

Francisco Javier

Herrero Gutiérrez

Las retransmisiones deportivas radiofónicas

**Estudio de la locución y análisis de sus
recursos sintácticos, gramaticales, léxico-
semánticos y estilísticos dentro del
contexto sociocultural español**

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 48



Cuadernos Artesanos de Comunicación - Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Concha Mateos (URJC)

- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)
- José Luis González Esteban (Universitas Miguel Hernández de Elche, UMH)
- José Luis Terrón (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel Túñez (Universidad de Santiago, USC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Julio Montero (Universidad Complutense de Madrid, UCM)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Francisco Javier Herrero Gutiérrez

Las retransmisiones deportivas radiofónicas

Estudio de la locución y análisis de sus
recursos sintácticos, gramaticales, léxico-
semánticos y estilísticos dentro del
contexto sociocultural español

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 48



48º - *Las retransmisiones deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español*

Autor: Francisco Javier Herrero Gutiérrez | Precio social: 13,55 € |
Precio en librería: 17,60 € |

Editores: Concha Mateos Martín y Samuel Toledano Buendía

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro "Mujer pensando", de Baudilio Miró Mainou, 1952 (Las Palmas)

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2013 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/estatutos.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html>)

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/protocolo.html>

Descargar *pdf*:

<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/artesanos.html#48>



ISBN – 13: 978-84-15698-40-1

ISBN – 10: 84-15698-40-2

DL: TF-727-2013

DOI: 10.4185/SLCS-CAC-48

A mi familia
y a mis mascota

Agradecimientos

A la profesora Begoña Gutiérrez San Miguel, por sus orientaciones para la realización de este trabajo pero también de todas las actividades llevadas a cabo durante los cuatro años que he estado trabajando como Personal Investigador en Formación en la Universidad de Salamanca.

A mis padres y a mis mascotas, por tantas horas compartidas durante la realización de este trabajo.

Al resto de mi familia, por su apoyo.

A todos los que desinteresadamente me han prestado su ayuda de forma directa para que este trabajo sea una realidad y, especialmente, a Carmen Herrero Gutiérrez, mi hermana; Jorge Barco Ingelmo, mi cuñado; David Rodríguez Ramos, Hilario José Romero Bejarano, Alisson Dias Gomes y Daniel Acle Vicente, amigos míos.

Mi agradecimiento a la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León y al Fondo Social Europeo, entidades que han financiado el trabajo de investigación titulado “Las retransmisiones deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español”, fruto del cual ha sido posible la elaboración de la presente tesis doctoral.

Abstract

Este *Cuaderno Artesano de Comunicación* es reflejo de la tesis “Las retransmisiones deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español” (Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca, septiembre de 2013).

El trabajo es resultado de un proyecto financiado por la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo. Se analizan aspectos sonoros y lingüísticos de las retransmisiones deportivas de la radio española.

El objeto de estudio fueron los cinco principales programas deportivos de la radio generalista. De ahí se extrajo el material para realizar el análisis de locución y lingüístico. El análisis contextual se analizó a través de una encuesta en Castilla y León y de una serie de entrevistas.

Las principales técnicas empleadas fue la combinación de las cuantitativas y las cualitativas.

Los resultados logrados en esta tesis se engloban dentro del proyecto de investigación titulado “Las retransmisiones deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español”, cofinanciado por la Junta de Castilla y León (Consejería de Educación) y el Fondo Social Europeo



Índice

	Pág.
Siglas	10
1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. La investigación de la comunicación deportiva	21
1.2. Información deportiva, información especializada	24
1.3. Directrices.....	25
2. OBJETO DE ESTUDIO	27
2.1. Los programas radiofónicos.....	28
2.2. Material	36
3. OBJETIVOS	37
4. HIPÓTESIS.....	39
5. MARCO TEÓRICO GENERAL: LA RADIO	43
5.1. La radio y su relación con España	44
5.2. La radio deportiva en España.....	67
5.3. La doble dimensión de la radio deportiva en España. El caso de la retransmisión en directo	114
5.4. La radio deportiva e Internet	122
6. MARCO TEÓRICO ESPECÍFICO: LA LOCUCIÓN, EL TEXTO Y EL CONTEXTO.....	125
6.1. La locución radiofónica.....	125
6.2. La lingüística	134
6.3. Contextualización	143
7. METODOLOGÍA.....	155
7.1. Aspectos generales.....	155
7.2. Los métodos a seguir	171
7.3. El análisis contextual	175
8. RESULTADOS	187
8.1. Resolviendo las hipótesis genéricas	187
8.2. Resultados sobre la locución.....	189

8.3. Resultados sobre la lingüística	193
8.4. Resultados contextuales.....	231
9. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	255
9.1. Discusión de los resultados generales.....	255
9.2. Discusión de los resultados de la locución.....	257
9.3. Discusión de los resultados textuales	273
9.4. Discusión de los resultados contextuales.....	315
10. CONCLUSIONES	333
10.1. Generales	333
10.2. Acerca de la locución	334
10.3. Acerca de la lingüística.....	335
10.4. Contextuales	340
10.5. Consideraciones finales	342
11. BIBLIOGRAFÍA.....	345
11.1. Libros	345
11.2. Capítulos de libros.....	351
11.3. Artículos científicos.....	353
11.4. Otros artículos	360
11.5. Tesis y tesinas.....	362
11.6. Ponencias y contribuciones a congresos y seminarios	362
11.7. Congresos y seminarios	364
11.8. Gramática	365
11.9. Legislación	365
11.10. Páginas web.....	372
11.11. Periódicos	374
11.12. Otros	375
ANEXOS.....	375
Anexo 1: Libro de códigos (<i>codebook</i>) para el análisis de los fragmentos de las retransmisiones deportivas radiofónicas	375
Anexo 2: Ficha de análisis (<i>coding form</i>) para el análisis de los fragmentos de las retransmisiones deportivas radiofónicas.....	381
Anexo 3: Modelo de entrevista para realizar a los locutores deportivos radiofónicos	383
Anexo 4: Encuesta utilizada para el análisis contextual.....	384

Siglas

ADO, plan: Ayuda al Deporte Olímpico

AIMC: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación

ARE: Administración Radiodifusora Española

CAPI: *Computer Assisted Personal Interviewing* (Entrevista Personal Asistida por Ordenador)

CAR: Cadena Azul de Radiodifusión

CES: Cadena de Emisoras Sindicales

CONEMRAD: Control de Emisiones Radioeléctricas

COPE: Cadena de Ondas Populares Españolas

DAB: *Digital Audio Broadcasting* (Radiodifusión de Audio Digital)

DRS: *Drag Reduction System* (Sistema de Reducción de Resistencia al Avance)

EGM: Estudio General de Medios

EITB: *Enskal Irrati Telebista* (Radiotelevisión Vasca)

FET: Falange Española Tradicionalista

FIBA: *International Basketball Federation* (Federación Internacional de Baloncesto)

IMOP: Instituto de Marketing y Opinión Pública

INTROL: Información y Control de Publicaciones

JONS: Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista

NBA: *National Basketball Association* (Asociación Nacional de Baloncesto)

OJD: Oficina de Justificación de la Difusión

PRISA: Promotora de Informaciones S. A.

RAE: Real Academia Española

RCE: Radiocadena Española

RDSI: Red Digital de Servicios Integrados

REDERA: Red Española de Radiodifusión

REM: Red de Emisoras del Movimiento

RNE: Radio Nacional de España

RTVE: Radiotelevisión Española

RTVG: Radio-Televisión de Galicia

RTVM: Radio-Televisión de Madrid

SER: Sociedad Española de Radiodifusión

TDT: Televisión Digital Terrestre

UER: Unión Europea de Radiodifusión



Introducción

LAS RETRANSMISIONES deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español” es el título de esta tesis¹, que nace con el objeto de profundizar sobre un aspecto concreto de la comunicación deportiva en España.

Este trabajo es la continuación del Trabajo de Grado (tesina) titulado “Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Una aproximación a un triple nivel: textual, locutivo y contextual” (2009a)². En dicho estudio se llevó a cabo una primera aproximación a esos tres niveles sobre las retransmisiones deportivas radiofónicas en España; ahora el fin es fortificar y aumentar los resultados y las conclusiones que entonces se alcanzaron, además de aportar otros nuevos resultados y nuevas conclusiones.

Con la presente tesis se pretende seguir una misma línea argumental que la utilizada en la aproximación previa. Así es que el actual texto quedará dividido en varios bloques pero siguiendo las mismas pautas que entonces, principales e imprescindibles en un trabajo de investigación: marco teórico, que irá de lo general a lo particular; objeto de estudio y su delimitación dentro de este estudio;

¹ Su realización ha sido posible gracias a la cofinanciación de la Junta de Castilla y León, a través de su Consejería de Educación, y del Fondo Social Europeo (FSE).

² Defendido por el mismo autor de esta tesis, en junio de 2009, en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca.

objetivos e hipótesis de partida; metodología a utilizar; aplicación de la metodología para la obtención de los resultados; y discusión de los propios resultados para acabar con las conclusiones y consideraciones finales.

Se escoge la radio como objeto de estudio por ser un medio de comunicación de masas con unas peculiaridades muy definidas y que lo diferencian del resto... un medio cuya principal característica probablemente sea la instantaneidad (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 175), cualidad que la ha llevado al éxito desde su aparición, junto a otro buen número de características:

“(...) el medio informativo más extendido, el más ampliamente utilizado, el de más fácil comprensión y manejo, y el más rápido en la comunicación de noticias. La simultaneidad del medio, su ubicuidad, el costo limitado de la infraestructura técnica, el bajo precio de los receptores, la calidad sonora cada día más óptima y la posibilidad de recibir los mensajes sin disponer de formación técnica ni cultural previa, le han convertido sucesivamente en vehículo de distribución de noticias, fuente de distracción, máquina para la guerra –a favor y en contra de los bandos contendientes–, instrumento de expansión en la paz, y apoyo insustituible para la educación de muchas zonas del mundo” (Faus, 1974: 13).

En segundo lugar y delimitando el objeto de estudio que se tomará en consideración para la elaboración de esta tesis, de entre la multitud de información que se puede escuchar a través de este medio, se tendrán en cuenta a los programas deportivos porque “la radio ha encontrado en el deporte uno de sus apoyos para mayor popularidad” (Cebrián, 1994: 522) y no sólo antes de la aparición de la televisión –situación que parecería más lógica– sino también después (Cebrián, 1994: 522). Dentro de la división de los programas deportivos radiofónicos, el trabajo se centrará en aquéllos que contienen retransmisiones deportivas, un formato con unas peculiaridades específicas desde el punto de vista de la realización radiofónica:

“Desde una óptica de realización radiofónica se pueden distinguir, por sus particularidades específicas, tres formatos de programas de información de actualidad: el boletín informativo, el diario hablado y los informativos especiales. Algunos autores amplían el número de estos formatos incluyendo los programas informativos mixtos –los carruseles deportivos de fin de semana, por ejemplo–, en los que se mezclan música, comentarios, publicidad, entrevistas, conexiones” (Ortiz y Marchamalo, 1994: 129).

A su vez, el “carrusel” se encontraría dentro de una triple división que se puede realizar de los programas deportivos: de noticias, magazines y retransmisiones (Rodríguez, 2006: 171-172). Entenderemos a la retransmisión como parte del “carrusel” y para realizar una aproximación a ese concepto de “retransmisión”, se puede acudir a la siguiente definición:

“Proponemos a partir de ahora entender las retransmisiones como un género periodístico espectacular y dramático. [...] En realidad, el término transmisión o retransmisión es un término técnico que se refiere al envío y recepción de señales audiovisuales desde un punto remoto hasta la emisora o control central que las distribuye hasta otros receptores [...] Mediante una retransmisión se hace llegar la narración de unos hechos a un público que no puede vivir o presenciar como testigo directo a través de medios y soportes audiovisuales (radio, televisión, Internet)” (Blanco, 2002: 33).

De ese concepto de “retransmisión” realizado por Blanco (2002), en este caso, la base de este trabajo y objeto de estudio serán las retransmisiones deportivas radiofónicas y concretamente las que se efectúan en las principales emisoras españolas³ que emiten en mayor

³ Según los datos del Estudio General de Medios (EGM), que de forma periódica arroja la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

parte del territorio español en su sistema analógico de emisión⁴: Cadena SER, Onda Cero, COPE (Cadena de Ondas Populares Españolas), RNE (Radio Nacional de España) y Punto Radio⁵. De estas cinco emisoras, se extraerán archivos sonoros⁶. Para ello, se seguirá un procedimiento detallado a lo largo del trabajo pero que de forma sintética está basado en la grabación de programas deportivos⁷, a partir de los que se extraerán determinados fragmentos. Sobre esos audios se trabajará a un doble nivel: el de locución y el lingüístico. La locución será examinada utilizando el archivo sonoro grabado mientras que el realizar un análisis textual será posible gracias a las transcripciones que previamente se realicen de esos fragmentos.

A partir del material que se extraiga de las retransmisiones deportivas radiofónicas, para tratar el primero de los objetivos, el de la locución, se empleará una metodología concreta que permita indagar sobre los diferentes aspectos sonoros que están presentes en toda retransmisión deportiva a partir de nociones generales sobre los propios elementos de la locución radiofónica.

El segundo de los aspectos estará centrado en realizar un análisis lingüístico teniendo en cuenta la afirmación del periodista español Del Olmo (2001) cuando dice que “el lingüista puede encontrar en la radio un observatorio perfecto para conocer qué dirección lleva nuestro idioma, en qué medida se deja influir por otras lenguas, hasta qué punto soporta la invasión de extranjerismos” y

⁴ Emisoras existentes durante el periodo durante el que se tomó la muestra para los análisis de locución y textual.

⁵ En el objeto de estudio se especificará con más detalle pero se ha tomado en cuenta tanto a la emisora Punto Radio como Abc Punto Radio y sus programas deportivos.

⁶ Todos ellos en español ya que se pretende extrapolar las conclusiones a la mayor parte de España.

⁷ Aunque también se indicará más adelante, conviene reseñar que para realizar este estudio se tendrán en cuenta aquellos programas en los que existan retransmisiones deportivas radiofónicas; es decir, no formarán parte del estudio aquellos programas que se dedican únicamente a informar sobre la actualidad deportiva a través de noticias, reportajes, entrevistas, tertulias, etc. Tampoco se tendrán en cuenta las retransmisiones deportivas regionales o locales que determinadas emisoras realizan para una zona concreta de España.

lejos de lo que se pueda pensar es tantos años después aún un medio que está en la plenitud de su juventud (Balsebre, 1994: 11), del que queda mucho por descubrir, por indagar. A pesar de que Del Olmo (2001) considera a la radio como un “observatorio perfecto”, sin embargo sobre este medio de comunicación no se ha realizado un gran número de estudios sino más bien todo lo contrario:

“La Radio es el medio de comunicación que menos literatura genera. Frente al largo recorrido de la prensa escrita y del cine, o al más reciente deslumbramiento de la televisión, que son los medios más estudiados y con mayor número de investigaciones publicadas, la Radio ha sido una especie de pariente pobre. Medio postergado, sumido en una larga y profunda crisis, desde que hace cuarenta años la televisión le quitó gran parte de su protagonismo. Sin embargo, pese a su permanente mala salud de hierro, la radio ha conquistado la credibilidad del público, despierta el interés de la audiencia y se ha revelado como el medio de masas más ágil para hacer frente tanto a las grandes crisis de Estado como a los pequeños problemas locales” (Pousa, en Rodero, 2005: 9).

Desgraciadamente, esto quiere decir que los comunicólogos no siempre le han dado a la radio –o la Radio con mayúsculas como Pousa (2005) escribe para referirse a este medio– la importancia que debería y, sobre todo, como dice Faus (1974), en lo que al empleo de la lengua se refiere, idea extraída de 1974. Este desalentador hecho pareció comenzar un nuevo camino a partir de la década de los 90 del siglo XX cuando el medio radiofónico se convierte “en objeto de estudio de una buena cantidad de trabajos que han contribuido a ir generando un conocimiento mucho más profundo y amplio de la función comunicativa de la radio en nuestra sociedad” (Fernández, 2005: 13) por lo que afortunadamente cada vez son más los comunicólogos interesados en el estudio de la Radio.

Además, si se toma como válida la idea de Martín (2010), no sólo es el lingüista el que debe cuidar la lengua que habla: “La lengua es demasiado importante como para dejársela a los lingüistas. La lengua es de todos; todos tenemos derecho a quererla tanto como los

afortunados –supongo– que viven en relación profesional con ella” (Martín, 1997). Si la preocupación por el idioma la llevamos al canal radiofónico, el comunicador Del Olmo habla de una necesidad:

“Crear un espacio radiofónico dedicado exclusivamente a nuestra lengua, en el que, con una cierta periodicidad, un experto aclare las dudas, corrija los descuidos, denuncie las expresiones viciadas y en definitiva, nos ayude a limpiar, fijar y dar esplendor al español desde el ventanal del micrófono que da a la calle. Este espacio contribuiría a mejorar la calidad del lenguaje radiofónico complementando perfectamente la labor que las grandes cadenas de radio están realizando con la publicación de sus *libros de estilo*” (Del Olmo, 2001).

Además de estos dos aspectos, el tercero estará destinado al apartado contextual: qué rol juegan las retransmisiones deportivas radiofónicas en el contexto sociocultural español, dado que se puede considerar al deporte como un fenómeno social y de masas. En España hay una especialidad deportiva que, referida al apartado contextual, está por encima del resto de deportes: el fútbol⁸. En España, aparte del fútbol, hay otra serie de eventos puntuales, que también reciben el interés mediático –y del público– como el automovilismo, motociclismo, tenis, ciclismo, etc. o competiciones europeas y mundiales de algunas especialidades deportivas en los que participe la Selección o deportistas españoles, así como los Juegos Olímpicos de verano. Pero el balompié es el deporte que, fin de semana tras fin de semana, congrega a miles y miles de personas⁹ en los diferentes estadios del territorio español.

Por causa o como consecuencia de la sociedad, lo cierto es que el fútbol es motivo de noticia, y de portada casi a diario, en los principales diarios deportivos; incluso, muchas veces, en los periódicos de información general. *Marca, As, Mundo Deportivo y Sport*

⁸ “El fútbol es el deporte más popular hasta el punto de alcanzar una enorme trascendencia social y emotiva en el desarrollo de la vida misma” (Vivas, 1998: 13).

⁹ Cuando se disputan las diferentes competiciones españolas y europeas de fútbol; generalmente: de agosto/septiembre a mayo/junio.

son los cuatro diarios deportivos con más tirada y difusión que se editan en España¹⁰. Además, estos cuatro diarios deportivos están entre los diez más leídos de España de entre todos los periódicos¹¹, los deportivos y los no deportivos, según los datos del EGM (Estudio General de Medios).

Asimismo, el fútbol es capaz de provocar que millones de espectadores se sienten delante de un televisor. Sirva como ejemplo para ilustrar esta idea que a fecha de hoy¹² los cinco programas más vistos en la historia de la televisión española –de entre todos: deportivos y no deportivos–, y según las mediciones de audiencia tal y como son conocidas hoy en día, son cinco programas deportivos¹³ y en concreto partidos de fútbol.

El más visto es la prórroga del partido de semifinales de la Eurocopa del año 2012 que disputaron Portugal y España el 27 de junio de 2012. Este encuentro fue emitido por Telecinco y visto por 16.485.000 espectadores (*share* del 77,1%). En ese mismo campeonato, la final fue disputada por España e Italia y ese choque se convirtió en el segundo programa más visto en España; en ese caso, Telecinco obtuvo unos datos de 15.481.000 espectadores (*share* 83,4%). Cuatro años antes, en el 2008, se sitúa el tercer programa más visto: la tanda de penaltis entre España e Italia emitida por Cuatro, de la Eurocopa 2008, fue seguida por 15.372.000 espectadores y un *share* de 77,5%. El cuarto programa más visto es la prórroga disputada entre España y Holanda, perteneciente a la final del Mundial 2010. Emitida por Telecinco fue seguida por 14.582.000 espectadores (*share* de 80,3%). Mientras que otra final, la de la Eurocopa 2008 disputada entre España y Alemania, y emitida por Cuatro, fue seguida por 14.482.000 espectadores (*share* de 77,5%). Estos datos siempre teniendo en cuenta la emisión de los choques por un solo canal pero

¹⁰ Según datos de la OJD (Oficina de Justificación de la Difusión).

¹¹ Según datos del EGM. Además, el diario “Marca” ha sido, en determinados periodos, el periódico más leído en España, por encima de los rotativos de información general.

¹² A 1 de marzo de 2013.

¹³ Según datos de audiencia de Barlovento Comunicación, obtenidos a través de <http://www.formulatv.com>.

hay que tener en cuenta que el Mundial 2010 tuvo derechos compartidos por televisiones españolas (Telecinco, Canal + y Canal + Liga). Eso implicó que la prórroga de la final, en audiencias acumuladas por los tres canales, lograra congregarse a 15.605.000 espectadores y una cuota de pantalla del 85,9%; aun así, no supera a los datos de audiencia del acontecimiento deportivo más visto pero se situaría en el segundo lugar de este particular ranking.

En prensa... en televisión... y por supuesto también en radio. El balompié es el protagonista de los principales programas radiofónicos que se emiten en España¹⁴: tanto de los programas que se dedican puramente a la información –los nocturnos son los de mayor audiencia– como los que encuentran su materia prima en las retransmisiones deportivas, que generalmente se emiten los fines de semana –éstos son los de mayor audiencia– aunque también pueden escucharse entre semana de forma habitual¹⁵, coincidiendo con la disputa de encuentros europeos con participación de equipos españoles¹⁶, cuando la Copa del Rey entra en su fase decisiva¹⁷ o cuando la Selección española disputa encuentros¹⁸, entre otros especiales que puedan emitirse en momentos determinados. En

¹⁴ “Uno de los contenidos más demandados por la audiencia son los que están relacionados con los deportes. En especial el fútbol y los deportes relacionados con el motor: fórmula1 y motociclismo. De ahí que la información de tipo deportivo sea cada vez más demandada por la audiencia. Este fenómeno social, no ha pasado desapercibido para los programadores [...]” afirma Sierra (2010: 373) en un estudio sobre la oferta de programación de las radios autonómicas en España.

¹⁵ En cualquier caso, los programas ofrecidos entre semana destinados a las retransmisiones deportivas no tienen una pauta concreta. Depende del tipo de acontecimiento deportivo y no siempre todas las emisoras coinciden a la hora de realizar una retransmisión: algunas optan por retransmitir un determinado evento pero otras no lo hacen.

¹⁶ Este tipo de programas suele coincidir con la disputa de partidos de la *Champions League* aunque, a veces, se extiende también a otro tipo de competiciones europeas.

¹⁷ Depende de cada emisora.

¹⁸ Tanto oficiales como amistosos.

términos generales, “la información deportiva es la que atrae a la gran audiencia” (Cebrián, 1994: 523).

1.1. La investigación de la comunicación deportiva

Si antes se mencionaba que el medio radiofónico no ha sido tradicional e históricamente un frecuente objeto de estudio (Faus, 1974), lo mismo ha venido ocurriendo con la investigación de la comunicación del deporte a través de los medios: a pesar de la importancia que el deporte tiene en los medios de comunicación (Herrero, 2011c) –que actualmente son contemplados como el primer poder del mundo actual (Gutiérrez, Rodríguez y Gallego, 2010: 270)–, no es frecuente la publicación de trabajos de investigación sobre la comunicación deportiva, especialmente en comparación con otras especialidades de las Ciencias de la Información, y así lo han recalado algunos periodistas deportivos: “Y es que, pese a su importancia social y aun económica, el periodismo deportivo no es un objeto de estudio frecuente y escasean las tesis doctorales que analicen sus entretelas y perspectivas” (Gozalo, 2002: 12). Y esto ha sucedido pese a que la “comunicación deportiva ha existido desde que el ser humano descubrió el juego y con él la competición” (Alcoba, 1993: 40). Quizás, una de las razones de este hecho y esta dejación histórica se deba a que los interesados en la comunicación deportiva se hayan decantado por ejercerla, por practicarla –el llamado “periodista deportivo”– pero no por estudiarla, por investigarla, por diseminarla.

No obstante, sí parece que en las últimas casi tres décadas, los estudios científicos sobre la comunicación deportiva han empezado a aumentar. Cada vez con más frecuencia se realizan estudios sobre el deporte y la comunicación, así como de la lingüística deportiva, que no es sino el vehículo que une el emisor con el receptor en el proceso de la transmisión de cualquier tipo de información, también de la deportiva.

Pero la investigación científica acerca de la comunicación deportiva de la que han carecido hasta hace no mucho los investigadores de esta materia no es exclusivamente achacable, como se reseñaba anteriormente, a que los interesados en la comunicación deportiva hayan preferido en un alto porcentaje ejercer el periodismo

deportivo. Otra de las razones en el “no estudio” de la comunicación deportiva radica en la poca importancia que se le ha dado a esta especialidad en las facultades de Ciencias de la Información. Hasta hace bien poco, la comunicación deportiva ha tenido un cariz poco relevante y siempre secundario en las diferentes facultades que forman a los futuros periodistas y comunicadores audiovisuales, a pesar de la importancia que la información deportiva ha tenido en la sociedad¹⁹.

Así es que por ejemplo, Boet dice en el prólogo del libro “Las retransmisiones deportivas. Técnicas de narración radiofónica” que “la información deportiva, como información especializada, debe ser acogida en los planes de estudio con más atención de la que ha recibido hasta ahora. Una presencia que se justifica por su peso en la sociedad de la comunicación” (Boet en Blanco, 2002: 16). Reclamaba, en 2002, un cambio en los planes de estudio. El fin es claro: que los futuros profesionales conozcan mejor la especialización a la que se quieren dedicar profesionalmente: el periodismo deportivo. Y, dentro de éste, evidentemente estarían las retransmisiones deportivas radiofónicas, un género al alza por múltiples justificaciones que se irán razonando a lo largo de esta tesis.

Si la especialización del periodismo deportivo obtuviera un mayor respaldo desde el punto de vista académico, muy probablemente el número de comunicólogos interesados en esta área crecería, habría una mayor producción en la investigación de esta temática. Afortunadamente sí es cierto que los planes de estudio universitarios han ido incorporando asignaturas sobre la comunicación deportiva, de forma paulatina, mayoritariamente desde la última década del siglo XX. En lo que al ámbito universitario respecta, el profesor Castañón resalta la incorporación de la asignatura “Literatura y Deporte” a la Facultad de Educación de Valladolid en 1995; “Idioma y Deporte” en la Escuela Universitaria de Educación de Palencia en 1997 y “Comunicación Deportiva” en la Universidad Pontificia de Salamanca en el año 2000 (Castañón,

¹⁹El deporte en sí ya ha tenido esa importancia y a día de hoy ese mismo deporte ya no es el entretenimiento preferido de una minoría sino que es una minoría la que no tiene interés por el deporte (Legorburu, 2004: 64).

2001)²⁰, que de alguna forma se pueden considerar como materias pioneras en el ámbito universitario, aunque no únicas, sobre todo en los últimos años. Y más allá que los propios estudios iniciales universitarios, surgen especializaciones en deporte o se diseñan Máster relacionados con la comunicación deportiva, aparte de otra serie de encuentros o cursos, por ejemplo, de verano. A día de hoy es difícil establecer un censo de las asignaturas o cursos relacionados con la información deportiva que se imparten en las facultades españolas pero la realidad es distinta, para mejor, que años atrás. A llegar a este punto ha ayudado el contexto español en el que se ha desarrollado la comunicación deportiva y cómo ésta ha ido evolucionando:

“La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información a ser reclamada por la sociedad y el periodismo deportivo, aupado por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia [...] Todo ello, finalmente, concluye en un estadio de necesidad comunicativa reclamada por la sociedad, de donde nace la información periodística especializada en deporte, productora de un efecto comunicacional en dos sentidos: el referente a la

²⁰ El profesor Castañón resalta también, en el apartado de la “dimensión educativa” que las actividades deportivas y culturales han estado presentes desde 1968, los cursos de verano desde 1997 y los cursos de doctorado desde 1998. Aparte de las asignaturas mencionadas, Castañón destaca las Cátedras Universitarias de Tema Deportivo-Cultural entre 1968 y 1974 y el “I Encuentro sobre el idioma español en el deporte” organizado por el Instituto Andaluz del Deporte (1997). En lo que a cursos de verano se refiere, resalta la labor pionera de la Universidad Complutense de Madrid, lugar donde se celebró el seminario “Literatura y sociología del fútbol” en 1997; asimismo, en la Universidad de Oviedo tuvo lugar el curso “Periodismo deportivo” en ese mismo año. Y en cuanto a los estudios de doctorado, los cursos pioneros fueron “El idioma español del deporte en los medios de comunicación” y “Literatura de tema deportivo” (Universidad de Valladolid, 1998); y “La crónica deportiva: el estilo y la estructura” (Universidad Complutense de Madrid, 1999) (Castañón, 2001).

educación física y a la motivación intelectual proporcionada por el deporte” (Alcoba, 1993: 22-23).

Los primeros dos elementos estudiados, y especialmente el lingüístico, han de tener especial coherencia con el contexto ya que el lenguaje es:

“[...] un medio de socialización, una práctica social que ha de entenderse siempre en un contexto de uso, por cuanto en él se entremezclan conocimientos lingüísticos y socioculturales adquiridos a lo largo del tiempo en una específica comunidad política y lingüística [...] el contexto determina el sentido del texto” (Ventero, 2010: 111).

1.2. Información deportiva, información especializada

Por todo lo que se viene poniendo de manifiesto en esta introducción, la información deportiva es un tipo de comunicación singular; entre otros motivos porque “constituye hoy una de las especializaciones periodísticas con un mayor número de seguidores [...] es una de las que cuenta con una mayor antigüedad como parcela potenciadora de la difusión en un medio” (Paniagua, 2003: 9). Debido a esa especialización, la presente tesis pretende recoger aspectos de ambas realidades (de locución y textual) referidas a las retransmisiones deportivas que se emiten en la radio española, una radio que más allá del deporte, en términos generales, “ha vivido un acelerado proceso de cambios en las tres últimas décadas” (Arboledas, 2009: 909). Todo ello sin olvidar el enorme prisma contextual que envuelve este entramado si bien dicho contexto, a pesar de ofrecer una visión global referente a España, se centrará en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Este estudio radiofónico centrado en un tipo de información especializada nace porque los programas deportivos en radio han adquirido a lo largo del tiempo su propia personalidad, su propia narrativa, su propio lenguaje, sus propias características, gracias a determinados factores:

“Los programas deportivos tienen personalidad y narrativa propia. Han adquirido con el tiempo un lenguaje específico y una dinámica característica. Se adjudica la popularización del deporte en la radio, entre otros motivos, a la profesionalización de la Liga de Fútbol, la institucionalización de la rivalidad Real Madrid-Barça y de los derbis locales, el desarrollo de las quinielas, la popularización de los Juegos Olímpicos y el perfeccionamiento de las técnicas de retransmisión” (Legorburu, 2004: 64).

1.3. Directrices

La tesis nace a sabiendas de que no son demasiado abundantes las directrices planteadas para debatir este tema, no sólo desde el ámbito científico sino también del propio campo de la práctica; locutores como Blanco así lo reconocen: “Con frecuencia, al finalizar alguna retransmisión, me preguntaba si la había ‘hecho’ bien, si los oyentes habrían quedado satisfechos con mi relato” (Blanco, 2002: 19). El propio profesional aseveraba que no se encontraba satisfecho con el autodidactismo intuitivo pero “no encontraba consejos organizados en forma de libro que me ayudaran a saber qué cuestiones debía tener en cuenta para narrar bien una historia de acuerdo con las características del medio radiofónico y con las expectativas de la audiencia” (Blanco, 2002: 19). Conviene reseñar que esta tesis no pretende ser una obra de referencia en el sentido de la práctica o un manual para el periodista radiofónico deportivo, como lo pueda ser la citada obra de Blanco (2002), sino que el presente trabajo pretende ser una obra que ayude a conocer un poco más la situación actual de las retransmisiones deportivas radiofónicas en España a un triple nivel: sonoro y de locución; lingüístico y textual; y contextual. Blanco, refiriéndose al papel desempeñado por él y sus alumnos en relación a la asignatura “Teoría y técnica de las retransmisiones deportivas en radio y televisión” asevera:

“Juntos hemos aprendido muchas cosas pero también nos hemos dado cuenta de que la mayor parte de las experiencias y de los valiosos consejos que nos proporcionaban los profesionales invitados, así como los aciertos y los errores en las

sesiones prácticas y teóricas, se perdían de año en año, de forma que no se fabricaba un poso de provecho para ellos ni para las siguientes promociones, ni tampoco para quienes ya desempeñaban su labor como narradores deportivos y desean mejorar su técnica” (Blanco, 2002: 19-20).

Esta tesis se origina sabiendo que lo importante en cualquier trabajo de investigación que se precie es, a partir de obras y referencias bibliográficas, diseminar las conclusiones ya alcanzadas por otros autores para lograr nuevos resultados y deducciones sobre las que puedan trabajar investigadores futuros. Crear, en definitiva, “un poso de provecho” (Blanco, 2002: 20) y con ese objetivo se realiza la presente investigación. La mencionada revisión bibliográfica permitirá crear un potente marco teórico sobre el que se cimentará la presente investigación, en la que se recogerán aspectos novedosos e históricamente no demasiado abordados desde el punto de vista científico. Quizás sea ahí donde radique la originalidad de este trabajo de investigación.

A modo de resumen de esta introducción, cabe reseñar que el objetivo final es diverso y amplio. En primer lugar, el trabajo trata de analizar los elementos sonoros, de locución, que se estudiarán a partir de las nociones establecidas por los diferentes investigadores del medio radiofónico. También se analizará el panorama lingüístico que existe en las actuales retransmisiones deportivas que se efectúan por radio: la expresión oral y el lenguaje que se emplea. Un tercer objetivo es envolver todo ello bajo el mencionado prisma contextual: qué visión tienen los radioyentes –a fin de cuentas consumidores de radio porque pagan directa o indirectamente para recibir información (De Pablos, 1998)– sobre las retransmisiones deportivas en la radio española o saber qué influencia tienen esas mismas retransmisiones deportivas radiofónicas sobre la sociedad, dando una visión global de España para focalizarlo posteriormente en la Comunidad Autónoma de Castilla y León; no sólo el apartado contextual se centrará en el receptor y en el mensaje sino también en el emisor.

Objeto de estudio

POR OBJETO de estudio se considera el material o la realidad sobre la que se va a trabajar. En esta tesis, el medio radiofónico – la radio– es la base de dicho objeto de estudio sobre el que se trabajará, probablemente el medio más persuasivo, que llega a todos los rincones del mundo y es escuchado por millones de personas: “Radio is one of the world’s most pervasive mass media, reaching the most far-flung corners of the planet (even beyond it) and heard by millions of people every minute of every day”²¹ (Shingler y Wieringa, 1998: IX). Los profesionales de la radio –que constituyen un buen objeto de estudio en este sentido (Alcoba, 2000: 11)– serán los encargados de emitir el mensaje a analizar en el plano de locución y lingüístico.

Tradicionalmente, a la radio se le han atribuido tres funciones: la de informar²², la de formar y la de entretener, funciones consideradas por la propia teoría de la comunicación; los medios de por sí y las personas que emiten los mensajes a través de dichos medios, entre ellos la radio, cumplen esas mismas funciones en su habitual actividad, al igual que los destinatarios que acuden a dichos

²¹ “La radio es uno de los medios de comunicación de masas más persuasivo, que alcanza los rincones más remotos del planeta (incluso va más allá) y es escuchado por millones de personas cada minuto de cada día” (traducción propia).

²² Y la información radiofónica, en sí, ha sabido servir a las necesidades de las más distintas audiencias (Merayo, 1990: 241).

medios para informarse, entretenerse o formarse (Merayo, 2000); ese entretenimiento y espectáculo que conjuga la radio no debe estar reñido con que el medio transmita mensajes trascendentes y llenos de interés (Merayo, 2000). La radio, además, ha sido un medio de comunicación capaz de ir superándose a sí misma con el paso del tiempo, consiguiendo objetivos que se le demandaban años atrás como, por ejemplo, cuando en 1932, Brecht decía:

“Y para ser ahora positivos, es decir, para descubrir lo positivo de la radiodifusión, una propuesta para cambiar el funcionamiento de la radio: hay que transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores” (Brecht, 1932: 13).

La radio se ha ido reinventando y si en 1932 Brecht reclamaba un mayor *feedback*, ahora los nuevos medios tecnológicos permiten esa reciprocidad con más facilidad gracias a las nuevas tecnologías (el correo electrónico, las redes sociales...) que se suman a otras que ya vienen existiendo de años atrás, como la carta por correo postal o el teléfono. Ahora bien: esa interacción es posible pero probablemente la frecuencia no lo sea tanto; es decir, el medio radiofónico ha buscado las herramientas necesarias para conseguir una mayor participación por parte del oyente que, sin embargo, quizás no utilice con la frecuencia necesaria para comunicarse en mayor medida con el receptor. Pero la idea que se pretende transmitir es que la radio siempre ha ido auto-exigiéndose para superar sus propias metas.

