

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2018-2019



La fuerza del equipo
The power of the team

Alumno/a: José Coy López

Tutor/a: Félix Arias Robles

{RESUMEN}

En la provincia de Albacete, Castilla-La Mancha, se encuentra una ciudad llamada Almansa, en la que se encuentra el Club de Baloncesto Almansa. Un equipo que en el año 2016 se encontraba en la Primera División Nacional, correspondiente a la quinta división del baloncesto español. Tres años después consigue alcanzar LEB ORO, la segunda categoría del baloncesto nacional. Unos años en los que se consigue todo a nivel deportivo, de la mano de una directiva, entrenadores y jugadores que crean una relación especial con la ciudad. En 2017 el club anuncia como principal patrocinador a “AFANION” una asociación benéfica que lucha contra el cáncer infantil. Se convierten en el único club español que tiene como patrocinador oficial una causa benéfica. La Bombonera, estadio del equipo almanseño, pasa a ser uno de los pabellones más famosos en el panorama nacional. La cantidad de gente que acude a ver los partidos no es la normal en las categorías. El ruido y el ambiente que respira cada partido hace que los rivales no puedan estar cómodos durante todo el encuentro. Así es, como una historia deportiva traspasa fronteras, y llega a convertirse en leyenda del baloncesto nacional gracias a tres ascensos en tres años consecutivos, algo que no se había vivido hasta la fecha.

PALABRAS CLAVE

Baloncesto, Almansa, Ascenso, Pabellón, Deporte

{ABSTRACT}

In the province of Albacete, Castilla-La Mancha, there is a city called Almansa, where the Club de Baloncesto Almansa - the local basket team- is located. It is a team that in 2016 was playing in the First National Division, corresponding to the fifth division of Spanish basketball. Three years later the team managed to reach LEB ORO, the second category of national basketball. There were a few years in which everything was achieved at the sports level, by the hand of the managers, the coaches and the player who created a special relationship with the city. In 2017 the club announces as a main sponsor to AFANION - a charity that fights against childhood cancer. They became the only Spanish club that has as an official sponsor with a charitable cause. La Bombonera, the stadium of the team from, becomes one of the most famous pavilions on the national scene. The amount of people who used to go to watch the games was out of the ordinary, the noise and the atmosphere that could be felt at each game made the rivals not comfortable throughout the match. This is how a sports story crosses borders and becomes a national

basketball legend thanks to three promotions in three consecutive years, something that had not been lived to the date.

KEYWORDS

Basketball, Almansa, Promotion, Pavilion, Sport



ÍNDICE

1. **Introducción y justificación del reportaje.....pág 5-6**
2. **Metodología del trabajo.....pág 6-8**
3. **Título del reportaje publicado.....pág 9**
4. **Interpretación derivada del reportaje.....pág 9**
5. **Material e infraestructura utilizada.....pág 10**
6. **Publicación y redes sociales.....pág 11-12**
7. **Anexo I: Anteproyecto TFG.....pág 13-16**

1. Introducción y justificación del reportaje

El CB Almansa es un club humilde que empieza su andadura en el baloncesto en 2005 jugando en Liga Provincial, la sexta categoría española. Se sitúa en la ciudad de Almansa, situada en Albacete, provincia de Castilla-La Mancha.

Durante sus primeros años pasa sin pena ni gloria por la categoría, y se encuadra como un equipo humilde sin muchas aspiraciones deportivas. En 2010 consiguen el ascenso a la categoría de Primera Nacional, donde van a estar varios años luchando por el ascenso. Durante esta época el equipo empieza a gozar de cierta reputación dentro de la provincia y compite con los mejores equipos de Albacete por subir a Liga EBA uno los saltos más significativos en el baloncesto nacional.

Tras siete años iba a conseguir el ascenso que tanto se anhelaba a Liga EBA contra el PCE Instruments Tobarra, un equipo rival que luchaba codo a codo con ellos durante toda la temporada.

