

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

El Periscopio

Andrew Billings, experto en periodismo deportivo: "En el periodismo actual, más que ser el primero o el mejor, la clave del éxito está en diferenciarse"



Firma invitada:



Entradas recientes

De la hoja de cálculo a la línea de código... con la IA en el horizonte. Así expresen la tecnología los periodistas de datos en España

José Luis Rojas

Periodista y profesor de la Universidad de Sevilla.

La importancia creciente del deporte como industria que mueve coberturas multimillonarias y la consolidación de este campo informativo como laboratorio de experimentación y creatividad narrativa ha hecho que la consideración del periodismo deportivo como "un departamento de juguete" de los medios, que ya hace dieciséis años cuestionó David Rowe (Western Sydney University) en [el posiblemente artículo académico sobre comunicación y deporte más citado de la historia](#), haya quedado más que superada por los acontecimientos.

El periodismo y la comunicación deportiva han ido ganando presencia y prestigio como área de conocimiento especializado en los planes de estudio de titulaciones universitarias de todo el mundo ([en España se imparten una quincena de másteres en la especialidad](#), mientras que en Reino Unido 26 universidades ofertan medio centenar de títulos de grado relacionados con deporte y comunicación), y como ámbito de investigación pujante. De todo ello se han hecho eco revistas y congresos científicos en las dos últimas décadas.

Aunque todavía está muy lejos en cuanto a volumen de publicaciones (y de citas) de otras áreas como la comunicación política o las nuevas tecnologías, [los investigadores del periodismo deportivo han hecho aportaciones valiosas](#) para ahondar en un ámbito de alto impacto social y contribuir al desarrollo de las prácticas profesionales.

ENRIQUE RIBERA Y FÉLIX ARIAS —

04/01/25

El medio hiperlocal Pamplonews gana el V Premio Vicente Verdú de Periodismo e Innovación

MIGUEL CARVAJAL — 03/28/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (3)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines (1)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25



Andrew Billings en la inauguración del congreso IACS 2023 en Barcelona.

La International Association of Communication and Sport (IACS) es la principal asociación de académicos sobre comunicación y deporte en el mundo. Nacida como un grupo de trabajo en 2002 en la Arizona State University, desde 2006 celebra un congreso que ha ido creciendo en repercusión. En su aspiración de hacerse cada vez más internacional

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

¿Conoces el *Local Data Lab*?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

(todavía son mayoría los profesores-investigadores de universidades de EE.UU.), [la IACS celebró por primera vez su congreso anual fuera de EE.UU. en Barcelona](#). El evento, coorganizado por el Instituto de Investigación del Deporte de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y la Universidad de Alabama, se celebró el 10 y 11 de marzo con la participación de 140 académicos de 17 países.

Durante el congreso entrevistamos a Andrew C. Billings, profesor de la Universidad de Alabama y coeditor jefe de la revista científica [Communication & Sport](#), quien despunta como [probablemente el investigador más prolífico sobre comunicación y deporte a nivel internacional](#). Con él dialogamos sobre la importancia de la investigación y los principales retos que afrontan los profesionales en el periodismo deportivo.

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH



Andy Billings en un congreso reciente. Fuente: Twitter.

- ¿Por qué investigar sobre periodismo deportivo es relevante?

- Es verdad que muchas personas siguen viendo el deporte como algo poco serio y tratan de negar su importancia, pero a mí siempre me ha atraído. Si no te tomas en serio el deporte, lo que sucede es que bajas la guardia y comienzas a recibir mensajes de naturaleza persuasiva en los que te dejas llevar y no piensas críticamente. Y creo que hay un peligro

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

potencial en eso a menos que empecemos a estudiarlo como un fenómeno complejo y de gran alcance social. Es importante hablar de deporte porque precisamente hay mucha gente que dice que no importa.

- Eso ocurre incluso dentro de la profesión, que durante mucho tiempo vio a la especialización como una disciplina menor...

