

Benqueridos xadrecistas: comezamos aquí a publicación dunha serie de artigos relacionados co mundo do Xadrez. En principio, como van aparecer na sección de monitores e adestradoras, ligados ao ensino do Xadrez, pero con iste primeiro quero facer unha excepción que pode repetirse cantas veces sexa necesario no futuro pois o tema semella para min moi interesante.

É un artigo de Tino Varela, que comezou a andaina co equipo directivo da actual fegaxa como responsable de relacións cos medios de comunicación, e logo por motivos persoais tivo que deixalo.

En semanas sucesivas aparecerán outros de Roberto Vidal, Carlos Abella, Cristina Filgueira, Juan Regueira, Saturnino Dafonte...

Os puntos suspensivos van adicados a vos mulleres e homes do Xadrez Galego a quen animo a que envidades ao meu correo electrónico ( [josellarrosa@wanadoo.es](mailto:josellarrosa@wanadoo.es)) todos os traballos que consideredes de interés e que querades dar a coñecer á comunidade Xadrecista. En concreto quero animar aos moitos que nos últimos anos participaron nos cursos de monitor que se desenvolveron por toda Galicia que presentaron traballos de moito mérito.

Os traballos aparecerán en castelán e galego, sendo quen isto asina o responsable das traducións.

Unha aperta e moito Xadrez para todas e todos, José Larrosa

## Repercusión do Xadrez nas Empresas de Comunicación.

Un artigo de: Agustín Varela Gil ( Traducción ao galego José Larrosa Vila)

Os xornais, a radio ou a TV son empresas que só apostan polos temas que lles producen beneficios económicos e a palabra Medios parece máis suave e até semella que teñen a obriga de explicar as noticias ou artigos que lle interesan a sociedade e que deben facelo dun xeito neutral. Pero xa estamos afeitos a constatar de que non é así. Deixamos atrás os libros e as revistas especializados que poden editar algúns “tolos polo xadrez” por non estaren directamente relacionados coa prensa. Ademais estes teñen o inconveniente que para cubrir gastos sen dar perdas e debido a súa cativa tirada, teñen un prezo moi alto se non contan cunha subvención.

É importante que partamos cunha idea moi clara de que imos parecer *Quixotes* loitando contra muíños de vento. Este pensamento é bo para non decaer cando o esforzo que fixemos na elaboración dun traballo non teña a repercusión agardada nos xornais ou na radio. Mais ó contrario, debe servirnos como motivación para darlle “outra volta” e tratar de mellorar a redacción, aprender as normas polas que se rixe a empresa que rexeitou o noso traballo \_ben pola extensión ou polo xeito de enfocalo\_, ou mesmo se é cuestión de épocas. Estes apartados verémolos máis polo miúdo unhas liñas máis abaixo.

O enfoque que lle quero dar a esta liñas é o dun xornalista que traballou en radio, prensa e TV e van dirixidas a unhas persoas que teñen que roubarlle tempo o seu traballo, o seu lecer ou sacalo de donde sexa para que o seu club, ou a súa actividade preferida teñan un mínimo de repercusión na prensa ou na radio.

É ¿fácil? que se unha redacción de deportes ten **puntualmente** información de calquera actividade, lle dea preferencia entre os deportes a tratar habitualmente. Isto pon ben ás claras cal debe ser a premisa máis importante que temos que cumprir e que ten que dominar a tódalas demais: Nunca podemos esquecer, e moito menos “pasar”, do compromiso adquirido en canto ós horarios ou ás datas, tanto de estar ó teléfono si é para a radio como ás de enviar as crónicas, resultados, etc...se é para os xornais, dentro dos prazos pactados. Os responsables da sección de deportes non poden estar ó noso dispor. O noso compromiso con eles é ao revés. Estannos facendo un favor eles a nós. Non é o xadrez, ou o noso clube, os que lle enchamos páxinas ou minutos dos seus xornais ou da súa programación. Eles levan moitos anos sen necesitar do xadrez para cumprir co seu traballo, mentres que o xadrez, para saír das catacumbas nas que está, precisa dunha mínima repercusión na prensa. Debemos traballar arreo para merecela. É moi importante que nas redaccións de deportes das emisoras ou dos xornais cos que se quere colaborar teñan na súa axenda un número de teléfono dalgún responsable do club para poder chamalo en calquera momento. É un xeito de estarmos seguros de que recibiron as crónicas. Nos casos que queiran facer máis ampla unha información de xadrez, unha enquisa sobre deportes ou doutros temas, unha reportaxe dalgún xogador ou dun clube ou mesmo que necesiten encher eses minutos porque lle fallou alguén nun programa ou no envío de crónicas. É bo que conten co xadrez.

E xa para entrar de cheo no “miolo” destes apuntes ou “consellos”, imos facer unha primeira división. Podemos buscar a repercusión do traballo, das notas do día, dos relatorios de torneos, de actividades dos clubs, etc.. na prensa ou na radio. De momento esquezámonos da TV. Aínda con esta exclusión temos que seguir matizando, e preguntarnos a que ámbito xeográfico nos diriximos:

- a) Estrictamente local.
- b) Provincial.
- c) Autonómico.
- d) Estatal.

Considero que podemos desprezarse o apartado d) porque só sería para falar de libros, revistas especializadas ou torneos de moito calibre –como o Campionato do Mundo, Torneo de Linares e poucos mais- e estes acontecementos xa deben ter as súas propias vías para alcanzar unha ampla repercusión. Estas “facilidades” que tamén se poden buscar para acontecementos mais cativos precisan dunha xestión moi ben levada e dirixida. Non debemos esquecer que se está a tratar con empresas de comunicación e polo tanto buscan recompensa económica ou “moral” por falar do xadrez. Isto é posible se contamos cos favores ou apoios dalgunha empresa que invirta en publicidade neses espazos que queremos encher. Outro camiño é o de involucra-las propias empresas de comunicación facéndoas partícipes da organización e garantíndolle unha repercusión positiva en vendas ou en lectores.