En la siguiente temporada jugadores de más nivel se incorporaron a la plantilla, José Santonja uno de nuestros protagonistas entre ellos, para dotarla de un mayor nivel. La temporada empezaba de manera convulsa pero conforme se asentaron las bases del entrenador el equipo empezó a ganar, realizando una segunda vuelta casi perfecta. Este iba a ser el segundo ascenso consecutivo, en esta ocasión el equipo subía a LEB plata, la tercera categoría del baloncesto nacional.

La categoría en la que se emplazaba el equipo ya era todo un sueño tanto para aficionados como para la directiva. Empezaron a llegar jugadores de mucho más nivel, procedentes del extranjero y de ligas más potentes, el equipo siguió con la filosofía de Rubén Perelló y creó una armonía única para conseguir una temporada perfecta. El último partido para conseguir el ascenso era con el Real Murcia un equipo al que no se le había conseguido batir durante toda la temporada regular. El partido ya gozaba de épica por si solo, pero todavía se acentuaría más cuando a falta de 20 segundos el conjunto almanseño necesitaba una canasta para conseguir el tercer ascenso consecutivo.

La canasta ya forma parte de la historia del baloncesto, un escorzo del jugador londinense Rowell Graham Bell que terminó por encestar y sumar los dos puntos para que el club consiguiera el ascenso a la segunda categoría del baloncesto español, LEB ORO.

Este hito se contextualiza con muchas cosas, pero una de ellas destaca sobre las demás. Son el único club en este país que tiene como patrocinador oficial una organización benéfica como es “AFANION”, una asociación que lucha contra el cáncer infantil en la provincia de Albacete.

Otro de las curiosidades más conocidas de este club, es el pabellón donde juega todos los fines de semana, La Bombonera. Un parqué conocido ya a nivel nacional por el ruido que sostiene en cada partido, por la unanimidad sonora de su afición y por el ambiente tan especial que dota a los partidos de baloncesto.

En la temporada que viene a pesar de las exigencias económicas que la categoría solicita, el equipo sigue como AFANION como principal patrocinador. La ciudad y la provincia de Albacete está enamorada de un club que se ha ganado el cariño de todos los aficionados al deporte y al baloncesto.

2. Metodología del trabajo

El día 1 de julio empezaba mi búsqueda de un tema para afrontar mi trabajo. Ese mismo día coincidía con mi andadura por un nuevo trabajo, esta vez en televisión. Mi nueva función en el mundo del periodismo me ofrecía un amplio abanico de posibilidades para poder encontrar un tema interesante para el TFG.

La empresa en cuestión es Vision6 TV, una televisión local de Albacete, donde mi principal desempeño iba a ser ocuparme de la sección de deportes en su totalidad. Es en este momento cuando **me encuentro con esta historia**. Varios son los clubes que en las primeras jornadas de trabajo llaman para presentarse al nuevo presentador de deportes de la televisión local, mayormente equipos de prensa que se encargan de estas relaciones, pero en redes solo se habla de una hazaña baloncestística única en la provincia.

Al estar en Almansa, una ciudad a 40 minutos de la capital albaceteña, el contacto directo estaba siendo difícil. Hasta que en una convocatoria ordinaria AFANION llama a los medios para la entrega del cheque por parte del CB ALMANSA. Un 10 de julio de 2019 conozco a la directiva del club en dicho acto, sorprende su cercanía y su humildad al contar su hazaña; nunca había oído hablar a nadie de presupuestos, cifras, deporte, con tanta claridad como lo hacía su presidenta Matilde Cuenca.

Me contaba cómo había recibido los tres ascensos el club y que para este año solo contaban con 700 000 euros de presupuesto para una categoría como LEB ORO.

Cuando salí del acto, no aguante ni un solo momento en indagar más sobre su historia, cada artículo que leía hacía que mi sorpresa y mi inquietud aumentaran por momentos. Puse en conocimiento de la televisión la hazaña de este equipo, para pedir material y disposición a la hora de hacer el reportaje, no hubo ningún problema siempre y cuando la televisión pudiera hacerse en propiedad con los derechos de publicación del reportaje.

