org/10.24215/18539912e052>

## 8. Anexos

### Traducciones al inglés

#### Title

*¿Tus colores son los míos?*

Documentary podcast project on peripheral football

#### Abstract

*¿Tus colores son los míos?* is a podcast production that examines the transition process at Levante Unión Deportiva since the summer of 2023. After more than thirteen years of presidency by Quico Catalán and in a context marked by debts of more than 100 million euros, José Danvila has become the new strong man of the club as the CEO.

This product takes an in-depth look at the steps taken by the Fundación Levante UD Cent Anys, then the club's maximum shareholder, to choose the best alternative for the future. The testimonies of Carlos Ayats and Pedro Lizondo, participants in one of the three proposals presented, question the cleanliness of the process and agree that it was conducted from the beginning to choose Danvila. The podcast has been chosen as a medium because of its qualities that allow for more in-depth content without being conditioned by production and broadcasting times and the boom it is experiencing as a medium for sports information.

Despite the criticism of the Foundation, the aforementioned protagonists agree in praising the economic management of the CEO in his first months in charge in Levante. The podcast details Danvila's main movements in this area with the participation of the entity's financial manager, Diego Naixes.

Furthermore, *¿Tus colores son los míos?* exposes the possible future scenarios that are envisioned for the Ciutat de València stadium. The capital increase in the summer of 2024 and the start of the first season under the sports planning of the new manager show that this story has not yet written its final point and may lead to a continuation of the research compiled in this project.

## Keywords

Sports radio, documentary podcast, Levante UD, football, Valencian sport, sports management

## Introduction

In a media landscape in which the sports debate is almost always monopolised by the same topics, digital formats are an oasis that allows a diversification of content. Apart from major events, men's football is always at the centre. And within it, FC Barcelona and Real Madrid in turn overshadow the rest of the teams. On a regional level, a very similar analysis can be carried out in the Valencian press, as it is Valencia CF that dominates the attention.

Within this scenario is Levante, a club with 115 years of history that lives in the shadow of the media hype of its neighbouring team. Despite this, in the last two decades it has experienced its golden age and this has led to a growth in the social mass, which in the 2023/24 season was 15,000 season ticket holders in the Second Division. In a delicate financial context, the club has had a budget of 40 million euros for the recently completed season.

To these verifiable data we must add a series of intangible values that give Levante even more significance, such as the fact that it is the oldest team in Valencian football. In addition, it is a strong representative of the Poblados Marítimos of Valencia and has demonstrated its strong link with the traditions of the land by wearing kits designed in homage to the Cabanyal, the Senyera, the Fallas or the Virgen de los Desamparados in the stadiums of Spanish professional football.

The project will make more references to the men's first team, the main responsible for generating both profits and losses for the club. In spite of this, another proud feature that gives Levante relevance is its historical commitment to women's football, being a pioneering club in this field as evidenced by the twelve titles in its trophy cabinet. It has also recently committed itself to other sports such as futsal, beach soccer and handball.

¿Tus colores son los míos?, a title inspired by one of the most emblematic phrases of the Levante Unión Deportiva anthem, compiles in a podcast the complex process of transition that the club has undergone over the last year. This story has had little coverage in the media and therefore deserves to be investigated after a year of decisive changes for the future of the club.

This is a field of research that has been little explored by journalists and fans of the club and the dissemination of this project on a strategic date at the beginning of July is bound to attract the interest of the most loyal Levante fans and football followers in general. Its unprecedented nature and innovative format are its main arguments for this.

## Conclusions

After the development of *¿Tus colores son los míos?* a number of lessons can be drawn for the future. On the one hand, in terms of the podcast format. On the other, with the situation that Levante Unión Deportiva is going through. In both cases, it must be acknowledged that the learning process has been considerable.

Starting with the audiovisual field, this production ratifies the versatility of the podcast to extend to subjects that do not appeal to the masses. And, above all, to do so in a deep and elaborated way, without the need to tell the facts in very limited time or to do so without the author having been able to properly research the subject, a characteristic that can be seen in some of the journalistic pieces consulted on this process.