- Sí y esa visión de hecho permea a veces en la opinión pública, en su consideración de lo que es el periodismo deportivo. Lo que digan esos colegas claro que puede influir en lo que piensa la gente, pero sea cual fuere la etiqueta que reciba todo aquello que tenga que ver con el deporte, sabemos que la realidad no se corresponde con esa minusvaloración. Muchas de las historias que publican los medios y las secciones de deportes suelen tener diferentes ramificaciones temáticas, puede ser deporte y política, deporte y economía o deporte y aspectos sociales. Por eso es sumamente interesante. Se trata de algo híbrido y único, que es uno de los principales motivos por los que nos ocupamos de estudiarlo.

- A ese respecto se podrían mencionar muchos casos recientes.

- Sí, por ejemplo, en mi país estuvimos muy enfocados en la cobertura de la jugadora de baloncesto Brittney Griner, cuando esta fue detenida durante casi un año en Rusia por habersele incautado una pequeña cantidad de marihuana. Si un periodista deportivo cuenta esta historia, puede que la gente la vea de manera diferente a si la narra un periodista

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

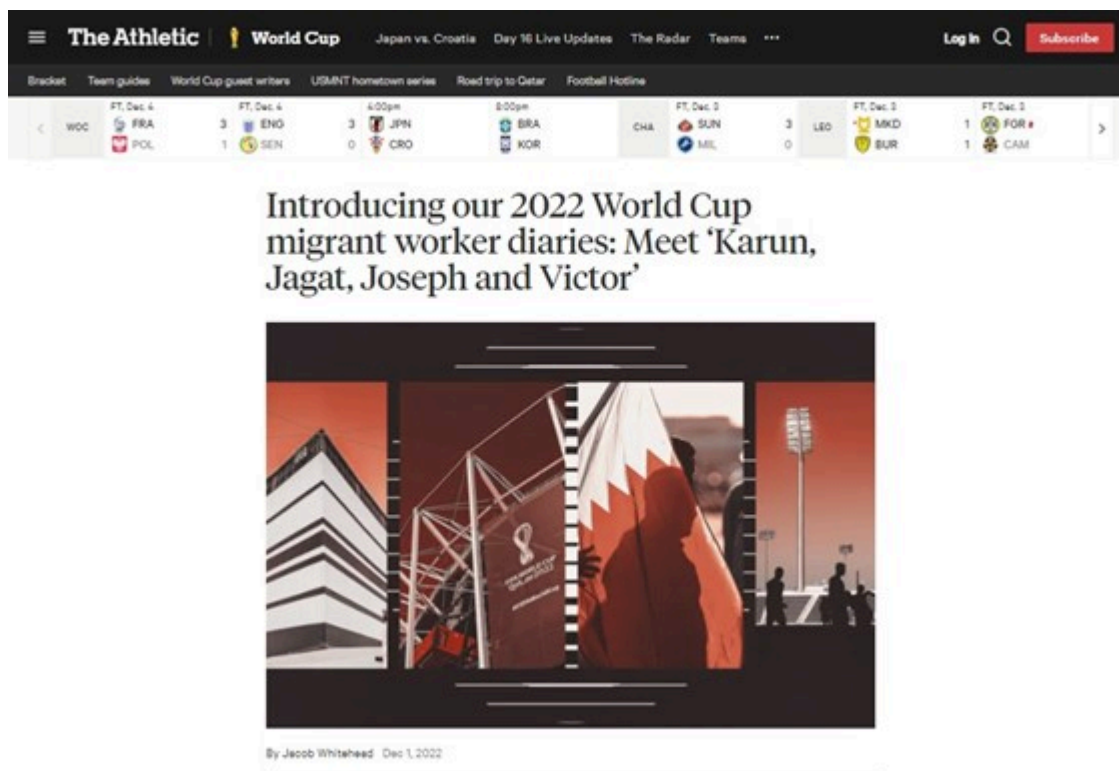
¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

especializado en política; la puede entender más en términos de política geopolítica, de nuestra relación con Rusia o en términos de la guerra de Rusia con Ucrania. Pero contrariamente a lo que muchos puedan pensar, el deporte es algo mucho más grande que las competiciones y el periodista deportivo puede hablar sobre la cultura deportiva, ser experto en ese campo y, además, triangular algunos de esos temas 'más grandes' para escribir grandes historias. Todavía existe la noción de que el deporte no es un descriptor que defina tu periodismo, pero sí lo es. Como decía el gran periodista deportivo estadounidense Frank Deford, 'sportswriter' no es una palabra ni dos, ni modifica el significado de lo que en realidad haces, porque eres ante todo periodista y has de seguir las mismas prácticas profesionales que los demás, por mucho que la opinión pública perciba que son más laxas.

Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.



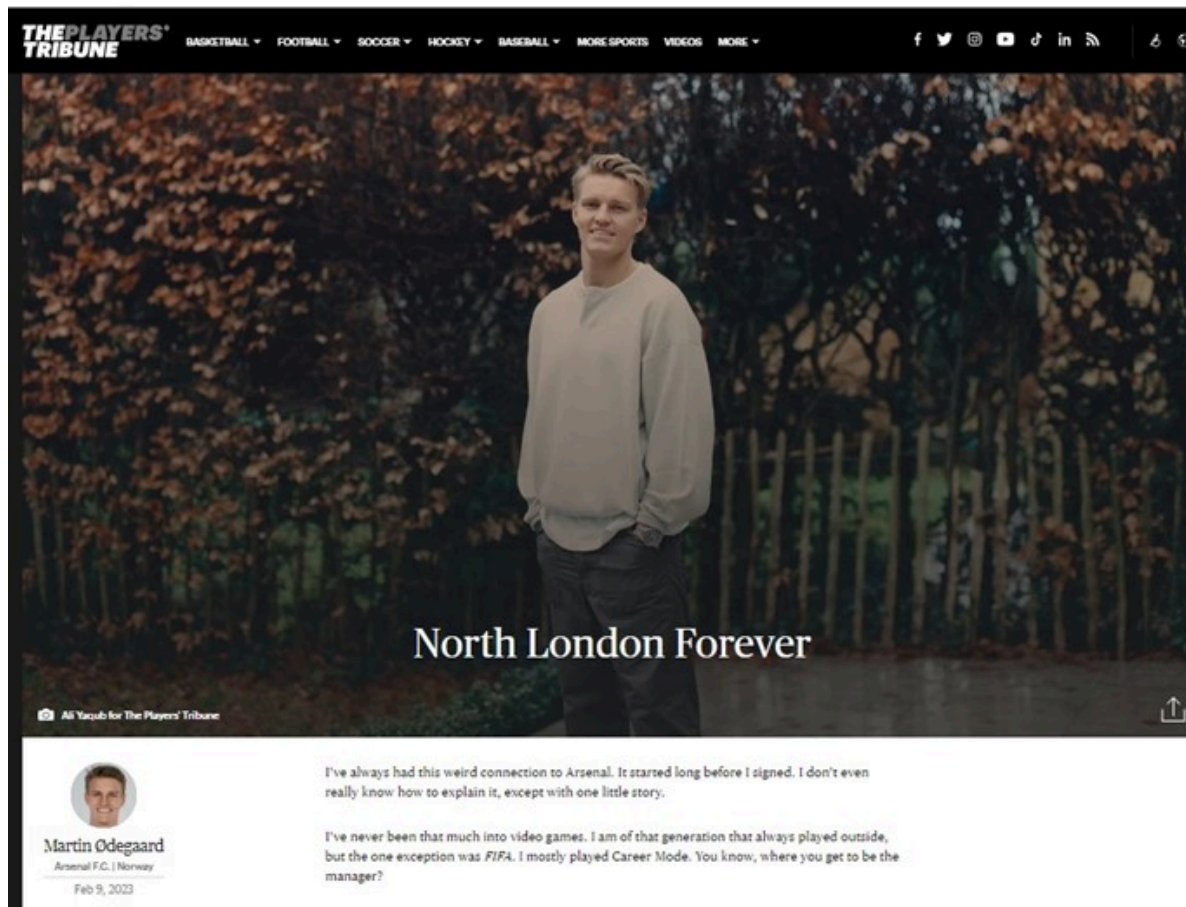
- Da la sensación de que esa teoría del 'stick to sports', asumida en el periodismo deportivo de Estados Unidos durante décadas, ha envejecido mal. No hay más que ver coberturas del Mundial de fútbol en Qatar, **como la de *The Athletic***, sobre los derechos humanos de los inmigrantes que construyeron los estadios de forma paralela a lo que sucedía en los partidos.