En ese momento empezó una experiencia única, no había intermediarios todo era entre el club y el periodista, nada de gabinetes de prensa ni envíos de mail con una persona a nombre del club.

Durante los días previos a la grabación, la documentación se encuentra por todas partes, las noticias, las redes, el boca a boca, pero ni rastro de un reportaje digno de la hazaña, ahí es donde vi el verdadero filón.

Provisioné una libreta para ir apuntando todos los datos que iban apareciendo, y pensando en los escenarios donde se podía grabar las entrevistas.

Ubicamos a la presidenta y a Andrea en las oficinas del club, pensando en los artículos del club que se podrían poner en la escena. La afición pensamos en ponerla en una escena del pueblo para que se identificara más con el sentimiento del pueblo en el pabellón. Por otra parte Rubén Perelló debíamos encuadrarlo en los vestuarios para dar una sensación de su sentimiento por los banquillos y por el baloncesto.

Finalmente, con el jugador José Santonja tuvimos un problema, no podía venir a grabar en los días estipulados para el rodaje. Como primera solución pensamos que viniera a plató, y allí intentaríamos dar una solución para dotarlo de un ambiente baloncestístico. Hablé con el jugador para saber qué día vendría a hacerse el rutinario chequeo médico de pretemporada a Albacete, y justo ese día citarlo en plató.

Una vez en plató José apareció junto a Rafa Huertas, un reciente fichaje de renombre del club, y el director deportivo, lo que me permitió sacar mucha más información y acercarme un poco más al club.

Los rodajes fueron bastante sencillos y rápidamente se prestaron para contar la hazaña. La entrevista más complicada fue la de Andrea, andando con pies de plomos por el delicado tema de una enfermedad reciente. Fue ella la que se lanzó, quizás por verme a

mi algo más nervioso que en las otras entrevistas, a hablarme sin tapujos sobre como superó el cáncer y como el baloncesto le había ayudado en cada día que pasa en el hospital.

Como última problemática en el rodaje, la entrevista con la afición fue al aire libre, y para desgracia el viento soplaba bastante fuerte ese día. A los problemas meteorológicos se le sumaba algo tan inocente como la presencia de un niño, que, por nervios, o por simplemente ser un niño de 5 años, no supo manejar la situación de estar delante de la cámara y puso las cosas un poco complicadas.

Los rodajes fueron todos a dos cámaras, lo que dotaba al reportaje de una mayor riqueza a la hora de tomar planos y aportaba fluidez a la entrevista, además micros de corbata para evitar la mala calidad de un sonido ambiente o de la propia cámara.

Los escenarios eran premeditados y hechos en el acto, se intentó poner símbolos del club para que en todo momento se contextualizara y adornara la escena. Se optó por algo elegante y minimalista para no sobrecargar el plano.

- Estructura del reportaje:

El formato implicaba la elaboración de un guion y un esquema muy determinado para que el espectador pudiera seguir la historia sin perderse y sin despegarse de la pantalla. Al ser un reportaje donde la historia ocupaba mucho espacio temporal, se optó por simplificar los espacios temporales por temporadas.

La primera parte correspondería a la primera temporada, después cuando el equipo adjudicó a AFANION como su único patrocinador una historia emotiva para aligerar un poco la carga monotemática del reportaje, a continuación, el segundo y el tercer ascenso.

Los reportajes audiovisuales se caracterizan por un final que quede en alto, por dejar la historia cerrada y con buen sabor de boca. Se optó por un final emotivo acompañado por música donde estuviera presente la pregunta de si sería posible un cuarto ascenso consecutivo.

Apuntar que la voz de off está elegida a propósito, un tono que no fuera muy agresivo o demasiado modulado para no dar demasiado ritmo al reportaje. Un tono que fuera cercano y que sonase entrañable para los que vivieron esos momentos con el equipo.

3. Título del reportaje publicado

El título del reportaje viene dado por el lema del club, “La fuerza del equipo”, aunque se barajaron otros títulos nada resumía mejor todo lo que rodeada a la entidad y a los jugadores.