2.1. Los programas radiofónicos

La radio es un medio de comunicación de masas en el que históricamente ha tenido cabida un gran número de programas, que

han sabido conjugar los múltiples géneros periodísticos. La programación radiofónica no es tarea fácil porque programar es una técnica y un arte: “la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora” (Moreno, 2005: 67). Especialmente este “arte de programar” ha sido más trascendente en la radio generalista con una estructura de programación que puede establecerse sobre tres consideraciones iniciales (Moreno, 2005: 88):

- a) la unidad programática del modelo
- b) la duración de dichas unidades
- c) su disposición en el tiempo radiofónico

Dentro de los modelos de programación en la radio generalista, el magacín general es el programa principal, completado con programas informativos, deportivos y otros de carácter especializado, además de la continuidad informativa (Moreno, 2005: 89) y estructurado en seis segmentos principales de horarios: el matinal y la mañana; el mediodía; la tarde; la transición de la tarde a la noche y la noche; la transición hacia la madrugada y la propia madrugada (Moreno, 2005: 90). Igualmente las temáticas tratadas en el medio, especialmente en la radio generalista, han sido diversas. El deporte y la incidencia de éste en la radio ha tenido presencia desde el mismo momento de la invención del medio y cada vez el deporte, como se diseminará más adelante, ha ido teniendo una mayor presencia pero a modo de esquema, se puede decir que en España, la información deportiva radiofónica comenzó a ser un hecho en la década 20 del siglo XX, generalmente a través de las crónicas: “La información deportiva ha sido un contenido esencial y recurrente en la programación radiofónica [...] Los deportes se asomaron también a la radio española desde los primeros momentos” (Rodríguez, 2006: 171). En los años 50 la radio incorporó la información en directo, con los formatos “carrusel”, con el fútbol como deporte referente, al que posteriormente se le fueron uniando otros deportes. Y posteriormente desde finales de los 70 llegó la denominada radio nocturna, sin duda de gran éxito en España, un modelo no muy usual en muchos otros países.

En esta tesis se va a estudiar un aspecto muy concreto de la radio española: las retransmisiones deportivas que se emiten de forma habitual, en la doble vertiente que se viene mencionando: la de locución y la textual. Asimismo, un aspecto añadido que se va a tratar es la relación existente entre esas retransmisiones deportivas y la sociedad en la que se desenvuelve²³. Comenzando por definir el primero de los aspectos mencionados, se puede decir que actualmente el tratamiento informativo del deporte en la radio española se puede dividir en dos tipos de programas: los que ofrecen noticias, reportajes, entrevistas, etc. *a posteriori* y los que se dedican a la información de eventos que se están produciendo en el mismo momento: las retransmisiones de acontecimientos deportivos en directo. De cara al objeto de estudio, se tendrán en cuenta las cinco emisoras españolas de la radio generalista²⁴ que tienen una mayor audiencia según el EGM (Estudio General de Medios) y que además son las que cuentan con un mayor alcance en su sistema analógico de emisión –llegan a un mayor número de oyentes– dentro de España. Dichas emisoras son: Cadena SER, COPE, Onda Cero, RNE y Punto Radio²⁵. Todas ellas

²³ En el proyecto que se presentó junto a la solicitud para las ayudas convocadas por la Junta de Castilla y León, cofinanciadas por dicha institución y por el Fondo Social Europeo –y que posteriormente recibió subvención– se estableció que: “No hay que olvidarse de que el estudio se hace sobre aquellas retransmisiones que tienen un alcance nacional y que, en principio, se aplicaría a la totalidad de la población española; por lo tanto, la muestra ha de ser significativa a la población. De todas formas, dependiendo de los recursos disponibles, la investigación podría reducirse a un ámbito regional: Castilla y León”. Tras realizar una valoración previa, y merced a los recursos disponibles, el contexto sociocultural estará conformado por una visión general en la sociedad española pero será focalizado posteriormente en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

²⁴ “Es la radio clásica que nos remite al concepto inicial de la programación: géneros de programas variados dispuestos a lo largo del día con el objetivo de atraer en cada momento el mayor número de oyentes que estén en disposición de escuchar la radio. Este tipo de programación ha sido denominada de muchas maneras, desde *servicio general* o *radio total*, pasando por *convencional* o *tradicional*” (Martí, 2004: 29).

²⁵ A finales de octubre de 2011, nace Abc Punto Radio. Dentro del estudio, se tiene en cuenta tanto a la emisora Punto Radio como Abc Punto Radio. El 14

dedican gran parte de su programación a emitir contenidos deportivos (tablas 1, 2, 3, 4 y 5).

*Tabla 1. Programas deportivos en la Cadena SER (temporada 2009/10)*²⁶

Cadena SER		
Lunes – Viernes	Sábado	Domingo
15.00 – 16.00: Programación local (deportiva en muchas de sus emisoras)	15.00 – 15.30: “SER Deportivos”	12.00 – 14.00: Programación local (deportiva en muchas de sus emisoras)
20.30 – 21.00: Los deportes en “Hora 25”	16.00 – 17.00: “SER Aventureros”	15.00 – 15.30: “Fórmula SER”
00.00 – 01.30: “El Larguero”	17.00 – 00.00: “Carrusel Deportivo”	15.30 – 23.00: “Carrusel Deportivo”
	00.00 – 01.30: “El Larguero”	23.30 – 01.00: “El Larguero”

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

Tabla 2. Programas deportivos en la COPE (temporada 2009/10)

COPE		
Lunes – Viernes	Sábado	Domingo
14.40 – 15.00: Los deportes en “La Palestra”	18.00 – 01.00: “Tiempo de Juego”	16.00 – 23.00: “Tiempo de Juego”
20.00 – 20.05: Los deportes en “La Linterna”		23.30 – 01.00: “El Tirachinas”
00.00 – 01.30: “El Tirachinas”		

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

Tabla 3. Programas deportivos en Onda Cero (temporada 2009/10)

Onda Cero		
Lunes – Viernes	Sábado	Domingo
15.00 – 15.30: “Onda Deportiva”	18.00 – 01.00: “Radioestadio”	16.00 – 23.00: “Radioestadio”
21.00 – 21.20: Los deportes en “La Brújula”		23.00 – 23.30: “Radioestadio del motor”
00.00 – 01.30: “Al Primer Toque”		23.30 – 01.00: “Al Primer Toque”

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

de marzo de 2013 Abc Punto Radio deja de emitir pero la muestra sobre la que se trabajó se obtuvo con anterioridad a esta fecha.

²⁶ Programación deportiva que incluyeron las cinco emisoras mencionadas para la temporada 2009/2010, según las diferentes parrillas. Ésta fue la primera de las temporadas sobre la que se empezó a tomar la muestra. Dichos programas deportivos han podido tener posteriormente algún tipo de variación horaria o de nomenclatura –incluso con la aparición o desaparición de algún programa– pero la esencia contenido-temporal ha seguido un mismo patrón.

Tabla 4. Programas deportivos en RNE (temporada 2009/10)

Radio Nacional de España		
Lunes – Viernes	Sábado	Domingo
21.00 – 22.00: “Radiogaceta de los Deportes”	14.30 – 15.00: “Avance Deportivo”	14.30 – 15.00: “Avance Deportivo”
	18.00 – 00.00: “Tablero Deportivo”	16.00 – 00.00: “Tablero Deportivo”

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

Tabla 5. Programas deportivos en Punto Radio (temporada 2009/10)

Punto Radio		
Lunes – Viernes	Sábado	Domingo
15.00 – 16.00: “Juego Limpio”	17.00 – 01.00: “El Mirador de la Liga”	16.00 – 23.00: “El Mirador de la Liga”
20.30 – 21.00: Los deportes en “De Costa a Costa”		23.30 – 01.00: “El Mirador”
00.00 – 01.30: “El Mirador”		

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

De estas parrillas que formaron parte del estudio en su inicio (septiembre de 2009 – junio de 2010) se han ido produciendo modificaciones hasta la etapa final (septiembre de 2012). Lo más significativo que influye en la realización de este estudio es el cambio de denominación de uno de los programas que contienen retransmisiones deportivas: “La Liga en Punto” fue el nombre del programa de Abc Punto Radio desde la temporada 2011/12; hasta entonces el programa se llamaba “El Mirador de la Liga”. La nueva denominación, “La Liga en Punto”, se emitió en Punto Radio hasta finales de octubre de 2011 y en Abc Punto Radio desde esa misma fecha²⁷.

Aparte de estos programas, las emisoras españolas suelen incluir a lo largo de las temporadas programaciones especiales –teniendo a las retransmisiones deportivas como punto fuerte– en determinados momentos, como durante la disputa de Europeos y Mundiales de algunos deportes o durante los Juegos Olímpicos de verano pero, a pesar de todo, especialmente durante los fines de semana es cuando

²⁷ Cuando la emisora obtuvo esa nueva nomenclatura.

abunda la programación deportiva (Legorburu, 2004: 53), días²⁸ en los que la radio tiene una función predominantemente de entretenimiento (González, 2001: 295).

Lo que predomina es el fútbol, sobre todo los fines de semana con la Primera y Segunda División, aparte de otros deportes minoritarios que también reciben cierto tratamiento. Tampoco hay que olvidarse de los especiales que se producen de forma habitual entre semana y que suelen coincidir con partidos de fútbol de la Selección española masculina, ya sean oficiales o amistosos, y partidos de competiciones europeas con participación española (*Champions League* y *Europa League*)²⁹, a los que hay que añadir algunos encuentros de la Copa del Rey³⁰. Son muchas horas de deporte en radio desde hace varias décadas (Rojas, 2011: 28) y no por ello son espacios que sufran “merma alguna en el interés de los radioescuchas” (Alcoba, 2005: 166). Pero en definitiva, programas de retransmisiones deportivas y de información de actualidad son el complemento perfecto que hacen única a la radio deportiva:

“Las retransmisiones de las competiciones deportivas los domingos llegan a superar las nueve horas consecutivas, sin que ese espacio sufra merma alguna en el interés de los radioescuchas, mientras que durante la semana mantiene programas matinales, vespertinos y nocturnos diarios, con audiencias millonarias. Ello demuestra que ningún otro

²⁸ No obstante, aparte de todos los datos que se mencionen, hay que reseñar que las programaciones especiales pueden ser diversas y hay que tener en cuenta factores como la emisora –unas optan por hacer más especiales que otras–, el acontecimiento deportivo que se vaya a retransmitir o el mayor o menor interés que pueda despertar un evento en el aficionado español. También influyen otras problemáticas que puedan tener una incidencia importante, como son los factores económicos.

²⁹ No se sigue un criterio determinado. Tienen mayor cabida los partidos de la *Champions League* y las últimas rondas de la *Europa League*. Las finales de ambas competiciones también suelen ser retransmitidas aunque no haya participación de equipos españoles.

³⁰ Tampoco hay una pauta determinada. Suelen ser retransmitidas las últimas rondas y la final.

acontecimiento mundial concita tanto interés en los asiduos a la radio” (Alcoba, 2005: 166).

Teniendo en cuenta todos estos datos, simplificando el objeto de estudio, dentro de estos programas tan sólo se tendrán en cuenta a aquéllos que emiten retransmisiones deportivas (tabla 6); por lo tanto, quedan fuera de este estudio todos los que ofrecen información desde un punto de vista más reflexivo, aquéllos que contienen noticias, reportajes, crónicas o tertulias, entre otros géneros. Por lo tanto, los programas de los que se seleccionará el material para realizar el posterior análisis de locución y lingüístico y del que partirá la base de la encuesta sociológica son:

Tabla 6. Programas radiofónicos que contienen retransmisiones deportivas (temporada 2009/10)

Cadena SER	Onda Cero	COPE	Radio Nacional de España	Punto Radio / Abc Punto Radio”
“Carrusel Deportivo”	“Radioestadio”	“Tiempo de Juego”	“Tablero Deportivo”	“El Mirador de la Liga” / “La Liga en Punto”

Fuente: parrillas de las emisoras / Tabla: elaboración propia

De esta tabla (6), conviene recordar que la emisora Punto Radio se llamó así hasta finales de octubre de 2011. Finalizada la etapa de Punto Radio, a finales de ese mismo mes nació Abc Punto Radio. En esta emisora, el programa “El Mirador de la Liga” se llamó así hasta la temporada 2010/11. Desde la temporada 2011/12 el programa cambió de denominación y el nuevo programa, “La Liga en Punto”, se emitió tanto en Punto Radio, hasta que finalizó su etapa, como en Abc Punto Radio. También se debe tener en cuenta que la muestra se seleccionó antes de que Abc Punto Radio finalizara sus emisiones el 14 de marzo de 2013.

En cuanto a los programas seleccionados (tabla 6), éstos tienen unas características diferentes que, según Alcoba (2005: 166) se podrían sintetizar:

- a) Se trata de acontecimientos retransmitidos en directo lo que supone la esencia de dichos programas
- b) Permiten la conexión “carrusel” entre distintos eventos que se están celebrando al mismo tiempo en distintos lugares por lo

- que pueden mantener el interés de un gran grupo de aficionados al no ser programas localistas
- c) Están constituidos por narraciones ininterrumpidas y que se producen a gran velocidad
 - d) Participan locutores muy preparados en la materia y que ocupan una posición neutral dentro de la retransmisión
 - e) Son programas en los que se compagina perfectamente la información y la publicidad y en estos programas se repiten de forma constante los resultados

La otra realidad que conviene desarrollar brevemente es la relación existente entre las retransmisiones deportivas de la radio española y la sociedad. Más concretamente, se tratará de ver la relación que dichos programas tienen con todos aquellos aficionados a los que no sólo les gusta el deporte sino que también les interesa la información deportiva en forma de retransmisiones radiofónicas. Como se mencionó anteriormente, se realizará un acercamiento global al contexto español pero se focalizará en la comunidad autónoma de Castilla y León; región en la que los estudios de radio tampoco han sido demasiados:

“Muchos son los estudios que existen sobre la radio, variados y sobre múltiples aspectos. Sin embargo, existía un espacio aún no explorado sobre el cual no se han realizado investigaciones empíricas específicas: la información radiofónica en Castilla y León, aún siento este medio de comunicación el que se presenta como más apropiado para fomentar la identidad regional” (Rodero y Merayo, 1997: 13).

Se plantearán diferentes hipótesis acerca de la visión que estos radioyentes tienen sobre este tipo de programación o la propia influencia que las retransmisiones deportivas puedan ejercer sobre esos mismos seguidores. Asimismo, otro tipo de líneas de investigación que cabrían en esta parte del estudio son: conocer si las retransmisiones influyen de forma positiva o negativa sobre la población; si el apartado lingüístico empleado en las retransmisiones deportivas radiofónicas es llevado luego al habla común del

aficionado; si las retransmisiones contienen errores y, en caso de que así sea, si sería factible y deseable un cambio, teniendo en cuenta el factor de la percepción que los aficionados tengan sobre dichos posibles errores.

2.2. Material

Para realizar este estudio, el material se extraerá de los mencionados programas previamente acotados. A partir de ellos, se realizarán diferentes grabaciones de algunos de esos programas para luego tomar una serie de fragmentos de una duración determinada. Los fragmentos seleccionados³¹ serán el material de trabajo. Sobre ellos se realizará un doble estudio. Se investigará la locución a partir de los elementos sonoros. Para ello, según se planteará en las hipótesis, unas veces se utilizará únicamente la narración del locutor principal y, en otras ocasiones, se tendrá en cuenta el fragmento en su conjunto. Se podrán examinar aspectos formales como el tipo de emisión, en directo o diferido, o el género del narrador principal, hombre o mujer; y aspectos más subjetivos como el estado emocional, los elementos sonoros más frecuentes y otro tipo de elementos de la locución que se estipulen. En resumen: un análisis global de la locución.

Además, dichos fragmentos serán transcritos. A partir de las transcripciones se podrá realizar un análisis textual para indagar sobre determinados aspectos como el tipo de oraciones que se emplean en estas retransmisiones o realizar un análisis lingüístico; ver qué errores contienen; o analizar el empleo de tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y palabras provenientes de otros campos de la semántica ajenos al deporte, entre otros múltiples aspectos. En definitiva: un análisis de los recursos léxicos, sintácticos, gramaticales, semánticos y estilísticos.

Para observar el impacto que las retransmisiones deportivas radiofónicas españolas tienen sobre la población y la visión que los seguidores tienen sobre dichas retransmisiones, el material estará conformado por las encuestas que se lleven a cabo y el análisis de éstas.

³¹ Todos ellos en español ya que, como se indicó en la introducción, la intención es extrapolar las conclusiones a la mayor parte de España.



Objetivos

LOS OBJETIVOS iniciales de esta tesis son diversos y todos ellos se refieren a las retransmisiones deportivas radiofónicas y a su impacto social. Los objetivos principales giran en torno a tres aspectos: el análisis de los elementos sonoros de la locución de las retransmisiones deportivas radiofónicas españolas, realizar un examen de la lingüística empleada en dicho género radiofónico y conocer la relación que este género tiene con la realidad sociocultural española, en términos generales, y castellanoleonés, en términos específicos.

En primer lugar, se hará un análisis de los aspectos formales más relevantes de la emisión, tales como la fecha, la hora, la emisora, el programa, el género del narrador principal del acontecimiento deportivo (hombre/mujer) y si se trata de una emisión en directo o diferido. Posteriormente, con el segundo de los objetivos se tratará de dar cabida a los múltiples ítems de locución que pueden ser empleados en cualquier género radiofónico y evidentemente también en el de las retransmisiones radiofónicas de un evento deportivo. Para realizar parte de este examen se tendrá tan sólo en cuenta la locución empleada por el narrador principal del acontecimiento deportivo. Se podrá examinar el estado emocional que transmite; la intensidad, el tono y el timbre que emplea; el uso de diferencias tonales que utiliza así como la inserción o no de silencios, pausas y palabras clave. Por otro lado, para realizar parte de este objetivo se tomará como base a la locución en su conjunto –no sólo al locutor principal– y así poder calibrar si se pronuncia o no correctamente y qué tipo de ritmo se emplea en la locución; la construcción de un determinado ritmo vendrá dada por la velocidad de lectura (Soengas, 2003a: 124) –de dicción en este caso–, característica que también será contemplada en una de las variables en el conjunto global de la locución.

Con el tercero de los objetivos se pretende realizar un análisis de la lengua española empleada en este género radiofónico: recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos. Por un lado, se observará el empleo de los diferentes tipos de oraciones: personales e impersonales; simples y compuestas; y enunciativas, exhortativas, exclamativas, interrogativas, dubitativas y optativas. Se hará también una diseminación de los recursos léxicos: nombres propios, mote o sobrenombres, sustantivos, verbos, perífrasis verbales, adjetivos, adverbios y otras partículas léxicas. Se hará un estudio sobre los vocablos más empleados y los tópicos, neologismos y extranjerismos más usados, así como la utilización del léxico proveniente de otros campos semánticos. También se pretende medir la incidencia de los errores cometidos por los distintos locutores, comentaristas, etc. Finalmente, una vez cubiertos estos dos primeros objetivos, será el momento de alcanzar uno nuevo referido al contexto en el que se desenvuelve este tipo de género radiofónico. Este tercer objetivo se referirá como mínimo a un aspecto: la visión que los radioyentes de este tipo de género tienen sobre las retransmisiones deportivas radiofónicas. Paralelamente, se podría hacer un estudio sobre la posible influencia que las retransmisiones tienen sobre la audiencia que las sigue o incluso si la lingüística empleada en este género, incluidos los errores, es luego trasladada al lenguaje común de la sociedad³² porque “(...) a la lengua oral empieza a pasarle lo que hace siglos le ocurría a la escrita: en lugar de basarse el locutor en como habla la gente, la gente imita el modo de hablar del locutor” (Tubau, 1993: 46). Dentro del contexto y tras analizar a una de las partes como es el receptor, también habrá lugar para examinar a la otra de las partes implicadas en el proceso de comunicación, esto es, el emisor: ¿dicho emisor es consciente de quién es el público para el que retransmite, para el que habla, al que se dirige? ¿Hasta qué punto es consciente de ello? ¿Qué influencia piensa, dicho emisor, que tiene sobre dicho público, sobre dichos receptores? Todo ello en su conjunto se examinará en el estudio.

³² Cabe recordar en este momento que la intención es conocer la percepción de la población castellanoleonesa aparte de lograr una primera aproximación al resto de la sociedad española.

Hipótesis

A PARTIR de los objetivos especificados en el apartado anterior, en este epígrafe se presentan de forma esquemática las diferentes hipótesis de las que parte el trabajo de investigación. Las hipótesis aparecen agrupadas en cuatro bloques: aspectos formales de las retransmisiones (1), las relacionadas con la locución (2), aspectos textuales (3) e hipótesis referentes al contexto (4).

1) Hipótesis referentes a los aspectos formales de las retransmisiones deportivas de la radio española:

1.1. Estas retransmisiones se producen regularmente a lo largo de todo el año, excepto en los meses de julio y agosto

1.2. Estas retransmisiones se producen, de lunes a viernes, en horarios de tarde-noche, los sábados a partir de las 18.00 y los domingos a partir de las 17.00

1.3. A diferencia de la televisión, su principal competidor, todas las retransmisiones se producen en directo

1.4. Los principales acontecimientos deportivos radiofónicos son narrados por hombres

1.5. El fútbol es el acontecimiento deportivo más retransmitido en cuanto a horas se refiere en la radio deportiva española; no obstante también hay otras disciplinas deportivas que tienen cabida en la radio deportiva de España, tales como el baloncesto, el ciclismo, el tenis, la Fórmula 1, Campeonatos de Europa y Mundiales de diversos deportes y los Juegos Olímpicos de verano

2) Hipótesis referidas a la locución:

2.1.- Referido a la locución de forma global, la velocidad de dicción es alta –supera en el mayor número de las veces una pronunciación superior a las 190 palabras por minuto– y el ritmo es elevado

2.2. Tomando como base al narrador principal de la retransmisión, el estado emocional es alegre/enfadado, emocionado, tenso y eufórico; y no triste, tranquilo, deprimido, sensual y dulce

2.3. Tomando también como base al narrador principal, éste emplea una intensidad alta, un tono agudo, un timbre abierto y agradable. Asimismo, utiliza diferencias tonales, enfatiza determinados vocablos –palabras clave–, no usa silencios –más de tres segundos– y emplean pausas –menos de tres segundos. No siempre pronuncia con claridad

3) Hipótesis sobre el apartado lingüístico³³:

3.1. En las retransmisiones deportivas radiofónicas se emplean más oraciones personales que impersonales

3.2. El empleo de oraciones simples es superior al de oraciones compuestas

3.3. Las oraciones enunciativas y exclamativas se emplean con frecuencia; las exhortativas/imperativas, dubitativas y optativas /desiderativas se utilizan en menor medida y el empleo de oraciones interrogativas es casi inexistente

3.4. Los nombres propios/motes, sustantivos, verbos y adverbios se emplean con asiduidad pero no así las perífrasis verbales y los adjetivos

3.5. En lo que se refiere a los vocablos más empleados, existe una homogeneización de determinadas palabras

3.6. Existe un evidente empleo de determinadas expresiones en lo que se refiere al uso de tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y palabras provenientes de otros campos de la semántica ajenos al deporte

3.7. Los errores son comunes aunque por normal general pasan desapercibidos para los oyentes

³³ Conviene recordar que se estudian las retransmisiones deportivas en español.

3.8. En términos globales, el uso de la lengua castellana en este tipo de género es pobre en los diferentes recursos lingüísticos y por lo tanto se puede mejorar. Asimismo, existen diferencias entre el lenguaje empleado por los diferentes integrantes que intervienen durante la emisión, según el rol que juega cada uno de ellos (director, locutor, comentarista, etc.)

4) Hipótesis referidas al apartado contextual

4.1. Los radioyentes aficionados a este tipo de género muestran un mayor gusto por el programa “Carrusel Deportivo”, de la Cadena SER, por encima de los otros programas que forman parte de este estudio: “Tiempo de Juego” (COPE), “Radioestadio” (Onda Cero), “Tablero Deportivo” (RNE) y “El Mirador de la Liga” (Punto Radio)³⁴ porque es el más asentado desde el punto de vista histórico como así demuestran los datos del EGM

4.2. Un alto porcentaje de oyentes que escucha un determinado acontecimiento deportivo por radio, a la vez lo siguen por televisión

4.3. Un gran número de aficionados que ve un determinado acontecimiento deportivo por televisión escoge a la radio para escuchar ese mismo evento por ser el radiofónico un medio más intenso y pasional

4.4. El lenguaje empleado en las retransmisiones deportivas radiofónicas, incluidos los errores, influye –positivamente unas veces y negativamente otras– en los receptores de este tipo de género

4.5. Los narradores radiofónicos de acontecimientos deportivos tienen la percepción de que retransmiten en un alto porcentaje para oyentes que a la vez son televidentes, para aquéllos que ven por televisión y escuchan por la radio un mismo evento deportivo

4.6. Los receptores de este tipo de género tienen una percepción positiva de lo que escuchan y un alto grado de satisfacción y por lo tanto sería innecesario y no sería conveniente que los locutores

³⁴ Hay que recordar que también entra en el estudio la posterior aparición del programa “La Liga en Punto” en Abc Punto Radio.

introdujeran modificaciones en la utilización de su lenguaje y expresión oral, a pesar de que ésta pudiese ser mejorable.



5. Marco teórico general: la radio

LA RADIO es un medio caracterizado por la inmediatez (Newman, 1991: 15 y Rodríguez, 2006: 95-99), instantaneidad, simultaneidad, rapidez (Prado, 1985: 14; Ortiz y Marchamalo, 1994: 26), y su alta penetración (Merayo, 2000: 115-121). Éstas como características más relevantes y otras, que se funden con las más importantes, hacen del medio radiofónico un objeto de estudio lo suficientemente armado para ser considerado un macro-objeto de estudio.

En este capítulo se presentan de forma esquemática los aspectos más relevantes de este medio en lo que respecta al punto de vista histórico, una visión sin duda importante a la hora de tratar a la radio. Este epígrafe quedará dividido en una perspectiva que vaya de lo general a lo particular en el marco español, con alguna pequeña aunque ineludible incursión en el marco internacional. Se realizará, en un primer momento, un repaso de la historia de la radio en España y su repercusión sociopolítica, haciendo hincapié sobre las principales leyes y reglamentos que van gestándose en los diferentes regímenes políticos, para acabar ese recorrido en lo que actualmente podemos denominar como “la radio deportiva”, objeto de estudio final de la presente tesis.

El concepto “radio deportiva” puede englobar a todo aquel programa que tiene como principal temática al deporte, ya sea desde un punto de vista de la información *a posteriori* –la reflexión– o el tratamiento informativo en directo *in situ*: las retransmisiones deportivas radiofónicas, objeto de estudio de la presente tesis, siendo

las segundas las que producen una sensación al oyente de participar en el suceso, por tratarse precisamente de retransmisiones “vivas”, realizadas desde el lugar de los hechos (Newman, 1991: 17).

La visión histórica de la “radio deportiva”, a su vez, estará dividida en tres grandes apartados que se corresponderán con tres fuentes de estudio: una revisión histórica global, la importancia de los programas deportivos en las parrillas de las emisoras radiofónicas españolas y los principales protagonistas españoles –en su mayor parte, periodistas– tanto históricos como actuales.

Finalmente se ha de encuadrar teóricamente al género radiofónico que va a ser estudiado, las retransmisiones deportivas en la radio española, y los tres aspectos que se van a tratar: la función de los aspectos de locución, la lengua española que se utiliza en este género y la envoltura contextual en la que se desarrollan dichas retransmisiones.

5.1. La radio y su relación con España

5.1.1. La radio en España: el nacimiento

La radiodifusión –“entendemos por radiodifusión el conjunto de técnicas y de dispositivos tecnológicos de emisión de ondas electromagnéticas que permiten la transmisión a distancia de palabras y sonidos y su difusión pública” (Rodríguez, 2006: 17)–tal y como es conocida hoy en día es fruto de amplias investigaciones previas (Díaz, 1984: 23). Surge como “una aplicación práctica de la radiotelefonía. Para que las primeras emisoras comerciales se convirtiesen en auténtico medio de comunicación, en vehículo de transmisión de información, entretenimiento y cultura, fue necesario todo un desarrollo tecnológico previo” (Fernández, 2004: 23). James Clerk Maxwell, Heinrich Rudolf Hertz, Édouard Branly o Aleksandr Stepánovich Popov son a día de hoy algunos de los nombres con los que se puede asemejar históricamente el nacimiento de la radio. Las principales obras de referencia citan a los experimentos de éstos y otros investigadores que acabaron sentando el cimiento sobre el que se construiría el invento que hoy es conocido popularmente como “la radio”. El trabajo realizado por estos eruditos y sus probaturas con las ondas electromagnéticas permitieron el descubrimiento final del que sería uno de las grandes medios de comunicación y canal de

difusión, invento que no tiene un solo padre pero que tradicionalmente ha sido atribuido a Guillermo Marconi, quien paso a paso contribuyó a la consolidación final de la radio desde que el 2 de junio de 1896 obtuviera la patente provisional (Díaz, 1984: 24) sobre su procedimiento de telegrafía sin hilos (Faus, 2007: 42):

“Aunque otros inventores pudieron haberse adelantado a Marconi, sus aisladas y esporádicas demostraciones solamente pueden ser consideradas como curiosidades. La invención de Marconi (la utilización de ondas de radio en vez del cable) constituyó la base práctica de la radiofonía, adelantando de este modo la etapa de invención a la de innovación, entendiendo este último concepto como la introducción comercial de una invención” (Díaz, 1984: 25).

Desde su descubrimiento, este medio de comunicación ha jugado un papel importantísimo en el mundo y evidentemente también en España. La radio ha sido el medio capaz de comunicar todo a todos, incluso en los momentos más difíciles y de mayor censura; la radio ha sabido ir superando las mayores trabas para acercarse lo máximo posible al conjunto de la sociedad. Además, la radio, a diferencia de su máximo competidor –la televisión– siempre ha llegado tanto a las clases altas como bajas y, del mismo modo, ha sido un medio utilizado por los más fuertes pero también por los más débiles. Por ser un medio oral, la radio no ha exigido unos requisitos culturales mínimos a sus receptores, como la necesidad de la comprensión escrita, necesaria para acceder a un libro o a un periódico.

Entre las diferentes y básicas funciones de la radio –entretener, educar, informar–, una de ellas es la de evadir al receptor (Faus, 1974: 122). El medio radiofónico ha sido un instrumento de distracción para muchas personas. Y la información deportiva desde su aparición ha sido, y es, parte del contenido de este medio en su función de evasión. Pero antes de indagar en la mera radio deportiva resulta pertinente hacer un sucinto repaso a la historia de la radio en España junto a su evolución jurídica.

Los ya nombrados avances tecnológicos mundiales fueron progresando también en España hasta que en 1923, y tras las

pertinentes y necesarias pruebas puntuales, comenzaron a tener lugar de forma regular las primeras emisiones radiofónicas (Balsebre, 2001: 13) que llegaron acompañadas, como señala Fernández (2005: 42), de un primario desarrollo industrial y avance del comercio radioeléctrico así como dando continuidad a los logros que con anterioridad habían realizado algunos pioneros que trabajaron sobre el medio radiofónico en España, como Antonio Castilla, José María Guillén-García Gómez, los hermanos De la Riva o Matías Balsera (Fernández, 2005: 33). Sobre este último, Faus comenta que por lo poco que se conoce de él “podemos decir que se trata de uno de los muchos ejemplos en que los escasos datos se repiten hasta convertirse en lugares comunes” (Faus, 2007: 113) y es por eso por lo que “una parte de la historia de la radio española permanece en la nebulosa del mito más que en el campo de la investigación; sin duda así se alimenta la leyenda” (Faus, 2007: 113).

Las emisiones producidas hasta el año 1923 fueron realmente experimentales y no fue hasta un año después, en noviembre de 1924 (Malvar, 2005: XVII), cuando se empezó a emitir de forma más continua y asidua. Ese año 1924 puede ser considerado como el de la primera eclosión radiofónica. El nacimiento radiofónico de los años 20 del siglo XX surge “como un fenómeno comunicativo esencialmente urbano, propio de grandes ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla o Cádiz” (Balsebre, 2001: 25-26). Estas ciudades fueron las primeras en obtener sus respectivas licencias. En cuanto a las emisoras pioneras, no existe un consenso absoluto sobre cuándo comienzan a emitir. Así es que, por ejemplo, Radio Ibérica y su indicativo EAJ-6 comenzó a emitir legalmente ente 1919 y 1924: “Contemplando el relato histórico en su conjunto emite a partir de 1919, según unos. Para otros se celebran primeras nuevas emisiones desde ese momento y hasta 1924” (Faus, 2007: 189). Esta emisora nació como una iniciativa de una organización empresarial: “A lo largo de su historia, tres empresas –Compañía Ibérica de Telecomunicaciones S.A., Radio Ibérica S.A. y Sociedad Nacional de Radiodifusión Española– fueron de forma sucesiva las responsables de su explotación” (Fernández, 2005: 42).

Sea como fuere, sí parece que existe consenso en que Radio Ibérica fue la primera en emitir. En esos años, también surgieron

otras emisoras: Radio Madrid –el 10 de noviembre de 1924–, Radio Barcelona –su programación diaria y regular empezó el 15 de octubre de 1924–; y Unión Radio Madrid –sus emisiones oficiales comienzan tras constituirse oficialmente el 19 de diciembre de 1924 (Balsebre, 1999: 12-14).

En lo que a esta última se refiere, la creación de Unión Radio Madrid generó una polémica reacción en la prensa y revistas especializadas que, nada más tuvieron noticia de la iniciativa, informaron a sus lectores de los movimientos de la nueva compañía al desconfiar de ella. La incertidumbre creada fue consecuencia de la inversión realizada por grandes empresas radioeléctricas internacionales en dicha emisora “y en especial de algunas de las sociedades que en mayo de 1924 habían pretendido explotar en exclusiva la radiodifusión” (Fernández, 1924: 14) lo que generó “múltiples comentarios que expresaban desconfianza ante las verdaderas intenciones de la nueva entidad” (Fernández, 2006: 14). Toda esta polémica acabó desembocando en que Unión Radio fuera vigilada muy de cerca por la competencia pues esta emisora “tras las negativas del Gobierno a conceder la exclusiva de radiodifusión, quería convertirse en la gran empresa radiofónica del país” (Fernández, 2006: 21).

La radio nació en una época difícil, con clases sociales realmente dispares. A pesar de que siempre se ha señalado que la radio –el aparato como tal: el transistor– es el medio más económico (Ortiz y Marchamalo, 1994: 27), no siempre todos han tenido la oportunidad de tener uno, sobre todo en los primeros años después de su nacimiento: “La radio sólo podía ser escuchada con regularidad por aquellos pocos radioyentes que hubieran invertido una importante suma de dinero en la adquisición de receptores dotados con un buen sistema de amplificación y detección” (Balsebre, 2001: 26).

Aunque la radio es hoy un medio asequible casi para cualquier persona, en aquellos años 20, este medio emergía en lo que fue un fenómeno social más bien propio de las élites culturales dominantes si bien, como anteriormente se señalaba, el medio fue acercándose con el paso de los años tanto a ricos como a pobres, englobando tanto a emisores como a receptores.

5.1.2. Los primeros textos legislativos sobre radiodifusión

El brote radiofónico vino acompañado en sus primeros años por la falta de legislación y de ahí que se emitiera en ocasiones de forma ilegal, o quizás el término más apropiado sería alegal. La regularización trató de implantarse con leyes aunque en 1923 “el desarrollo legislativo de las radiocomunicaciones en España resultaba muy insuficiente” (Fernández, 2005: 105). Anteriormente a ese año, se habían implantado diferentes textos legislativos desde 1907 ya que hasta ese año “existió una ausencia total de base legal en la que apoyar el derecho del Gobierno para decidir sobre la explotación de los servicios de las telecomunicaciones” (Pérez, 2006: 87). En 1907, la Ley de 26 de octubre de ese año, sancionada por el Rey y publicada dos días después en la “Gaceta de Madrid”, autorizaba mediante su primer artículo al Gobierno para que, “por medio de un real Decreto [...] proceda a plantear o desarrollar, valiéndose de entidades nacionales, los servicios de radiotelegrafía, cables y teléfonos”; la Ley dio pie a dos Reales Decretos, del 24 de enero de 1908, en los que se desarrollaban las bases y el reglamento para el establecimiento en España del servicio radiotelegráfico.