- Resulta extraño que muchas personas creen que el hecho de que el periodismo deportivo se mueva más allá del deporte es algo nuevo. Pero el 'stick to sports' ya dejó de hacerse hace tiempo. Pensemos no solo en las ramificaciones del Mundial de Qatar o del Golf Tour de Arabia Saudí que trascienden lo deportivo, sino en lo que ocurrió en los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936 o durante la Guerra Fría. Siempre hemos establecido esas conexiones desde el deporte con la política o con temas como la raza. Que se vea esto ahora como algo nuevo quizá tenga que ver en parte con las redes sociales y con la polarización que ahí se produce, donde se tiende a etiquetar a las personas con una ideología u otra y donde cualquiera, además, tiene el potencial de ser un productor mediático al tener una cuenta, una web o un canal de YouTube. Todo eso hace que muchas cosas sean más evidentes ahora que hace algunos años y parezca que hablamos de una novedad cuando realmente no es así.

- En el ecosistema comunicativo todo cambia tan deprisa que a veces es complicado interpretar lo que sucede. Por ejemplo, ahí están los medios propios de los clubes de fútbol, que integran a periodistas, pero donde se no hace periodismo sino más bien comunicación institucional. Los roles profesionales están cambiando y algunos académicos como Simon McEnnis hablan de un momento de disrupción total en el periodismo deportivo.

- Efectivamente. Siempre supusimos que necesitábamos al periodismo como el conducto o el intermediario para conectar lo que está sucediendo en el mundo del deporte con las masas. Y ahora nos

encontramos al mundo del deporte diciendo que no necesitamos al intermediario, tenemos suficiente dinero y poder para contratar a ese intermediario y dar forma a la historia como deseemos. La pandemia aceleró este cambio, de forma que empezaron a preguntarse ¿por qué he de permitir al periodista entrar en el vestuario o en una conferencia de prensa? Podemos simplemente publicar nuestras declaraciones o podemos hacerlo virtualmente y controlar más la narrativa. Y es lo que está pasando.



- ¿Esto entraña riesgos? Porque lo que parece claro es que confunde a muchos...

- Hay un riesgo evidente cuando surgen quienes se retratan como auténticos periodistas deportivos cuando en realidad no lo son. Una web popular en Estados Unidos es *The Players' Tribune*, donde todos los artículos están escritos en primera persona por el deportista. Ellos

proclaman que son "la verdadera voz del jugador", pero yo discrepo; la verdadera voz del jugador es la que responde a las preguntas de los periodistas después del partido o en el día a día. *The Players' Tribune* es, en todo caso, la voz pulida del jugador, a menudo escrita por otra persona, profesional de relaciones públicas, constantemente moldeada para proyectar la mejor imagen de esos deportistas. Es solo una idea maquillada de la realidad en la que no se muestran como son, sino como quieren que la gente los vea. Algo que no tiene nada que ver con el periodismo.

- Vemos cómo los medios deportivos tradicionales tratan de resistir frente a las redes sociales, medios propios de clubes o creadores de contenido que proliferan. Hay mucho en juego y pueden llegar a sentir que van perdiendo el partido, ¿no cree?

- Siempre hemos escuchado que la forma de tener éxito en el periodismo es que necesitas o bien ser el primero, ser el mejor o ser diferente. Sabemos que solo uno puede ser el primero, y eso no es tan importante como solía ser, porque la primera persona puede dar una primicia apenas diez segundos antes que la segunda persona. Puedes ser rápido, pero, una vez más, eso es para un grupo muy pequeño de escogidos. También solo uno puede ser el mejor en lo que se hace dentro de un área determinada. Sin embargo, cualquiera puede ser diferente. Y es en este tercer reino donde está la competencia. La clave está en cómo se puede ser diferente.