El enlace para poder ver el reportaje junto a las entrevistas es el siguiente:

<https://link.medium.com/A8FL36LxJZ>

El reportaje también se podrá ver por televisión en los días de la feria de Albacete, dónde se emitirá en un programa en directo.

4. Interpretación derivada del reportaje

Una primera experiencia, que ha servido para madurar mucho en lo periodístico. Siempre te enfrentas a reportajes, proyectos, pero nunca había tenido la sensación de abarcar nada de tanta dimensión. He aprendido del baloncesto que es un deporte humilde casi por naturaleza, y no por presupuestos, sino por la cercanía y el ambiente que crea la gente que ama este deporte.

Aprender cómo son las relaciones con clubes que saben que estás trabajando para darles un contenido especial y único. Como han apoyado desde el primer momento el proyecto y la idea. Una experiencia que también ha sumado mucho es entrevistar a deportista de alto nivel, la estructura de las entrevistas y hacerlos sentir cómodos en todo momento para que las declaraciones fueran lo más naturales y fluidas posibles.

Como punto destacable, lo difícil que es compaginar un trabajo de 8 horas con un proyecto como este, saber dar lo máximo, aunque ha sido con mucha ilusión y ganas lo que ha facilitado el trabajo.

Como repercusiones más importantes, la buena relación que ha creado entre el club y el periodista, invitándome al palco en todos los partidos de pretemporada e invitado a comer en la comida de directiva de principio de campaña. Además, el club se ha interesado por contratar servicios de la televisión, entre ellos, la retransmisión de varios partidos importantes de la temporada.

A título personal, el orgullo del trabajo bien hecho y las muestras de agradecimiento no solo del club sino también de todos los aficionados que tienen un documento para recordar la hazaña y lo sentimientos que les despertó el club.