Esos primeros textos articulados en forma de leyes y reales decretos fueron instaurados por un Estado preocupado por monopolizar las comunicaciones. De ahí que a muchas de las emisoras pioneras –y gracias en un buen número de ocasiones al manejo radioeléctrico de los aficionados– no les quedara más remedio que efectuar sus emisiones clandestinamente. No obstante, la obsesión del Estado era evitar tales emisiones subrepticias a toda costa por lo que también se había dispuesto, mediante la Real Orden de 9 de marzo de 1914, la localización y desmontaje de todo este cúmulo de emisoras clandestinas (Fernández, 2005: 104) en un plazo de 15 días (Peinado, 1998: 173). Ese intervencionismo fue aún mayor con el Real Decreto del 8 de febrero de 1917: “Buscaba un mayor intervencionismo y control de las comunicaciones por parte del Estado, establecía el control permanente de todas las estaciones radiotelegráficas por parte del Gobierno” (Fernández, 2005: 104).

La apertura de ese férreo control empezó a desvirtuarse con un nuevo Real Decreto del 13 de enero de 1920 con el que “se autorizaba a las emisoras a realizar transmisiones experimentales a las

horas y en las longitudes de onda que dispusiese para ello la Dirección General de Correos y Telégrafos” (Fernández, 2005: 105). Esa Dirección General de Correos y Telégrafos, junto con el Ministerio de la Gobernación, se responsabilizaba de controlar las emisiones que se iban a realizar a través de estaciones clasificadas en permanentes y temporales (Faus, 2007: 169). Un posterior Real Decreto –de 27 de febrero de 1923– pretendía ser el inicio “de un proceso legislativo que condujese a España a una reglamentación completa sobre el fenómeno de las radiocomunicaciones y la radiotelefonía” (Fernández, 2005: 106). En ese Real Decreto “se establece el monopolio estatal de las instalaciones radioeléctricas, prohibiéndose todas aquellas estaciones no autorizadas por el Ministerio de la Gobernación o de la Dirección General de Comunicaciones. Surge un servicio público no monopolizado” (Peinado, 1998: 174) y será el Estado el que “podrá explotar el servicio radiotelefónico mediante concesión o por sí mismo. Es una diferencia sustancial para el futuro de nuestra radiodifusión” (Faus, 2007: 170).

La llegada de Primo de Rivera cambia las reglas del juego y en junio de 1924 se elabora un nuevo Reglamento “con una orientación reguladora distinta, más sensible a los intereses privados de las empresas implicadas en el sector” (Balsebre, 2001: 26). Ese llamado “Reglamento para establecimiento y régimen de estaciones radioeléctricas particulares”, publicado mediante Real Orden de 14 de junio de 1924 en la “Gaceta de Madrid”, entre otras cuestiones, establece que las estaciones radioeléctricas (radiotelegráficas o radiotelefónicas) pueden ser oficiales y particulares; y en su artículo cuarto quedan recogidas las cinco categorías en las que se dividen las estaciones radioeléctricas:

- a) Estaciones para la enseñanza en Centros docentes oficiales
- b) Estaciones para ensayos, experiencias o estudios por entidades o personas de nacionalidad española
- c) Estaciones para establecer una comunicación directa entre dos o más puntos fijos o móviles pertenecientes a una misma persona o entidad
- d) Estaciones de difusión oficiales o particulares
- e) Estaciones de aficionado

Esta Real Orden de 14 de junio de 1924 contemplaba “el germen de lo que será el auténtico monopolio de radiodifusión comercial en España, el origen de la primera Cadena radiofónica, de Unión Radio, de la Cadena SER” (Peinado, 1998: 175).

5.1.3. Segundo lustro de los años 20 del siglo XX

El Reglamento publicado el 15 de junio de 1924 establecía un sistema bipolar, un modelo de emisiones alterno. Por aquel entonces no existía autorización para que se pudiera emitir de forma simultánea y las emisoras estaban acogidas a unos horarios concretos. Hasta el último cuatrimestre de 1924, dado que existía una única emisora en antena, no había existido problemática alguna sobre las emisiones simultáneas. Pero según iban naciendo varias emisoras en una misma ciudad se plantearon dos posturas enfrentadas: los partidarios del régimen de emisiones alternas y los defensores de las simultáneas (Fernández, 2006: 40-41).

En 1924 existían varias concesiones –EAJ-1, Radio Barcelona; EAJ-2, Radio España de Madrid; EAJ-3, Radio Cádiz; EAJ-4, Radio Castilla (o Estación Castilla); EAJ-5, Radio Club Sevillano; EAJ-6, Radio Ibérica. Con el paso del tiempo, se trató de que hubiera un mayor consenso en la explotación pero no se conseguía una definitiva unión entre los interesados en el sector (Fernández, 2006: 19). Diferentes emisoras iban naciendo, financiándose principalmente gracias a los anuncios publicitarios aunque en poco tiempo el Estado comenzó a quedarse con el 20% de dichos ingresos y algunas emisoras perdieron cierto protagonismo en beneficio de otras. Tal es el caso de Radio Barcelona, que entra en crisis a mediados del año 1925 “cuando aparece en la escena barcelonesa una nueva emisora, Radio Catalana EAJ-13, coincidiendo con la puesta en marcha de la emisora madrileña Unión Radio” (Balsebre 2001: 105). En el segundo semestre de 1925, el panorama radiofónico estaba establecido con varios EAJ destacados: EAJ-1, Radio Barcelona; EAJ-3, Radio Cádiz; EAJ-4, Radio Castilla (Madrid); EAJ-5, Radio Club Sevillano; EAJ-6, Radio Ibérica (Madrid); EAJ-7, Unión Radio (Madrid); EAJ-8, Radio San Sebastián; EAJ-9, Radio Club Vizcaya (Radio Bilbao); EAJ-11, Radio Valencia; EAJ-15, Radio-Española de Madrid; EAJ-16, Radio

Cartagena; EAJ 17, Radio Sevilla; EAJ-24, Radio Levante y EAJ-25, Radio Málaga.

En lo que al objeto de estudio concreto en esta tesis tratado respecta, es de destacar que “surge en 1927 un nuevo género radiofónico: las retransmisiones de partidos de fútbol, a mitad de camino entre la información y el entretenimiento, entre la radio-educativa y el espectáculo” (Balsebre, 2001: 234), género que se irá desarrollando a lo largo del presente trabajo.

A finales de la década, un nuevo Real Decreto, de 26 de julio de 1929, publicado al día siguiente en la “Gaceta de Madrid”, estipulaba en su artículo primero: “Se crea el “Servicio Nacional de Radiodifusión”, el cual tendrá por objeto la ejecución preferente de las transmisiones radiotelefónicas en España que se realicen con estaciones llamadas de cuarta categoría en el Reglamento de 14 de Junio de 1924, destinadas a ser recibidas por el público en razón de su carácter o utilidad general, tales como noticias, informaciones, conferencias, conciertos y todo cuanto pueda tener interés cultural, recreativo y económico”. Ese mismo día, 27 de julio de 1929, se publicaba un Real Decreto para reorganizar la Junta Técnica e Inspectoría de Radiocomunicación.

5.1.4. La radio, clave de la información a principios de los 30

A principios de los años 30, la radio empezó a ser eje de la información, un medio clave: “La llegada de la República el 14 de abril de 1931 supuso en un primer momento la implantación de un sistema de libertades y reformas” (Balsebre, 2001: 157). La radio empezó a ser además, si es que no lo era ya, un instrumento político: gente de las altas esferas, intelectuales y los propios políticos se “apropiaron” de la radio como canal a través del que poder enviar sus mensajes. La opinión se entremezclaba con la información para convertirse en una inequívoca amalgama de propaganda.

El 20 de diciembre de 1930 se publica en *La Gaceta de Madrid*, un nuevo real decreto, de 19 de diciembre de 1930, en el que se aprueban las bases que deben servir de norma en el régimen transitorio para el establecimiento y explotación de estaciones radiodifusoras. Unos meses más tarde “únicamente siete emisoras de radio en la banda de onda media están en condiciones de propagar el

14 de abril de 1931 la noticia de la proclamación de la República” (Balsebre, 2001: 260). Con la llegada del nuevo régimen, el Gobierno crea el Ministerio de Comunicaciones, “responsable de los asuntos relacionados con las telecomunicaciones (radio, servicio de correos, radiotelegrafía y telefonía)” (Balsebre, 2001: 268) lo que denota una preocupación gubernamental por controlar el medio radiofónico. Es decir, varios años después, un nuevo régimen político continúa teniendo problemas para controlar, cuando no censurar, a un medio radiofónico prácticamente incontrolable dadas sus características técnicas³⁵.

Un decreto de 25 de abril de 1931, publicado un día después, deroga dos reales decreto de 26 de julio de 1929: “Queda derogado el real decreto de 26 de julio de 1929, que reorganizaba la Junta técnica e inspectora de Radiocomunicación, y asimismo derogado el Real decreto de la misma fecha que creó el servicio nacional de radiodifusión” rezaba su primer artículo. Casi un año después, el 15 de abril de 1932 se publica un nuevo decreto, de 8 de abril de 1932, por el que se autorizaba al Ministerio de la Gobernación para que, a través de la Dirección General de Telecomunicación, sacara a concurso el suministro e instalación de las estaciones radioeléctricas que debían constituir la red nacional de radiodifusión del Estado por lo que se mantenía un Plan Transitorio iniciado en 1930 (Peinado, 1998: 176). Con el decreto de 8 de diciembre de 1932 se autorizaba al Ministro de ese Departamento a que por medio de la Dirección General de Telecomunicación contratase mediante concurso público el suministro e instalación de los elementos para la implantación de un sistema de comunicación múltiple de alta frecuencia entre Madrid y Barcelona con estación de amplificadores en Zaragoza. El 28 de junio de 1934 se publica la Ley relativa al servicio de Radiodifusión Nacional, de 26 de junio de 1934, definida en el propio texto legal como una “función esencial y privativa del Estado” y un mes después, el Decreto de 26 de julio de 1934 anunciaba un inminente

³⁵ “Desde la irrupción de la radio los gobiernos se han convertido, casi en todas partes, en sus propietarios totales o parciales. Como son, con mucho, la televisión y la radio quienes ejercen sobre la sociedad una mayor influencia, esto quiere decir que en la totalidad de los países del mundo el Estado controla directa o indirectamente los más poderosos medios” (Castello, 1977: 43).

concurso para “el suministro e instalación de las estaciones de radiodifusión que han de constituir la Red nacional del Estado”. Un año y medio después quedó redactado y publicado el Reglamento del Servicio Nacional de Radiodifusión –Reglamento de 22 de noviembre de 1935–, que establecía “medidas de censura de publicidad previstas por las estaciones que integran el Servicio Nacional de Radiodifusión” (Peinado, 1998: 176). En esos años también se había publicado la Orden de 9 de febrero de 1934 para realizar prohibiciones temporales por “necesidades de orden público” así como el decreto de 16 de septiembre de 1935 que “establecía un régimen de intervención de las emisoras de radio” (Peinado, 1998: 176). La censura se había empezado a acentuar y ésta no desaparecería hasta la transición democrática de mediados de los 70 (Montoro, 1996: 264 y Herrera, 2005: 295). Con la Orden de 5 de diciembre de 1934 se habían regulado “las radiocentrales o teledifusión por hilo, sistema que constituía una novedad en España y que permitía desde una misma emisión receptora distribuir la señal por hilo o distintas unidades de difusión” (Peinado, 1998: 176) y con otra Orden de idéntica fecha se dispone que sigan en vigor las cuotas establecidas para el uso de aparatos radorreceptores desde 1926.

5.1.5. La Guerra Civil española

Si la etapa inmediatamente anterior a la Guerra Civil se puede considerar como la del momento en el que nace y se consolida la radio (Prado, 1985: 9), es con la llegada de la contienda española cuando ese medio recién nacido y consolidado en no mucho tiempo va a convertirse en el “cordón umbilical que mantuvo la conexión sentimental con el campo de batalla y con la vida civil en los pueblos y ciudades” (Balsebre, 2001: 369). Durante estos años de lucha armada, ambos combatientes trataron de cortar y neutralizar las emisiones de sus adversarios y “se produjo una multiplicación de emisoras sin amparo legal alguno” (Peinado, 1998: 177). Una circular de 18 de diciembre de 1936, publicada en el BOE del día siguiente, rezaba:

“[...] todas las instalaciones radioeléctricas enclavadas dentro del territorio afecto al Movimiento Nacional y que no sean de

carácter puramente militar, tanto por la clase de servicio que realicen, como por depender directamente de una autoridad militar, deberán, para poder funcionar, estar provistas de una autorización expedida por la Comisión de Obras Públicas y Comunicaciones (Inspección General de Comunicación)” excepto las “de indicativo EAJ, que ya tienen concesión anterior”.

El 17 de enero de 1937 se publica el decreto número 180, dado por Francisco Franco en Salamanca el 14 de enero de ese año, por el que se crea la Delegación para Prensa y Propaganda. En ese año nace Radio Nacional de Salamanca, que acabará convirtiéndose en un gran instrumento propagandístico y será un primer cimiento de Radio Nacional de España. En definitiva, fue un “proyecto animado por la intensa utilización del medio por los militares sublevados desde los primeros momentos del “Alzamiento Nacional”: Radio Nacional de Salamanca, inaugurada en 1937 como primera emisora “nacional”, con equipos de retransmisión donados por la Alemania nazi” (Bustamante, 2006: 24). Aún durante la guerra, se publica la Ley de 20 de enero de 1938, en la que se indica que el Ministerio de Interior comprenderá los servicios de prensa y propaganda.

5.1.6. La radio y la realidad ¿o la ficción?

Dentro del plano internacional, y mientras en España tenía lugar una Guerra Civil, conviene reseñar un hecho que tuvo lugar en octubre de 1938. Fue un acontecimiento histórico que influyó de forma determinante para que la radio recibiese la calificación de medio de comunicación más creíble. El hecho fue el de la archiconocida “Guerra de los mundos”:

“Quizás, el hecho más significativo que resume toda esta época de la radiodifusión mundial sea la transmisión de ‘Invasion from Mars’ por la cadena de emisoras CBS el último día del mes de octubre de 1938, dentro del programa ‘Teatro Mercurio en el aire’ [...] La puesta en antena de la obra tuvo efectos desconocidos: en la casi totalidad del territorio de los Estados Unidos se produjo un movimiento de pánico colectivo.

‘Algunas ciudades se despoblaron casi enteramente y miles de personas creyeron que había llegado el fin del mundo’, mientras Orson Welles y el cuadro de actores de la cadena describía las escenas de la supuesta invasión marciana a la Tierra [...] ‘La guerra de los mundos’ quedó así inscrita en la historia de la Radio y convertida en símbolo de esta época, que demuestra: la extraordinaria aceptación de los servicios informativos, la extensión del medio a nivel de masas, la credibilidad que la Radio alcanzó en aquellos momentos y que reforzará en los años siguientes, y el desarrollo técnico suficiente que hizo posible una dramatización perfecta, símbolo de la ‘radio-espectáculo’. (Faus, 1974: 61-63).

La retransmisión de “La guerra de los mundos” demuestra la fantástica popularidad que estaba alcanzando la radio y, más que la propia popularidad, su credibilidad. Un medio de comunicación de masas puramente sonoro, sin imagen, que era capaz de transmitir sentimientos; es en este caso concreto, el sentimiento del miedo, del pánico entre la población. La radio fue capaz de influir sobre los radioyentes, de conjugar en un solo elemento realidad y ficción. Sobre este acontecimiento, Arozamena señala:

“Los policías que en la madrugada del 30 de octubre de 1938 invadieron los estudios de radio CBS, en Nueva York, no sabían que su invasión era el primer gran homenaje de los poderes de la radio. Minutos antes había terminado la emisión ‘La guerra de los mundos’, dirigida por Orson Welles, y la radio había alcanzado la mayoría de edad. Los interrogatorios de la policía al equipo de la CBS tenían como acompañamiento la letanía de insinuaciones sombrías en torno a suicidios, accidentes de tráfico, estampidas de gentes en lugares públicos y la situación que las fuerzas del orden más detestaban: el caos generalizado” (Arozamena, en Ortiz y Marchamalo, 1994: 11).

5.1.7. El fin de la contienda española y la postguerra

Mientras, en España, el último día de 1938 se publica una nueva Ley en la que se decía que la Subsecretaría de Prensa y Propaganda

comprenderá los “Servicios Nacionales de Prensa, Propaganda y Turismo”. Ya en 1939, la Orden de 6 de octubre era tajante a la hora de dictaminar las diversas autorizaciones que había que solicitar para radiar determinados acontecimientos, que establece “formalmente la censura de todas las emisoras de Radio” (Montoro, 1996: 267) y “fija la reserva exclusiva de los programas informativos a la Emisora Nacional” (Montoro, 1996: 267).

En la postguerra, la radio estuvo supeditada a la propia precariedad que vivía un país marcado por las restricciones eléctricas y el pésimo estado de las líneas de teléfono. La victoria de Franco “hubiera exigido la eliminación de Unión Radio, especialmente de sus emisoras de Madrid, Barcelona y Valencia, portaestandartes de la voz republicana resistente durante los tres años de la guerra civil” (Balsebre, 2002: 11-12) por el mero hecho de que la eliminación física de los vestigios relacionados con la República fue una tarea obsesiva del franquismo y “cualquier propuesta de reconciliación con el vencido era considerada sospechosa de colaboración con el enemigo” (Balsebre, 2002: 12). Sin embargo, Unión Radio “no fue eliminada ni suplantada por la nueva estructura de Radio Nacional de España, fuerza ocupante de sus instalaciones, sino rehabilitada y devuelta a sus legítimos dueños” (Balsebre, 2002: 12) que se habían organizado administrativamente en torno a la recién creada SER (Sociedad Española de Radiodifusión), con Virgilio Oñate Sánchez de director general. La Cadena SER aglutinó a las emisoras de la Cadena Unión Radio y a la gran mayoría de las comarcales –aunque los actos presididos por Franco eran retransmitidos obligatoriamente por todas las emisoras.

El 22 de mayo de 1941 se publicaba en el Boletín Oficial del Estado la Ley de 20 de mayo de 1941 por la que se transfieren los Servicios de Prensa y Propaganda a la Vicesecretaría de Educación de F.E.T. y de las J.O.N.S. que se crea por ese mismo texto legal. De alguna forma, ése era el “botín de guerra” logrado por la Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S. El 9 de agosto de 1944 se publica un Decreto por el que se determinan las funciones que corresponden a la Vicesecretaría de Educación Popular –desaparecida como tal la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del Ministerio de la Gobernación– en orden a los Servicios de Radiodifusión. Y el 25 de

octubre de ese mismo año se dictan las normas para la organización y funcionamiento del servicio de radiodifusión:

“Según esta Orden se integran en el Servicio de Radiodifusión las emisoras de radiodifusión existentes (de FET, se entiende), así como aquellas que se constituyan o adquieran, para formar en su conjunto la Radio Nacional de España (objetivo del Decreto de 4 de agosto, como continuación de la Red Española de Radiodifusión REDERA, creada en 1942). Es el principio de convivencia entre las emisoras de servicios nacionales dependientes de la Administración del Estado con las cadenas que se crean y organizan bajo la dependencia del Movimiento y las emisoras comerciales ya existentes” (Peinado, 1998: 179).

La Red Española de Radiodifusión (REDERA) nace como un ente dependiente de la Delegación Nacional de Propaganda, “con el objetivo de constituir un verdadero Servicio Nacional de Radiodifusión, que aglutine las cinco emisoras de RNE (básicamente instalaciones, pues algunas están desmanteladas o en proceso de desmantelamiento) y las emisoras de Falange (las radio FET)” (Balsebre, 2002: 59). REDERA “significó muy probablemente el principio de casi todo para RNE [...] REDERA fue la instancia administrativa que otorgó a RNE antena propia y comenzó a pensar en un futuro Servicio Nacional de Radiodifusión realmente español” (Balsebre, 2002: 61). El 28 de julio de 1945 se publica un Decreto-Ley en el que se dice que:

“[...] todos los Servicios y Organismos que en materia de prensa y propaganda y sus respectivas competencias fueron transferidas a la Vicesecretaría de Educación Popular por Ley de veinte de mayo de mil novecientos cuarenta y uno pasarán a depender del Ministerio de Educación Nacional, constituyendo una Subsecretaría que se denominará de Educación Popular”.

5.1.8. Evita Perón, en España

Otro acontecimiento reseñable dentro de la historia de la radio española fue la visita de Evita Perón en junio de 1947, que puso a

prueba la red de transmisiones de RNE en Arganda y la eficacia de sus equipos de grabación magnetofónica, los primeros en introducirse en España (Balsebre, 2002: 171-172); un viaje propagandístico de gran significación histórica: “La visita de Evita Perón es importante porque fija el primer documento radiofónico español grabado en cinta magnetofónica que conserva la fonoteca de RNE, la fonoteca radiofónica más completa en España” (Balsebre, 2002: 171-172).

De hechos históricos a otros que empiezan a dar a la radio la importancia que comienza a adquirir: en 1949 la Real Academia incluyó en sus diccionarios las palabras “radiofonía”, “radiofónico” y “radiofonista”, términos que empiezan a demostrar que el medio radiofónico se populariza, empieza a formar parte del habla común de la población, de su vida cotidiana. Y la RAE recoge esta tendencia lingüística innovadora.

5.1.9. Años 50

Un Decreto-Ley de 19 de julio de 1951 crea el Ministerio de Información y Turismo (artículo 1º) y un nuevo texto legal publicado el 24 de febrero de 1952 decreta la organización de este Ministerio. Además, una disposición adicional da por extinguida la Red Española de Radiodifusión (REDERA). Un nuevo decreto, de 14 de noviembre de 1952, regula las estaciones comarcales de onda media y clasifica a las estaciones de la Red Nacional de Radiodifusión en tres clases: Nacionales, Comarcales y Locales. Las Nacionales serían propiedad del Estado: “Este Decreto encomienda a la ARE (Administración Radiodifusora Española), heredera directa de REDERA, el tema de las estaciones estatales (principios de Radio Nacional)” (Peinado, 1998: 179). Un decreto de 3 de octubre de 1957 regulará el funcionamiento de la ARE. El 7 de octubre de 1958 se publica un nuevo Decreto sobre la transformación de las emisoras locales de onda media (OM) en emisoras de frecuencia modulada (FM). Durante los 50 no todo estaba permitido y “la censura radiofónica actuaba sobre todo texto y guión, ya fuera publicitario, musical o dramático” (Balsebre, 2002: 230). En el ámbito europeo, España entraba a formar parte de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) en 1955.

5.1.10. Años 60 y el Plan Transitorio de Ondas Medias

La ARE desaparece en el año 1962 y se crea la Dirección General de Radiodifusión y Televisión:

“Esta Dirección durará quince años y será la unidad administrativa para ordenar y gestionar los servicios explotados directamente por el Estado. Posteriores Decretos servirán para reformar la organización de esta Dirección General: Decreto de 18 de enero de 1968; Decreto de 21 de marzo de 1970 y Decreto de 11 de marzo de 1973. Según Decreto de 11 de agosto de 1953 (B.O.E. de 12 de septiembre) y la Orden de 4 de noviembre de 1964 (B.O.E. de 12 de noviembre) se organizan y regulan la función radiodifusora de FET de las JONS. Esta Orden integra en la Red de Emisoras de Movimiento de la totalidad de emisoras dependientes de la Secretaría General del Movimiento o de cualquiera de sus órganos. La integración de la Cadena Azul de Radiodifusión en la Delegación Nacional de Prensa y Radio del Movimiento, órgano del que dependía la REM, se producirá por la Orden de 13 de mayo de 1974 (B.O.E. de 17 de mayo)” (Peinado, 1998: 180).

Años después, con el Plan Transitorio de Ondas Medias –Decreto publicado en el BOE el 30 de diciembre de 1964– se redujo el número de emisoras de la onda media y se “instaura la radiodifusión en FM, obligando a una mayoría de las emisoras locales y comarcales en onda media a la explotación complementaria y simultánea de una emisora en FM” (Balsebre, 2002: 395). El Plan Transitorio establece:

- a) Plan transitorio de Radiodifusión de Ondas Medias para la Península, Baleares, Ceuta y Melilla:
 - a1) Emisoras del Estado: Radio Nacional de España y Radio Peninsular (15 emisoras con posibilidad de ampliación); emisoras comarcales del Estado (número máximo: 9).
 - a2) Emisoras del Movimiento: Podrán continuar dos en Madrid y una en cada restante provincia española. De aquí, surgirá “la Cadena de Emisoras Sindicales (C.E.S.), creado por Orden de 17

de febrero de 1969 (Boletín Sindical de 4 de marzo)” (Peinado, 1998: 181).

a3) Emisoras de la Comisión Episcopal: Podrá continuar una en Madrid y otra en cada provincia de las restantes. Se encarga la gestión del servicio a la COPE (Cadena de Ondas Populares Españolas) (Peinado, 1998: 181). La COPE fue el resultado de “integrar de forma centralizada en una nueva entidad jurídica a las distintas emisoras de la Iglesia que actuaban en las ondas desde la aprobación el 28 de noviembre de 1959 del primer Plan Nacional de Radiodifusión de la Iglesia” (Balsebre, 2002: 467).

a4) Emisoras locales de empresas privadas

b) Plan transitorio de Radiodifusión de Ondas Medias para Canarias:

b1) Emisoras del Estado: Radio Nacional de España (dos emisoras con posibilidad de ampliación)

b2) Emisoras del movimiento (número máximo de emisoras: tres)

b3) Emisoras de la Comisión Episcopal (número máximo de emisoras: tres)

b4) Emisoras locales de empresas privadas

Durante los años 60 también se crean los Premios Nacionales de Radio y Televisión —en 1954 se habían creado los Premios Ondas—, que sirven de estímulo a los profesionales de dichas disciplinas. El 15 de junio de 1964 se publica el Estatuto de la Publicidad (Ley 61/1964, de 11 de junio) que afectaba a la radio en virtud de “su función introductora de la creación de los primeros estudios de audiencia [...] El 10 de octubre de 1964 se constituye el OJD para el estudio de la difusión de la prensa periódica en España [...] y en 1968 será creado el ‘Estudio General de Medios’ (EGM) que definirá la encuesta marco de las audiencias de radio en España” (Balsebre, 2002: 409), estudios de audiencia todavía hoy en vigor.

En 1965, una nueva Orden fijó el listado definitivo de emisoras autorizadas a seguir en la onda media: emisoras comarcales: seis de la SER (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza y San Sebastián), una para Cultural Radio Española (Madrid), una a la Compañía de Radiodifusión Intercontinental (Madrid) y otra a Radio España

(Barcelona); 18 de la Red de Emisoras del Movimiento (REM); 16 de la Cadena Azul de Radiodifusión (CAR); 19 de la Cadena de Emisoras Sindicales (CES) y 51 de la Comisión Episcopal, aparte de las emisoras locales de empresas privadas. En este mismo año se publica un Decreto relativo al régimen jurídico del ejercicio de la función radiodifusora en frecuencia modulada.

A mediados de esta década desaparece el impuesto de radioaudición, lo que acerca aún más a este medio de comunicación con su audiencia a la par que empiezan a surgir las primeras emisoras musicales.

5.1.11. Finales de los 60 y primer lustro de los 70

A finales de los años 60 tuvo lugar el cuarto ensayo del Plan Alerta CONEMRAD, que se realizó con la previsión de que en situaciones de emergencia, la radio y la televisión pudieran ser utilizadas en beneficio de la sociedad.

En 1969, Adolfo Suárez González era designado director general de Radiodifusión y Televisión.

Los mediados de los años 70 estuvieron marcados también radiofónicamente por hechos históricos en España como fue la muerte de Franco: se emiten los últimos comunicados por Radio Nacional, con la que obligatoriamente tenían que conectar el resto de emisoras. La muerte de Franco significó el principio del fin de la censura previa (Franquet, en Bustamante, 2002: 179).

5.1.12. Finales de los 70 y las emisoras autonómicas

El monopolio radiofónico informativo comenzó a vivir sus últimos días tras la muerte de Franco y en 1977, durante la Transición democrática, las radios que lo desearan fueron autorizadas a producir sus propios contenidos:

“La programación informativa en la radio española nace virtualmente cuando el primer gobierno constitucional de Adolfo Suárez decreta el fin del monopolio informativo de Radio Nacional de España, a través del Real Decreto del 6 de octubre de 1977 sobre ‘libertad de información general por las emisoras de radiodifusión’. Las firmas del rey Juan Carlos y del

ministro de Cultura, Pío Cabanillas, cerraban un largo periodo de casi 40 años de obligatoria conexión de las emisoras públicas y privadas con Radio Nacional de España para la transmisión de sus Diarios Hablados, también conocidos como los partes, a las 14.30h y a las 22h, como así dispusiera Franco con una orden del 6 de octubre de 1939” (Balsebre, 1994: 9).

La publicación de ese Real Decreto el 25 de octubre de 1977 significó la derogación definitiva del sistema censor (Montoro, 1996: 275) y fue sinónimo de una apertura de las libertades informativas “celebrada con un incremento sin precedentes de los programas y recursos informativos por parte de las emisoras radiofónicas” (Herrera, 2005: 295).

Al año siguiente, en 1978, se publica un Real Decreto por el que se aprueba al Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora y el 18 de junio de 1979 se publica otro Real Decreto por el que se establece el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora de Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia, que “consolida el liderazgo de la Cadena SER, que sale reforzada, pero al mismo tiempo favorece el nacimiento de una nueva cadena privada, Antena 3 Radio” (Balsebre, 2002: 481). Antena 3 Radio llegó a tener un gran éxito, disputó incluso el liderato a la propia Cadena SER aunque esta última estuvo casi siempre a la cabeza con programas como “Hora 25” o “Los 40 Principales” y reconocidos profesionales radiofónicos como Iñaki Gabilondo, Luis del Olmo, Encarna Sánchez o el propio José María García, quien condujo los deportes en la SER.

Por otro lado, a finales de los años 70 nacen las primeras emisoras autonómicas –País Vasco, Cataluña y Galicia son las pioneras– lo que permite un sistema informativo radiofónico con un carácter más regional y local.

5.1.13. La noche de los transistores y las emisoras autonómicas

El 23 de febrero de 1981 se produjo el intento de golpe de Estado del coronel Antonio Tejero. Tras cortar la señal de televisión, el papel de la radio se vio incrementado, más aún con los mensajes del Rey emitidos por la mayoría de las emisoras. Ese 23 de febrero de 1981 el

Congreso de los Diputados estuvo asaltado por 288 guardias civiles durante 18 horas. El papel que jugó la radio en ese momento “supuso de alguna manera la diplomatura de la nueva radio informativa de la España postfranquista y democrática y decidió también su máximo nivel de popularidad y reconocimiento social” (Balsebre, 1994: 13-14).

Durante estos años 80 comenzaron a desarrollarse los entes públicos autonómicos de radio: Radiotelevisión Andalucía creaba una veintena de emisoras, nacían Catalunya Ràdio y Ràdio Associació de Catalunya; en el País Vasco se desarrollaba EITB; Radio Gallega se iniciaba integrada en RTVG; en la Comunidad de Madrid se creaba Onda Madrid, integrada en RTVM; y también se originaba Canal Nou Radio en la Comunidad Valenciana.

De ámbito nacional, a finales de la década, se crea una nueva emisora, Onda Cero, la cadena de la Organización Nacional de Ciegos Españoles, la ONCE.

5.1.14. El Estatuto de la Radio y Televisión

En el apartado legislativo, el 12 de enero de 1980 se publicaba la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y Televisión, que en su artículo 17 decía que la gestión del servicio público de radiodifusión se realizará a través de Radio Nacional de España (RNE) y Radio Cadena Española (RCE), que comprenderá las emisoras bajo el indicativo REM-CAR y CES. Este estatuto reflejaba una cierta independencia entre RTVE y el Gobierno (Peinado, 1998: 184). Y el 19 de diciembre de 1987 se publicaba la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. En 1989 un nuevo Real Decreto aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia.

5.1.15. Años 90

El panorama de esta época venía dado por la división entre emisoras privadas y públicas. Todo ello unido al auge de las cadenas locales con dos factores problemáticos: la financiación y la dificultad para cubrir con programación toda la parrilla. A principios de los 90 la agencia EFE había puesto a disposición de sus clientes –con un

precio de 120.000 pesetas– un servicio de emisoras con el fin de solventar esta falta de contenido de algunas emisoras.

En 1991 veía la luz la Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora y en 1992 se publicaba un Real Decreto por el que se regulaba el otorgamiento de concesiones y la asignación de frecuencias para la explotación del servicio público de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia por las Corporaciones locales. En 1993 se publicaba el Real Decreto 765/1993, de 21 de mayo, por el que se aprobaba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Medias (hectométricas). En 1997, con un nuevo Real Decreto se aprobaba un incremento de frecuencias para la gestión indirecta de emisoras dentro del Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia. Y el 25 de abril de 1998 se publicaba en el BOE la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones.

A comienzos de esta década, había tenido lugar un hecho insólito: el liderazgo de Antena 3 Radio, por primera vez por delante de la Cadena SER. Pero poco duró esta circunstancia ya que la SER no tardó en recuperar la hegemonía en España. Precisamente, Antena 3 Radio sería absorbida por la propia Cadena SER (Franquet en Bustamante, 2002: 185) y a finales de los 90 existían cuatro grandes cadenas consolidadas como las convencionales de la radio generalista no temática más escuchadas: una pública, Radio Nacional de España, y tres privadas: Cadena SER, COPE y Onda Cero. En lo referente a la radio estatal, durante los 90, se estructuró la programación de acuerdo a diferentes vertientes: Radio 1 para la información convencional, Radio 2 para la música clásica, Radio 3 con una programación dirigida al público joven, Radio 4 con diferenciación de sus emisiones por regiones autonómicas, y Radio 5, que pasó de ser una cadena de emisoras locales a adoptar un formato exclusiva y meramente informativo en 1994.

A finales del siglo XX, en el año 1998, indica Peinado que existían 221 emisoras en Onda Media (53,7% públicas y 46,3% privadas) y 2.657 emisoras de FM entre públicas, privadas e ilegales (Peinado, 1998: 188-189).

5.1.16. Entre siglos

En 1999 se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Radiodifusión Sonora Digital Terrenal y el 6 de junio de 2006 se publicó la Ley 5/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal, con el objeto de regular el servicio público de radio y de televisión de titularidad del Estado y establecer el régimen jurídico de las entidades a las que se encomienda la prestación de dichos servicios públicos. Se crea como tal la Corporación de Radio y Televisión Española (Corporación RTVE). Además, esta Ley deroga la Ley 4/1980, de 10 de enero, que aprobaba el Estatuto de la Radio y la Televisión. El 18 de septiembre de 2006, con el Real Decreto 964/2006, de 1 de septiembre, se aprobaba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia. Además, durante el siglo XXI se han publicado diversos textos legales para que en España se cumplan los requerimientos de la Unión Europea, con diversas directivas y decisiones.

5.1.17. Últimos años

A finales de 2012, en la radio generalista, una emisora predomina por encima del resto según el EGM: la Cadena SER. Lo ha logrado gracias a una parrilla marcada, de lunes a viernes, por un magacín matinal informativo; información de índole regional y local a primera hora de la tarde; un magacín de carácter más distendido durante la tarde; un bloque informativo nocturno; un programa deportivo a partir de la medianoche y un bloque con el radioyente como protagonista durante la madrugada. Esta programación adquiere un formato totalmente diferente durante los fines de semana, momento en el que la información deportiva en forma de retransmisiones en directo toma el protagonismo; y ésta se combina con la información presente en el horario matutino del fin de semana.

Durante los últimos años, según los datos que periódicamente arroja el EGM, las radios generalistas más escuchadas y que emiten a nivel nacional en sistema analógico son la Cadena SER, la COPE, Onda Cero y Radio Nacional de España. Entre las cinco primeras también estuvo Punto Radio, emisora que desapareció y fue refundada en Abc Punto Radio, que a su vez finalizó sus emisiones el 14 de marzo de 2013; y también se puede destacar la emisora esRadio,

cuyos datos de audiencia, no obstante, no superan a algunas de las emisoras autonómicas. Precisamente, las autonómicas más sintonizadas durante los últimos años son RAC1, Catalunya Radio y Ona Radio (Cataluña); Radio Euskadi y Euskadi Irratia (País Vasco); Canal Sur Radio (Andalucía); Radio Galega (Galicia) y Radio 9 (Comunidad Valenciana).

En radio temática, las cinco emisoras más escuchadas son Cadena 40, Cadena Dial, Cadena 100, Kiss FM y Europa FM; todas con predominancia de contenidos musicales aunque en el siglo XXI han surgido otras temáticas no musicales, como Radio Intereconomía o Radio Marca; esta última, de temática únicamente deportiva.

Respecto a la radio pública, conviene reseñar que el 31 de agosto de 2009 se publicaba la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Esta Ley viene a significar el fin de la publicidad en la Corporación.