The result also suffers from the limitations of being restricted to the use of royalty-free music: one of the strong points of the projects taken as a reference was the role of well-known songs. Despite this, an attempt has been made to articulate the discourse with the most appropriate sound resources possible.

As for the content of the documentary, this bachelor's thesis has been very useful to learn more about what is happening in Levante. Even for a professional journalist who follows the club's news on a daily basis and attends shareholders' meetings, there were aspects that were difficult to control. Now it remains for the goal to be achieved and for other *granotas* (supporters) of the club to receive more information about what has happened since last summer and all that is to come.

Another conclusion that can be drawn at the club level is the confirmation of a significant change in communication. Diego Naixes's interview, despite the risk of having to wait until hours before delivery, has enriched the podcast with the official version of the club. On the other hand, the non-participation of Miguel Ángel Valiente and Alberto Villanueva, who when the figure of José Danvila was less popular were very active on the networks and in the media, was a disappointment.

The key to the project is that the CEO has exceeded expectations. This is shown by the subjective opinions of the two people who continue to criticise the transition process, such as Ayats and Lizondo, and especially by the objective data of Levante's economic stabilisation. It is compatible to question the Foundation and to approve Danvila's management, which should not stop being monitored: precisely because of the lack of control of Quico Catalán, who also had an exemplary start, the club has accumulated an exorbitant amount of debts.

In brief, *¿Tus colores son los míos?* has answered some personal concerns about the changes at Levante Unión Deportiva and aims to do the same for more granotas and football fans in general who are not so familiar with its history. Having fulfilled the objectives that have to do with the content of the product itself, it now remains, as one of the club's most famous slogans dictates, *Un futuro por conquistar*, in English "A future to conquer", through the dissemination of this project.

## Cuestionarios de las entrevistas

### Carlos Ayats

- Empezando por el principio, se acaba la temporada con el no ascenso. ¿Cómo encajó el gol de Villalibre?
- Quico Catalán anuncia su salida y en la misma reunión se presenta el primer plan de Danvila. ¿Qué sensación tuvo en aquella reunión?
- ¿Cómo valora la última legislatura de Quico Catalán? ¿La Fundación estaba legitimada tras avalar su gestión?
- El FROG presenta una de las tres candidaturas. ¿Cómo fue todo ese trabajo y cuáles eran las líneas maestras de la propuesta?
- ¿Qué le parecieron los primeros pasos de Danvila y la opción de que participara Boluda?
- Opinión de la candidatura de Miguel Ángel Valiente
- ¿Hubo igualdad de posibilidades entre las tres propuestas?
- ¿Qué papel jugó LaLiga en el proceso?
- ¿Cómo es una reunión de la Fundación?
- Opinión del Danvila empresario
- Opinión del Danvila consejero delegado del Levante
- Opinión de Danvila en su relación con la afición

- ¿Han estado a la altura la Delegación de Peñas y la nueva directiva del FROG representando al levantinismo de base en la negociación entre Danvila y Fundación?
- ¿Cómo de bueno para el Levante es el acuerdo final? ¿Debería haber apretado más la Fundación?
- Cambios en áreas de comunicación, financiera, marketing, servicios médicos... ¿está consiguiendo Danvila profesionalizar el Levante?
- ¿Se puede considerar la Junta de Accionistas como un punto de inflexión que reforzó a Danvila?
- Breve valoración de los nuevos consejeros
  - Pablo Sánchez
  - Braulio Pastor
  - Paco Fenollosa
  - Maribel Vilaplana
  - Ruth García
  - Héctor Blasco
  - David Gómez
  - Javier García Murillo
  - Alberto Villanueva
  - María Villanueva
- Danvila también insiste en profesionalizar la Fundación. ¿Qué expectativa tiene con los movimientos que se están dando para el cambio de estatutos?
- ¿Hay riesgo de que Danvila venda sus acciones y cualquiera pueda controlar el Levante?
- ¿Espera una buena movilización del levantinismo en la ampliación de capital?
- ¿Le urge al Levante como entidad ascender tras una temporada tan decepcionante?
- ¿Gestionó mal Danvila su forma de comunicar los recortes en el Femenino?
- La hoja de ruta de Danvila en lo deportivo está pasando por mantener la confianza en Miñambres y al mismo tiempo involucrarse en las decisiones. ¿Acierta?
- ¿Qué futuro deportivo e institucional le augura al Levante?