5. Material e infraestructura utilizada

- **Presentación del reportaje:**

- Plataforma VIMEO
- Facebook
- Twitter

- **Audio:**

- Micrófono corbata AKG C 417 PP x3

- **Fotografía y Video:**

- Cámara JVC GY-HM180E
- Trípode Cartoni Focus 6V

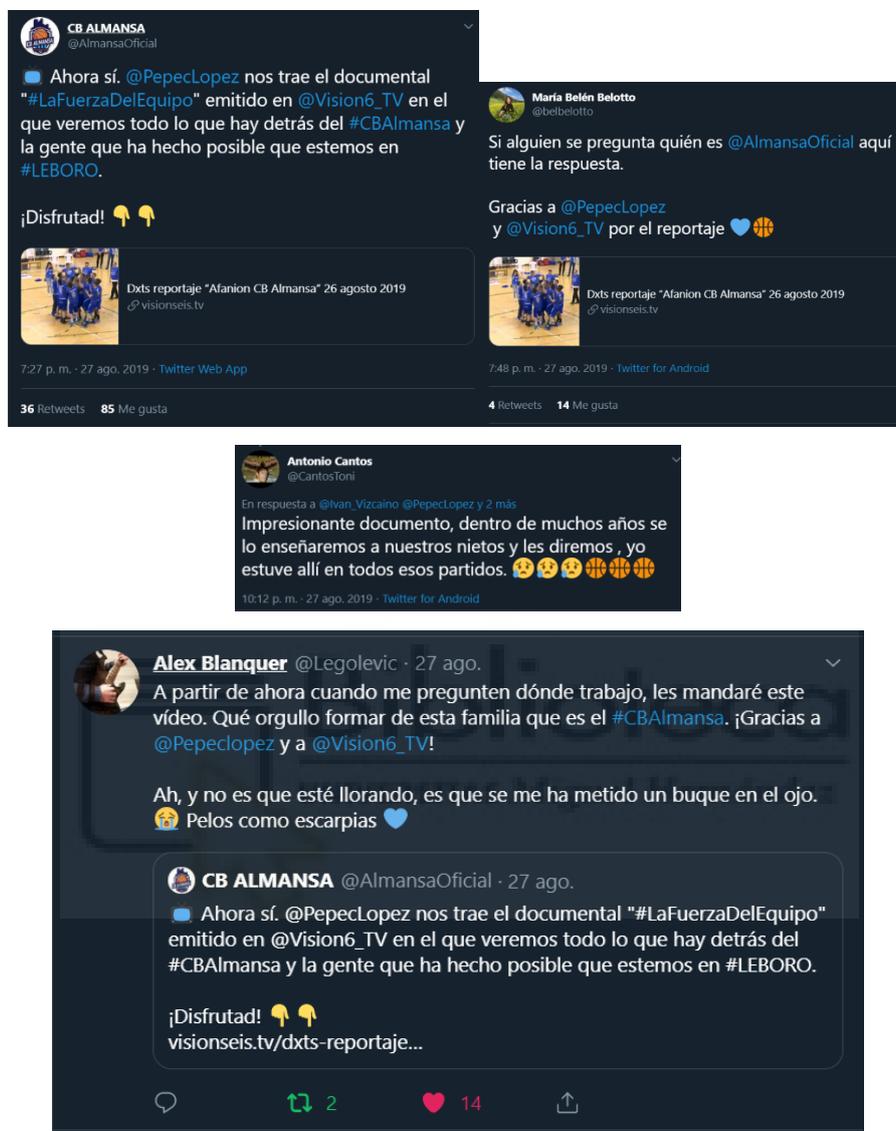
- **Softwares de edición:**

- Adobe Photoshop para la creación de logos y retoque de imágenes
- Adobe Premiere para edición de video y sonido. Incluidos todos los retoques de color y diseño de escenario

- **Escenarios para material audiovisual y entrevistas:**

- Entrevista Matilde Cuenca y Andrea: Oficinas del club (Av. José Hernández de la Asunción, 40, 02640 Almansa, Albacete)
 - Entrevista afición: Castillo del Almansa
 - Rubén Perelló y Pepa: Pabellón del club (Calle San Juan, 14, 02640 Almansa, Albacete)
 - Entrevista José Santonja: Plató Vision6 TV (Parque Empresarial Ajusa, Calle 1 nº1, Ctra. Ayora - km 2.2)

6. Publicación y redes sociales



La publicación del reportaje se fijó con fecha 27 de agosto de 2019, 4 días antes de que el club empezara la pretemporada. La fecha se eligió entre el medio que se iba a publicar, el club y el periodista. Vimos en este día el idóneo ya que iba a resucitar esa alegría vivida durante las pasadas temporadas y aumentaba las ganas del público para la nueva campaña. El medio en el que se publicó es Vision6 TV, su plataforma de subida es Vimeo, tanto la televisión como el club, como el periodista subieron tweets enlazando el vídeo, a las pocas horas ya estaba siendo viral gracias a los aficionados del club. A destacar, las menciones por parte de trabajadores del club que mostraban orgullosos el reportaje.

También resaltar algunos medios importantes que se hicieron eco del reportaje, como “Basketmancha” una cuenta con reputación, que puso en su cuenta oficial el enlace al reportaje.



En Facebook solo lo publicó el club para centralizar la difusión en una sola cuenta, la estrategia funcionó con creces, ya que ha sido la publicación de la historia del club que más repercusión ha tenido y la que ha llegado a más gente.



7. Anexo I: Anteproyecto TFG

7.1 Enfoque reportaje

El enfoque que se busca para este Trabajo de Fin de Grado es la visualización de una hazaña deportiva y humana a través de un reportaje audiovisual. El CB AFANION Almansa es un club con poca historia, pero que en su corta travesía ha conseguido inundar un pueblo con su carácter benéfico y su entrega en el campo. El enfoque siempre se tuvo en cuenta desde un punto de vista audiovisual, transmitir a través de imágenes y testimonios los hitos cumplidos por un club de ciudad pequeña.