Un año después, en 2010, entraba en vigor la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. En ella se hacen alusiones al medio radiofónico y especialmente al pluralismo que se ha de fomentar. Así, en su artículo 37 dicta que:

- “1. Una misma persona física o jurídica no podrá, en ningún caso, controlar directa o indirectamente más del cincuenta % de las licencias administrativas del servicio de radiodifusión sonora terrestre que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura. En todo caso, una misma persona física o jurídica, no podrá controlar más de cinco licencias en un mismo ámbito de cobertura.
2. En una misma Comunidad Autónoma ninguna persona física o jurídica podrá controlar más del cuarenta % de las licencias existentes en ámbitos en los que sólo tenga cobertura una única licencia.
3. Ninguna persona física o jurídica podrá controlar directa o indirectamente más de un tercio del conjunto de las licencias del servicio de radiodifusión sonora terrestre con cobertura total o parcial en el conjunto del territorio del Estado.
4. Con objeto de limitar el número de licencias cuyo control puede simultanearse, a la hora de contabilizar estos límites no se

computarán las emisoras de radiodifusión sonoras gestionadas de forma directa por entidades públicas. A los efectos previstos en este artículo, se entenderá que existe control cuando se den los supuestos a los que se refiere el artículo 42 del Código de Comercio.

5. Los límites anteriores se aplicarán de forma independiente a las licencias para la emisión con tecnología digital y a las licencias para la emisión en tecnología analógica”.

Hay que tener en cuenta que durante los últimos años el panorama radiofónico también viene influido por los distintos textos legales o consejos autonómicos que influyen en el reparto de frecuencias en su sistema analógico y digital. No obstante, también se ha de tener en cuenta el momento tecnológico actual que influye en que la escucha radiofónica no sólo se esté produciendo de forma analógica sino que va más allá: posibilidad de escuchar la radio a través del televisor TDT... o a través de Internet desde que la Red incorporó la radio (Gértrudix, 2003: 129), bien en directo o bien en diferido merced generalmente al *podcast* que ofrecen las propias emisoras; es decir un “contexto que hace referencia a los cambios que se están produciendo en el medio radiofónico, causados por la aplicación de una serie de innovaciones tecnológicas, estructurales y de contenido” (Rodríguez, Gutiérrez, Gallego y Herrero, 2010: 375).

5.2. La radio deportiva en España

En el marco previo se viene defendiendo la idea de que la radio es considerada por muchos como el medio de comunicación que genera mayor credibilidad a sus receptores e igualmente puede decirse que es el que “inspira más confianza en la mayoría de la población española según las últimas encuestas de opinión y percepción del público [...] La radio es un medio con un ilimitado poder de sugestión” (Pacheco, 2009: 100) y de ahí la importancia que se le pretende dar a este medio escogido como objeto de estudio en esta tesis a pesar de que no ha sido mucha la literatura generada desde el punto de vista académico. Dentro de este medio, la relevancia de contenidos, sobre todo en lo que a volumen de información respecta, que tiene a día de hoy la

información deportiva en las emisoras radiofónicas españolas es evidente, como se especificó anteriormente:

“En general, y salvo alguna especialísima ocasión, los reales deportes de masas en España, si por el número de seguidores que los presencian se refiere, son: fútbol, ciclismo, automovilismo y motociclismo. Ninguno de los restantes es capaz de llenar un estadio o congregarse hasta 200.000 o muchas más personas, en un circuito y a lo largo de un recorrido” (Alcoba, 1993: 75).

En cualquier caso, conviene recordar que muchos de estos partidos de fútbol y estas competiciones no siempre son retransmitidos por todas las emisoras y que dicha emisión depende en muchas ocasiones y en gran medida de la popularidad que pueda tener un equipo/Selección o un deportista en un momento determinado. Sirva como ejemplo para ilustrar esta idea que hasta comienzos del siglo XXI la Fórmula 1 apenas despertaba interés en España. Sin embargo, un deportista como Fernando Alonso y el éxito obtenido por él generó un gran interés por las cadenas de televisión (Castaños, 2009: 37), que comenzaron a pagar cantidades desorbitadas por hacerse con los derechos de retransmisión de este deporte –cuando hasta entonces la Fórmula 1 siempre había ocupado un segundo plano– hasta el punto de que incluso algunas emisoras radiofónicas comenzaron a retransmitir carreras de forma íntegra, hecho insólito hasta el momento. Pero no menos cierto es que si hay un deporte que verdaderamente pueda llegar a influir sobre las parrillas radiofónicas ése es el balompié debido a que “el fútbol y la radio han llegado a una perfecta simbiosis. Se complementan a la perfección. Después de tantos años de coexistencia feliz es impensable una jornada futbolística sin la retransmisión de partidos” (Pons en Balsebre, 1999: 115).

5.2.1. Repaso histórico a la radio deportiva en España

La trascendencia de la radio deportiva en España es hoy por hoy un hecho evidente. Radio y deporte han ido conformando una simbiosis casi perfecta en pleno siglo XXI pero para nada nueva. Ya antaño “se

escuchaban los partidos alrededor de un inmenso receptor, con la familia reunida y con los boletos de las quinielas preparados para saber al instante si la suerte le favorecía” (Pons, en Balsebre, 1999: 115). La escucha colectiva se fue individualizando con el paso del tiempo aunque el fondo de la cuestión sigue siendo el mismo.

Hasta llegar a esa popularización del deporte radiado tuvieron que pasar muchos y variopintos acontecimientos. Fue en los años 20 cuando comenzaron a realizarse los primeros experimentos y se produjeron los ensayos iniciales como por ejemplo a través de las pioneras “crónicas de la jornada” que “se transmitían generalmente los lunes, puesto que en enero de 1925 se implanta la prohibición de transmitir información radiofónica en domingo, el día de descanso de la prensa” (Balsebre, 2001: 235). Curiosamente había sido un domingo, el 16 de noviembre de 1924, cuando “Radio Barcelona emite su primera ‘crónica de deportes’, con los resultados de los partidos de la jornada” (Balsebre, 2001: 235). Ese programa pionero empezó a ser emulado por otros de similares características que comenzaron a emitirse por otra serie de emisoras de la época: en Radio Club Vizcaya con Nivardo Pina; en Radio Club Sevillano: “la charla deportiva por el señor Fernández Zúñiga”; o Radio Ibérica con “Delfy” (Balsebre, 2001: 235).

En lo que a las retransmisiones deportivas radiofónicas como género específico respecta, la primera que se emitió desde España fue la narración de un combate de boxeo entre Uzcudun y Spalla a través de la emisora Unión Radio (Díaz, 1992: 114) en mayo de 1926. Esa retransmisión puso “a prueba la calidad de las conexiones telefónicas y que seguramente fija las convenciones narrativas del género” (Balsebre, 2001: 236). Comenta el propio Balsebre (2001: 236-237) que esa retransmisión fue llevada a cabo por Josep Miret Soler y sirvió para calibrar el estado de los acuerdos de colaboración y las relaciones entre Radio Barcelona y Unión Radio. La emisora de Cataluña tenía los derechos en exclusiva pero su homónima madrileña pretendía también transmitir el combate en la capital española. Finalmente, Radio Barcelona no cedió los derechos a Unión Radio de Madrid, emisora que tuvo que conformarse con emitir una crónica *a posteriori*. La retransmisión de este combate de boxeo se produjo un año después de la que probablemente fue la retransmisión

de un espectáculo en directo: una corrida de toros celebrada en Madrid (Díaz, 1992: 114). El combate de boxeo entre Uzcudun y Spalla fue escuchado por un gran número de seguidores aunque muchos de éstos tuvieron que desplazarse a los bares para escucharlo ya que, como se ha reseñado en el marco teórico genérico, por aquel entonces la radio como medio de comunicación no tenía la implantación que tiene a día de hoy y el tener la posibilidad de contar con un receptor radiofónico no estaba al alcance de todo el mundo.

Curiosamente había sido también un combate de boxeo el acontecimiento deportivo que se había emitido por vez primera fuera de las fronteras españolas y que había tenido una repercusión mundial extraordinaria:

“El día 2 de julio de 1921, se calculó que más de doscientas mil personas en toda Norteamérica pudieron escuchar la retransmisión radiofónica del combate de boxeo en el que estaba en juego el título mundial de los pesos pesados, entre el norteamericano Jack Dempsey y el francés Georges Carpentier, al que venció por KO. Esa retransmisión fue realizada por la emisora KDKA, una de las emisoras pioneras de la radio en Estados Unidos. Pero lo curioso del caso y que fue lo que provocó la expansión de esa noticia, es que la retransmisión también la realizó una emisora pirata sin autorización para llevarla a cabo. El asunto terminó con la destrucción de la emisora pirata cuando a mitad del segundo asalto fue descubierta” (Alcoba, 2005: 164).

El propio Alcoba (1993: 65 y 2005: 164) señala que aquel combate de boxeo emitido en la primera emisora con programación regular –la KDKA– en Pittsburg, Estados Unidos (Balsebre, 1994: 11), fue el prelude de otro combate, de carácter mundial, que puso en marcha “todo un movimiento periodístico radiofónico culminado en 1926, con la retransmisión del combate entre Dempsey y Tunney escuchado por 15 millones de personas” (Alcoba, 1993: 65) en todo el mundo. A pesar de lo anterior, hay quien no se aventura a fechar cuándo surgen las retransmisiones deportivas radiofónicas pues Blanco (2002: 23-25) indica que la primera prueba experimental la

llevó a cabo en 1920 la radio del Texas A & M College, con un partido de fútbol americano universitario.

El boxeo, visto también como uno de los pioneros deportes en ser retransmitidos por radio, vivirá en España su segundo capítulo en 1928, con el combate entre Uzcudun y Haymann, desde la plaza de toros de San Sebastián y retransmitido en cadena por Unión Radio de Madrid, Barcelona, Salamanca y San Sebastián (Balsebre, 2001: 237).

Del boxeo pronto se pasaría a la importancia del fútbol: fue en 1927 cuando surge un nuevo género radiofónico: las retransmisiones de partidos de fútbol (Balsebre, 2001: 234), que contribuyeron a que la radio deportiva no tardara en hacerse hueco en las parrillas españolas: “Si la radio en España nace en noviembre de 1924, no es hasta tres años más tarde cuando el deporte comienza a formar parte de su programación” (Malvar, 2005: XVII) con la transmisión de un “Zaragoza – Real Madrid, en mayo de 1927 a través de Unión Radio (la actual Cadena SER)” (Malvar, 2005: XVII). El partido fue emitido por las emisoras de Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla, Salamanca y San Sebastián (Pons en Balsebre, 1999: 116) pues por entonces ya era posible la conexión dúplex (Blanco, 2002: 23). En torno a medio año después, concretamente el 13 de noviembre de 1927, Radio Barcelona retransmitía un partido entre los dos equipos de Barcelona:

“Hasta los menores incidentes del expectante acto fueron escuchados por muchos miles de radioyentes en Barcelona y toda España. Debemos un agradecimiento al Real Club Deportivo Español por las facilidades que nos prestó para esta memorable retransmisión. La abundancia de cartas de felicitación recibidas demuestran el acierto que presidió al acuerdo de la J. D. [Junta Directiva] de radiar un acontecimiento de magnitud tan popular. El éxito obtenido invitará a repetir la experiencia siempre que la importancia del acto lo aconseje” (Balsebre, 2001: 238)³⁶.

Las innovaciones y mejoras que se fueron llevando a cabo en torno al medio radiofónico también repercutieron en este tipo de

³⁶ Fragmento que recoge Balsebre pero que fue extraído de la Revista “Radio Barcelona”, número 170 (19 de noviembre de 1927).

retransmisiones ya que el “proceso de constante mejora de las redes telefónicas facilitará de forma muy significativa el paso siguiente de las emisoras de radio: las retransmisiones de partidos de fútbol, mediante buenas líneas telefónicas de conexión entre el campo de fútbol y el centro emisor” (Balsebre, 2001: 236). Estos primeros eventos deportivos en ser retransmitidos no serían nada más que el comienzo de un nuevo espectáculo: las retransmisiones deportivas por radio, que plantarían cara a otras actividades-espectáculo más asentadas como el propio teatro o, años más tarde, el cine. Desde entonces, las retransmisiones deportivas radiofónicas han ido creciendo hasta extremos antes insospechados y siempre respaldadas por la sociedad o, mejor dicho, por la audiencia: la parte de la sociedad interesada en este género (Herrero y Rodríguez, 2009). De alguna manera, fútbol y radio se acabarían complementando a la perfección. El propio balompié se aprovechó de la radio para su eclosión definitiva pero “recíprocamente, el fútbol transformaría a la radio en un medio de comunicación de audiencia interclasista y popular” (Balsebre, 2001: 235). La radio además sirvió como nexo de unión entre esa clase popular y las grandes estrellas de los equipos de fútbol. A través de los micrófonos los futbolistas podían conectar “más directamente con sus fans, en una función plenamente mitificadora” (Balsebre, 2001: 235). Aunque, como se ha comprobado, el boxeo forma parte del engranaje inicial de este género, lo que realmente va a preocupar a las emisoras es el fútbol y en especial focalizaron sus primeras negociaciones en tratar de llegar a acuerdos con los clubes para poder realizar las retransmisiones sin problemas. La primera gran problemática surge el 15 de enero de 1928 cuando, según comenta Balsebre (2001: 241), Rafael Llorens retransmitió un Barcelona-Español desde el terrado de una casa colindante con el campo de *Les Corts* debido probablemente a que la Junta Directiva no autorizó la entrada de los micrófonos al campo. A estas trabas había que añadir las dificultades técnicas iniciales de las conexiones dúplex y múltiple entre emisoras de un mismo grupo.

Pero no todo eran malas noticias para la radio. El 23 de noviembre de 1929 se crea el Campeonato Nacional de Liga (Malvar, 2005: 4), que quedó conformado por una Primera División compuesta por los equipos: Athletic de Bilbao, Fútbol Club

Barcelona, Real Madrid, Arenas de Getxo, Real Unión de Irún, Real Sociedad de San Sebastián, Real Club Deportivo Español de Barcelona, At. De Madrid, Europa de Barcelona y Racing de Santander. Una Liga conformada por equipos situados en regiones muy concretas: Cataluña y Madrid, más el norte peninsular (País Vasco y Cantabria). Esta manera en la que quedó conformada la competición liguera favoreció a la expansión de la radio deportiva y al género futbolístico, desde el preciso instante en que las informaciones de los diez equipos integrantes de la Liga “podrían ser cubiertas por las tres emisoras de Unión Radio en estas zonas: Unión Radio Madrid, Radio Barcelona y Radio San Sebastián” (Balsebre, 2001: 239). Las emisoras de Madrid y Barcelona cubrirían los encuentros de los equipos de esas provincias mientras que Radio San Sebastián se ocuparía de los partidos que se disputarían en el País Vasco y Cantabria. Una radio deportiva en eclosión durante finales de los años 20 iba a sufrir un evidente retroceso durante los años 30 cuando “la guerra civil la convierte [a la radio] en arma de guerra y, durante los años que dura la contienda, la mayor parte de los contenidos tienen una función propagandística” (Blanco, 2002: 23). Tras la guerra, “el fútbol radiado se recupera en 1939, para ofrecer la final de la Copa del Generalísimo entre el Sevilla CF y el Racing de Ferrol desde el estadio de Montjuic” (Blanco, 2002: 23), un choque que “narrado por Paco Balón, redactor de RNE y del diario ‘Solidaridad Nacional’, constituye la primera retransmisión de un partido de fútbol desde el final de la guerra” (Pons en Balsebre, 1999: 117). Hasta mediados de siglo, las retransmisiones deportivas mejoraron de la mano del progreso de las líneas telefónicas.

Mientras la sociedad civil empieza a convivir en un régimen dictatorial donde la libertad de los medios de comunicación está supeditada al control del Estado y la censura actúa impunemente, en el género aquí tratado, las retransmisiones de los encuentros de fútbol, fueron inicialmente monopolio de Radio Nacional de España (Malvar, 2005: 13) durante un buen número de años y más aún cuando se empezaron a emitir encuentros de la Selección desde fuera de España pues la emisora pública era la única con autorización para poder desplazarse. Inmiscuidos en los años 40, concretamente en 1942, “el 12 de abril, Enrique Mariñas retransmite por RNE, en plena

II Guerra Mundial, el primer encuentro internacional de fútbol tras el final de la guerra civil: el partido Alemania-España” (Pons Balsebre, 1999: 117). El deporte-espectáculo se impone:

“La relajación de la burocracia gubernativa y la modernización de los clubs de fútbol y sus instalaciones, con la contratación de las primeras estrellas extranjeras tras la II Guerra Mundial, las retransmisiones futbolísticas no-semanales de RNE en la segunda mitad de los 40 a cargo de Matías Prats y Enrique Mariñas imponen poco a poco el espectáculo del fútbol entre los hábitos de consumo cultural de los españoles, como una fórmula más de entretenimiento interclasista, en convivencia pacífica con el resto de manifestaciones deportivas (ciclismo, hockey sobre patines, gimnasia, boxeo y atletismo” (Balsebre, 2002: 325).

A finales de los 40 y comienzos de la siguiente década, los narradores deportivos eran “perseguidos en los terrenos de juego en los que se les denegaba el acceso, como era en el caso del estadio del Real Madrid. Los locutores debían camuflarse entre el público para llevar a cabo la retransmisión” (Blanco, 2002: 24). El interrogante se plantea desde el momento en que parece que existe una aparente compenetración entre la radio y el fútbol. A priori, tanto favorecía el uno al otro como viceversa. ¿Por qué entonces ese problema? El motivo parece radicar en que empezaban a enfrentarse entre sí las diferentes emisoras –disputas por la exclusividad– y empezó a existir un cierto temor por parte de los clubs y sus presidentes a que se perdieran aficionados y socios y éstos dejaran de ir al campo si podían seguir el encuentro sin necesidad de desplazarse hasta el recinto (Malvar, 2005: 3), a través de los transistores, cuya venta e implantación aumentaba sin parar. Al ya mencionado Barcelona-Español retransmitido por Rafael Llorens desde fuera del estadio se pueden añadir otros ejemplos: el 16 de marzo de 1947, la anunciada retransmisión futbolística del Campeonato Nacional de Liga entre el Athletic de Bilbao y el Barcelona no se llevó a cabo por no estar autorizada (Pons, en Balsebre, 1999: 118). Por otra parte:

“El locutor de RNE en Barcelona Juan Viñas, que actuaba en muchas ocasiones de segundo locutor en las retransmisiones que Matías Prats realizaba desde Barcelona para toda la cadena, informa de que los primeros partidos que retransmite RNE en Barcelona en la temporada 1950-51, conjuntamente con el locutor Miguel Ángel Valdivieso, tuvieron que realizarse desde los tejados de las casas vecinas a los campos del Fútbol Club Barcelona y del Real Club Deportivo Español, porque les estaba prohibida la entrada en las instalaciones de los clubs” (Balsebre, 2002: 332-333).

El reportero Julio Rodríguez Ayuso, que cubría la información del Real Madrid para Radio Madrid, o el locutor deportivo-aurino José Bermejo, también de Radio Madrid, son algunos otros ejemplos de locutores que tuvieron que intervenir camuflados para ofrecer retransmisiones. Las primeras multas por retransmisiones no autorizadas estaban fijadas en 250 pesetas. Poco a poco, la normalidad se fue reimplantando toda vez que las Juntas Directivas comenzaron a darse cuenta de que ese problema no era tal y que, lejos de ello, las radios podían ayudar a que el fútbol se convirtiese en un gran espectáculo de masas e inagotable fuente de ingresos económicos. Por ello es que la Liga Nacional de Fútbol autorizara en el año 1951 (Rodríguez, 2006: 172) a las emisoras a instalar sus equipos en los campos para que pudiesen realizar las retransmisiones en mejores condiciones técnicas y con una mejor calidad sonora. Afortunadamente para la radio deportiva ese problema que se arrastró durante algunos años empezó a resolverse para bien tanto de las emisoras como del propio fútbol. Durante los años 50, los avances tecnológicos mejoraron hasta el punto de poder realizarse un programa multiconexión como “Carrusel Deportivo”, que debido a la falta de infraestructuras no pudo iniciarse –tal y como es conocido hoy día– hasta 1954 (Blanco, 2002: 24).

Durante esta década de los 50, la radio deportiva recibió el impulso final y el espaldarazo definitivo para convertir a la radio en “el agente principal de la promoción del fútbol como espectáculo de masas” (Balsebre, 2002: 327) cuya sociedad iba a necesitar de estrellas; las dos primeras fueron el barcelonista Kubala y el madridista Di

Stéfano, que con sus declaraciones radiofónicas contribuían a incrementar sus respectivos niveles de adhesión o rechazo entre la afición: “Y la radio actuará en ese sentido de portavoz, mediador y promotor de los procesos de mitificación consecuentes que se operan entre el fan y la estrella” (Balsebre, 2002: 328). La radio y el fútbol congenian y conforman un fenómeno imparable:

“El primer quinquenio de la administración de Arias Salgado coincide plenamente con el periodo de emergencia del fenómeno del fútbol a unas dimensiones realmente increíbles en los años 40. Las estrellas futbolísticas tendrán como agentes publicitarios principales en este proceso a las emisiones radiofónicas del domingo por la tarde, que concentrarán también una nómina importante de las primeras estrellas del periodismo deportivo. Estas emisiones absorberán también la parte mayoritaria de la audiencia masculina en la radio de los años 50 y del patrocinio de productos para hombres, básicamente bebidas alcohólicas, con las marcas de las casas jerezanas de Domecq, Terry y Osborne como anunciantes principales, presentes también en el sabatino ‘Cabalgata fin de semana’” (Balsebre, 2002: 329-330).

Ese patrocinio fue el *boom* de una nueva fórmula de entremezclar información y publicidad en un único producto. Entra en juego esa nueva variable de la “publicidad”, siempre tan presente desde entonces en la radio deportiva.

El formato carrusel³⁷, que tiene como pioneros a Tablero Deportivo (RNE) y el “más antiguo de todos ellos” (Gozalo, 2002: 15): “Carrusel Deportivo” (Cadena SER) que “ha sido tradicio-

³⁷ “Por carrusel se entiende un programa deportivo, basado en la retransmisión, en el que se realizan conexiones constantes con diversas pruebas deportivas que se están disputando al mismo tiempo pero en espacios geográficos diferentes. Se informa, principalmente, del minuto de juego y del resultado pero también muchos de los minutos del programa están destinados a la retransmisión de qué sucede en dicha prueba deportiva” (Herrero y Rodríguez, 2009, p. 986). Su denominación fue tomada “del programa *Carrusel deportivo* de la SER, dirigido en sus inicios por Vicente Marco” (Rodríguez, 2006: 172).

nalmente uno de los formatos radiofónicos más comerciales, que nace precisamente en la década de los 50 cuando la radio profesionaliza sus redes comerciales y consigue los primeros grandes anunciantes” (Balsebre *et. al.*, 2006: 147).

La diferencia en esos primeros años entre uno y otro programa eran evidentes: “No obstante, hay una diferencia substancial, y es que la radio pública no incluye cuñas publicitarias, lo cual favorece la naturalidad en la secuencia de trabajo” (Gozalo, 2002: 15). Pero el programa con publicidad quizás acabaría siendo incluso más exitoso. Ese éxito publicitario –las inversiones de los anunciantes para darse a conocer durante una retransmisión radiofónica deportiva– fue la consecuencia del auge informativo y la consiguiente expectación entre el aficionado debido fundamentalmente a la profesionalización de la Liga de fútbol, la rivalidad cada vez más feroz entre Real Madrid y Barcelona (Malvar, 2005: 3) o la popularidad de las quinielas (Malvar, 2005: 3; Pons, en Balsebre, 1999: 115; Hernández, 1955: 238-242) que hicieron “que muchos aficionados se engancharan durante décadas a la radio los domingos por la tarde para saber si se hacían millonarios, cuando no existían los actuales medios de consulta inmediata y en cualquier momento” (Herrero y Rodríguez, 2009). Como se ha indicado previamente, estos factores “lanzas a la fama” al pionero “Carrusel Deportivo” (Pons Balsebre, 1999; Blanco, 2002 y Malvar, 2005) bajo la dirección de Vicente Marco y a partir de una idea de Bobby Deglané, un programa que en un principio nació bajo la denominación de “Carrusel Deportivo Terry”:

“El entonces jefe de programas, Manuel Aznar, sugirió la posibilidad de realizar los lunes un programa de fútbol que resumiese la jornada. Deglané propuso hacerlo directamente los domingos, utilizando la multiconexión con los partidos en juego. La idea fue aceptada, no sin reticencias, por las dificultades técnicas que suponía. Carrusel Deportivo fue saliendo adelante, solventando la infinidad de problemas que suponía hacer algo totalmente innovador” (Pons, en Balsebre, 1999: 116).

“Carrusel Deportivo” fue avanzando de franjas horarias vespertinas a nocturnas. En principio, se emitía entre las 19.00 y las 20.30, con un tiempo *extra* de 15 minutos entre las 22.00 y las 22.15. Posteriormente, pasó a emitirse entre las 16.00 y las 18.00, con retransmisiones y un posterior análisis entre las 18.30 y las 20.30. “Carrusel Deportivo” supuso la deslocalización en favor de retransmisiones en cadena. Según Balsebre (2002), esta “rueda de locutores”, donde cada turno de palabra del corresponsal de una emisora de la Cadena SER es precedido por la intervención de otro corresponsal, que es quien le ha dado paso, constituye el esquema narrativo inicial de “Carrusel Deportivo”, que imprime a la acción informativa un ritmo frenético, inédito hasta ese momento, mediante los cambios de voces y siguiendo el protocolo de “minuto y resultado”, fórmula con la que se alcanzó el éxito definitivo. De hecho, las “ruedas” siguen existiendo hoy en día en prácticamente todas las emisoras generalistas que emiten a nivel nacional. También hay que reseñar que por aquel entonces el término “carrusel” no era nada nuevo pues en 1952 existía la emisión de sobremesa denominada “Carrusel”, dirigido por José M^a Gómez Labad y Emilio García Ruiz (Balsebre, 2002: 331).

Durante los primeros años de “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER, este programa puso a prueba la capacidad técnica de la emisora así como la de sus equipos técnicos y de grabación. La rápida competencia surgida con el programa “Tablero Deportivo”, de RNE, a buen seguro significó una ayuda recíproca para que ambos espacios radiofónicos continuaran creciendo. Pero “Carrusel Deportivo” estaba en un mundo aparte. En sus primeros años estuvo dirigido por Vicente Marco y Enrique Gil, junto a Eduardo González. Y la primera “rueda de locutores” estuvo constituida por 14 emisoras: Radio Santander con el locutor “Langarita”; Radio Madrid con los ya mencionados Vicente Marco y Enrique Gil “Gilera”; Radio Valladolid con Santiago Gallego; Radio San Sebastián con Enrique de Urgull; Radio Las Palmas con José María Ayaso; Radio Vigo con “Fuenteclara”; Radio Valencia con “Dial”; Radio Sevilla con “Juan Tribuna”; Radio Málaga con “Zeta”; Radio Bilbao con Eduardo Ruiz de Velasco; Radio Alicante con Pascual Verdú Belda; Radio Barcelona con Enrique Fernández Saloni; Radio Vitoria con Carlos Pérez

Echevarría y Radio Coruña con López Martín. Estos primeros locutores tuvieron muy en cuenta en sus primeras conexiones que retransmitían para el territorio nacional por lo que tenían que alejarse de los puntos de vista localistas y actuar “con una gran cautela, rechazando la defensa apasionada de su equipo de preferencia y buscando la imparcialidad como norma básica de comportamiento profesional” (Balsebre, 2002: 337). José Bermejo, locutor de la época, comentaba en la revista “Ondas”³⁸: “Todos podemos tener simpatías, pero no se deben demostrar. La más absoluta imparcialidad exige inclinarse un poco por los colores forasteros. Creo que esto es lo correcto y procuro ser fiel a esta norma”. “Carrusel Deportivo” se fue expandiendo entre sus aficionados; obtuvo una respuesta más que óptima por parte del público y contó con una enorme ventaja: la posibilidad de llegar a zonas rurales, zonas que cambiaron su hábito de consumo radiofónico, especialmente durante la época de Arias Salgado.

Más allá de “Carrusel Deportivo”, a finales de los 50, durante la primera retransmisión de un partido de fútbol para la audiencia catalana se produce un hecho destacable: problemas con la señal obligaron a que TVE conectase con Radio Nacional por lo que los telespectadores recibieron el sonido radiofónico durante algunos minutos (Pons en Balsebre, 1999: 120-121). La propia llegada de la televisión no influyó de forma negativa sobre la radio, que recibiría un gran impulso con la aparición de los transistores que “a diferencia de las grandes radios familiares, permiten un consumo radiofónico individualizado y móvil” (Herrero y Rodríguez, 2009: 970): “su reducido tamaño permite la movilidad e independencia de los receptores. Se descentraliza y generaliza el acto de escucha porque ya es posible la escucha individualizada y selectiva: nacimiento del autorradio” (Gértrudix, 2003: 128). Desde esa individualización, los aficionados pueden llevarse el transistor al campo de fútbol para seguir el desarrollo del resto de partidos (Herrero y Rodríguez, 2009), una realidad que no fue del todo evidente hasta la década de los 60 (Balsebre, 2002: 336).

³⁸ En el número 147 de la revista (15 de enero de 1959), recogido por Balsebre (2002: 337-338).

Las retransmisiones deportivas radiofónicas también fueron el “cebo” para que las emisoras realizaran un nuevo enfoque de su *target group*. Si en un principio fueron las amas de casa las principales receptoras de los programas radiofónicos, y los contenidos se elaboraban pensando en dicho público, el aumento de las retransmisiones deportivas hizo que el fútbol se convirtiera en “*la flauta de Hamelin* que captará y seducirá mágicamente a una masiva audiencia masculina” (Balsebre, 2002: 336). De ahí también que la mayor parte de los primeros anunciantes de radio ofrecieran productos destinados mayoritariamente al público masculino.

En la década de los 60 la Cadena SER inicia la retransmisión de partidos internacionales, coincidiendo con los Campeonatos del Mundo de fútbol de Chile (1962) e Inglaterra (1966). Esas retransmisiones transfronterizas habían sido hasta entonces territorio exclusivo de Radio Nacional de España, con locutores como Enrique Mariñas, Matías Prats o Juan Martín Navas; precisamente este último es recordado hoy en día por narrar el famoso gol de Marcelino... un tanto de la Selección española a la rusa en la final de la Eurocopa de fútbol jugada en el estadio Santiago Bernabéu en 1964, que supuso la victoria de España en dicha competición y la conquista de la primera Eurocopa. Lo “mítico” que envolvió a ese gol es prácticamente la continuación histórica al narrado por Matías Prats: el que Zarra consiguió frente a Inglaterra en el Mundial de Brasil de 1950, que significó que España jugase la fase final del torneo y terminase entre los cuatro primeros clasificados.

Durante esta etapa de mediados de siglo XX, el ciclismo será otro de los deportes que sirva de apoyo para el desarrollo de la radio deportiva. Esta especialidad tendrá “un refuerzo importante a partir del momento en que el toledano Federico Martín Bahamontes se alce con la victoria del *Tour* de Francia en julio de 1959” (Balsebre, 2002: 339): el ciclista se convierte en una estrella de la talla de los futbolistas Kubala o Di Stéfano. El problema del ciclismo fue que las diferentes etapas no pudieron tener un seguimiento segundo a segundo, como ocurriría a partir de años más tarde, debido a la deficiente infraestructura tecnológica; la información estaba basada en llamadas puntuales del periodista a la emisora. Esta situación fue así hasta que, a comienzos de la década de los 60, Radio Nacional de España emitía

los finales de etapa con las voces de Adolfo Parra, “Parrita”, y Eduardo Berraondo (Balsebre, 2002: 340). Los años 70 y 80 bien se podrían resumir de la siguiente manera:

“El renacimiento de las retransmisiones deportivas se produce, sin embargo, a partir de la década de los 70 y 80, acompañado de la aparición en el horario nocturno de programas informativos que alimentan la polémica hasta el fin de semana. Uno de los innovadores, sin duda, fue José María García, que en 1972 era el responsable de Tiempo deportivo dentro del informativo Hora 25 de la cadena SER. Por un encargo, García promovió las retransmisiones del “partido de la jornada” que aumentaban el interés del Carrusel de los domingos. También se “inventa” la retransmisión de las etapas de la Vuelta ciclista a España que, entre otros contenidos deportivos, sitúan a Antena 3, a la que llega en 1982, entre las más escuchadas. El periodista recalca finalmente en la COPE, desde donde lleva a cabo el programa nocturno de información Supergarcía desde 1992. En 1989, debe empezar a competir en esa franja horaria con la propuesta radiofónica que realiza la SER a manos de José Ramón de la Morena con El Larguero” (Blanco, 2002: 24-25).

Es decir, un nombre destaca por encima del resto: José María García. Con el paso de los años este excelente comunicador –más allá de las polémicas– pionero en muchos de los avances de la radio deportiva, acabará desapareciendo del panorama radiofónico deportivo.

Son años en los que las mejores tecnológicas también repercuten de forma positiva en las retransmisiones deportivas radiofónicas: la aparición del micrófono inalámbrico o las líneas RDSI, que sustituyen a las antiguas líneas analógicas, y que lograrán un posterior gran apoyo con la aparición de la telefonía móvil.

Durante la década de los 90, la Cadena SER conseguirá auparse al primer puesto en lo que a audiencias se refiere, según el EGM, en la radio deportiva con dos programas a la cabeza: por un lado, con el programa de la medianoche “El Larguero”, dirigido por José Ramón de la Morena, y por otra parte con “Carrusel Deportivo”, programa emitido principalmente los fines de semana que ha logrado

convertirse en líder de audiencia y en el referente de las retransmisiones deportivas radiofónicas, posición que fue consolidando en los últimos años del siglo XX y comienzos del XXI.

El éxito de la información deportiva en la sociedad española llevó incluso a crear una emisora exclusivamente de temática deportiva: Radio Marca: “El auge de la radio en lo referente a la actividad deportiva se ha puesto de manifiesto con la creación de una emisora en España que sólo emite noticias sobre este género específico del periodismo, lo que define su importancia” (Alcoba, 2005: 165). Radio Marca nació al “amparo del DAB en el año 2001 por iniciativa del periódico Marca” (Pedrero, 2004: 90). El inconveniente de esta emisora es que en su sistema analógico de emisión no alcanza a todo el territorio nacional³⁹ español por lo que un gran número de seguidores de Radio Marca sólo puede sintonizar la emisora a través de Internet o de la TDT.

También hay que destacar que desde el año 2009 comenzaron a realizarse programas para escucharse exclusivamente a través de Internet, sin emisión analógica, lo que demuestra el imparable avance de la radio deportiva en España.

5.2.1.1. Protagonistas de ayer y de hoy

Desde su eclosión en España, el periodismo deportivo radiofónico ha ido dejando un buen número de especialistas que han pasado a la historia por uno u otro motivo. De ahí que se considere oportuno presentar a continuación una relación con los más relevantes, un buen número de profesionales de la radio deportiva en España. Aunque la mayoría de ellos, y algún dato biográfico, fueron recogidos previamente en la tesina (Herrero, 2009a) a continuación se presenta esa misma relación de periodistas y algún dato biográfico relevante⁴⁰, acompañados por alguno más hasta completar una lista superior a la de 100 comunicadores radiofónicos relacionados con el deporte⁴¹.

³⁹ A comienzos de 2013.

⁴⁰ Datos recogidos hasta el 15 de octubre de 2012.

⁴¹ No pretende ser una lista cerrada y seguramente tengan cabida otros muchos nombres. Se recogen periodistas importantes tanto desde el punto de vista histórico como actuales.

ABAD, Chema: Dirige “Tablero Deportivo” en RNE, cadena a la que se vinculó en 1989 cuando Radiocadena Española, en la que era jefe de deportes, se integró en RNE.

ABELLÁN, José Antonio: Nació en Madrid en 1960. En sus inicios radiofónicos comenzó realizando diversos programas musicales en los 40 Principales y en la Cadena SER. Tras su paso por Onda Cero Música (actual Kiss FM), en la década de los 90 alcanzó su mayor punto de popularidad al presentar “La Jungla” en Cadena 100. En el ámbito deportivo, desde el año 2000 y hasta 2010 fue director de la redacción de deportes de la COPE, emisora donde presentó el programa nocturno “El Tirachinas” y durante los fines de semana “Tiempo de Juego” –éste, desde el año 2006. Como jefe de deportes vivió un momento de especial trascendencia cuando infiltró en el EGM a varios reporteros con el fin de tratar de demostrar una supuesta vulnerabilidad y poca fiabilidad de dicho estudio a la hora de recoger y tratar los datos. Tal hecho desembocó en diversos juicios y la expulsión temporal de la COPE del EGM. Hasta enero de 2013 trabajó en Abc Punto Radio, emisora en la que estuvo a cargo de programas como “Abellán en Punto” y “La Liga en Punto”.