## **Ramón Escolano y Pedro Lizondo**

- Empezando por el principio, se acaba la temporada con el no ascenso. ¿Cómo encajó el gol de Villalibre?



- Me comentaba Carlos Ayats que llevaba desde meses antes trabajando en una propuesta de futuro. ¿Con qué ideas?
- Se presentó a patrono en 2022. ¿Confiaba en poder ser elegido?
- A toro pasado, ¿cómo valora la última legislatura de Quico Catalán? ¿La Fundación estaba legitimada tras avalar su gestión?
- El FROG presenta una de las tres candidaturas. ¿Cómo fue todo ese trabajo y cuáles eran las líneas maestras de la propuesta?
- Opinión de la propuesta de Valiente
- ¿Cómo vio los primeros pasos de Danvila y la opción de que participara Boluda?
- ¿Hubo igualdad de posibilidades entre las tres propuestas?
- ¿Qué papel jugó LaLiga en el proceso?
- ¿En qué momento decide dar el paso y ponerse al frente de la Delegación en un momento tan trascendental?
- ¿Cómo es una reunión de la Fundación?
- Cambios en áreas de comunicación, financiera, marketing, servicios médicos... ¿está consiguiendo Danvila profesionalizar el Levante?
- ¿Ha tenido relación con Danvila?
- Opinión del Danvila empresario
- Opinión del Danvila consejero delegado del Levante
- Opinión de Danvila en su relación con la afición
- ¿Cómo fue la participación de la Delegación de Peñas en las negociaciones de la Fundación con Danvila?
- El 4 de marzo publican un comunicado alertando de los puntos negativos del acuerdo. ¿Sirvió para proteger al Levante poner todo aquello en conocimiento de la afición?
- ¿Cómo de bueno para el Levante es el acuerdo final? ¿Debería haber apretado más la Fundación?
- ¿Entendió que expulsaran a Pedro Lizondo de la reunión?
- ¿Cómo le sentaron las declaraciones de Javier García Murillo tras la aprobación del acuerdo?
- Danvila ya lleva meses impulsando cambios en el club a todos los niveles ¿Cómo están afectando a la relación del Levante con las peñas y el aficionado de base?
- ¿Cómo valora los acuerdos que está alcanzando Danvila para refinanciar las deudas del Levante?
- ¿Entendió que se cantara ‘Danvila vete ya’ el día del Elche?

- ¿Se puede considerar la Junta de Accionistas como un punto de inflexión que reforzó a Danvila?
- Opinión de Pablo Sánchez como nuevo presidente.
- Alberto Villanueva entra en la presidencia del FROG y en el Consejo. ¿Cómo valora estos cambios y la compaginación de ser patrono y directivo?
- Pese a la independencia que persiguen, Danvila insiste en profesionalizar la Fundación. ¿Qué opina al respecto?
- ¿Hay riesgo de que Danvila venda sus acciones y cualquiera pueda controlar el Levante?
- ¿Por qué la Delegación de Peñas decide recoger delegaciones de acciones? Ha habido críticas a esta decisión.
- ¿Cuáles son los principales puntos que están defendiendo para la modificación de los estatutos de la Fundación? ¿Qué destacaría de la propuesta de tercios?
- ¿Confía en sacar adelante estos cambios o la Fundación está completamente blindada?
- ¿Cómo se han dado a lo largo de estos meses los contactos con representantes políticos? ¿Qué opina acerca de la reciente votación del pleno del Ayuntamiento?
- Otro aspecto que cuestionaron en el comunicado del 4 de junio fue la ampliación de capital. ¿En qué es mejorable? ¿Espera una buena movilización del levantinismo para comprar acciones?
- La hoja de ruta de Danvila en lo deportivo está pasando por mantener la confianza en Miñambres y al mismo tiempo involucrarse en las decisiones, como ya se ha visto con el fichaje de Calero. ¿Cree que acierta?
- ¿Qué futuro deportivo e institucional le augura al Levante?