Gran parte del periodismo se basa no necesariamente en las historias que creen que deben contarse, sino en aquellas que creen que generarán tráfico a sus sitios web, a sus publicaciones en redes sociales, que en última instancia puedan reportar beneficios y por ello considerarse un éxito. También resulta aterradora la perspectiva de algunos periodistas que llegan a deportes y ven esto como un trampolín hacia otra cosa, como un campo de entrenamiento provisional, con el fin de obtener más seguidores en redes sociales y con ello aspirar a tener un trabajo mejor pagado dentro de los medios, pero sin visión de hacer una carrera profesional aquí.

- ¿Cree que quienes hacemos investigación sobre periodismo deportivo podemos ayudar a los medios a encontrar soluciones? A un lado y a otro se trabaja por la defensa de la profesión...

- Sí, hay una utilidad en encontrar puntos en común para ver qué está sucediendo en todo tipo de entornos nacionales diferentes y hay valor cuando, a través de lo que hacemos, se determinan esas diferencias. ¿Por qué sucede esto aquí y no allí? Y más que eso, a veces estamos en el lugar de poder decir que algo nuevo que está sucediendo y proporcionarles esa señal de advertencia e incluso recomendación para que hagan algo antes de que sea demasiado tarde.

- ¿Cómo se puede preparar mejor a los estudiantes de periodismo para, una vez que lleguen a los medios, puedan tener ya esa visión de seguir mirando a la universidad en un futuro para hacer mejor su

trabajo?

- Muchas personas desean hacer una carrera en periodismo, pero también parte de ese nivel de altruismo que infundimos desde la Universidad, en lo que supone hacer buen periodismo como servicio público, se pierde por el camino cuando llegan a algunos medios y se encuentran con una visión del propietario multimillonario que ha llegado ahí solo con la intención de lograr beneficios, de mirar por el negocio. Antes los medios eran un servicio público, pero ya esa concepción no está tan extendida. Debemos aprovechar el atractivo que tiene estudiar periodismo deportivo para nuestros estudiantes y hallar una manera de construir ese altruismo para seguir formando profesionales que valoren la importancia del esfuerzo o la flexibilidad, proporcionándoles un sentido del propósito y una motivación, incluso si no van a ganar tanto dinero como en otro tipo de trabajos. Ahí es donde el periodismo puede prosperar y donde la industria puede encontrar una vía para seguir creciendo.

- ¿Cuáles son a su juicio los mayores desafíos que afronta el periodismo deportivo en la actualidad?

- Uno que realmente importa es el que tiene que ver con el carácter efímero o, lo que yo llamo, la naturaleza líquida de los deportes. Lo que parece un gran evento hoy es algo de lo apenas se va a hablar dentro de una semana. Y un gran escándalo que estalla hoy podría ser reemplazado por otros sucesos similares a finales de mes, hasta el punto de que ni

siquiera puedes recordar el nombre de la persona que causó tanta indignación. Todo esto se convierte en un desafío para el informador porque apenas dispone de tiempo para reflejarlo en su cobertura diaria y hace que en la actualidad muchos periodistas, sobre todo los de medios digitales, quieran centrarse en lo que sigue porque eso va a hacerse viral y generar más clics. Frente a esta inmediatez de la cobertura, hay publicaciones semanales o mensuales que dedican el tiempo suficiente a triangular los temas y cubrirlos mejor.

Otro desafío tiene que ver con la dificultad para cruzar los límites geográficos en muchas informaciones. Aunque deseamos que muchos deportes sean verdaderamente globales y cubrimos los grandes eventos como un Mundial de fútbol o los Juegos Olímpicos, hay muchas diferencias en la cobertura de esos acontecimientos. No seguimos ni a los mismos personajes ni las mismas historias. Y lo que es portada en una parte del mundo no será siquiera noticia en otros países. Por todo ello, cuando estás tanto tiempo pendiente de la última hora, apenas te da para pararte y preguntarte por qué ocurren las cosas y cuál es su verdadero significado. Y ahí se escapan muchas oportunidades.

**José Luis Rojas**Periodista y profesor de la Universidad de Sevilla