ALCALÁ, Juan Antonio: Fue copresentador del programa nocturno de la COPE “El Partido de las 12” (2010/11 y 2011/12). Anteriormente trabajó en la Cadena SER.

ALCARAZ, Carlos: Fue jefe de deportes de RNE entre 1940 y 1965 e integrante del equipo de “Radiogaceta de los Deportes” de 1953 a 1973 (Malvar, 2005: 33-34).

ALONSO, Emilio: Responsable de deportes de La Voz de Madrid – REM entre 1972 y 1982 (Malvar, 2005: 89).

ARENAS, Antonio: Presentador de “Marcador”, Radio Marca.

ARES, Javier: Periodista que ha destacado por las magistrales retransmisiones radiofónicas de ciclismo dentro de su dilatada trayectoria profesional. Este vallisoletano inició su carrera profesional en 1972 en Radio Valladolid para pasar posteriormente, en 1982, a Antena 3 Radio, donde llegó a ser jefe de deportes entre 1992 y 1994. En 1999 comenzó a dirigir el canal televisivo propio del Real Madrid que él mismo había puesto en marcha. En el 2000 fue designado director de deportes de Antena 3. Posteriormente pasó a dirigir el

programa de los fines de semana “Radioestadio” (Onda Cero) en el que actualmente continúa junto al animador Javier Ruiz Taboada.

ARRIAZA, José Luis: integrante del equipo de “Tiempo de Juego”, de la COPE, entre 1990 y 1992.

ARÚS, Alfonso: Considerado como uno de los grandes periodistas tanto en prensa escrita como en medios audiovisuales. Comenzó en Radio Juventud en 1974 con el programa diario “Can Barça”. También presentó “Força Barça”.

AZPITARTE, Vicente: Periodista deportivo radiofónico que actualmente trabaja en esRadio.

BARBA, Ramón: Fue jefe de deportes en la COPE entre 1972 y 1984; y de 1987 a 1989 (Malvar, 2005: 111).

BARBOSA, Rafael: Jefe de deportes en Radio España entre 1950 y 1967 (Malvar, 2005: 126) y responsable de deportes de Radio Centro – Cadena CES de 1967 a 1980 (Malvar, 2005: 150).

BERMEJO, Pepe: Trabajó para la Cadena SER. Premio Ondas en 1971.

BERMÚDEZ, Justino. Fue integrante del equipo de “Tiempo de Juego”, de la COPE, en sus inicios (hasta el primer año de los 80).

BOTINES, Álex: Destacó por tratar de remodelar “la nueva radiofórmula deportiva de la FM con el programa Radiosport (1977)” (Pons en Balsebre, 1999: 123).

BROTONS, José Joaquín: en el mundo radiofónico se le asemeja con programas como “Tablero Deportivo” y “Radiogaceta de los Deportes”, de RNE. También fue jefe de deportes de la Cadena SER y director de “Carrusel Deportivo” en esta misma emisora entre 1982 y 1984. En la emisora del grupo PRISA también dirigió “Hora 25 Deportiva” entre noviembre de 1981 y 1984. Fue jefe de deportes en Onda Cero durante los últimos años de los 90.

CANO, Iñaki: Ha trabajado como periodista deportivo en RNE, Onda Cero –donde presentó “Al Primer Toque” (2006/07)–, Radio Marca e Intereconomía.

CARREÑO, Manu: Director y presentador de “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER desde el verano de 2011. También presentó “Al Primer Toque” (2003/04) en la nueva etapa deportiva de Onda Cero tras la marcha de José María García.

CASTAÑO, Pepe Domingo: Nació en Padrón-Lestrove (La Coruña) en 1942. Comenzó su andadura radiofónica en Radio Galicia. Posteriormente se desplazaría a Madrid, donde trabajó en Radio Centro hasta 1973. En ese mismo año lo “fichó” la Cadena SER. Entre sus múltiples facetas, Pepe Domingo Castaño destaca por haber sabido introducir un modelo más que atractivo de publicidad en la radio deportiva. Fue animador de “Carrusel Deportivo” (1992-2010). En 2010, poco después de la repentina marcha del director de dicho programa –Paco González– también anunció su marcha de la Cadena SER y comenzó una nueva etapa en la COPE, emisora en la que aún continúa. Su trabajo ha sido reconocido con varios premios.

CASTELLOTE, Agustín: Este madrileño nacido en 1959 dirigió “El Mirador”, programa nocturno de Punto Radio. También trabajó en la COPE donde fue jefe de deportes entre 1989 y 1992 y presentador del programa “Tiempo de Juego” en épocas salteadas. Ha pasado por otra serie de emisoras como Onda Cero, Radio Intereconomía y Radio Marca.

CERVANTES, Beatriz: Interpretaba a “Doña Merenguitos” en “Los diálogos de Doña Merenguitos y Don Tremebundo”, que se emitía en el programa “Alirón” de Radio Intercontinental. Recibió una Antena de Oro en 1966.

CORROCHANO, José Luis: Periodista deportivo de la COPE. Actual copresentador de “El Partido de las 12”, desde agosto de 2012.

COTO, José María: Fue jefe de deportes de RNE.

DE BENITO, Luis: Integrante del equipo de “Radiogaceta de los Deportes” de 1973 a 1976 (Malvar, 2005: 35).

DE DIEGO, Juan: Responsable de deportes de Radio Intercontinental entre 1950 y 1967 (Malvar, 2005: 138).

DE LA CASA, José Ángel: Aunque principalmente se le recuerda por sus retransmisiones en Televisión Española, también ha estado vinculado a la radio y en concreto al programa “Radiogaceta de los Deportes” de RNE, en el que trabajó hasta 1977; anteriormente estuvo en el área de deportes de Radio Peninsular.

DE LA MORENA, José Ramón: Empezó su andadura como reportero en Radio Intercontinental. Empezó a ser conocido socialmente en 1989 cuando comenzó a dirigir y presentar “El

Larguero” en la Cadena SER. Su independencia le ocasionó algunos problemas con la dirección de la propia cadena, que le relegó durante casi un año a oscuras labores burocráticas –durante ese tiempo Paco González estuvo al mando del programa. Tras un cambio en la dirección de la Cadena SER fue restituido a su antiguo cargo. Y así llegaría al éxito: “El Larguero” se convirtió en líder de audiencia en 1995, puesto que actualmente sigue ostentando. Durante los 90 también fueron famosas sus disputas radiofónicas con José María García.

DE LA PLAZA, Luis: Fue jefe de deportes en la COPE entre 1969 y 1971 (Malvar, 2005: 111).

DE ROJO, Antonio: Desde 1951 trabajó para Radio Bilbao, emisora en la que estuvo durante más de tres décadas. Recibió un Premio Ondas en 1959.

DE SENDRA, Andrés: Jefe de deportes en Radio España entre 1970 y 1989 (Malvar, 2005: 126).

DE TORO, Juan: Trabajó para la Cadena SER. Recibió un Premio Ondas en 1967.

DEL MAR, Héctor: Es uno de los periodistas más laureados tanto en radio como en televisión. Entre fútbol, boxeo y lucha americana ha realizado más de 3.500 retransmisiones. Concretamente en el balompié se le considera un referente de alto nivel: “Fue el hombre del gol en la radio en la década de los ochenta [...] Creó escuela en lo que se refiere a la hora de narrar el fútbol” (Pons en Balsebre, 1999: 123). Ha trabajado para diversas emisoras: Radio Intercontinental –donde fue responsable de deportes durante casi una década–, Radio España, Europa FM, Cadena SER... Aparte de sus fructíferos trabajos radiofónicos, los televidentes de los 90 lo relacionan sobre todo a sus retransmisiones televisivas de *Pressing Catch*.

DEGLANÉ, Bobby: Ideólogo de “Carrusel Deportivo”.

DÍAZ PALACIOS, Joaquín: Estuvo al frente de “Tablero Deportivo” durante los años 70 del siglo XX. Fue jefe de deportes de RNE de 1983 a 1987 (Malvar, 2005: 33).

DURÁN, Joaquín: Fue jefe de deportes de la Cadena SER de 1985 a 1988, en la que presentó el programa “Carrusel Deportivo” (Malvar, 2005: 69). También dirigió “Hora 25 Deportiva” a mediados de los años 80 del siglo XX.

ESCAMILLA, Miguel Ángel: Fue jefe de deportes de RNE desde 1997 hasta noviembre de 2002 (Malvar, 2005: 33).

ECHEVERRÍA, Fernando: Actual director del programa “La Liga es Radio” en la emisora esRadio.

ESCARTÍN, Pedro: Responsable de deportes de Radio Centro entre 1980 y diciembre de 1981 (Malvar, 2005: 150).

ESTRADA, José Manuel: Periodista deportivo que ha trabajado para Antena 3 Radio, COPE, Onda Cero, Punto Radio, esRadio e Intereconomía.

FERNÁNDEZ, Enrique: Trabajó para la redacción de deportes de la Cadena SER de Barcelona. Recibió un Premio Ondas en 1956.

FERNÁNDEZ, Héctor: Desde septiembre de 2012 presentador del programa “Al Primer Toque” de Onda Cero.

FERNÁNDEZ ABAJO, Juan Antonio: Entró a formar parte del equipo de RNE en 1960 y en sus primeros años destacó por ser uno de los cronistas más destacados del campeonato del Mundo de fútbol que se celebró en Inglaterra. Fue director y presentador de “Radiogaceta de los Deportes” entre 1973 y 1976. También colaboró en diferentes programas de la televisión pública; entre ellos en “Más lejos” y “Polideportivo”, programas con contenidos deportivos.

FERNÁNDEZ CONDE, Ángel: Estuvo en los inicios del programa “Tablero Deportivo” de RNE.

FLAQUER, Lluís: Narrador de la Cadena SER desde el 2010.

FORTE, José María: Fue jefe de deportes de RNE.

FOUTO, Isaac: Fue acompañante de Edu García en el programa “Tiempo de Juego” de la COPE.

FUERTES PERALBA, Carlos: Este periodista “fue el pionero de las retransmisiones y la información deportiva en Radio Madrid” (Pons en Balsebre, 1999: 120). Carlos Fuertes Peralba fue el periodista deportivo más relevante de la radio española de finales de los años 20, que marca la escuela de las retransmisiones deportivas de Unión Radio conjuntamente con Paco Quílez, “Quilates”, quien ingresa en Unión Radio Madrid en los años 30; y completada en los años 40 por Enrique Gil de la Vega, “Gilera”. Fuertes Peralba estuvo a cargo de las crónicas deportivas de los lunes en las emisoras de Unión Radio Madrid a partir de 1927 y formó parte del equipo fundacional del radiodiario “La Palabra” desde 1930 hasta 1935 (Balsebre, 2001: 244-

245). Fuertes Peralba adquirió su primer grado de popularidad con la retransmisión de los partidos del I Campeonato Nacional de Liga en 1929 y realizó su primer partido internacional el 15 de mayo de ese mismo año desde Madrid, con la retransmisión del encuentro España – Inglaterra, con victoria para los españoles por 4-3.

GABILONDO, Ramón: Fue jefe de deportes de la Cadena SER entre 1984 y 1985; y presentador de “Carrusel Deportivo” en esta misma emisora (Malvar, 2005: 69).

GARCÍA CARIDAD, Paco: Uno de los más laureados periodistas deportivos. Es recordado por trabajar en Antena 3 Televisión en la década de los 90, cadena en la que retransmitió los tan polémicos – por la “guerra de las televisiones”– partidos de Liga de Primera División que ofrecía los lunes en abierto esta cadena privada de televisión. En 2012 continúa siendo el director de Radio Marca, puesto que viene ocupando desde septiembre de 2001.

GARCÍA NAVARRO, Antonio: Jefe de deportes de Radio Juventud entre 1958 y 1962 (Malvar, 2005: 155).

GARCÍA, Eduardo: En 2012 continúa presentando el programa “Marcador” durante los fines de semana en Radio Marca. Este periodista deportivo ha destacado por haber presentado durante un gran número de años el programa “Tiempo de Juego” en la COPE.

GARCÍA, José María: Nacido en Madrid en 1944. Uno de los más populares comunicadores de la radio española; una popularidad mediática construida “a partir de las entrevistas agresivas en televisión y de su ‘hora deportiva’ en el informativo ‘Hora 25’ de la cadena SER (1972)” (Pons en Balsebre, 1999: 121). Algunas de las innovaciones que introdujo en la radio deportiva fue el retransmitir la Vuelta ciclista a España pero sobre todo se le conoce por la arriesgada, aunque exitosa, idea de los programas nocturnos de información deportiva, donde capitalizó el éxito allá por las emisoras donde fue trabajando (Legorburu, 2004: 54). García se inició profesionalmente en Radio España para luego llevar sus pasos por Radio Madrid y Radio Popular. En prensa escrita también realizó trabajos para el diario “Pueblo” pero fue en la radio donde llegó a obtener sus mayores éxitos; primero en el programa “Hora 25” de la Cadena SER y “Supergarcía en la Hora Cero”, que se emitió sucesivamente en Antena 3 Radio, COPE y Onda Cero. Tras su paso por la SER y

Antena 3, a partir de 1992 siguió con su supremacía en la COPE con el programa “Supergarcía” hasta que años después ese liderato cayó en beneficio de “El Larguero” (Cadena SER) dirigido por José Ramón de la Morena. También es recordado por emplear famosas muletillas como: “¡Ojo al dato!”, “el tiempo es ese juez insobornable que da y quita razones”, “Televisión Española, la mejor televisión de España” (en la época en que sólo existía un canal), “esto es de juzgado de guardia”, “caducos y trasnochados”, “tribuletes de pesebre”, “el deporte español está lleno de estómagos agradecidos, lametraserillos y abrazafarolas”, “correvediles”, “el rumor es la antesala de la noticia” o “Pablo, Pablito, Pablete” (en referencia a Pablo Porta). Además, sobre García y su llegada a la radio deportiva se puede apuntar:

“No se puede negar que si hasta ese momento el periodismo radiofónico tenía una audiencia masiva, con la aparición de lo que podemos considerar como fenómeno García, el periodismo radiofónico permitió que el número de oyentes ascendiese a niveles inauditos. En una entrevista que J. A. Loren (1979) hizo a José María García, a la pregunta: “¿Qué significas?”, García respondió: “Por lo menos siete millones de tíos escuchando”. El autor de este, califiquémosle, milagro periodístico, capaz de auparse por encima de todos los programas radiofónicos en una hora, medianoche, en teoría poco propicia para coger tan masiva escucha, fue un compañero nuestro en la redacción del diario Pueblo de Madrid, José María García” (Alcoba, 2005: 170).

GIL, Manuel: Fue jefe de deportes de RNE de 1965 a 1981 (Malvar, 2005: 33). Ha estado ligado a programas de la propia radio pública como “Tablero Deportivo” y “Radiogaceta de los Deportes”.

GIL DE LA VEGA, Enrique: Colaboró en los primeros años de “Carrusel Deportivo” con “la crónica de los partidos de Madrid y con el espacio “El decálogo de Gilera o crónica-resumen de la jornada” (Pons en Balsebre, 1999: 121). Aunque se le relaciona con la radio, sus mayores éxitos profesionales llegaron gracias a dos diarios: el periódico “Marca”, donde llegó a ser subdirector, y el periódico *Abc*,

del que llegó a dirigir su sección de deportes. Vicente Marco lo definió como el “mejor periodista deportivo literario” (Sahagún, 1997).

GONZÁLEZ, Paco: Director y presentador de “Carrusel Deportivo” desde 1992 hasta 2010. Ha cubierto destacados acontecimientos deportivos y, junto a Pepe Domingo Castaño, dio un nuevo estilo a “Carrusel Deportivo”. También presentó durante algunos meses el programa “El Larguero” durante los 90. En 2010 recaló en Telecinco para formar parte del equipo que iba a retransmitir el Mundial de fútbol. En agosto de 2010 comenzó su andadura como director y presentador del programa “Tiempo de Juego” de la COPE.

GONZÁLEZ, Juan Carlos (Xuancar): Periodista que ha trabajado en emisoras tan importantes en España como la Cadena SER o la COPE. Ha cubierto importantes eventos deportivos nacionales e internacionales.

GONZÁLEZ CALDERÓN, Eduardo: Trabajó para la Cadena SER y recibió una Antena de Oro.

GONZÁLEZ UCELAY, Ángel: Desde 1981 su trayectoria profesional ha estado ligada a la radio: ha trabajado en Radiocadena Española, RNE y Antena 3 Radio, emisora a la que llegó *apadrinado* por José María García, periodista con el que siguió posteriormente tanto en la COPE como en Onda Cero. También ha pasado por emisoras con menos renombre como Somosradio y Radio Intercontinental. Entre 2008 y 2010, dirigió y presentó “El Mirador de la Liga” en Punto Radio. En televisión ha trabajado en TeleMadrid y Onda 6.

GOZALO, Juan Manuel: Natural de Cantabria, inició su labor radiofónica en Radio Intercontinental y Cadena Azul. También trabajó en la agencia EFE y para el diario “Pueblo”. En 1970 recaló en la plantilla de RNE. En esta emisora fue nombrado jefe de deportes en 1989, cargo que ocuparía hasta 1996. Anteriormente también había pasado por la televisión donde presentó “Estudio Estadio” (Televisión Española) entre 1980 y 1985. De su trayectoria destaca que formó parte del equipo de 10 comentaristas que cubrió informativamente el Mundial de fútbol de Argentina en 1978. En los últimos años profesionales que trabajó para el ente público dirigió y presentó “Radiogaceta de los Deportes” en RNE. Tras su marcha de

RTVE, trabajó en Radio Marca hasta su fallecimiento en el año 2010. En 2011 Radio Marca le rindió su propio homenaje inaugurando un estudio con su nombre.

HOYOS, Javier: Dirigió y presentó el programa “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER en la temporada 2010/11.

IGLESIAS, Julio César: Presentó durante un año “La Ventana al Deporte” (1988-89) en la Cadena SER. Fue presentador de “Tablero Deportivo” de 1997 a 1999 (Malvar, 2005: 34).

IZQUIERDO, Mari Carmen: Jefa de deportes de Radiocadena Española – RCE entre 1987 y 1989 (Malvar, 2005: 90).

LAMA, Manolo: En 2011 comenzó una nueva andadura como principal locutor de la COPE –partidos del Real Madrid y de la Selección española absoluta de fútbol, entre otros– y presentador del espacio vespertino de información deportiva. Este trabajo la compagina con el de presentador de la sección deportiva en los informativos del mediodía de la cadena de televisión Cuatro. Hasta su llegada a la COPE había trabajado en la Cadena SER. Gracias a su popularidad, este periodista ha sido escogido para poner voz a las narraciones de los videojuegos oficiales de fútbol de la FIFA, desde el año 1998, junto a Paco González.

LARRAÑAGA, Joseba: Copresentador desde el verano de 2010 del programa nocturno de la COPE “El Partido de las 12”. Anteriormente, trabajó en la Cadena SER, donde en ocasiones presentó “El Larguero”.

LASPLAZAS, José Luis: Trabajó para RNE. Consiguió un Premio Ondas en 1956.

LLAGÜERRI, Daniel: Jefe de deportes de Onda Cero entre julio de 2002 y junio de 2004 (Malvar, 2005: 190).

LÓPEZ FEITO, Ernesto: Fue Jefe de deportes de Radio Voz – Cadena Voz entre 1995 y 1997. Trabajó también en la Cadena SER.

LÓPEZ PEÑA, Ángel: Jefe de deportes de Radio Juventud entre 1962 y diciembre de 1981 (Malvar, 2005: 155).

LÓPEZ TERRADAS, José: Fue integrante de “Tablero Deportivo” en el equipo de Santiago Peláez (Malvar, 2005: 34-35).

LUQUE, José Antonio: Fue Jefe de deportes de Onda Cero entre 1999 y septiembre del año 2000 (Malvar, 2005: 190).

MALVAR, Luis: Actual periodista deportivo de la COPE.

MARCO, Vicente: Empezó en Radio Madrid en 1945. En 1954 comenzó a dirigir y presentar “Carrusel Deportivo”. Vicente Marco se convirtió en una de las máximas estrellas radiofónicas de su tiempo desde el momento en que fue presentador y director del programa “Carrusel Deportivo” hasta que, casi tres décadas después, se celebró el Mundial de fútbol en España (1982). Alcanzó una gran experiencia en la coordinación de grandes equipos de retransmisión hasta que en el mencionado año 1982 puso el punto y final a su trayectoria periodística: “El Mundial de Fútbol celebrado en España en 1982 puso el broche final a toda una carrera, en la que renovó el lenguaje y el formato de los programas radiofónicos dedicados al deporte”⁴². Fue el maestro de maestros (Malvar, 2005: XVIII).

MARICHALAR, Rafael: Jefe de deportes en Radio España entre 1967 y 1970 (Malvar, 2005: 126).

MARIÑAS, Enrique: Nació en Madrid en 1912. Se licenció en Derecho por la Universidad de Santiago. Posteriormente empezó su trayectoria en Radio Coruña desde que se fundara en 1934. En ese mismo año fue nombrado director de RNE. Probablemente la mayor de sus pasiones fueron las retransmisiones futbolísticas y así compartió tareas de locutor deportivo con Matías Prats. Quizás por sus dotes de dibujante fue el creador de la teoría del “campo cuadrículado” según la que “el campo de fútbol había de dividirse en 16 espacios cuadrículados donde situaría a los jugadores en cada momento para que el oyente pudiese ubicar con mayor precisión la acción en el terreno de juego” (Pons en Balsebre, 1999: 119).

MARTÍN, Rubén: Narrador de partidos en la COPE desde el verano de 2010; con anterioridad, trabajó en la Cadena SER.

MARTÍN NAVAS, Juan: Inició sus actividades en la sede malacitana de RNE. Se especializó en la retransmisión de partidos de fútbol y carreras ciclistas. Fue el presentador de “Domingo Deportivo Español” y fue célebre por su retransmisión del gol de Marcelino a los rusos en la final de selecciones de Europa en el estadio Bernabéu en el año 1964 (Pons en Balsebre, 1999: 119). Alternó con Matías Prats y Enrique Mariñas sus retransmisiones futbolísticas de los encuentros de la Selección.

⁴² Obituario de *El País*, 31-ago.-2008.

MARTÍN VALBUENA, Antonio: Fue presentador de “Carrusel Deportivo” en la Cadena SER de 1988 a 1992 (Malvar, 2005: 70).

MARTÍNEZ, Alfredo: Narrador que comenzó en Antena 3 Radio. Actualmente trabaja en Onda Cero.

MARTÍNEZ, Carlos: Narrador y comentarista de la Cadena SER. Periodista ligado a Canal + desde sus inicios, cadena de la que es jefe de deportes.

MARTÍNEZ, Fernando (“Fernandisco”): Fue animador de “El Mirador de la Liga” en Punto Radio.

MARTÍNEZ, Laura: Periodista deportivo de la Cadena SER. Directora de deportes desde julio de 2010.

MINER, David: Actual coordinador de “La Liga es Radio” en la emisora esRadio.

MONTES, Andrés: Jefe de deportes en Radio Voz – Cadena Voz de 1995 a 1997 (Malvar, 2005: 207).

MÚÑOZ, José Manuel: Jefe de deportes de la cadena RATO entre 1989 y noviembre de 1990 (Malvar, 1995: 190). Posteriormente fue jefe de deportes de Onda Cero entre 1990 y 1997.

OLIVEROS, Manolo: Narrador de la COPE desde el verano de 2010 aunque buena parte de su carrera profesional la desarrolló en la Cadena SER, donde se ocupó de la información del Fútbol Club Barcelona.

ORS, Miguel: Fue comentarista en Radio Peninsular y Radio Intercontinental. Obtuvo una Antena de Oro.

ORTEGA, Juanma: Desde agosto de 2010, es el animador de “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER.

PALOMAR, Roberto: Jefe de deportes de Radio Marca durante el primer año de emisión de esta cadena.

PARRA, Adolfo: Empezó su andadura radiofónica en RNE, en 1943. Entre su trayectoria, “Parrita”, así era conocido en el mundo periodístico, destacó por formar parte del equipo que retransmitió por primera vez el *Tour* (1963) y por presentar “Tablero Deportivo”.

PARRADO, Pedro Pablo: Estuvo en la primera etapa de “Tiempo de Juego” en la COPE. Fue Jefe de deportes de Radio España entre 1991 y 2001 (Malvar, 2005: 126). Actualmente es presentador del programa “Goles con Parrado” en esRadio.

PEDREROL, Josep: Presentador de “El Mirador” (Punto Radio) entre 2004 y 2008. Actualmente dirige y presenta “Punto Pelota” en Radio Intereconomía.

PELÁEZ, Santiago: Fue jefe de deportes de RNE desde 1987 a 1989. A lo largo de su dilatada carrera periodística, en distintas épocas, estuvo al mando de “Tablero Deportivo” y de “Radiogaceta de los Deportes”, programas de RNE.

PÉREZ SALA, Javier: Narrador de eventos deportivos, que ha trabajado en diversas emisoras españolas.

PONS, José Félix: Desde que ingresara en 1959 en el ente público de la radio y televisión española se le atribuye su mayor labor periodística a los programas deportivos. Presentó y dirigió el espacio “Polideportivo” entre 1974 y 1980. Fue uno de los primeros comunicadores en retransmitir partidos de baloncesto. Durante su trabajo en Radio Peninsular de Barcelona desempeñó labores relacionadas con el mundo del deporte. Es recordado por ayudar “a Miguel Ángel Valdivieso en las retransmisiones futbolísticas. En 1963 compartió con Matías Prats el protagonismo de las retransmisiones de fútbol en Televisión Española. Luego se especializó en las retransmisiones de baloncesto para TVE, acompañado de Pedro Barthe” (Pons en Balsebre, 1999: 120).

PONSETI, José Antonio: copresentador del programa “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER desde el verano de 2011.

PRAT, Joaquín: Fue animador de “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER durante más de 20 años (entre 1964 y 1986). Posteriormente trabajó en la COPE: estuvo en “Tiempo de Juego” entre 1987 y 1990.

PRATS CAÑETE, Matías: Nació en 1913 en Villa del Río (Córdoba). Recaló en RNE en Málaga en 1939 para convertirse “de inmediato en el locutor preferido de las retransmisiones deportivas, taurinas, desfiles militares y la voz en off de los noticiarios Nodo, que dirigió durante cinco años” (Pons en Balsebre, 1999: 118). A esta emisora de Málaga llegó tras aprobar unas oposiciones que a punto estuvo de no superar por tener dificultades a la hora de pronunciar la zeta. Por ello fue característico que sustituyera ese sonido fónico por el de la efe. En Madrid, en 1947 fue nombrado jefe del Departamento de Realización de Emisoras de RNE; en 1954 pasó a ocupar el cargo de jefe de Emisiones, también en RNE. Un año después pasó a ser el

responsable de deportes en La Voz de Madrid – REM, cargo que ocupó hasta 1972 (Malvar, 2005: 89). Matías Prats pasó a la historia como uno de los grandes narradores de la radio deportiva en España: “La magia comunicativa de Matías Prats ha quedado ya para la historia del periodismo radiofónico español y mundial” (Alcoba, 1993: 156). Dice Malvar (2005: XVIII) que Matías Prats “nos visualizaba de tal forma los partidos que, cuando hablaba, parecía que ya teníamos televisión [...] Uno le escuchaba sin dejar de mirar la cortinilla de cretona de la vieja radio de madera, como si estuviéramos en el estadio”. Por su parte, para Alcoba (1993: 159) escuchar a Matías Prats “significaba, además de zambullirse mentalmente en el relato del partido, recoger una serie de datos anexos [...] ¡qué habría de decirse del periodismo radiofónico de Matías Prats!– que aún ataba más al radioescucha a la transmisión deportiva”. Recordado es el famoso gol de Zarra que retransmitió durante el encuentro España-Inglaterra en el Campeonato del Mundo de Brasil de 1950: “En esa ocasión, él mismo afirmó que ‘Zarra metió el gol en la portería y yo en la cabeza de los españoles’⁴³. En definitiva, como periodista deportivo Prats marcó “un hito en la historia de la radio española, de la que se le ha considerado maestro. Su potente voz y su capacidad descriptiva le dotaron de un estilo diferente que pronto se institucionalizó” (Efe, 2004).

PUYAL, Joaquín María: Nació en Barcelona en 1949. Fue presentador en televisión y uno de los grandes locutores de radio en Cataluña, como así lo atestiguan las audiencias de sus programas y los premios recibidos; entre ellos cuatro Ondas. Defensor de la lengua catalana, ha desarrollado la mayor parte de su labor profesional en este idioma hasta el punto de introducir en 1976 las retransmisiones catalanas en la radio española. Entre otras labores destacó por participar como corresponsal de Radio Barcelona en los primeros años de “Tiempo Deportivo”, espacio deportivo presentado por José María García, en “Hora 25” de la Cadena SER. Se caracterizó por tener un estilo serio, riguroso y educado, incluso en las retransmisiones futbolísticas, alejadas del grito gratuito.

QUÍLEZ, Paco: Ingresó en 1930 en Unión Radio Madrid. Durante la década de los 50, “Quilates”, como era conocido, realizó en la SER el

⁴³ Obituario de “El Mundo”, 12 de septiembre de 2004.

programa “Siguiendo los Deportes”. Además es recordado como el periodista que implantó las carreras de caballos, a las que otorgó cierta popularidad.

RAMOS, Joaquín: Fue jefe de deportes de RNE de 1981 a 1983 y estuvo en los equipos de los programas “Tablero Deportivo” y “Radiogaceta de los Deportes”.

RAMOS LOSADA, Rafael: Fue uno de los integrantes del equipo de “Tablero Deportivo” en el inicio de este programa en los años 50 del siglo XX.

RELAÑO, Alfredo: Fue jefe de deportes de la Cadena SER entre 1988 y 1990 (Malvar, 2005: 69).

RODRÍGUEZ, Agustín: Destacó por estar “dotado de una gran capacidad de improvisación verbal y un gran sentido del ritmo” (Pons en Balsebre, 1999: 120). Además es recordado por “superar mil y una dificultades técnicas” (Pons en Balsebre, 1999: 120) fruto de las malas conexiones que existieron durante su época profesional. Agustín Rodríguez es “junto a la escuela que impone RNE en Barcelona, con el trío Valdivieso, Pons y Fernández Abajo, el padre de los periodistas que se especializaron en retransmisiones de fútbol desde finales de los sesenta en Barcelona” (Pons en Balsebre, 1999: 120).

RODRÍGUEZ, Ángel: Su trayectoria como periodista deportivo comenzó en Radiocadena Española en 1986; después continuó en las emisoras de RNE: Radio 1 y Radio 5. Durante los 90, trabajó en Antena 3 Radio y la Cadena SER, donde estuvo al tanto de la información del Atlético de Madrid y también tuvo la ocasión de presentar en determinados momentos los programas vespertino y nocturno: “SER Deportivos” y “El Larguero”. En 1996 retornó a RNE; en 2002 se incorporó a Onda Cero, emisora donde se convirtió en jefe de deportes en 2004 y hasta 2012, años durante los que también presentó el programa nocturno “Al Primer Toque”.

ROMERO, Alejandro: Narrador que trabaja actualmente en Onda Cero.

ROMERO, Antonio: Narrador, desde enero de 2011, de los partidos del Real Madrid y de la Selección española en la Cadena SER, emisora a la que se incorporó en 1997.

ROSETY, Gaspar: Nació el 29 de julio de 1958. Sus primeras relaciones con el periodismo fueron en radio –en radio Gijón: EAJ-

34— y prensa, en periódicos de la ciudad gijonesa. Trabajó también en Radio Gijón-Cadena SER para luego llegar a Madrid. Gaspar Rosety también ha trabajado en Radio Intercontinental —junto al equipo de Héctor del Mar—, Antena 3 Radio— junto a José María García—, COPE, Radio Voz, en donde fue jefe de deportes (1997-1999) y Onda Cero. En 2012 trabaja para la Real Federación Española de Fútbol (RFEF).

RUIZ, Rafael: Director de “Tiempo de Juego” de la COPE entre 1969 y 1981 (Malvar, 2005: 112).

RUIZ DE VELASCO, Eduardo: Trabajó para la Cadena SER durante más de tres décadas. Recibió el Premio Ondas en 1955.

RUIZ TABOADA, Javier: Actual animador del programa “Radioestadio” en Onda Cero.

SALINAS, Juan Pablo: Se le identifica con la primera etapa de los programas “Tablero Deportivo” y “Radiogaceta de los Deportes”, en RNE.

SANJURJO, Luis: Responsable de deportes de Radio Intercontinental entre 1976 y 1985 (Malvar, 2005: 138).

SANTOS, José Javier: Fue jefe de deportes en Radio España entre 1989 y 1991 (Malvar, 2005: 126). Presentó “Al Primer Toque” de Onda Cero entre 2004 y 2006.

TORAL, José Luis: Actual director y presentador del programa “Radiogaceta de los deportes” de RNE.

VALDIVIESO, Javier: Fue jefe de deportes de Radiocadena Española – RCE entre 1982 y 1987 (Malvar, 2005: 90).

VALDIVIESO, Miguel Ángel: “Fue el periodista que protagonizó las retransmisiones de fútbol en RNE en Barcelona desde los cincuenta hasta los setenta” (Pons en Balsebre, 1999: 120) y su primera retransmisión de un partido de fútbol “fue en abril de 1950 en el antiguo campo de Les Corts, durante el partido Barça-Sevilla” (Pons en Balsebre, 1999: 120). Foz (2007), en un artículo publicado en elperiodico.com, califica a Miguel Ángel Valdivieso como un hombre capaz de transmitir una gran fuerza narrativa y de una gran personalidad. Lo define como una de las estrellas de la época en Cataluña junto a José Félix Pons y Juan Antonio Fernández Abajo.

VARGAS, Alberto: Presentador del programa “El Mirador de la Liga” en Punto Radio hasta 2011.

VILA, Miguel: Responsable de deportes de Radio Intercontinental entre 1968 y 1976; y 1982 y 1985 (Malvar, 2005: 138).

VIÑAS, Juan: Narrador deportivo. Como periodista deportivo, recibió el primer Premio Ondas en 1954.

ZÚÑIGA, Eufrasio: Estuvo en los inicios del programa “Tablero Deportivo” de RNE.

5.2.1.2. Programas deportivos de ayer y de hoy⁴⁴

De forma sintetizada, a continuación se presentan los programas deportivos de la radio española más significativos siguiendo una estructura muy similar a la ya presentada en la tesina (Herrero, 2009a) que a su vez toma como referencia la principal obra de referencia que se puede utilizar para elaborar este epígrafe (Malvar, 2005).

5.2.1.2.1. Cadena SER (Sociedad Española de Radiodifusión)

Entre los programas más destacados de la historia, y de la radio deportiva española en general, es “Carrusel Deportivo”, el referente de la radio deportiva española. Este programa, tal y como es conocido hoy día, vio la luz en 1954 (Pons en Balsebre, 1999; Blanco, 2002; Malvar, 2005) a partir de una idea de Bobby Deglané. En su primera etapa fue dirigido por Vicente Marco. A día de hoy, “Carrusel Deportivo” es uno de los estandartes de la Cadena SER y conforma junto a “El Larguero” una meritoria pluralidad de información deportiva: “Este programa en cadena, con una plantilla de más de 200 personas entre redactores, narradores y técnicos, informa de la jornada futbolística nacional, a la que se unen noticias de otros deportes”. (Alcoba, 2005: 169). Según indica Malvar (2005), el éxito fundamental de “Carrusel Deportivo” se caracterizó especialmente en sus inicios por la información sobre la Quiniela, algo menos trascendente a día de hoy que hace unos años cuando “había mucha gente que no tenía más distracción que la radio y depositaban todas sus esperanzas en que les tocara algún día la Quiniela” (Malvar, 2005: 48). Otro de los puntos fuertes de “Carrusel Deportivo” ha sido la excepcional fórmula utilizada para conjugar información y publicidad. El de “Carrusel Deportivo” ha sido un formato muy comercial que “ha tenido siempre como comunicadores y hombres-anuncio a

⁴⁴ Datos recogidos hasta el 1 de abril de 2013.

grandes locutores-estrella, que sabían vender muy bien el producto y constituían un buen reclamo de anunciantes” (Balsebre *et. al.*, 2006: 147).