Nota: para esta entrevista se preveía la presencia tanto de Pedro Lizondo como de Ramón Escolano, pero este último no pudo asistir por un inconveniente de última hora.

## **Diego Naixes**

- ¿Cuánto dinero perdió el Levante por un penalti en el último minuto?
- Para quien no conozca la labor de Diego Naixes, ¿cuáles están siendo los principales cambios en la forma de trabajar al frente del área financiera?
- ¿Cómo es trabajar con José Danvila?
- La justificación de las pérdidas se suele achacar a la pandemia, a pesar de que otros clubes han podido sufrir pero no tanto. ¿Por qué el Levante sí?


- ¿Considera que la Fundación hizo bien su papel durante las últimas tres temporadas?  
¿Es necesario que esté más pendiente a partir de ahora?
- El Levante podría cerrar un cuarto ejercicio seguido en pérdidas. ¿Sería preocupante no cerrar los ingresos necesarios por ventas antes del 30 de junio?
- ¿Se puede considerar que el club está estabilizado con el dinero inyectado por Danvila?
- ¿Cuál es la operación más compleja que se ha cerrado por el momento?
- ¿Cómo se está generando confianza a los acreedores para renegociar las deudas con Rothschild y OLB Bank?
- ¿Veremos más recortes la próxima temporada para seguir adaptando la estructura de la entidad a la segunda división?
- ¿Está encaminado el club a cumplir los hitos económicos que se le exigen a Danvila en el acuerdo final con la Fundación?
- ¿Va a ser posible confeccionar un equipo competitivo partiendo de un límite salarial tan excedido?
- La propuesta inicial de Danvila no incluía la ampliación de capital. ¿Por qué se ha optado por esta vía y hasta qué punto necesita el club la movilización de sus accionistas para comprar acciones?
- La temporada 2024/25 es la primera que será planificada desde el principio por Danvila y por su equipo. ¿Qué cambios sustanciales vamos a ver en los planteamientos económicos con respecto a la gestión de Quico Catalán?

## **Confirmaciones de entrevistas**

Las entrevistas se solicitaron mediante WhatsApp en los casos de Carlos Ayats y Ramón Escolano, contactos con los que ya se contaba en la agenda, ambos con respuestas afirmativas. El primero ofreció una entrevista en su domicilio y con el segundo se acordó un encuentro tanto con él como con Pedro Lizondo en la sede de la Delegación de Peñas, ubicada en el Estadio Ciutat de València. En la misma mañana, Escolano confirmó que no podría asistir por un imprevisto de última hora. También tuvo lugar en esta aplicación una conversación con la futura consejera María Villanueva, que confirmó que prefería no hacer declaraciones por prudencia.

Se contactó por correo electrónico con el grupo empresarial de Miguel Ángel Valiente y el FROG con la intención de entrevistar al empresario y a Alberto Villanueva. En ninguno de los casos se recibió respuesta. Sí la hubo por parte de Puri Naya, directora de comunicación del club. Desde la consciencia de que la probabilidad de recibirla era mínima se le había solicitado

una entrevista a Danvila o a alguno de los consejeros. Efectivamente no la concedió pero ofreció como alternativa a otro perfil como el de Diego Naixes.