Como exemplo do anterior pódese falar de que unha empresa que gasta moitos cartos durante o ano (Coca-Cola, Citröen, Pepito Construcciones, etc...) en publicidade mostre o seu interese ante as empresas de comunicación en que se fale dos acontecementos do xadrez. A outra opción é propoñer á empresa de comunicación que consideremos máis interesante como a *oficial* do torneo ou do campionato. Isto non quere dicir que as demais non reciban toda a información.

As emisoras locais son as máis receptivas a tódolos comunicados dos clubs do propio concello ou localidade e sempre teñen uns minutos para os deportes minoritarios –todos,

agás o fútbol-, ou ofrecen tertulias nas que é fácil conseguir entrar. É un xeito de que os ouvintes se enteren de que teñen un club de xadrez a carón da súa casa.

Os xornais de carácter local –Diario de Pontevedra, Diario de Ferrol, Diario de Arousa, Atlántico- abraguen un espectro social un pouco máis amplo que as emisoras locais, pero para o xeito de actuar noso poden ter unha consideración semellante. En ámbolos casos, prensa e radio locais, unha boa solución para iniciar-lo proceso é unha visita persoal ó xefe de deportes e facerlle saber o noso dispor para cumprir co espacio ou cos minutos que nos poidan adicar durante a semana. O camiño faise pouco a pouco.

Nos xornais provinciais, ou cunha presenza nos quioscos dun radio maior cos anteriores –La Opinión, La Región, El Progreso, El Correo, El Ideal Gallego\_ o coñecemento persoal co redactor xefe de deportes ou co encargado “doutros deportes”, resulta moi beneficioso para o noso proxecto. O primeiro contacto ben pode facerse ao través dalgún amigo común ou cunha cita telefónica. Este intercambio de pareceres é a mellor forma de obter o compromiso de que o xadrez terá repercusión nese xornal. É convinte e necesario sembrar a premisa da que partimos, “A obriga de ter as crónicas que lle ofrecemos ós xornais ou ás radios é nosa e é inexcusable”. Pola contra, se unha semana nas redaccións de deportes consideran que outras novas son máis importantes e non nos dan minutos ou liñas, hai que seguir cumprindo co compromiso adquirido.

No caso dos xornais de tirada media, así como as das emisoras cunha cobertura provincial temos que valorar que nos van deixar menos papel ou menos minutos porque xa hai máis deportes que fan a mesma reclamación que o xadrez. Sen embargo, esa redución de espacio queda compensada co aumento do número de persoas que se enteran da existencia do xadrez e da vida do noso club. Isto quere dicir, que hai que aproveitar mellor as liñas ou os minutos. Este “problema” obríganos a ser máis concretos e ao mellor a dar unha información máis ampla de contidos. Neste sentido pódennos pedir que falemos dos outros clubs que comprende o ámbito da emisora ou do xornal. E como sucedía ata agora, resultaba moi difícil facelo pola imposibilidade de obter información segura de tódalas ligas ou de torneos, resultados, nome dos xogadores, clasificacións, regulamento ....E outras veces porque podería semellar pouco “ético” falar da “competencia” , pero: Non é bo negarse.

Neste punto poden e deben aportar solucións os novos dirixentes da Federación. Unha das bases para mellorar as relacións do xadrez coas empresas de comunicación é que a Federación debe ser o nexa de unión entre os clubs. E se alguén –club ou xogador\_ ten a mínima preocupación neste eido debe ser a propia federación a máis interesada en que a información \_por suposto sempre a verdadeira- estea ó dispor de quen a solicite dun xeito fluído e sen trabas.

E xa por último dentro dos xornais de tirada galega, -Faro de Vigo e La Voz de Galicia- temos que volver case ó principio, buscamos a repercusión:

- a) Nas edicións locais.
- b) Na xeral.

O tratamento ben sendo o mesmo, e o enfoque semellante ao falado con anterioridade. Nas páxinas adicadas ó deporte local é máis fácil topar unhas liñas para escribir sobre xadrez, pero a repercusión so abrangue ó territorio da edición que ás veces aínda é menos que os dos diarios locais.

Nas edicións xerais topamos sempre o mesmo problema. O mínimo espacio que lle poden adicar ós deportes minoritarios. Das oito páxinas que adoptan traer por semana para deportes teñen que dar información de fútbol (5), baloncesto (1), golf , ciclismo, tenis, balonmán, remo, boxeo, motociclismo, automobilismo, piragüismo, etc..., a indispensable publicidade, e as veces xadrez.

Na radio sempre (case sempre) é mais fácil encontrar un espacio no que difundir as nosas noticias porque ata as poden incluír en minutos de sociedade, ou “cotilleo” si se lle ofrece unha entrevista cun rapaz/a de poucos anos que sogu torneos importantes, cun veterano que gracias a xogar ó xadrez non padece Alzheimer, ou dun equipo que fixo “non sei que fazaña ...”. Hai que botarlle imaxinación e saber vender o que as empresas de comunicación estean dispostas a comprar.

Con respecto ó apartado que deixamos atrás sobre ás épocas fai referencia a que non é o mesmo atopar espacio ou minutos nas épocas na que o fútbol está con acontecementos de moito relevo, Copa de Europa, da final da Liga, Campionatos de Europa ou do Mundo, etc.. que en datas de escasa actividade futbolística como o verán.