La Cadena SER ha contado con otro buen número de programas que han ido aupando a esta emisora como la líder indiscutible –así lo reflejan los datos de audiencia del EGM– en lo que a la información deportiva respecta. Así, fue exitoso el programa “Hora 25 Deportiva”, dirigido en los primeros tiempos por José María García; o el programa con múltiples ediciones locales “SER Deportivos”. Se encuentra “El Larguero”, un proyecto de Alfredo Relaño y que salió adelante gracias al apoyo de Augusto Delkáder. “El Larguero” echó a andar en 1989 con José Ramón de la Morena como director y presentador. En los más de 20 años de vida no ha habido cambios en la dirección del programa salvo a comienzos de los 90 cuando unas confrontaciones internas apartaron durante algún tiempo a De la Morena. Paco González dirigió en ese periodo el programa nocturno. Dentro de la Cadena SER, “Radio Madrid-Cadena SER ha sido el referente y el precursor de la información deportiva radiofónica, varias décadas, en nuestro país” (Malvar, 2005: 5). También destacaron en sus inicios micro-programas como “Los comentarios deportivos” (de “Gilera”) o “Siguiendo los deportivos” (de “Quilates”). Por otra parte, los programas deportivos más importantes de Radio Barcelona han sido: “Radio Sport”, “Fútbol en Català”, “En Punta” (edición en Barcelona), “Club Deportivo” (edición Barcelona) y “La Gradería”. Estos fueron de los más relevantes, entre otras versiones locales.

5.2.1.2.2. COPE (Radio Popular)

Aunque “la Conferencia Episcopal, dueña de la cadena, no empezó a apostar verdaderamente por la información deportiva hasta los inicios de la década de los 80” (Malvar, 2005: 5), realmente desde entonces la COPE ha ido generando una serie de programas de información deportiva con un gran respaldo por parte de su audiencia. La época dorada y de mayor éxito fue sin duda en la que estuvo al mando José María García.

Actualmente, entre otra serie de espacios locales y regionales, los programas deportivos por excelencia de la COPE han sido

“Tiempo de Juego”, con la tradicional fórmula “carrusel”, y “El Tirachinas”, magacín nocturno sustituido en agosto de 2010 por “El Partido de las 12”. Atrás quedaron formando parte de la historia de la radio deportiva otra serie de espacios deportivos como “Goles”, “SuperMatch”, “Popular Deportivo” u otro de los programas que fue referente durante años en el horario nocturno: “Supergarcía”.

5.2.1.2.3. Onda Cero (Cadena RATO)

Esta emisora procede de la cadena RATO, que tuvo un único programa deportivo de especial relevancia: “Goles” (Malvar, 2005). Sin embargo, la creación en sí de Onda Cero ofreció un mayor esplendor al deporte con la aparición de programas como “TodoSport”, “El Cronómetro”, “El Primer Tiempo”, “El Penalti”, “Radio Estadio”, “La Brújula Deportiva”, “Radio Estadio Minuto 91”, “La Afición en Radio Estadio”, “Supergarcía en Onda Cero”, “Deportes en Onda Cero”, “Noticias del Deporte”, “Onda Deportiva”, “La Brújula del Deporte” o “Al Primer Toque”. Algunos de éstos, como “Radioestadio” o “Al Primer Toque” aún siguen emitiéndose en la actualidad.

5.2.1.2.4. RNE (Radio Nacional de España)

La dilatada historia de RNE ha contado con una serie de espacios deportivos con un gran respaldo (Malvar, 2005) tales como “Marcador” –en antena hasta 1953– “Tablero Deportivo y Musical” – que sustituyó al tradicional “Tablero Deportivo” entre 1962 y 1969; entre 1959 y 1962 se denominó “Tablero”–, “Avance Deportivo” – creado por Juan Manuel Gozalo en 1980 y suprimido de la parrilla en el 2003–, el famoso “Servicio de Información Deportiva Telefónica de Radio Nacional de España 097” (Malvar, 2005) y “La Ola”, que permaneció en antena del 2002 al 2004.

De los mencionados, “Tablero Deportivo” nació en RNE en la primera mitad de los años 50; Juan Manuel Gozalo pasó a dirigirlo y presentarlo en los 80 y Chema Abad es actualmente el responsable.

Otro de los programas referentes en RNE: “Radiogaceta de los Deportes”, programa que nació en los años 50 como “el informativo diario que trataba la actualidad deportiva” (Pons en Balsebre, 1999:

117-118). Actualmente lo dirige José Luis Toral y en nombre “no hay ninguno que se haya mantenido tanto tiempo en antena” (Malvar, 2005: 22).

5.2.1.2.5. Abc Punto Radio

Esta emisora dejó de emitir el 14 de marzo del 2013. La emisora había visto la luz en el otoño de 2011 y en ella se emitieron programas deportivos como “La Liga en Punto” y “Abellán en Punto”.

5.2.1.2.6. Radio Marca

Es la primera emisora de radio de temática exclusivamente deportiva en España y cuenta con multitud de programas como “Directo Marca”, el “Intermedio” o “Marcador”. Radio Marca cuenta con un buen número de profesionales, de reconocido prestigio y sus medios le permiten una globalización de prensa (“Marca”), radio (Radio Marca), televisión (Marca TV) e Internet (www.marca.com).

5.2.1.2.7. Esradio

Esta emisora ofrece programas como “La Liga es Radio”, “Tiempo Extra” o “Goles con Parrado”.

5.2.1.2.8. Radio Intereconomía

El principal programa deportivo de esta emisora es “Punto Pelota”, mismo programa que se emite por la televisión de este grupo.

5.2.1.2.9. Catalunya Ràdio

La emisora de la comunidad autónoma catalana ha contado en su historia con programas deportivos como “L’Esport al Punt”, “Força Esports”, “La Jornada”, “No Ho Diguis a Ningú” y “Fútbol a Catalunya Ràdio”.

5.2.1.2.10. Onda Madrid (TeleMadrid Radio)

Ha ofrecido programas como “Madrid Deportes”, “El Partido de la Una”, “La Prórroga”, “Madrid en Juego” y “Madrid al Tanto”.

5.2.1.2.11. Radio Voz (Cadena Voz)

Esta emisora perteneciente al grupo La Voz de Galicia ha ofrecido a sus oyentes espacios deportivos como “La Voz del Deporte”, “La Voz del Fútbol” o “Juego Limpio”, espacio éste dirigido y presentado por Gaspar Rosety y que fue “tal vez el programa que más prestigio le aportó a Radio Voz” (Malvar, 2005: 8).

5.2.1.2.12. Punto Radio

Desde su nacimiento hasta su desaparición en otoño de 2011, en esta emisora se emitieron programas como “Juego Limpio”, “El Mirador” o “El Mirador de La Liga”.

5.2.1.2.13. Antena 3 Radio

En el apartado deportivo, la trayectoria de esta emisora se puede dividir en dos fases. La primera de ellas data desde el momento en el que estuvo al frente José María García con programas como “Supergarcía en la Hora Cero” y “Superdirecto Fútbol en Antena 3”; cuando la emisora fue adquirida por el grupo PRISA, García abandonó la emisora y Javier Ares llegó a la dirección de deportes. Y con él, aparecieron nuevos programas: “La Taberna Fantástica” y “Deportes en Antena 3”, que estuvieron en liza hasta que Antena 3 Radio desapareció a mediados de la década de los noventa.

5.2.1.2.14. Radio España – Cadena Ibérica

Contó en su parrilla con diversos programas deportivos: “Antena Deportiva”, “El Deporte al Día”, “Viva el Deporte con Héctor del Mar”, “El Topo Deportivo”, “Match Parrado”, “Goles” y “Matinal Deportiva Madrileña”.

5.2.1.2.15. La Voz de Madrid (Cadena REM)

Dentro de la Red de Emisoras del Movimiento destacó “Domingo Deportivo Español”, un programa dirigido por Juan Martín Navas y Matías Prats, que contó con la colaboración de Juan Viñas, Paco Cantalejo y Joaquín Ramos (Pons en Balsebre, 1999: 117). “Radio Deporte” y “El Show Deportivo” fueron otros programas emitidos en cadena REM.

5.2.1.2.16. Radiocadena Española (RCE)

Emisora en la que hubo programas deportivos como “Radiocadena Deportes”, “La Hora Deportiva”, “Primer Tiempo”, “Punto a Punto”, “Dúplex”, “Especial Hora Deportiva” y “Las Verdes Praderas”.

5.2.1.2.17. Radio Intercontinental

Esta emisora alcanzó su prestigio con espacios radiofónicos deportivos como “Alirón”, “Música y Deportes”, “Interdeporte”, “Escalando Posiciones”, “Última Hora Deportiva” e “Intergoles”.

5.2.1.2.18. Radio Peninsular

La única excepción en una emisora de carácter musical como Radio Peninsular fueron “los deportes. Desde su inicio, y debido al patrocinio de una marca, se hacía solamente un “Comentario Deportivo” que duraba tan sólo cinco minutos y que lo elaboraba Miguel Ors” (Malvar, 2005: 143). “Tablero Deportivo” y “Los Deportes en Radio Peninsular” también fueron programas que pasaron por las ondas de Radio Peninsular. Radio Peninsular de Barcelona tuvo en su parrilla varios programas: “Gong”, “Marcador”, “Deporte en Profundidad” y “Radio Estadio”.

5.2.1.2.19. Radio Centro (Cadena CES)

Emisora que contó con programas como “Antena Deportiva” o “Lo que va a pasar”.

5.2.1.2.20. Radio Juventud (Cadena CAR)

El programa “Antorcha Deportiva”, con “Álex Botines y Paco Solé Marsal, era una emisión de Radio Juventud de Barcelona” (Pons en Balsebre, 1999: 117).

5.2.2. Los programas-referente de la radio deportiva española: “Carrusel Deportivo” y “El Larguero”

5.2.2.1. Historia de “Carrusel Deportivo” y “El Larguero”

Como se ha venido reseñando en epígrafes anteriores, aunque la radio en España nace en la segunda década del siglo XX, no es hasta los

años 50 cuando “surge con toda intensidad el deporte en la radio. Sobre todo, el fútbol” (Malvar, 2005: XVII). Puede decirse que desde mediados de ese siglo XX los programas deportivos ya se dedican en toda su plenitud a las retransmisiones en directo o a la mera información y análisis de la actualidad deportiva; desde entonces han ido sucediéndose hasta llegar a la actualidad, en la que dos programas marcan la pauta en este sentido: “Carrusel Deportivo” y “El Larguero”, ambos de la Cadena SER, reseñados anteriormente y de los que, a continuación, se hará un repaso un poco más profundo.

5.2.2.1.1. “Carrusel Deportivo”

Nace en la década de los 50 junto a la expansión de las retransmisiones de fútbol en España (Malvar, 2005: 41). El creador de la idea de “Carrusel Deportivo” fue Bobby Deglané (Balsebre, 2002: 331), “un chileno que hacía trasnochar a media España con su ‘Cabalgata Fin de Semana’”. El propio Malvar (2005: XVII) relata:

“Los resultados, en aquellos años, se daban los domingos por la noche o el lunes por la mañana. Bobby apunta la idea que vivió personalmente en Estados Unidos donde la Liga de béisbol se daba en directo desde los grandes estadios. Convince a Manuel Aznar (padre del ex presidente del Gobierno José María Aznar) y como Director de Programas se lo ofrece al joven locutor valenciano Vicente Marco. Resultaba muy complicado por cuestiones técnicas y de enlace. Había que conseguir –en directo– todo un carrusel de información por todos los estadios donde se jugaban los partidos de Primera División” (Malvar, 2005: XVII).

De esta forma tan aparentemente simple, pero a la vez enormemente complicada, nace “Carrusel Deportivo” en 1954 (Malvar, 2005: 41 y Pons en Balsebre, 1999: 116), un programa aceptado “no sin reticencias” (Pons en Balsebre, 1999: 116) por las dificultades técnicas reseñadas, debido a la “mala situación de las infraestructuras” (Blanco, 2002: 24) y de cuestiones personales, que más tarde se añadieron para acentuar la problemática cuando las máximas autoridades de los clubes, como se ha ido viendo a lo largo del

desarrollo de este trabajo, comenzaron a impedir la entrada de locutores en los campos de fútbol por temor a perder aficionados que acudieran a ver *in situ* los encuentros. Todas esas dificultades se fueron solventando con el paso de los años y “Carrusel Deportivo” fue asentándose en la parrilla radiofónica hasta llegar a los tiempos actuales, en los que es considerado como “una enorme fuente de ingresos para la Cadena SER a través de la gran cantidad de cuñas publicitarias y espacios patrocinados que ha tenido” (Malvar, 2005: 49).

Y es que la publicad ha tenido un gran éxito en este programa deportivo hasta el punto de que se llegó a optar por la “creación” de la figura del “animador”, en la década de los 60, con la llegada de Joaquín Prat, que empezó a acompañar a Vicente Marco. Tras la marcha de Prats, en la década de los 80, y el efímero paso de Andrés Caparrós (Malvar, 2005: 51), se tomó la decisión de llamar a Pepe Domingo Castaño como animador de “Carrusel Deportivo”. En esa década, también llegó el fin de ciclo para Vicente Marco como principal cabeza visible del espacio deportivo.

Con Pepe Domingo Castaño como animador y varios directores del programa deportivo como presentadores se llegó hasta la primera década del siglo XXI. Después de muchos años con Paco González como director, éste pasó a ser dirigido en la temporada 2010/11 por Javier Hoyos, con Juanma Ortega como animador. Tan sólo un año después llegarían Manu Carreño y José Antonio Ponseti⁴⁵ a la dirección del programa, –con el propio Juanma Ortega como animador– quienes actualmente están en el cargo. “Carrusel Deportivo” siempre ha sido considerado como uno de los programas que forma parte de la pluralidad del deporte que ofrece la Cadena SER (Alcoba, 2005: 169).

“Carrusel Deportivo” es actualmente un programa deportivo que posee un formato con diferentes secciones pero que basa su hegemonía en la narración deportiva radiofónica en forma de “carrusel”⁴⁶. Debido a la diversidad de horarios de la Liga española de

⁴⁵ A fecha de finalización de la tesis, temporada radiofónica 2012/13.

⁴⁶ Es decir, se basa en la multiconexión. Se hacen conexiones, principalmente por los campos de fútbol, aunque a veces también se incluyen otros deportes, para que cada corresponsal ofrezca el minuto de juego y el resultado del

Primera División, actualmente la duración de “Carrusel Deportivo” es de siete horas los sábados (de 17.00 a 00.00) y de ocho horas y media los domingos (de 15.00 a 23.30). Aparte, hay que tener en cuenta los especiales de la *Champions League* –los martes y los miércoles en los que se juega esta competición– y otros especiales que coinciden con acontecimientos deportivos de especial relevancia.

5.2.2.1.2. “El Larguero”

El programa nocturno “El Larguero” nace en 1989 en lo que fue un proyecto de Alfredo Relaño, por aquel entonces jefe de Deportes de la Cadena SER, y Augusto Delkáder, por aquel entonces Subdirector General de la emisora. Ambos “se reunieron con De la Morena y le dijeron que preparase el programa que él quisiera para que saliese en antena en septiembre” (Malvar, 2005: 61). El nombre del programa fue ideado por su presentador: José Ramón de la Morena (Alcoba, 2005: 169) y, de alguna forma, “El Larguero” era creado “para hacer la competencia a Supergarcía” (Alcoba, 2005: 169), dirigido por el periodista José María García en diversas emisoras: primero en Antena 3 Radio, luego en la COPE y, en tercer lugar, en Onda Cero. “El Larguero” siempre ha estado dirigido por José Ramón de la Morena, salvo un periodo, de 1990 a 1991, en el que se hizo cargo del programa Paco González por desavenencias entre José Ramón de la Morena y Eugenio Galdón, por aquel entonces Director General de la Cadena SER, después de que De la Morena criticase duramente en antena a José María García (Malvar, 2005: 62-63).

Desde mediados de la década de los 90, en la que el periodista Alfonso Azuara se incorporó como subdirector de “El Larguero”, José Ramón de la Morena y José María García comenzaron a competir por hacerse con la audiencia en esa franja horaria (Blanco, 2002: 25) que abarca de las 00.00 a la 01.30 de la madrugada. La distancia de oyentes entre el programa dirigido por José María García, líder indiscutible de la noche hasta 1995, y el dirigido por José Ramón de la Morena comenzó a reducirse hasta que en la primera oleada del EGM de ese año (1995) “El Larguero” superó al programa

encuentro; dependiendo de la importancia del partido y del mayor o menor número de encuentros que se disputen a la misma hora, el número dedicados a la locución del choque es mayor o menor.

presentado por José María García (Malvar, 2005: 65). Según los datos recogidos por Malvar (2005: 65), la diferencia en esa oleada fue de 82.000 oyentes y la máxima se produjo en diciembre de 2000, cuando “El Larguero” consiguió 1.641.000 oyentes, frente a los 734.000 de “Supergarcía” (Onda Cero). Desde ese año 1995, “El Larguero” es líder de audiencia en su franja horaria y basa su contenido en la información deportiva *a posteriori*, con la crónica de encuentros, entrevistas, noticias, tertulias y reportajes de diferente índole, aparte de otra serie de secciones. Debido a su éxito, la franja horaria que se viene manteniendo desde hace años es la misma: de 00.00 a 01.30, de lunes a viernes; y de 23.30 a 01.00 los fines de semana⁴⁷.

5.2.2.2. El éxito de los programas

5.2.2.2.1. El formato de “Carrusel Deportivo”

El programa de la SER ha ido consagrándose como el programa más escuchado de la radio deportiva debido a su originalidad y a un formato atractivo para el oyente. “Carrusel Deportivo” es hoy por hoy el programa estandarte de la radio generalista durante sábados y domingos. El espacio deportivo de la Cadena SER se emite de forma periódica durante los fines de semana en los que se disputan partidos de la Primera División de la Liga española aunque también se emite entre semana cuando juegan equipos españoles en la *Champions League* o cuando se disputa la Copa del Rey de fútbol a partir del momento en que las eliminatorias empiezan a ser más seguidas por los medios de comunicación, que suele coincidir con la participación de equipos de la Primera División. Este programa también se emite cuando se disputan las finales de fútbol de las competiciones europeas. Los partidos de la Selección española absoluta de fútbol, ya sean oficiales o amistosos, también son retransmitidos a través de “Carrusel Deportivo”. Aparte, “Carrusel Deportivo” realiza emisiones especiales en determinados momentos: Juegos Olímpicos, Mundial y Europeo de fútbol, Mundiales y Campeonatos de Europa de otras especialidades deportivas de especial trascendencia en España y

⁴⁷ Las franjas horarias de los fines de semana han variado según el desarrollo de la competición liguera o la época del año (horarios especiales de Navidad o verano).

eventos deportivos puntuales de gran importancia para los aficionados al deporte en España.

En cualquier caso, el programa estándar de “Carrusel Deportivo” es el que se emite durante los fines de semana. Está basado en la retransmisión en directo de partidos de fútbol de Primera División y conexiones (tiempo de juego y resultado) con los partidos de la Segunda División. Las otras especialidades deportivas quedan relegadas a un segundo plano y la información suele reducirse a informar al oyente sobre los resultados, salvo excepciones, si bien con el paso del tiempo se le está tratando de dar una mayor relevancia a deportes de los considerados minoritarios en España. Con el paso de los años, se han ido introduciendo nuevas secciones que le han ido otorgando un mayor dinamismo al programa. Así, “La primera hora de Carrusel” trata al deporte desde un punto de vista humorístico y en esta primera hora se aprovecha para informar de aspectos deportivos pocos tratados durante el resto del programa así como con secciones no tan apegadas a lo meramente deportivo. Los domingos, “Carrusel Deportivo” comienza a las 15.00. y una hora después, tras ofrecer la agenda y novedades, comienzan las retransmisiones que se intercalan con otras secciones.

En su conjunto “Carrusel Deportivo” está conformado por un gran número de periodistas que realizan labores de producción, redacción, animación y publicidad. Asimismo, el programa cuenta con un gran número de comentaristas.

5.2.2.2.1.1. La publicidad y la participación del oyente

Sin duda alguna, durante los últimos años, la figura del animador en “Carrusel Deportivo” ha logrado introducir la publicidad de forma sublime (Gutiérrez, Rodríguez, Gallego y Herrero, 2010: 348), de tal forma que ésta es considerada ya como parte del propio programa: la indisolubilidad de información y propaganda comercial. El propio Pepe Domingo Castaño, animador del programa durante bastantes lustros, ha reconocido que de las labores más arduas y que siempre ha de perseguir un animador es que el receptor no desconecte en el momento en el que se emite la publicidad: que la continuidad sea tal que no se note, que la propia publicidad no aburra al oyente.

Otro punto fuerte de “Carrusel Deportivo” es la participación del oyente: desde la lectura en antena de determinados mensajes de texto enviados por los oyentes a través del teléfono móvil hasta técnicas más modernas, como la participación del oyente a través de las redes sociales, sin olvidar otras más tradicionales como la llamada telefónica. Aunque levemente, esto permite una interacción emisor-receptor.

5.2.2.2. El formato de “El Larguero”

A día de hoy⁴⁸, “El Larguero” está dirigido y presentado por José Ramón de la Morena. Este programa deportivo nocturno ofrece información deportiva en forma de crónicas a *posteriori*, reportajes, entrevistas, tertulias, etc. La información sobre el fútbol predomina los fines de semana mientras que durante el resto de semana hay mayor diversificación si bien por norma general el balompié también es el deporte en torno al que giran el mayor número de informaciones. “El Larguero” está conformado por diversas secciones. El análisis de la actualidad es realizado por diversos periodistas de la Cadena SER mientras que, al igual que en el resto de emisoras, el debate y la tertulia cobran especial protagonismo. Quizás sea un poco arriesgado pero se puede afirmar, idea por supuesto rebatible, que la tertulia ha reinventado a la propia radio deportiva nocturna, no sólo en lo que se refiere a este programa de la SER sino a la radio deportiva nocturna en el resto de emisoras.

5.2.2.3. El aval del EGM (Estudio General de Medios)

El EGM es el Estudio General de Medios. Según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) es en 1968 cuando nace verdaderamente el EGM aunque tiene sus primeros antecedentes a comienzos de esa década. Con el paso de los años este estudio fue evolucionando y en 1975 se convierte en Sociedad Anónima. Según la propia AIMC, en 1988 el Ministerio de Interior visa y registra los Estatutos de la propia asociación, con los que se estructura jurídicamente la entidad propietaria del EGM. Al comienzo del nuevo siglo (tercera oleada del año 2000) nació EGM Radio XXI, una ampliación muestral para el medio radiofónico, realizado por el

⁴⁸ Temporada 2012/13.

Instituto IMOP. La AIMC considera especialmente trascendente la implantación del sistema CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*) en el año 2002: se sustituye el cuestionario en papel por un ordenador. Coincidiendo con la instauración del CAPI, el trabajo de campo va a pasar a repartirse entre tres institutos: ECO, que lo hacía hasta la fecha, TNS/Demoscopia y AC Nielsen. En el año 2004 nace el EGM Radio Catalunya, una nueva ampliación muestral telefónica para el medio radiofónico en esta región de España, realizada por IMOP. Junto a la radio, otros medios fueron incorporando igualmente ampliaciones. Desde 2008, la AIMC puso en marcha un nuevo modelo que combinaba un estudio multimedia de 30.000 entrevistas con los estudios monomedia. Actualmente, el trabajo de campo es realizado por diversos institutos: TNS Market Research, Random, Synovate, IMOP e Ipsos.

Sin entrar a valorar todas las características técnicas que utiliza el EGM para la elaboración de sus estudios, lo más relevante es que utiliza un procedimiento de muestreo polietápico y estratificado – definiéndose los estratos por el cruce provincia-hábitat–, el universo está formado por personas de 14 años o más, residentes en hogares unifamiliares de la península española, Baleares y Canarias; y la muestra anual es de 30.000 personas (entrevistas personales *face to face*), divididas en tres olas de igual tamaño y diseño, y subdivididas en siete partes: una para cada día de la semana. Asimismo, como se ha reseñado anteriormente, se realizan ampliaciones para algunos medios, como la radio, objeto de estudio de la presente tesis.

Precisamente en lo que a este medio respecta, aparte de la muestra base, tiene dos ampliaciones añadidas: una particular para Cataluña y otra para el resto de España. Sin lugar a dudas se puede afirmar que el EGM es un estudio basado en la encuesta, en el que se pone gran cuidado a la hora de seleccionar la muestra para que sea probabilística (Igartua, 2006: 314). En lo que a la radio respecta, según los datos referentes al periodo 2003-2012, la muestra total de personas⁴⁹ varía entre 70.000 y 81.000, según cada año.

⁴⁹ Muestra base más las ampliaciones.

5.2.2.3.1. “Carrusel Deportivo” y “El Larguero”, según el EGM

Para avalar las tajantes afirmaciones que se han descrito acerca de que “Carrusel Deportivo” y “El Larguero” son a día de hoy y en pleno siglo XXI los programas de referencia de la radio deportiva española se puede acudir a los datos del EGM. De cara a avalar el éxito de estos programas se han tomado como referencia las 28 oleadas comprendidas entre junio de 2003 y agosto de 2012 (desde la 2ª oleada de 2003 a la 2ª del 2012). Para recopilar estos datos se ha acudido a las noticias recogidas en los medios de comunicación de los diferentes grupos empresariales, a notas de prensa, redactadas y emitidas bien el mismo día o al día siguiente del momento en que las empresas reciben los datos de audiencia y algunas páginas web. En concreto, los siguientes datos que se presentan han sido recogidos a través de diferentes ediciones del diario *El País*, *El Mundo* y *Abc*, notas de prensa del grupo PRISA y noticias publicadas en la página web de la Cadena SER; medios que a su vez obtienen los datos de la fuente primaria por ser asociados de la AIMC. Y también se han empleado datos recogidos de la web www.frecuenciadigital.es, que a su vez acude a fuentes de los propios medios estudiados.

5.2.2.3.1.1. Los datos de audiencia de “Carrusel Deportivo”

“Carrusel Deportivo”⁵⁰ es el programa más escuchado de la radio generalista en su franja horaria durante los fines de semana de acuerdo a las oleadas del EGM anteriormente reseñadas. Del programa de los sábados, “Carrusel Deportivo” obtuvo su peor resultado –siempre ateniéndose a las 28 oleadas estudiadas– en la segunda oleada del año 2004, con un 1,03 millones de oyentes mientras que su mayor audiencia se sitúa en 2,28 millones de oyentes en la primera oleada del año 2010.

De forma general “Carrusel Deportivo” tiene sus mejores datos de audiencia en los programas que se emiten los domingos. Así, y teniendo siempre en cuenta el periodo en el que se han recogido los datos –las 28 oleadas comprendidas entre junio de 2003 y agosto de 2012– el programa deportivo emitido los domingos obtuvo su peor

⁵⁰ Hay que tener en cuenta que los datos que se han recopilado en cuanto a “Carrusel Deportivo” son los de los fines de semana, obviando por lo tanto los especiales que tienen lugar entre semana.

dato en la segunda oleada del año 2012, con 1,50 millones de oyentes, mientras que su mejor dato corresponde a la primera oleada del año 2004, con 2,72 millones de oyentes. Hay que destacar, además, que la emisión dominical de “Carrusel Deportivo” supera los 2 millones de oyentes en 18 de las 28 oleadas de las que se han recopilado los datos.

5.2.2.3.1.2. Los datos de audiencia de “El Larguero”

En cuanto a “El Larguero”, éste lleva ostentando el liderato de la radio generalista en su misma franja horaria desde el año 1995 mientras que el segundo programa de mayor audiencia ha ido variando, según los datos del EGM⁵¹. Lo más significativo en cuanto a los resultados dentro del periodo junio de 2003 – agosto de 2012 (28 oleadas) es que el programa de la medianoche de la Cadena SER obtuvo su peor resultado en la 2ª oleada del año 2011 (con 0,99 millones de oyentes) y su mejor resultado en la primera oleada del año 2004 (con 1,67 millones de oyentes).

“El Tirachinas” de la COPE siempre ha estado en segunda posición hasta su desaparición, salvo en la primera y segunda oleada del año 2006, periodo en el que la cadena fue expulsada del EGM. En esas dos oleadas, el segundo lugar fue ocupado por el programa “Al Primer Toque”, de Onda Cero, con una media de 0,27 millones de oyentes. Tras la desaparición de “El Tirachinas” y el nacimiento también en la COPE de “El Partido de las 12”, éste pasó a ocupar el segundo lugar. La menor distancia entre “El Larguero” y su primer perseguidor se produjo en la segunda oleada del año 2011, con una diferencia de 0,55 millones de oyentes entre “El Larguero” de la Cadena SER (0,99 millones de oyentes) y “El Partido de las 12” de la COPE (0,45 millones de oyentes). Por el contrario, la máxima diferencia entre el programa nocturno de la Cadena SER y su primer perseguidor se produjo en la segunda oleada del año 2006, cuando

⁵¹ Hay que tener en cuenta hechos significativos, como la expulsión temporal de la COPE del EGM en el periodo comprendido entre abril y julio de 2006. Por otra parte, Radio Nacional de España decidió abandonar el EGM en el año 2003 aunque se reincorporó en 2005. Igualmente tampoco se tienen datos de Abc Punto Radio desde su aparición porque así lo quiso la emisora.

“El Larguero” obtuvo una diferencia favorable de 1,25 millones de oyentes con respecto a “Radioestadio”, de Onda Cero⁵².

5.2.2.4. A modo de resumen

Una vez vistas la historia y formatos de ambos programas y revisadas las 28 oleadas del EGM comprendidas entre junio de 2003 y agosto de 2012, todo indica que “Carrusel Deportivo” y “El Larguero” son los programas referentes, no sólo de la programación deportiva de la SER, sino de la radio deportiva generalista en pleno siglo XXI. Siempre en las emisoras se ha dicho que ganar un oyente cuesta mucho y perderlo cuesta poco. A tenor de los datos de audiencia, ambos programas analizados han sabido conjugar y rejuvenecer sus formatos de tal forma que han logrado mantener su audiencia y su hegemonía.

A día de hoy, “Carrusel Deportivo” posee un formato singular, con diferentes secciones, y cumplen una doble función: entretener e informar. Y es que “la radio ha de ser [...] predominantemente entretenimiento y espectáculo” (Merayo, 1992: 23), sin que ello suponga que los mensajes suministrados sean intrascendentes (Merayo, 1992: 23). Éstas, junto con la función informativa (Merayo, 1992: 26), son cumplidas por “Carrusel Deportivo”. El programa cuenta con narradores que pueden ser considerados en muchos casos como los mejores de España. De lo contrario, no se explicaría la afirmación de Hernández cuando dice que “así como para presenciar un buen partido suele hacer falta que jueguen bien los veintidós jugadores y el árbitro, para oír un buen partido de fútbol basta con que el locutor sea bueno” (Hernández, 1955: 234). Locutores buenos repercuten en mayores cuotas de audiencia aunque sin duda pueden influir también otros factores. Por último, la fórmula de insertar publicidad y las continuas renovaciones –como darle “más voz” al oyente– han hecho de “Carrusel Deportivo” un programa deportivo diferente. Además de todo ello, “Carrusel Deportivo”, en su edición de los sábados, con secciones más bien apegadas al magacín, han tenido como consecuencia que se hayan sumado nuevos oyentes al programa: receptores no tan forofos del deporte.

⁵² Tal hecho se produjo en el periodo en el que la COPE estuvo expulsada del EGM.

“El Larguero” supo en su día ganar adeptos “por su estilo moderno e innovador” (Pons en Balsebre, 1999: 112) que lo convirtieron en el “programa preferido de las nuevas generaciones” (Pons, en Balsebre, 1999: 122). La pluralidad de “El Larguero” ha hecho que aquellas generaciones de finales de los 90 y principios del siglo XXI se hayan mantenido. A ello también ha influido que “la pasión por el deporte constituye un rasgo distintivo frente al modelo politizado, dominante hasta bien entrada la década de los noventa” (Pons, en Balsebre, 1999: 122). No hay que menospreciar la labor realizada por José Ramón de la Morena, director desde sus inicios hasta la actualidad –salvo durante el periodo reseñado–, periodista que posee “una fuerte personalidad ante el micrófono, lo que no es incompatible con una realización coral del programa” (Pons, en Balsebre, 1999: 122) y que ha destacado por utilizar una manera “desdramatizada de aproximarse al deporte. El programa es un lugar para el ocio. El tono jovial, despreocupado, cachondo, irónico que posee “El Larguero” es el mismo con el que nos acercamos en la vida cotidiana al deporte y al ocio en general” (Malvar, 2005: 66).

5.3. La doble dimensión de la radio deportiva en España. El caso de la retransmisión en directo

Simplificando el marco teórico particular al que se viene haciendo referencia, se puede decir que desde su presencia en la radio en España, la denominada “deportiva” tiene una doble dimensión. Parte de la radio deportiva está destinada a la información como tal, con programas en los que tienen cabida noticias, entrevistas o reportajes y en los que la tertulia ha realizado una incursión especialmente exitosa en los últimos años. La otra clara vertiente de la radio deportiva es la que contiene a los programas en los que se retransmiten en directo acontecimientos deportivos y que tradicionalmente han tenido su mayor acogida los fines de semana: “Durante el fin de semana, la narración en directo de la actualidad deportiva adquiere relevancia principalmente los sábados y los domingos por la tarde en los programas denominados “carrusel” (Moreno, 2005: 85) si bien el recorrido de las propias retransmisiones ha ido ampliándose durante los propios días de diario, más allá de solo el fin de semana, pero bien es cierto que la estructura del fin de semana sí parece tener un mismo

patrón durante al menos las últimas dos décadas: “los deportivos y los especializados son los programas principales que se ofrecen el sábado y el domingo, seguidos del tiempo dedicado al magacín de mañana y a los programas informativos” (Moreno, 2005: 85).

De cara a esta tesis doctoral, la principal definición encontrada para referirse a las retransmisiones deportivas radiofónicas que tienen lugar en España es la que presenta Blanco (2002):

“Desde nuestro punto de vista, la retransmisión puede entenderse como un género periodístico espectacular que, en su empeño por informar en simultaneidad del desarrollo de unos hechos o de un acontecimiento, explota las posibilidades comunicativas del medio –determinadas por la combinación de las técnicas narrativas de los profesionales involucrados (periodistas y técnicos) y por el uso espectacular de las tecnologías disponibles– con la intención de generar un drama capaz de mantener el interés de la audiencia, que puede, de acuerdo con el grado de competencia de éste y de simpatía por el tema o por sus protagonistas, llegar a sentir y a manifestar emociones” (Blanco, 2002: 34).

Las retransmisiones deportivas españolas en radio han sido tradicionalmente las protagonistas casi absolutas en las tardes de los fines de semana aunque durante los últimos años, y debido a la diversificación de horarios, los programas tipo “carrusel” han ido desapareciendo en su idea originaria como ocurriera hace no tanto y especialmente durante el desarrollo de la 1ª División de la Liga española (Legorburu, 2004: 54) en cuyos programas “las emisoras, con enviados especiales en todos los partidos en juego, narran en directo las incidencias de la jornada correspondiente y atienden de forma menos general a otros deportes no tan mayoritarios” (Legorburu, 2004: 54). La idea original de “carrusel” hace referencia al programa deportivo basado en la retransmisión y en el que “se realizan conexiones constantes con diversas pruebas deportivas que se están disputando al mismo tiempo pero en espacios geográficos diferentes” (Herrero y Rodríguez, 2009: 986). El formato carrusel surge como fruto de los recursos propios de los que este medio

dispone para informar sobre la actualidad más inmediata y entre los que se encuentra las conexiones con otras emisoras (Rodero y Merayo, 1997: 53) donde se conjugan realidades como la inmediatez y cercanía (Rodero y Merayo, 1997: 53).

La diversificación de horarios ha derivado en que esas “rondas informativas” con “minuto de juego y resultado” (Herrero y Rodríguez, 2009: 986) se hayan convertido en puras narraciones continuadas debido a la ahora escasa coincidencia horaria de partidos de fútbol de la 1ª División de la liga española. Pero ya sea de forma alterna –con conexiones– o narración continuada, la esencia de la narración no se ha perdido y el estilo sigue siendo el mismo. Eso significa que en la narración deportiva el espectador se encuentra ante un discurso que roza la épica. Sirva como ejemplo la idea expuesta por Labrador para defender por qué un aficionado al fútbol incluso se lleva el transistor al estadio para escuchar algo que ya de por sí va a ver:

“¿Qué les ocurre a esas gentes para llevarse la radio al mismo campo de fútbol? ¿Por qué la escuchan al mismo tiempo? La respuesta, mi respuesta al menos, es que, más allá de que quieran conocer el resultado de otros partidos, quieren también oír lo que ocurre en el terreno de juego, porque, en realidad, no entienden lo que está pasando allí. Allí, lo que hay, en efecto, son “veintidós tipos corriendo detrás de un balón”, pero el espectador necesita de una narración, de un discurso que le cuente lo que ve pero no entiende. Ese discurso es el discurso épico. Lo épico no acontece, se narra. No es un hecho, es una interpretación de ese hecho” (Labrador, 2007: 8).