 **Purificación Naya**  
para mí ▾ vie, 7 jun, 15:15 (hace 13 días) ☆ 😊 ↩ ⋮

Hola Pablo,  
pues es que eres el cuarto que nos lo pide. Las 3 anteriores se han hecho con el director financiero o con otra persona del club que nos habéis ido pidiendo porque efectivamente el presidente o el consejero delegado no pueden atender a estudiantes, si no ya la agenda sería de locura.

Dime si en vez de un consejero podría ser con otras personas del club e intento que tengas la información o que te puedan atender. Lo siento, estas personas son gente ocupadísima y no pueden atender a todas las personas que les gustaría.

Gracias.

Anexo 01. Respuesta de Puri Naya, directora de comunicación del Levante UD.

## Curriculum Vitae

# Pablo Martínez-Vilanova López

## Periodista

Valencia, 20/11/1997

626 51 99 74

pablomartinezvilanova@gmail.com

Torrent (Valencia)



## APTITUDES

Periodista con experiencia en la redacción de noticias y crónicas deportivas y contenidos virales para SEO, así como en la comunicación institucional de entidades deportivas. Seguidor de todos los deportes y de los Juegos Olímpicos. Hábil en el manejo de las redes sociales.

## EXPERIENCIA PROFESIONAL

### **Superdeporte, Valencia** - *Redactor web*

DICIEMBRE DE 2021-ENERO DE 2024

- Redacción de piezas relacionadas con el Valencia CF, el Levante UD y todo el deporte valenciano
- Elaboración de contenidos virales para SEO
- Gestión de redes sociales
- Colaboración en televisión en Levante TV

### **Levante Unión Deportiva, Valencia** - *Departamento de comunicación*

DICIEMBRE DE 2019-MARZO DE 2020

- Redacción de crónicas de las diferentes secciones del club

- Gestión de redes sociales
- Ruedas de prensa del entrenador y entrevistas postpartido
- Elaboración de hojas de alineaciones y reparto de petos y acreditaciones de prensa

## FORMACIÓN

### Universitat Jaume I, Castellón de la Plana - *Grado en Periodismo*

SEPTIEMBRE DE 2016-SEPTIEMBRE DE 2020

- Nota media: 8
- Calificaciones destacadas:
  - Documentación Informativa: 9,1 (Matrícula de Honor)
  - Periodismo Deportivo: 9,3 (Sobresaliente)
  - Periodismo Especializado: 9,2 (Sobresaliente)
  - Lengua Castellana para Comunicadores: 9,2 (Sobresaliente)

### Universitat Jaume I, Castellón de la Plana - *Grado en Comunicación*

*Audiovisual*

SEPTIEMBRE DE 2020-DICIEMBRE DE 2021 | FEBRERO DE 2024-JUNIO DE 2024

- Estudios en curso, a falta únicamente de la defensa del TFG
- Presentador de **Villarreal CF Radio** en las temporadas 2020/21 y 2021/22

## EXPERIENCIA NO PROFESIONAL

- Redacción en medios de comunicación: **6cero** (2013), **La Taronja Deportiva** (2014-2018), **Tercer Equipo** (2015-2017)
- Colaboración en radio: **Burjassot Ràdio 93.8 FM** (2014-2015), **Onda Uno Valencia 96.6 FM** (2015-2016), **F Radio Valencia 98.2 FM** (2016)

## IDIOMAS

 Castellano (nativo)	 Valenciano (nivel alto - título C1)
 Inglés (nivel medio - título B2)	 Francés (nivel básico - título A2)

## **PROGRAMAS INFORMÁTICOS**

- Adobe Premiere Pro
- Adobe Audition
- Adobe InDesign
- Logic Pro X
- Audacity

## **PREMIOS LITERARIOS**

- Concurso Salvador Regües (2014, 2015)
- Concurso “El cuento que me gustaría que me contases” (2010)
- Certamen Infantil de Relatos “Tarín Castillo” (2006, 2007, 2008)