Los propietarios del club son gente de la propia ciudad, que ha respirado cada rincón de la misma, sus jugadores son una combinación entre jugadores profesionales de altas categorías y jugadores locales que han alcanzado un sueño ascendiendo con su equipo. Su entrenador un personaje baloncestístico que ha formado parte de grandes banquillos e incluso ha disputado minutos dirigiendo a equipos ACB. Pero, más allá de personajes y hazañas, interesaba contar su historia con AFANION una asociación benéfica que ayuda a los niños con cáncer en la provincia de Albacete. Son el único club en España que mantiene en su patrocinador principal una causa benéfica, y no solo no recibe dinero de ellos, sino que cada año entrega un cheque para ayudar a la asociación, este último año la cuantía superó los 7000 euros.

Además, integrar en el proyecto a gente que ha estado al lado del club durante su andadura afición, cantera y trabajadores. Contar como fueron los míticos partidos que dieron tres ascensos consecutivos en tres años desde Primera Nacional hasta LEB ORO.

7.2 - Presentación de los objetivos del reportaje:

- El objetivo principal es dar a conocer la historia de tres ascensos consecutivos en un formato audiovisual, narrar y construir una historia a través de un reportaje de 15 minutos.
- Conseguir dar voz a los principales culpables del éxito deportivo de la ciudad, tanto dentro como fuera del terreno de juego.
- Construir una historia a base de un off, la utilización de la narración periodística como herramienta conductora del reportaje.

- Mostrar como puede afectar una causa solidaria como es la lucha contra el cáncer infantil dentro de un vestuario

7.3 - Cronograma de trabajo:

Durante las diferentes fases que pasó este reportaje, muchas de las tareas tuvieron que ser complementarias y realizarse al mismo tiempo. La documentación tuvo una fase inicial donde tuvo más implicación, pero durante todo el reportaje fue sumando a la creación del mismo. La edición fue la parte más costosa y recibí consejos de compañeros de la profesión.

Labores	15-30 JULIO	1-15 AGOSTO	16-31 AGOSTO
Documentación	X		
Grabación		X	
Edición			X
Publicación			X
Redacción		X	X

7.4 Presentación de las fuentes:



RUBÉN PERELLÓ

Entrenador del CB Almansa desde 2016, cogió al equipo en Primera División Nacional y lo ha conseguido subir hasta LEB ORO. Él es parte de todo lo que le ha ocurrido al equipo en los últimos años. En la cercanía es un hombre sencillo y que vive el baloncesto de una manera extraordinaria, con intensidad y pasión. En el trato cercano un hombre humilde y que habla de cualquier tema sin tapujos.



MATILDE CUENCA

Mati es natural de Almansa, se ha criado en una ciudad en la que en la medida de lo posible le ha devuelto lo que ha hecho por ella. Se hizo cargo de la directiva cuando el club navegaba a la deriva y nadie quería hacerse cargo. Encaminó al club y siempre se ha mostrado muy cercana tanto a la afición como a los medios, abanderando al club con humildad y naturalidad.



PEPA

Jugadora de las categorías inferiores del CB Almansa y ha asistido a todos los partidos del equipo durante las fases de ascenso. Actualmente está estudiando en Alicante y compagina los estudios con su amor al baloncesto y al equipo de su ciudad natal. Además, es familiar de un jugador que jugó la final para el ascenso a LEB ORO.



ANDREA

Andrea es una niña almanseña que ha estado ligada a las categorías inferiores del club desde pequeña. Un cáncer le apartó de las pistas, pero el baloncesto y su lucha constante

le hicieron ganar la batalla. Durante su enfermedad el club dedicaba sus victorias a Andrea y utilizó su caso como una fuente de inspiración, entrega y motivación.



JOSÉ SANTONJA

Jugador de baloncesto nacido en Alicante. Durante muchos años jugó en equipos de la provincia alicantina, cuando recibe la llamada del Almansa rechaza parte de su salario y acepta jugar en una categoría inferior solo para estar a las órdenes de Rubén Perelló. Clave fundamental en dos ascensos de los tres conseguidos.



AFICIÓN

Dados los éxitos del club, un grupo de aficionados decide crear una peña que apoye al equipo cada fin de semana en el pabellón. Además, los jugadores del club y la afición tienen una relación muy estrecha, tanto como para darles comida o enseñarles la ciudad en los días libres que tiene el equipo.