En este mismo sentido entiende la narración, especialmente la futbolística, Medina (1995) cuando dice que “la epopeya es el estilo de la narración deportiva. Son relatos de hazañas, historias de ‘gigantes’, de héroes, de seres superiores (son ‘los dioses del estadio’)” (Medina, 1995: 72) y recalca que los narradores emplean un lenguaje cargado de recursos líricos para expresar “la lucha del hombre consigo mismo, su enfrentamiento contra el destino que le es adverso” (Medina, 1995: 72). Indica el propio Medina (1995: 70) que los narradores deportivos

forman parte de un entramado al que se puede definir como una “fiesta” y traducen en forma de palabra y de narración gloriosa lo que ocurre en la cancha. Sobre “la palabra”, De Pablos y Mateos afirman:

“La palabra es un instrumento intelectual simbólico. El ser humano la usa, entre otras cosas -y merced a un convenio social, colectivo, un código compartido por una colectividad cultural- para tender puentes informativos entre unos cerebros y otros. Con la palabra, conceptos que danzan en el pensamiento de una persona pasan a bailar en el pensamiento de otra, se transmiten el baile. Y si ambos comparten las mismas leyes musicales, esos bailes serán más o menos iguales, coincidentes, acompasados. No otra cosa es la comunicación: la misma partitura suena en dos cuerpos, no está en ninguno, repercute en ambos y gracias a una forma compartida de comprender el asunto esos dos cuerpos logran danzar armónicamente, acoplados incluso, logran una acción coordinada, ajustada” (De Pablos y Mateos, 2004, 341).

En este caso, locutor deportivo y radioyente de acontecimientos deportivos comparten esas mismas “leyes musicales” por lo que el “baile” entre ambos es acompasado de manera que “tanto quien produce un enunciado como quien lo recibe puedan darle la misma interpretación” (Luque en Alcoba, 1999: 16). En la retransmisión deportiva por radio se trata de verbalizar lo que allí acontece, de ponerle palabras a los sentimientos, de hacer del acontecimiento deportivo un acontecimiento excepcional y para ello “el ambiente festivo del acontecimiento deportivo se magnifica con su descripción lírica y emotiva, y la relación que se establece entre los jugadores y el grupo de fanáticos se hace mucho más fuerte e intensa” (Medina, 1995: 70).

Esa narración dispone de unos “actores” que interpretan la “obra” completa que supone una retransmisión, lo que también ha supuesto un mayor multiperspectivismo: “La radio ha enriquecido la información radiofónica deportiva con el multiperspectivismo narrativo” (Cebrián, 1994: 524). Los principales integrantes que participan en ella bien podrían resumirse en los que recoge Blanco (2002): un narrador principal, un narrador complementario, un

servidor y un analista. Esta clasificación haría referencia únicamente a lo que representa el proceso de retransmisión en sí pues si se engloba la retransmisión dentro de un programa mayor habría que añadir otro tipo de roles como un director del programa, un animador u otra serie de integrantes, que intervienen con mayor o menor frecuencia. De los cuatro mencionados anteriormente, Blanco (2002: 110-111) define al narrador principal como aquél que retransmite el evento y ofrece detalles tales como el lugar dónde se disputa el mencionado acontecimiento, la situación de la tabla clasificatoria o información de última hora. Medina (1995) dice al respecto que “el narrador testifica lo que ocurre en la cancha, da fe de lo que observa y ofrece una versión distanciada de los acontecimientos” (Medina, 1995: 80).

Las labores del narrador complementario estarían relacionadas con la enumeración de las alineaciones o la realización de entrevistas. El narrador complementario puede estar situado en diversos lugares tales como a pie de campo, en el palco de autoridades, en los exteriores de un estadio, etc. En tercer lugar, el servidor sería el encargado de ofrecer datos estadísticos o de interés para los oyentes sobre anécdotas que rodean al evento. Por último, estaría el analista, encargado de realizar comentarios sobre lo que ve. Sería más bien un discurso “valorativo e interpretativo que acompaña la narración. [...] El comentarista interviene sólo cuando la acción lo requiere, analiza, recapitula, evalúa, pronostica, hace conexiones con otros partidos, busca los antecedentes y las consecuencias de lo que ocurre en la cancha” (Medina, 1995: 82). El comentario tradicionalmente ha tenido un jugoso recorrido en la radio, no así en la televisión pues “el medio radiofónico tiene en la palabra su mejor valedora, mientras que en el televisivo, el verbo difícilmente puede competir, por muy cálido que resulte, con la fuerza avasalladora de la imagen” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 235).

Aparte de estos roles –de estos “actores”– también habría que añadir los anteriormente mencionados, que no tienen una carga en el peso de la retransmisión como tal pero imprescindibles si se valora o se estudia a la retransmisión en el programa en el que queda englobado. Se trata de la figura del director y presentador, máximo exponente del programa y encargado de que se respete el orden y la jerarquía que cada uno de los otros roles ha de desempeñar; y la

tradicional figura en la radio española como es el animador, con cuyas palabras información y publicidad se funden en un único mensaje.

En definitiva, toda retransmisión deportiva contiene un componente narrativo-emocional (Cebrián, 1994: 524) que hacen de la retransmisión un espectáculo.

5.3.1. La publicidad

La publicidad y los programas contenedores de retransmisiones deportivas radiofónicas han estado siempre estrechamente relacionados, aprovechando la peculiar forma de transmitir mensajes publicitarios que permite este medio; la publicidad “ha tenido un papel relevante y trascendental en el servicio a la radio, se asemeja al resto de los productos radiofónicos, que asimismo gozan de una peculiaridad exclusiva y diferente a los modelos comunicativos utilizados en otros medios” (Ortiz y Volpini, 1995: 15).

En lo que a las retransmisiones deportivas en radio se refiere y en especial a los partidos de fútbol, los mensajes publicitarios cada vez con más frecuencia forman parte del propio discurso radiofónico (Herrero y Romero, 2011: 236): información y publicidad se transforman en un único mensaje. Los anuncios emitidos entremezclados con este género radiofónico y envueltos dentro de los programas deportivos presentan formatos originales y alejados de los anuncios inmovilistas, entendiendo por éstos como los que contienen “mensajes que no potencian la fantasía ni la imaginación, y que venden el producto desde la realidad, sin recurrir a la seducción ni a la actividad de los sentidos” (Perona y Barbeito, 2008). Precisamente, los referidos anuncios de la radio deportiva se distancian de esta definición.

Si bien las cuñas publicitarias están presentes en este tipo de género, históricamente las retransmisiones también se han caracterizado por el empleo de la mención, un formato publicitario que apenas se distingue de la “conversación que está manteniendo o de la descripción de la jugada que se está produciendo en el campo de fútbol” (Guarinos, 2000). Pero desde ya varias décadas la publicidad durante las retransmisiones deportivas en radio, o al menos la publicidad que más éxito tiene o que más reclama el propio anunciante e incluso el propio receptor, es aquella que se inserta

durante la propia emisión del programa a través de la figura del animador; figura con la que se consigue “potenciar las marcas o productos de una forma más eficaz, natural e improvisada” (Herrero y Romero, 2011: 242). La figura del animador se puede definir como la que tiene la misión de animar las narraciones y lo hace fundamentalmente a través de la inserción de anuncios publicitarios; para introducir dichos anuncios, el animador se vale tanto de los aspectos verbales (la palabra, el nivel discursivo) como de las propias cualidades sonoras de la voz (timbre, tono, intensidad, utilización de pausas...) ya que un anuncio es transmitido de una u otra forma dependiendo del momento del programa pues no es lo mismo emitir un anuncio en un lance intrascendente del encuentro que justo después de un gol en un partido de fútbol (Herrero y Romero, 2011: 242). En los últimos tiempos el animador también se ha servido para la emisión de los anuncios de la ayuda de otros integrantes del equipo de retransmisión o incluso ha hecho partícipe al propio público que asiste *in situ* a ver un programa... de ahí que exista cierta publicidad reclamada incluso por los propios receptores (Gutiérrez, Rodríguez, Gallego y Herrero, 2010: 350).

Según se señala en un estudio (Herrero y Romero, 2011: 238), son varios los aspectos históricos a tener en cuenta en el empleo de la publicidad durante los programas contenedores de retransmisiones deportivas radiofónicas. Como se afirma en dicha investigación, hay que tener en cuenta que las retransmisiones futbolísticas nacieron como plataforma de proyección de la radio en cadena –la famosa “rueda de locutores”–, el género es un reclamo para los grandes anunciantes transnacionales que empiezan a llegar a España a partir de la década de los 50 del siglo XX e históricamente la publicidad de la radio deportiva ha tenido como destino al público masculino –ahora ya no tanto– con anuncios como el alcohol o el tabaco. Y con estas variables de fondo, nacieron los primeros programas con la publicidad como una de las principales fuentes de ingresos:

“El formato de las retransmisiones futbolísticas, que ha tenido como modelos fundacionales las emisiones de “Carrusel Deportivo” (Cadena SER) y “Tablero Deportivo” (RNE), ha sido tradicionalmente uno de los formatos radiofónicos más

comerciales, que nace precisamente en la década de los años 50 cuando la radio profesionaliza sus redes comerciales y consigue los primeros grandes anunciantes” (Balsebre *et. al.*, 2006: 147).

Y probablemente “Carrusel Deportivo” es el que más haya consolidado el éxito en la inserción de publicidad o el que mejor ha sabido llegar a su público. El programa de la Cadena SER ha sido el referente en ese sentido y este espacio histórico ha sabido conjugar a la perfección publicidad e información, canalizados a través de sus programas de retransmisiones deportivas (Herrero y Romero, 2011: 239). Desde el punto de vista publicitario, “Carrusel Deportivo” ha sido un referente no sólo de la radio deportiva sino de la radio española en términos genéricos (Herrero y Romero, 2011: 239) gracias a los grandes anunciantes y a los no menos importantes comunicadores, hombres-anuncio, locutores-estrella que han sabido vender excepcionalmente bien los productos y han constituido un buen reclamo de anunciantes (Malvar, 2005: 147); nombres como Juan de Toro, Joaquín Prat, José María García y Pepe Domingo Castaño han otorgado gran credibilidad al sector publicitario (Malvar, 2005: 147).

Este tipo de inserción de publicidad potenciado históricamente por “Carrusel Deportivo” es hoy en día una de las formas más demandadas a la hora de emitir publicidad durante los programas estudiados. Según el estudio mencionado anteriormente (Herrero y Romero, 2011), alrededor del 60% de los anuncios son previamente grabados mientras que en casi el otro 40% juega un papel importantísimo la figura del animador; un pequeño porcentaje en torno al 1% tiene lugar otro tipo de anuncios publicitarios.

5.3.2. El locutor deportivo de radio

En este conciso sub-epígrafe se pretenden recoger las principales características que ha de tener el locutor deportivo de retransmisiones deportivas en radio, a saber:

- Ser un dominador del micrófono, tener una extrema serenidad y un alto grado de concentración, que ha de ser constante (Vázquez, 1974: 158)

- El narrador deportivo no debe tratar de aventurarse a las jugadas ni contarlas después de sucedidas sino describir a la par que se van sucediendo, con agilidad en la descripción, siendo ecuánime, empleando un adecuado vocabulario pero sin ser demasiado técnico (Vázquez, 1974: 158). El buen locutor se va creando desde la práctica y la experiencia (Newman, 1991)
- Contar lo que ocurre a los demás: no se debe a sí mismo sino a los radioyentes (Vázquez, 1974: 158)
- Describir y ser imparcial (Vázquez, 1974: 158; Newman, 1991)
- Conocer perfectamente las reglas del deporte (Vázquez, 1974: 159)
- No emocionarse sino emocionar a los demás (Vázquez, 1974: 159). Un alto grado de excitación propia puede traducirse en la incomprensión por parte del receptor (Newman, 1991: 122)
- Repetir el resultado de la competición de forma habitual (Newman, 1991: 122)
- No criticar a los jugadores ni a los aficionados ni censurar al árbitro (Newman, 1991: 122).

5.4. La radio deportiva e Internet

No hay duda de que, desde su aparición, Internet ha ido evolucionando a una velocidad que a veces es difícil de asimilar (De Pablos, 2001). Y ante tal evolución, los diferentes medios, y entre ellos la radio, han tenido que saber adaptarse. En 2007, Rodero y Sánchez (2007, 170-171) afirmaban que en “los próximos años, la radio tendrá que enfrentarse también definitivamente con la digitalización y el desarrollo imparable de otras fórmulas sonoras como el podcast”. Más de un lustro después, esa idea se ha ido haciendo realidad paulatinamente. A través de Internet se han ido impulsando nuevas fórmulas para que la radio, a sus características tradicionales, vaya incorporando otras más acordes a las nuevas tecnologías en lo que a su emisión se refiere.

Y la radio deportiva no ha sido ajena a este proceso. En este sentido se pueden destacar dos aspectos con los que la radio deportiva ha hecho valer las nuevas características potenciadoras del medio:

A) Posibilidad de sintonizar la radio a través de Internet. Las emisoras han impulsado sus páginas web. A través de ellas se pueden sintonizar los mismos programas que se emiten por la tradicional radio analógica. Esta fórmula –unida a otras similares como la sintonización de la radio a través de la Televisión Digital Terrestre, por ejemplo– ha servido principalmente para captar nuevos oyentes, por ejemplo, en aquellos lugares en los que no se sintonizaba una determinada emisora por sistema analógico debido a problemas de cobertura.

B) El *podcasting*. Puede ser entendido “como un sistema de programas de audio grabados que se encuentran disponibles en las páginas web de las emisoras radiofónicas” (Herrero, 2011b: 109) y que se pueden “transferir a un reproductor portátil para escucharlos en cualquier momento” (González y Salgado, 2009: 46). De forma más técnica, el *podcasting* se puede entender como

“[...] un método de distribución de archivos multimedia que se puede usar para archivos de audio, generalmente en formato ogg6 o mp3, o para archivos de vídeo MPEG4 vía Internet. Estos documentos se pueden distribuir mediante los formatos RSS o ATOM que permiten suscribirse al podcast y usar un programa para descargar el archivo para ser reproducido en ordenadores personales o aparatos portátiles. Cuando intentamos buscar una definición al término podcast, tenemos problemas ya que no encontramos un estándar (Frigola, Grané y Bartolomé, 2008: 1).

En términos generales, la radio tiene un fuerte potencial frente a otros medios, que es la portabilidad (Rodero y Sánchez, 2007: 177) y el *podcast* aumenta esta característica. En este sentido del *podcast* se pueden destacar, al menos, dos variantes:

B1) La posibilidad de que los programas emitidos en la programación habitual de las emisoras sean, posteriormente, alojados en la Red para que los receptores puedan descargarlos y escucharlos cuándo y dónde quieran. En la radio deportiva es más habitual poner a disposición del receptor los programas informativos, de actualidad, y no tanto los de retransmisiones deportivas ya que pierden su

cualidad del “directo”; si bien es cierto que momentos clave de esos programas de retransmisiones –como pueda ser la narración de un gol– sí se alojan para que los receptores puedan escuchar de nuevo esos momentos cuando lo deseen.

B2) La aparición de nuevos programas emitidos exclusivamente *online*. Este sistema consiste en producir programas que no son emitidos como tal en ningún momento concreto, sino que se alojan en la Red, en las web de las emisoras que los producen, para que los receptores pueden acceder a ellos, descargarlos cuando crean oportuno y escucharlos a través de medios como el teléfono móvil, un reproductor de mp3, un ordenador, etc. (Herrero, 2011b: 106).

La radio deportiva especialmente ha fomentado la aparición de nuevos programas, emitidos exclusivamente a través del *podcast*, sin previa emisión en directo. Según un estudio de caso (programas de la Cadena SER y COPE) realizado previamente (Herrero, 2011b: 117), estos programas deportivos tienen una serie de características:

- Son programas grabados –cuya grabación se realiza como si se estuviesen realizando en directo– que se emiten sólo por Internet y no se pueden escuchar a través de las “ondas”.
- Es necesario tener conexión a Internet para poder descargarlos, generalmente desde la página web de la emisora.
- La duración no se puede concebir como un problema. Este tipo de programas permite que no sea necesario acogerse a un espacio temporal, como sí de un programa incrustado en una parrilla se tratase. Además, las duraciones son heterogéneas.
- El contenido es diferente al de la tradicional radio y generalmente se da cabida a deportes minoritarios, que no tienen tanta presencia en los habituales programas de radio. Cuando se trata de contenido que no es minoritario, se tiende a la especialización.
- Estos programas tienden al formato del magacín y se da relevancia a la información y a la opinión.
- Por el momento, en estos programas no se ha explotado la publicidad como en los tradicionales programas de la radio deportiva.



6 Marco teórico específico: la locución, el texto y el contexto

6.1. La locución radiofónica

EL SONIDO es “algo más que una voz encadenando signos lingüísticos” (Balsebre en Rodríguez, 1998: 11) porque el lenguaje radiofónico no sólo es palabra, que también, sino que además está constituido por sistemas expresivos en los que influye el sonido (Balsebre, 1994: 24). De ahí la necesidad de un apartado que trate los aspectos de locución más allá del plano meramente lingüístico. En este epígrafe se pretenden dar las consignas que influyen sobre la locución y la dicción. De alguna forma el apartado lingüístico podría ser considerado como el contenido –el qué se dice– mientras que los aspectos de locución serían el continente, el cómo se dice, algo fundamental en este tipo de género de las retransmisiones deportivas radiofónicas. Tradicionalmente cuatro son los elementos que se han considerado como los fundamentales dentro del apartado sonoro:

- a) La palabra
- b) La música
- c) Los efectos sonoros y ambientales
- d) Los silencios

Esta división puede parecer extremadamente simplificada pero real (Faus, 1974: 179). A partir de estos cuatro elementos el que va a

predominar por encima del resto en las retransmisiones deportivas radiofónicas en España, aunque resulte una obviedad decirlo, es la palabra. La narración en forma de palabra es la base en la que se va a apoyar cualquier locutor para transmitir y hacer ver al oyente lo que sucede en un determinado evento deportivo. Esas palabras son la vista del seguidor que no ve un espectáculo deportivo y lo sigue a través del medio radiofónico. Los otros tres elementos anteriormente presentados, de hecho, no deberían formar parte de una retransmisión en sí, salvo excepciones:

- la música: no formaría parte de la retransmisión deportiva radiofónica. En cualquier caso, la música sí puede estar presente en un programa deportivo de la radio española, dentro del que se encontraría la retransmisión deportiva radiofónica como tal
- los efectos sonoros y ambientales: este elemento sonoro sería más propio de otro tipo de género y más bien haría alusión a reconstrucciones sonoras. Sin embargo, los efectos sonoros y ambientales estarían presentes desde el mismo momento en el que se empezó a introducir el sonido ambiente como parte acompañante de la narración y no como un “ruido” presente en la locución. Al igual que en el cine los efectos sonoros son fundamentales para dar credibilidad a la historia (Gutiérrez, 2006: 69) de la misma manera ha empezado a ocurrir en una retransmisión deportiva. Dice González (2008) que “la mejor banda sonora es la del propio estadio. Desde hace unos meses, en las retransmisiones de Digital + es posible utilizar el sistema dual para ver el partido escuchando el entusiasmo, la frialdad o la rabia de la grada”. Aunque el periodista hace referencia al medio televisivo, su idea también puede ser llevada al género radiofónico aquí estudiado porque las radios utilizan cada vez con más frecuencia el sonido ambiente a través de dos vías: el llamado “micrófono ambiente” precisamente está para eso: para recoger el sonido del recinto deportivo; por otra parte, a los periodistas situados a pie de campo se les pide en ocasiones que dejen “abiertos” sus micrófonos para escuchar el sonido del graderío y transmitir una sensación más real. La sensación que produce escuchar el sonido ambiente es la de acercarse al evento

deportivo aún más al oyente, situar al radioescucha en el propio lugar de los hechos. Esta táctica de las emisoras debe utilizarse con especial cuidado, toda vez que sería un error utilizar este sonido cuando es demasiado molesto y puede entorpecer la retransmisión. No hay que olvidar que el fin último es escuchar al locutor del evento. Si este sonido abandona su función de acompañante para convertirse en “ruido” perdería su funcionalidad, que tan sólo es la de ser un sonido secundario que acompañe a la voz del narrador principal pero esa función estética no debe entorpecer a la informativa.

- los silencios y las pausas: elementos no sonoros de vital importancia en determinados géneros pero no en el que ocupa en este trabajo

Vistos inicialmente los elementos, habría que recordar una clara distinción entre un programa deportivo y una retransmisión deportiva. La retransmisión deportiva radiofónica es la que forma parte específica y esencial del objeto de estudio de la presente tesis. El programa deportivo, según su horario y su finalidad, puede contener o no una retransmisión deportiva radiofónica⁵³.

Una retransmisión se podría hacer simplemente con una voz, la del locutor, mientras que el programa deportivo sería un todo compuesto por partes, fruto del trabajo en equipo (Faus, 1974, 157-171). En la retransmisión sólo cabría un elemento sonoro principal: la palabra –en ocasiones acompañado por los efectos ambientales. En el programa deportivo tendrían cabida hasta tres elementos: la palabra, la música y los efectos sonoros y ambientales.

6.1.1. Velocidad de dicción

Paralelamente a estos elementos sonoros anteriormente nombrados, o consecuencia de ellos, dentro de las retransmisiones deportivas en radio también habría que tener en cuenta la velocidad de dicción⁵⁴.

⁵³ Por ejemplo, en la Cadena SER, “Carrusel Deportivo” es un programa que contiene retransmisiones deportivas; por el contrario, “El Larguero” no.

⁵⁴ Se deja a un lado el aspecto meramente físico como que “la duración mínima que ha de tener un sonido aislado para que pueda ser oído es de 5 ms

La narración se produce por norma general en directo y por norma se entenderá que “el locutor deberá acelerar la velocidad cuando se transmita alguna acción que se está desarrollando y se combinará con un ritmo menos acelerado cuando los datos, más que a la acción, inviten a la tranquilidad” (Rodero, 2005: 60). Por el contrario, cuando hay que narrar un gran número de situaciones en un breve espacio de tiempo, el locutor “lo que hace es acortar proporcionalmente las duraciones de todos los elementos del habla” (Guevara, 2003: 33) sin que por ello deba caer en el error de la falta de entendimiento. Incomprensión que a veces se produce debido al llamado “ahorro de tiempo” (Guevara, 2003: 33): a veces, narrar un sinfín de sucesos en pocos segundos se hace cometiendo un error: “a costa de eliminar fonos o fundirlos y de distribuir recortes en la sintaxis” (Guevara, 2003: 33). En definitiva, un error lingüístico que en principio podría repercutir o afectar negativamente sobre el oyente a la hora de recibir lo expresado por el narrador.

Para medir esta cualidad, siguiendo las pautas de Guevara (2003: 33), se tomará como válida la siguiente noción que habla acerca de que “los estudios hechos para medir la velocidad en la locución coinciden en que en la velocidad media del habla se pronuncian entre 125 y 190 palabras por minuto, margen dentro del cual se ubican velocidades rápidas y lentas” (Guevara, 2003: 33). Esta medición se ha aplicado a estudios anteriores (Herrero, 2009a; Herrero, 2010b; Herrero y Rodríguez, 2009). Por ello, una manera sencilla para estudiar la velocidad de dicción de un narrador deportivo es “contando el número de palabras por minuto que el locutor pronuncia. Y a partir de ahí y de patrones preestablecidos por estudiosos en la materia, identificar la narración con una velocidad baja, media o alta” (Herrero y Rodríguez, 2009: 971). Por ende, se tomará en cuenta la medida anteriormente presentada y asimismo se tendrá en cuenta que “la comprensión por el oyente empieza a decaer cuando se supera la barrera de las 200 palabras por minuto” (Guevara, 2003: 33), cifra que Rodero (2007: 537) baja hasta las 170 palabras: “No debemos olvidar que a partir de las 170 palabras por minuto, comienza a dificultarse la comprensión”. Por lo tanto, de cara

(milésimas de segundo). Por debajo de esa cantidad de tiempo el sonido no se percibe” (Rodríguez, 1999: 122).

a estas mediciones se diseñará una tabla en la que se entenderá como normal la velocidad de dicción que englobe entre las 125 y las 190 palabras por minuto, velocidades excesivamente lentas las que estén por debajo de las 125 palabras por minuto y velocidades excesivamente rápidas las que superen las 190 palabras por minuto. Además, “en las locuciones deportivas en radio, ese aumento de la velocidad repercutirá en el aumento del ritmo y, por ende, en una mayor sensación de interés para el oyente” (Herrero y Rodríguez, 2009: 972).

A pesar de que “hablar rápido no es sinónimo de comunicar mucho” (Guevara, 2003: 33) en el caso aquí estudiado se entenderá que una alta velocidad de dicción es una característica positiva pues en un evento deportivo se suceden una gran cantidad de hechos y cuanto más cuente el locutor, mejor, pues se transmitirá un mayor número de detalles. En cualquier caso, no se puede justificar una alta velocidad de dicción cuando ésta implique el no entendimiento, cuando vaya en detrimento de la calidad del producto ofrecido; una alta velocidad de dicción puede ser sinónimo de incompreensión (Vázquez, 1974) aunque, quizás, lo ideal sería “jugar” con la velocidad expositiva para provocar sensaciones diversas en el receptor (Ortiz y Marchamalo, 1994: 25).

6.1.2. El ritmo

Por otro lado, el ritmo es “una cadencia particular de la locución que la hace armónica. Se habla de ritmo cuando es posible prever lo que va a seguir en función de lo percibido [...] Puede ser sostenido o irregular” (Guevara, 2003: 35).

En el caso aquí tratado, el mayor o menor ritmo imprimido durante una retransmisión se debería ver reflejado en acciones de más o menos acción, que tengan una mayor o menor repercusión en el resultado final de la prueba deportiva retransmitida: “Las jugadas próximas al gol o al desenlace provocan la aceleración del ritmo expositivo, el salto de un aspecto a otro, aunque no haya relación sintáctica tal como se entiende en la gramática escrita” (Cebrián, 1994: 524). La presencia de un mayor o menor ritmo, como se dijo anteriormente, guarda estrecha relación con la velocidad de dicción empleada.

6.1.3. Los estados emocionales

Algunas de las cualidades que se han venido exponiendo puedan estar influenciadas por el estado emocional ya que los locutores, como personas que son, pueden verse afectados por circunstancias personales, sociales o psicológicas que le rodeen (Merayo, 1998: 219).

Las consignas que se enseñan en las facultades de Periodismo, o similares, hacen referencia a que el locutor no debe dejarse influir por dichas circunstancias desde el momento en que se encuentra situado delante de un micrófono para dirigirse a una audiencia, a su audiencia. Una premisa difícil de llevar a cabo aunque indispensable. Por ello que también en este estudio se tengan en cuenta los estados de ánimos y su correspondencia con las cualidades sonoras a partir del cuadro presentado por Rodero (2005: 62) (tabla 7):

Tabla 7. Correspondencia entre estado emocional y cualidades sonoras

Estado emocional	Timbre	Tono	Intensidad	Duración
Alegría Emoción Tensión Euforia Enfado	Más abierto	Agudo	Alta	Rápida
Tristeza Tranquilidad Depresión Sensualidad Dulzura	Más cerrado	Grave	Baja	Pausada

Fuente: Rodero (2005: 62) / Tabla: elaboración propia

También podrían existir matices emocionales, que “son las variaciones características de las propiedades del sonido, que se producen en la voz, de acuerdo con los distintos estados de ánimo que las palabras exteriorizan” (Vázquez, 1974: 73)

6.1.4. Intensidad, tono y timbre

Dentro de esta composición, también hay que tener en cuenta la intensidad, el tono y el timbre (Gutiérrez, 2006: 66) que hacen entender a la retransmisión como una obra en sí misma. Se trata de elementos cuantificables pero también cualificables (Gutiérrez, 2006: 66) y será precisamente la parte cualitativa la de mayor valor en estas variables ya que se acudirá al nivel perceptual de los codificadores. La intensidad puede ser entendida como el volumen de la voz y “la

cualidad que la hace sonar más o menos intensamente” (Guevara, 2003: 33) y se regula en función del aire expulsado desde los pulmones (Guevara, 2003: 33). El decibelio es su unidad de medida. El umbral mínimo de intensidad se define como de 0 dB a 1.000 Hz: “Es decir, una frecuencia pura de 1.000 Hz con una presión sonora que esté por debajo de los 0 dB ya no es audible para el ser humano [...] Es interesante señalar que el silencio absoluto no existe” (Rodríguez, 1998: 113). El umbral mínimo del dolor estaría en torno a los 130 dB y se denominaría así porque a partir de esa intensidad “la sensación perceptiva es dolorosa” (Rodríguez, 1998: 113). Para medir la intensidad de forma exacta lo ideal sería emplear aparatos tecnológicos diseñados exclusivamente para ello e implicaría acudir al lugar donde está el locutor. Sin embargo para realizar este trabajo se considerará más oportuno acudir al nivel de percepción de los codificadores, que depende de un factor concreto: desde dónde se escucha esa retransmisión y a través de qué medio (Herrero, 2009a): “En el estudio no se va a poder aplicar un sistema que calibre la intensidad del locutor [...] (acudiendo a la fuente, *in situ*) sino que ese sonido llega a través de un canal concreto a partir del que es examinado” (Herrero y Rodríguez, 2009). Por lo tanto dicha intensidad puede ser estudiada desde varios canales: radio, Internet, TDT, todo depende del medio a través del cual llega el mensaje –en este caso, el medio radiofónico.

En cuanto al tono, éste es “la altura o elevación de la voz que resulta del número de veces por segundo que vibran las cuerdas vocales, lo cual determina su frecuencia” (Rodero, 2005: 60). El tono puede ser alto, medio y bajo, con muchas variaciones intermedias; y por otra parte, agudo o grave: “El tono agudo se percibe como finito o chillón y el grave como grueso o bajo” (Guevara, 2003: 30). Para medir el tono se acudirá igualmente al nivel de percepción de los codificadores y se tratará de ver la existencia de las diferencias de tono teniendo en cuenta que *a priori* éstas deben existir, “por eso, el discurso no suena monótono porque se produce con ascensos y descensos, pero su término medio es de una determinada frecuencia” (Rodero, 2005: 63). Por último, el timbre es un elemento clave en el medio radiofónico ya que “debe resultar agradable al oyente” (Rodero, 2005: 61). El timbre es una cualidad intrínseca a cada voz, lo

que realmente distingue unas voces de otras y en teoría una cualidad sonora que no se podría manipular. En este sentido Rodríguez (1998) muestra su disconformidad:

“Esa concepción del timbre como una dimensión sonora invariable e inherente en exclusiva a las características de la fuente sonora supone, por ejemplo, que una misma voz no podría variar jamás su timbre. Paradójicamente, una forma esencial de organización sonora de la lengua es el reconocimiento de las variaciones del timbre fonético. Cuando un hablante cualquiera construye oralmente, por ejemplo, una serie de vocales cambiando la posición de su boca, lo que hace es modificar el timbre del sonido que inmediatamente antes ha producido su laringe. Paralelamente, cuando, como oyentes cotidianos y permanentes del habla de aquellos que nos rodean, identificamos los distintos sonidos que componen cada palabra, lo que estamos haciendo es diferenciar y reconocer los respectivos timbres de cada uno de los fonemas que han construido nuestros interlocutores. Solamente la observación de este fenómeno tan cotidiano del uso de la variación tímbrica en el habla debería ser suficiente para que se cuestione profundamente y a nivel general el valor del concepto /timbre/, e intentásemos corregir adecuadamente su definición” (Rodríguez, 1998: 83).

Tampoco es este punto de vista de Rodríguez el que deba preocupar demasiado en este apartado pues en principio y dado el objeto de estudio tratado, el timbre no va a ser una cualidad que se pretenda variar desde la fuente emisora. El locutor no debe interpretar ningún papel por lo que el timbre será invariable.

6.1.5. Diferencias tonales y enfatización de términos

También hay otra serie de cualidades que se deben tener en cuenta. Por ejemplo, el empleo de las diferencias tonales durante la retransmisión o la acentuación de determinadas palabras: “La recomendación básica para el locutor radiofónico es resaltar tan sólo las palabras clave que ayuden a comprender el discurso” (Rodero,

2005: 65). Esta última característica reseñada debería estar presente en las retransmisiones deportivas en radio.

6.1.6. Silencios y pausas

El silencio es un elemento no sonoro de vital importancia para la composición y construcción de los relatos (Rodero, 2005: 91). En el caso de las retransmisiones deportivas radiofónicas deben evitarse ya que el empleo del silencio en este género “descolocaría” al receptor. No es un elemento deseable como, por ejemplo, sí lo sería la pausa – cuyo dominio es básico (Aguilar, en Alcoba, 2000: 102)– que puede influir positivamente en el establecimiento de un ritmo adecuado y que sirven como adaptadores de signos de puntuación (Blanco, 2002). Las pausas podrían tener una connotación de incertidumbre y se verían reflejadas en las inflexiones de voz.

6.1.7. Pronunciación

Por último tampoco hay que olvidarse de la pronunciación que por norma general debe estar definida por la “corrección, claridad, fluidez, naturalidad y seguridad” (Rodero, 2005: 67). En relación a esta cualidad cabe reseñar la siguiente idea:

“No hay duda de que muchos de los profesionales de radio y televisión cuidan su ortología pero también es cierto que el descuido en la pronunciación y el amaneramiento en la entonación cunde de forma no deseable. El amaneramiento se tiñe de “rasgo de estilo”, ciertas entonaciones peculiares de determinados profesionales que han alcanzado la popularidad se convierten en ejemplares y así resulta una uniformación que ataca el sistema prosodemático español y contribuye a que muchos de los locutores no hablen como españoles” (Romero, 1993: 28-29).

Se tendrá en cuenta el estándar común del idioma español aunque “sabido es que la lengua española presenta importantes diferencias de pronunciación, no sólo entre los diversos países en que se habla, sino entre las regiones de un mismo país, y frecuentemente entre las comarcas y lugares de una misma región” (Navarro, 1981: 5).

6.1.8. Otras cualidades

Aparte de todas estas características que se han ido mencionando, el locutor radiofónico debe cumplir una serie de reglas que no por ser obvias deben ser descuidadas y que recoge Rodero (2005: 68-70): no comer demasiado antes de la emisión, realizar ejercicios previos de calentamiento de la voz, cuidar la postura ante el micrófono, gesticular para ganar expresividad, beber agua con frecuencia y colocarse correctamente frente al micrófono. Aparentes obviedades que no siempre se cumplen y dicho incumplimiento repercute en una merma de la calidad en la locución.

6.2. La lingüística

La sociedad española forma parte de la globalizada sociedad de la información, igualmente globalizada en su nivel lingüístico. En su día la sociedad estuvo marcada en el ámbito mediático por la prensa escrita, luego por la radio y finalmente por la televisión. Ahora son las nuevas tecnologías las que conforman el eje en torno al que se desenvuelve la nueva sociedad. Internet, los teléfonos móviles y todas sus nuevas derivaciones tecnológicas son las principales herramientas utilizadas por los miembros de dicha sociedad, especialmente estas últimas por la población más joven. Y si algo no le puede faltar a la actual sociedad es el manejar una lengua común, en este caso que aquí ocupa, la lengua española:

“Pero la sociedad de la información también vive y depende de las lenguas, hasta el punto de que gran parte de los avances tecnológicos giran alrededor del lenguaje humano: los nuevos medios de comunicación, las redes informáticas y la ingeniería lingüística son buenos ejemplos. Para decirlo con benevolencia: es inútil acceder a las páginas que informan —o desde las que se ofrecen servicios y se compra y se vende— en un idioma que se ignora. Por ello, pertenecer a una gran comunidad lingüística, como la que se expresa en español, supone, entre otras cosas, contar con una considerable ventaja de partida —y de llegada. [...] El lingüista y editor José Antonio Millán ha puesto un buen ejemplo: el diccionario de lenguaje especializado que en papel apenas vende dos mil ejemplares al año se puede convertir de

pronto en el complemento ideal de un programa de conversión habla-texto (es decir, de dictado) y generar anualmente unas regalías que decupliquen sus ventas tradicionales” (Lafuente, 2001).

En pleno año 2013 poco menos que se ha institucionalizado el uso de las redes sociales como herramienta de comunicación a través de Internet –ya no son el futuro sino el presente (Herrero, Álvarez y López 2011: 527)–; incluso los estudiosos de este campo estarán especialmente atentos a si tal hecho o la aparición de constantes aplicaciones para los teléfonos móviles no acabará desbancando, si no lo han hecho ya, al uso de los mensajes de texto de la telefonía móvil, cuya utilización fue más que frecuente tiempo atrás, junto a la aparición del propio teléfono móvil. La comunicación interpersonal por momentos deja atrás el cara a cara, la comunicación presencial, y cada vez se impone la comunicación interpersonal virtual, a través de medios tecnológicos, con sus pros y sus contras.

De alguna forma la comunicación oral da paso a la interrelación virtual escrita. Internet implica y puede ser útil para que la gente lea y escriba más. Además es en la comunicación escrita donde realmente quedan reflejados los errores lingüísticos de la sociedad. En la comunicación oral existen los errores, sí, pero las palabras de la oralidad no quedan grabadas, no se pueden analizar *a posteriori*. En la comunicación escrita quedan patentes todas las incorrecciones y no son pocas las que se cometen. La barrera transfronteriza del error se ha sobrepasado hasta límites realmente alarmantes. Estamos en el “todo vale” en beneficio de la inmediatez. Ya en su día, cuando se puso tan de moda el envío de mensajes de texto a través del teléfono móvil, los usuarios hubieron de apañárselas para contar en poco espacio (aproximadamente en 160 caracteres) aquello que querían transmitir a su receptor. De alguna forma las continuas transgresiones idiomáticas estuvieron contrarrestadas por la capacidad de síntesis, por lo que ha sido vista con buenos ojos por algún estudioso. Internet y otras nuevas aplicaciones informáticas y de telefonía móvil han posibilitado una comunicación escrita sin límite de espacio pero los nuevos códigos lingüísticos, especialmente entre los adolescentes, ya se han asentado. Esas nuevas tecnologías han favorecido la

comunicación y el intercambio pero también han sido cómplices del deterioro lingüístico que ha sufrido la lengua, un hecho que seguramente no hubiese gustado a uno de los mayores defensores de esta herramienta, Camilo José Cela:

“Es doloroso que siendo la nuestra una de las lenguas más hermosas y poderosas y eficaces del mundo, nadie, hasta hoy, se haya preocupado de enseñarla por ahí fuera y de defenderla por aquí dentro, donde tampoco es atendida como es debido. Y que nadie achaque a la Academia las culpas que le son ajenas por cuanto languideció durante largos años en la más indigente inopia; la culpa fue del Estado que ahora parece arrepentirse de graves y pretéritos errores y aun olvidos” (Cela, 1997).

La influencia de las nuevas tecnologías sobre la lengua parece evidente pero el mal o buen uso no depende exclusivamente de ello sino que todo está influido por un buen número de realidades sociales: desde el habla empleada en la vida cotidiana desde los primeros años de vida del ser humano hasta su posterior desarrollo. En tal entramado también influyen los medios de comunicación. La prensa, y la lectura en general, ha sido un valedor importante de la expresión escrita. La televisión ha jugado su papel en la comunicación oral, como también lo ha hecho la radio, medio de comunicación en el que está inserto el objeto de estudio de esta tesis. No resulta extraño por lo tanto que cada vez sean más frecuentes los estudios lingüísticos centrados en los medios de comunicación (Escribano, 2006: 13) atención que tiene que ver “por un lado con la creciente invasión de nuestra vida por estos medios, pero esta atracción científica radica también en el prestigio de su uso” (Escribano, 2006: 13) por lo que sería incorrecto que el lingüista ignorara el caudal lingüístico del que se sirven los medios de comunicación de masas. La situación conlleva al estudio de la lengua, de la lengua castellana en este caso, porque “desde hace muchos siglos se habla de la riqueza que supone la lengua española” (Millán, 2001). Centrando el marco teórico en la radio como tal se puede afirmar que la lengua castellana es la principal herramienta de trabajo para los profesionales de este medio, más allá de las características puramente sonoras, y sin

olvidase de las técnicas. La lengua castellana es la base sobre la que se apoya el periodista, incluido el radiofónico y consecuentemente el de las retransmisiones deportivas en la radio española, que hace del lenguaje su principal inversión y, consecuentemente, del lenguaje deportivo y su evolución: “El lenguaje deportivo no es ajeno a esta mudanza por cuanto se ocupa de nominar, detallar y definir las prácticas vinculadas al ejercicio físico” (Muñoz, en Castañón, 2011: 5).

A pesar de que pudiera considerarse este apartado del estudio más propio de lingüistas, la clave está en desmontar tal idea desde el momento en el que se introducen otra serie de variables, adyacentes a las disciplinas lingüísticas pero no exclusivas; sobre todo, al tener en cuenta la triple relación que se pretende estudiar: locución – texto – contexto. Esta “trilogía” se produce dentro de una sociedad de la información y de la comunicación que vive en un mundo en el que se desarrollan un gran número de actividades. Cada una de esas actividades posee su propio lenguaje, diferente al resto, “de manera que esa peculiaridad sirve para que los integrantes de cada una de ellas se comuniquen con un idioma que les es común y los une” (Alcoba, 2005: 112). Muchas veces el lenguaje entre unas actividades y otras es común; otras no tanto pero comparten algunas características. Ése podría ser el claro ejemplo de la lengua castellana empleada en las retransmisiones deportivas radiofónicas que, si bien pueden tener un referente común como lo es el habla interpersonal, no menos cierto es que los radioyentes de este género integran un grupo específico marcado por el tecnicismo que exige esta actividad: “Y es que todo acto de lenguaje que no se limita a comunicar, sino también a excitar y conmover, obedece a una retórica peculiar que exige, como componente fundamental de su eficacia, un cierto grado de desvío respecto del estándar común” (Lázaro Carreter, 1994: 22). En este caso, durante lo más común en España, que es retransmitir un partido de fútbol, el locutor ha de lograr esa excitación en el emisor:

“Por ejemplo, se puede escuchar la radiotransmisión de un juego de fútbol. Mientras está atento a la voz del locutor, quien lo escucha se siente excitado, cuando se anota un gol. Quiere gritar y aplaudir; casi siente la sensación de hallarse en el estadio.

Esa reacción no se produce cuando se lee acerca del juego, en el periódico” (Newman, 1991: 16).

Se puede presuponer que el lenguaje de la radio deportiva es exclusivo y no siempre está al alcance de todos. Que esté o no al alcance de todos depende del propio radioyente, de si está o no interesado en realizar esta práctica: escuchar una retransmisión deportiva a través de la radio. El lenguaje deportivo en el que queda englobado el de las propias retransmisiones radiofónicas es accesible a todos, gracias al habla común del hispanohablante, pero no comprendido y entendido en muchos casos por tratarse a veces de un vocabulario técnico. Ese vocabulario va a estar alejado principalmente de toda aquella persona que muestre un patente desinterés por la comunicación del juego deportivo. Por el contrario, la mayor parte de los silogismos llevarían a pensar que los interesados en el deporte mostrarían también un evidente gusto por la comunicación deportiva y por el conocimiento de su lenguaje. Además, el idioma deportivo, según comenta Castañón (2001), se ha convertido en un idioma con una extraordinaria fuerza e incluso influyente sobre otras áreas lingüísticas no deportivas pero relacionadas con actividades lúdicas y/o educativas, un lenguaje que ha ido creciendo con sus propias reglas sobre todo a lo largo del siglo XX:

“Not only are there rules to learn, there’s a sports idiom to master. The sports idiom is a language spoken by insiders and some-what familiar to followers. It’s a combination of sports terminology, slang and cliché that has grown up within the world of sports over the last century or more and has become sports-speak in broadcast [...].The idiom is so pervasive that some of it has leaked into everyday conversation”⁵⁵ (Stofer, Schaffer y Rosenthal, 2010: 105).

⁵⁵ “No sólo hay reglas que saber, también existe un idioma deportivo que dominar. El lenguaje deportivo es un idioma hablado por las propias personas que muestran gusto por el deporte y algunas personas cercanas a estos seguidores. Es una combinación de la terminología deportiva, jerga y clichés que ha crecido en el mundo del deporte durante el último siglo, o más, y ha empezado a ser un difundido ‘idioma-hablado’ [...]. El lenguaje es tan

6.2.1. La relación lengua castellana y periodista deportivo radiofónico

En el estudio se analiza especialmente la lengua castellana empleada por los locutores y demás componentes que intervienen en una retransmisión. Dentro de la muestra seleccionada hay cinco programas y, dado que las estructuras suelen ser homogéneas, tiene especial relevancia el papel del locutor y su estilo: “Hay un elemento diferenciador que destaca para identificar el programa deportivo de cada cadena respecto a los de las otras emisoras, incluso que diferencia unos partidos de otros en el mismo programa radiofónico: el estilo del locutor” (Pacheco, 2009: 108).

El periodista deportivo del medio radiofónico ha de ser un profesional cultivado en su materia, curtido en una especialidad denostada durante años pero actualmente en auge. Wilstein (2002), haciendo referencia al periodismo deportivo en prensa escrita, pero idea extrapolable a cualquier otro tipo de periodismo deportivo viene a decir que la eficacia de la transmisión de noticias deportivas pasa porque el periodista describa los acontecimientos conjugando la elegancia, la pasión o el propio ingenio:

“The sports writers’ challenge is to describe events with elegance and passion and wit, to make readers share their laughter or tears or rage, to entertain and inform, to break the news that no one else knows or describe a game that everyone has seen, to impart a feeling for what it was like to be there in the stands or on the field or in the locker room, to give the event meaning and put it in perspective”⁵⁶ (Wilstein, 2002: 1).

persuasivo que se ha infiltrado en la propia conversación cotidiana” (traducción propia).

⁵⁶ “El desafío de los periodistas deportivos es describir los acontecimientos con elegancia, pasión e ingenio para hacer compartir entre los lectores sus risas, sus lágrimas o su rabia, para entretener e informar, para ofrecer la noticia que nadie más conoce o para describir un partido que todo el mundo ha visto, para transmitir un sentimiento de lo que era estar en las gradas, en el campo o en el vestuario, para darle significado al evento y hacerlo comprender” (traducción propia).

En lo que a la lengua castellana respecta, el locutor principal de una retransmisión deportiva radiofónica ha de ser un gran narrador y dominar el léxico, el vocabulario –tecnicismos incluidos– y saber construir perfectas oraciones con las que ser capaz de recrear visualmente en la mente del oyente lo que sobre un campo o una cancha está sucediendo y, junto a ello, necesita la expresividad lingüística:

“En la relativa soledad de su cabina, el locutor de radio [...] se encuentra con la dificultad enorme de verbalizar imágenes, para lo cual le bastaría un llano lenguaje representativo (tal como acontecía en las retransmisiones de mi adolescencia), verbalización que no basta: ha de aprisionar la atención de los oyentes, emocionándose él mismo, aburriéndose él mismo, indignándose, alegrándose, si quiere contagiar emoción, tedio, cólera o júbilo a quienes lo escuchan. Esto es, acentuando lo que, desde Bühler, denominamos expresividad lingüística, consistente, como el nombre indica, en ex-presar, en liberar los sentimientos que están presos en el espíritu” (Lázaro Carreter, en Reigosa *et. al.*, 1994: 22).

Más allá de que este profesional sea un genio de la improvisación y de la comunicación, algo que resulta imprescindible en este género, el locutor deportivo radiofónico ha de saber manejarse en un campo muy concreto y ha de ser sabedor de que se dirige a un tipo de público muy localizado.

Elegir la palabra exacta para expresar cada realidad no es sencillo... en ningún aspecto de la comunicación pero tampoco en el mundo deportivo. Por ello que exista críticas, como cuando dice Alcoba (1993: 157-158) que “las denuncias de los lingüistas y académicos sobre el uso y abuso de la terminología deportiva es constante, como también la contaminación del idioma por culpa de los extranjerismos deportivos en él introducidos”. Estos últimos términos, los extranjerismos, tendrían su origen en los años anteriores a la I Guerra Mundial con una propuesta de términos en español para

varios deportes: boxeo, ciclismo, deportes de nieve, equitación, esgrima, fútbol, golf, hockey, juegos olímpicos, lucha, natación, polo, remo, tenis, tiro y vela (Castañón, 2001). Alcoba (1993: 157-158) dice también que “tienen razón los limpiadores, conservadores y fijadores del idioma español, pero periodistas y profesores de periodismo, especialmente los segundos, se encuentran maniatados a la hora de procurar un lenguaje deportivo más acorde con el idioma español”. Parte de estas razones, especialmente el empleo de extranjerismos ingleses, vienen dadas porque fueron términos que se crearon en el Reino Unido y como tal se han conservado posteriormente a pesar del nacimiento de nuevos vocablos, creados precisamente para sustituir a esos anglicismos. El vocabulario proveniente de otros países es el que más gusta y es difícil cambiarlo a pesar de las molestias que se han tomado los más puristas del idioma español al tratar de castellanizar ciertas palabras. Por poner un ejemplo, son pocas las veces que se emplea “saque de esquina” para referirse a “córner” o “balompié” para hacer alusión al “fútbol”. En cualquier caso, el vocabulario del lenguaje deportivo otorgará al periodista especializado en esta materia “una solera que pocos idiomas poseen” (Alcoba, 2005: 114). Además hay otra serie de terminología que también suele ser frecuente en el lenguaje radiofónico deportivo tales como tópicos, neologismos o palabras provenientes de otros campos de la semántica ajenos al fútbol. Aparte de estos términos concretos, también existe otra serie de términos que se emplean con asiduidad aunque habrían de estudiarse cuáles serían esos términos de entre los que pueden componer este lenguaje: nombre propios / motes, sustantivos, verbos, perífrasis verbales, adjetivos, adverbios o series determinadas de palabras según la especialidad deportiva estudiada.

En términos generales, es un vocabulario que forma parte de un mayor entramado sintáctico y gramatical. En el lenguaje deportivo en radio existe un determinado empleo de oraciones que deberá ser estudiado según el tipo de sentencia: oraciones personales / impersonales, oraciones simples / compuestas y, por otro lado, empleo de oraciones enunciativas, exhortativas / imperativas, dubitativas, optativas / desiderativas, interrogativas y/o exclamativas.

A veces, su uso roza la barrera de la incorrección, incluso superada en otras ocasiones, pero apenas hay amparo para un

periodista que históricamente ha sido criticado o al que se la ha puesto la etiqueta de provocador o consentidor de la incorrección (Alcoba, 1993: 157-158). El periodista deportivo radiofónico ha sido criticado por cometer incorrecciones en las construcciones sintácticas aunque en este sentido se debe tener en cuenta que de los estilos que se pueden mencionar: narración improvisada y narración que corresponde a la lectura o interpretación de un texto (Soengas, 2005: 103), en este caso se trata de una narración que “no es un texto depurado, el locutor no lo puede corregir, modificar o manipular con posterioridad; ni puede realizar una relectura reflexiva” (Medina, 1995: 78) ya que es una narración no redactada de antemano (Faus, 1974: 118) porque es un tipo de información que se produce en directo y el narrador “no dispondrá de tiempo para prepararlas, además de la rapidez con cual debe efectuarlas” (Alcoba, 1993: 159). Es un discurso oral “espontáneo que da la apariencia de ser un enunciado desprovisto de una premeditada manipulación formal” (Medina, 1995: 78) y consecuentemente dicho discurso contendría muchas “propiedades del habla improvisada: pausas, errores, reparaciones, falsos comienzos, repeticiones, superposiciones, etc.” (Van Dijk, 2000: 23-24).

Evidentemente la narración de un hecho que está sucediendo en directo va a ser espontánea pero para aquellos momentos que invitan más a la reflexión que a la narración los locutores deben estar provistos de otro tipo de improvisación: la improvisación planificada, que es más exigente y que precisa trabajar ciertas informaciones de antemano “recopilando información interesante que verter en el aire” (Guevara, 2003: 176). Es decir, el locutor hace las veces de documentalista. Todo ello por la necesidad de crear un texto –improvisado, eso sí– y dirigido a un grupo concreto: “El texto, por tanto, no es sólo forma sino también contenidos, intenciones y finalidades. El emisor construye el discurso en –y para– una situación de enunciación determinada, con vistas a unos interlocutores concretos” (Ventero, 2010: 109). Aunque el locutor deportivo radiofónico apenas goza de permisividad, debe hacer respetar las propiedades del lenguaje y del habla para moverse siempre que sea posible dentro de los límites de la corrección. Muy probablemente la

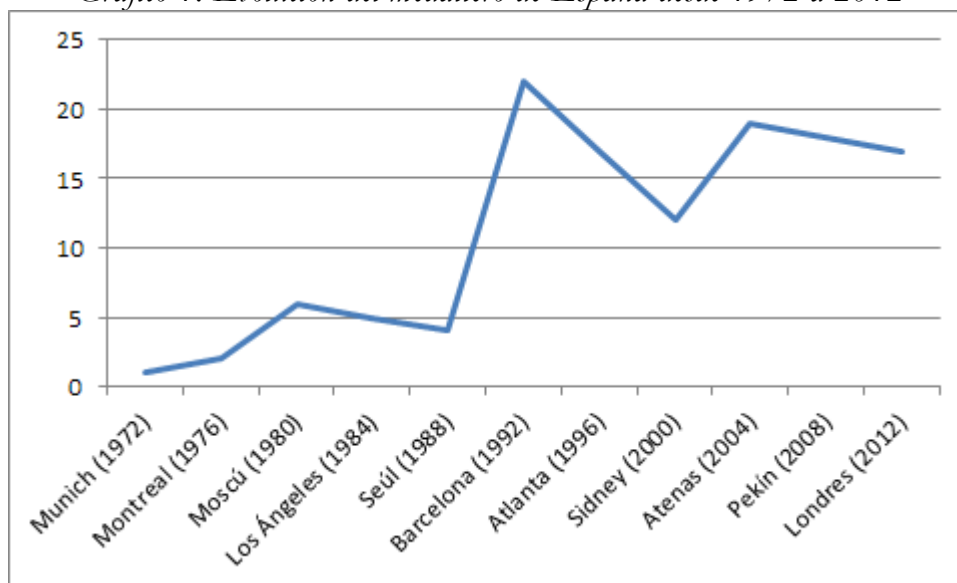
práctica habitual de la locución le irá moldeando para no rebasar dichos límites.

6.3. Contextualización

Dice Alcoba que “con el paso del tiempo se ha comprobado que el deporte no es una actividad circunstancial” (Alcoba, 1993: 43), sino que está relacionada con una “amplia variedad de acciones y actitudes dentro de las diversas áreas formales de la sociedad contemporánea. Los sociólogos fueron los primeros en darse cuenta de ello y lo expusieron, tras investigar el fenómeno deportivo y su incidencia en las masas” (Alcoba, 1993: 43). Este marco teórico contextual hace especial hincapié en el deporte estudiado desde el punto de vista del espectáculo dentro de la distinción realizada por Cagigal (1981) entre deporte-espectáculo y deporte-práctica. Ambas realidades han ido evolucionando hasta el punto de que las dos tienen una enorme acogida en España. Dentro de la sociedad contemporánea española, ha habido varios momentos clave en los que se ha conjugado un *boom* entre información y espectáculo. Por ejemplo, el Mundial de fútbol celebrado en España en el año 1982. Ese acontecimiento ayudó a que se produjesen muchas mejoras, desde el punto de vista tanto del deporte como del espectáculo informativo. Deportivamente, más significativos aún fueron los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 (Castañón, 2001), en los que España dio un salto cualitativo y cuantitativo: España había conseguido cuatro medallas en los Juegos Olímpicos de Seúl (1988). Con sólo cuatro años de diferencia, los que transcurren de 1988 a 1992, la Selección nacional pasó de esas cuatro medallas –un oro, una plata y dos bronces– a 22 medallas –13 oros, siete plazas y dos bronces (gráfico 1).

Hasta los Juegos Olímpicos de Londres 2012, en lo que a medallas se refiere, la cifra más alta obtenida por España fue precisamente la de Barcelona (1992) pero ese número ha ido asentándose desde esos Juegos Olímpicos gracias probablemente al plan ADO (Ayuda a Deportistas Olímpicos). Desde el punto de vista mediático, aquellos Juegos Olímpicos también supusieron un enorme avance y representaron el mayor despliegue de medios de la época.

Gráfico 1. Evolución del medallero de España desde 1972 a 2012



Fuente: medallero español / Gráfico: elaboración propia.

6.3.1. La paradoja del fútbol

Si previamente se ha puesto como ejemplo el de los Juegos Olímpicos es porque precisamente éste es uno de los acontecimientos más seguidos mundialmente y también en España. Pero dejando este evento al margen, el deporte más mediático en este país es el fútbol. Y ha resultado paradójico observar cómo en España, hasta el 2008, el “deporte rey”, el más seguido, el más mediático, había sido el que menos había hecho disfrutar a la afición española en lo que a triunfos se refiere y llevado al ámbito de competiciones internacionales de selecciones. Hasta ese año 2008, la Selección española absoluta de fútbol sólo había conseguido una Eurocopa:

“En cuanto a España y desde la “legendaria gesta” en la Olimpiada de Amberes (1920) la selección ha hecho poco –si se exceptúa su cuarto puesto en el Mundial de Brasil (1950) y su triunfo en la Copa de Europa de Naciones (1964)– para mejorar la imagen de la tribu. El equipo nacional de fútbol se mantuvo durante la larga época del franquismo en un segundo plano gratificante ante el prestigio internacional que algunos clubs españoles adquirieron desde 1954. Diríase que España no jugaba a través de “España” sino, ante todo, con la enseña del

Real Madrid que ganó la Copa de Europa seis veces y quedó finalista dos más en el decenio 1956-66. Para los exégetas político-deportivo de izquierda la conclusión era obvia: la selección, como representante totémico del pueblo, languidecía víctima de la férula dictatorial mientras el Real Madrid lucía constituido en equipo del Régimen” (Verdú, 1980: 12).

En cambio, en el final de la primera década del siglo XXI, el cambio se produjo y España ganó de forma consecutiva una Eurocopa (2008), un Mundial (2010) y su tercera Eurocopa (2012).

6.3.2. El deporte en los medios de comunicación

Las retransmisiones deportivas radiofónicas se engloban dentro de un marco contextual muy concreto: la sociedad española. En esta sociedad, el deporte juega un papel muy importante y también la retransmisión del deporte.

En este sentido se puede hacer referencia a los tres medios de comunicación tradicionales: prensa, radio y televisión, a los que habría que sumar un cuarto de aparición más reciente: Internet.

Empezando por este último, Internet puede ser considerado como el medio más “nuevo”. Con el paso de los años, Internet se ha convertido en un medio capaz de conjugar a los tres tradicionales. En Internet se puede leer. En Internet se puede escuchar. En Internet se puede ver. Internet, como medio, tiene la ventaja de permitir una mayor retroalimentación entre emisor y receptor. Por otro lado, Internet juega con la ventaja de no ser sólo un medio sino un canal: a través de la Red se puede leer un periódico, se puede escuchar una emisora o se puede ver un canal de televisión. En lo que a la información deportiva se refiere, este medio ha sido un medio capaz de generar una mayor especialización y de permitir un mayor *feedback*, también en el mundo del deporte, que tradicionalmente no ha sido muy frecuente y siempre había sido algo esporádico (Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 29).

Si se tienen en cuenta los datos de la OJDinteractiva (últimos datos consultados: marzo de 2013), se obtiene que de las más de 240 páginas web que controla, la web de temática exclusivamente deportiva marca.com se sitúa en primer lugar si se cuentan las páginas

vistas (tabla 8) y el número de visitas (tabla 9); y en segundo lugar si se miden los navegantes únicos (tabla 10):

Tabla 8. Páginas vistas en Internet durante el mes de marzo de 2013

		Páginas vistas. Mes de marzo de 2013
1	MARCA.COM	850.928.592
2	MILANUNCIOS.COM	722.862.931
3	SEGUNDAMANO.ES	427.131.465
4	TELECINCO.ES	414.425.642
5	EL MUNDO	393.669.092

Fuente: INTROL / OJDinteractiva // Tabla: elaboración propia

Tabla 9. Número de visitas a páginas de Internet durante el mes de marzo de 2013

		Visitas. Mes de marzo de 2013
1	MARCA.COM	161.836.430
2	EL MUNDO	95.710.934
3	MILANUNCIOS.COM	55.857.167
4	TELECINCO.ES	52.203.767
5	RTVE.ES	40.628.512

Fuente: INTROL / OJDinteractiva // Tabla: elaboración propia

Tabla 10. Navegantes únicos durante el mes de marzo de 2013

		Navegantes Únicos. Mes de marzo de 2013
1	ELMUNDO	33.671.537
2	MARCA.COM	30.788.501
3	EURORESIDENTES	16.607.833
4	MILANUNCIOS.COM	16.414.503
5	RTVE.ES	14.577.542

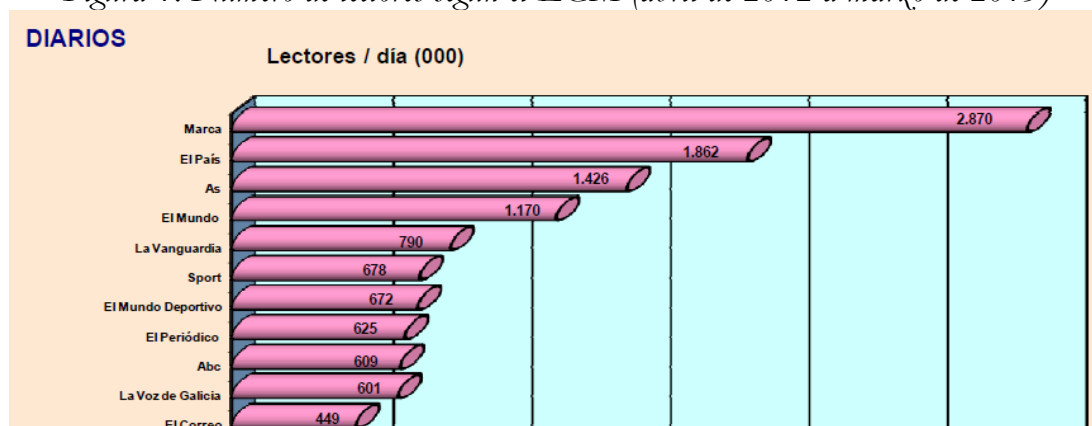
Fuente: INTROL / OJDinteractiva // Tabla: elaboración propia

En prensa, y según los diferentes estudios de mercado, en España a día de hoy existen cuatro periódicos deportivos situados entre los más leídos –según el EGM (figura 1)– y vendidos –según la OJD (figura 2)–: *Marca*, *As*, *Mundo Deportivo* y el diario *Sport*. Aparte, hay que tener en cuenta la importancia que tienen otra serie de diarios deportivos regionales editados en zonas como la Comunidad de Madrid, Cataluña, Galicia, la Comunidad Valenciana o Andalucía.

En cuanto a la televisión, cada vez han sido más las horas dedicadas al deporte en las televisiones generalistas, a lo que hay que sumar el nacimiento de televisiones temáticas tanto nacionales como internacionales a lo largo de la historia, como Eurosport, ESPN, Teledeporte, Canal + Liga, Gol T, etc.: “Al igual que ocurriera en el medio impreso, el auge del tratamiento de la actividad deportiva,

ligado a una rentabilidad comercial de sobras demostrada, ha permitido la creación y el mantenimiento de medios de comunicación especializados (Eurosport, ESPN, Teledeporte, etc.)” (Blanco, 1999: 20). A ello hay que sumar la propia competitividad ya reseñada entre las televisiones generalistas que se han ido creando, como Cuatro, La Sexta u otro sinfín de canales que fueron surgiendo a partir de la implantación de la Televisión Digital Terrestre en España.

Figura 1. Número de lectores según el EGM (abril de 2012 a marzo de 2013)



Fuente: EGM (resumen general: año móvil: abril de 2012 a marzo de 2013) / Figura: pantallazo de la web de la AIMC

Figura 2. Tirada y difusión de los diarios deportivos (enero de 2012 – diciembre de 2012)

1.2- INFORMACION DEPORTIVA	TIPO DIFUSION Circulation Rank	PERIODICIDAD Issue Frequency	PROMEDIO TIRADA Average Printed Copies	PROMEDIO DIFUSION Net Circulation Average
1.2.00.-DIARIOS DE INFORMACION DEPORTIVA				
AS	Pago	Diaria	249.526	180.014
MARCA	Pago	Diaria	314.986	214.523
MUNDO DEPORTIVO	Pago	Diaria	127.177	81.420
SPORT	Pago	Diaria	123.906	76.638

Fuente: INTROL / OJD (enero de 2012– diciembre de 2012) / Figura: pantallazo de la web de INTROL / OJD

Los acontecimientos deportivos son un género televisivo muy cotizado y, por lo tanto, el hacerse con los derechos de retransmisión de este tipo de eventos siempre ha estado en el punto de mira por dos motivos: la rentabilidad, por un lado, y el respaldo que estos espacios encuentran entre el público, por otra parte: “La importancia nace de la gran audiencia que generan los espacios deportivos” (Paniagua, 2006: 186) hasta llegar a la perfecta conjugación entre empresas-audiencias-publicidad. Todo este ámbito económico provoca que la mencionada relación repercuta sobre los factores económicos y éstos a su vez sobre el propio deporte:

“El dinero que genera el deporte en televisión ayuda también al propio deporte. Nos referimos, claro está, al deporte de elite, que es el que genera una mayor audiencia. Este deporte recibe de las cadenas grandes recursos a través de contratos millonarios que permiten a los clubes seguir adelante con sus escandalosas cifras de fichajes de jugadores” (Paniagua, 2006: 186).

Si por ejemplo se analizan los acontecimientos televisivos más vistos en España de cada mes durante el periodo de cuatro años 2009-2012, se obtienen datos contundentes (tablas 11, 12, 13 y 14).

Tabla 11. Acontecimientos televisivos más vistos en España durante el año 2009

Mes	Acontecimiento televisivo	Cadena
Enero	Tengo una pregunta para usted: Rodríguez Zapatero	TVE1
Febrero	Fútbol: España – Inglaterra	TVE1
Marzo	Fútbol: Liverpool – Real Madrid	Antena 3
Abril	Fútbol: Barcelona – Chelsea	Antena 3
Mayo	Fútbol: Barcelona – Manchester United	Antena 3
Junio	Fútbol: España – Estados Unidos	Telecinco
Julio	Los hombres de Paco	Antena 3
Agosto	Fútbol: Barcelona – Athletic de Bilbao	TVE1
Septiembre	Fútbol: Barcelona – Dinamo de Kiev	TVE1
Octubre	Fútbol: Bosnia-Herzegovina – España	TVE1
Noviembre	Fútbol: Barcelona – Inter de Milán	TVE1
Diciembre	Fútbol: Olympique de Marsella – Real Madrid	TVE1

Fuente: FórmulaTV.com (datos de Barlovento Comunicación) / Tabla: elaboración propia

Tabla 12. Acontecimientos televisivos más vistos en España durante el año 2010

Mes	Acontecimiento televisivo	Cadena
Enero	Película “La búsqueda”	TVE1
Febrero	Fútbol: Olympique de Lyon – Real Madrid	TVE1
Marzo	Fútbol: Francia – España	TVE1
Abril	Fútbol: Inter de Milán – FC Barcelona	TVE1
Mayo	Fútbol: Fulham – Atlético de Madrid	Telecinco
Junio	Fútbol: España – Honduras	Telecinco
Julio	Fútbol: España – Holanda	Telecinco
Agosto	Automovilismo: F1 – GP de Hungría	La Sexta
Septiembre	Fútbol: Argentina – España	TVE1
Octubre	Fútbol: Real Madrid – Milán	TVE1
Noviembre	Automovilismo: F1 – GP de Abu Dhabi	La Sexta
Diciembre	Campanadas Fin de Año	TVE1

Fuente: FórmulaTV.com (datos de Barlovento Comunicación) / Tabla: elaboración propia

Tabla 13. Acontecimientos televisivos más vistos en España durante el año 2011

Mes	Acontecimiento televisivo	Cadena
Enero	Fútbol: FC Barcelona – Betis	La Sexta
Febrero	Fútbol: Olympique de Lyon – Real Madrid	TVE1
Marzo	Fútbol: FC Barcelona – Arsenal	TVE1
Abril	Fútbol: FC Barcelona – Real Madrid	TVE1
Mayo	Fútbol: FC Barcelona – Real Madrid	TVE1
Junio	Fútbol: Venezuela – España	TVE1
Julio	Automovilismo: F1 – GP de Hungría	La Sexta
Agosto	Fútbol: FC Barcelona – Real Madrid	TVE1
Septiembre	Fútbol: FC Barcelona – Real Madrid	TVE1
Octubre	Serie: Águila Roja	TVE1
Noviembre	Fútbol: Viktoria Plzen – FC Barcelona	TVE1
Diciembre	Fútbol: Real Madrid – FC Barcelona	La Sexta

Fuente: FórmulaTV.com (datos de Barlovento Comunicación) / Tabla: elaboración propia

Tabla 14. Acontecimientos televisivos más vistos en España durante el año 2012

Mes	Acontecimiento televisivo	Cadena
Enero	Águila Roja	TVE1
Febrero	Fútbol: Bayern Leverkusen – Barcelona	TVE1
Marzo	Fútbol: Apoel Nicosia – Real Madrid	TVE1
Abril	Fútbol: Barcelona – Chelsea	TVE1
Mayo	Fútbol: Atlético de Madrid – Athletic de Bilbao	Telecinco
Junio	Fútbol: Portugal – España	Telecinco
Julio	Fútbol: España – Italia	Telecinco
Agosto	Fútbol: Real Madrid – Barcelona	TVE1
Septiembre	Fútbol: Real Madrid – Manchester City	TVE1
Octubre	Fútbol: España – Francia	TVE1
Noviembre	Fútbol: Real Madrid CF - Borussia Dortmund	TVE1
Diciembre	La Voz	Telecinco

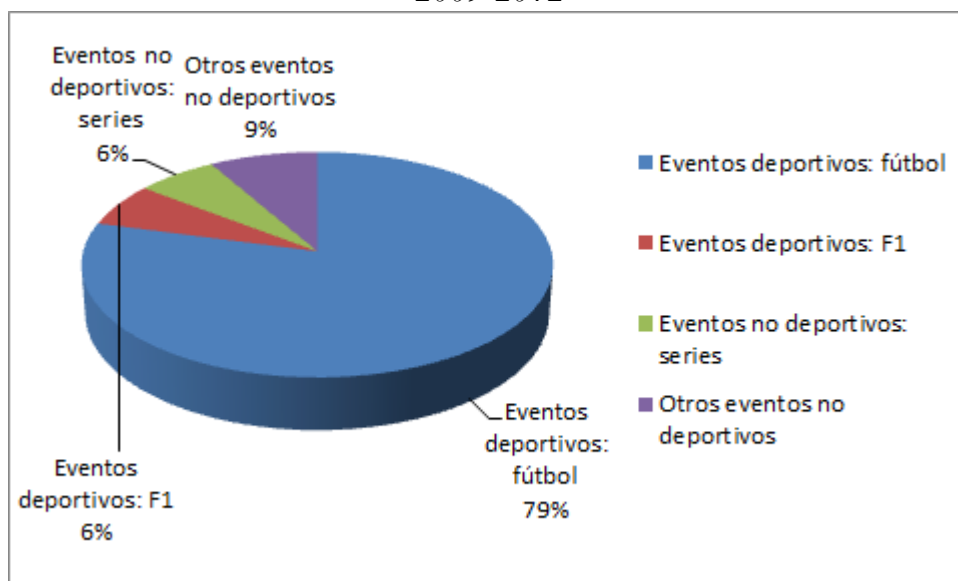
Fuente: FórmulaTV.com (datos de Barlovento Comunicación) / Tabla: elaboración propia

Al analizar las tablas anteriores, se observa que de los 48 meses analizados, en 41 de ellos el evento más visto del mes es un acontecimiento deportivo. Sólo en siete meses fue un acontecimiento no deportivo. Y de los 41 meses en los que un evento deportivo fue lo más visto del año, en 38 fue un partido de fútbol –los tres restantes fueron una prueba de Fórmula 1 (gráfico 2).

Según se puede observar, la mayoría de los acontecimientos deportivos con mayor audiencia han tenido a un deporte como referente común, el fútbol, porque “quizá, el fútbol, como acontecimiento deportivo, sólo esté superado por los Juegos Olímpicos” (Cagigal, 1981: 32). Por ello, en España, el balompié ha sido el deporte más cotizado pero no el único ya que hay que tener otros en cuenta, como los propios Juegos Olímpicos, Mundiales y

Europeos de diferentes especialidades deportivas, deportes de motor... Todo ello sirve para avalar la mencionada idea de que el deporte supone una importante fuente de ingresos para estos medios, circunstancia que se puede hacer extensible tanto a las televisiones como a las emisoras radiofónicas (Blanco, 1999: 20), entre otros medios.

Gráfico 2. Acontecimientos más vistos de cada mes durante los 48 meses correspondidos entre 2009-2012



Fuente: FórmulaTV.com (datos de Barlovento Comunicación) / Gráfico: elaboración propia

La importancia del fútbol y la enorme competitividad de las principales cadenas por hacerse con los derechos de las retransmisiones de partidos surge en los años 90 cuando aparecen las primeras televisiones privadas (Antena 3, Telecinco, Canal +) y las plataformas digitales: las recién creadas Canal Satélite Digital y Vía Digital realizaron fuertes pujas por hacerse con los derechos por retransmitir el fútbol aunque “las perspectivas previstas no se vieron satisfechas y ambas plataformas comenzaron a contraer déficits difíciles de superar” (Herrero, 2009a: 162).

Ante el galimatías que se fue produciendo en esa década de los 90 del siglo XX, el mismo Gobierno elaboró en el año 1997 la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las emisiones y retransmisiones de competiciones y acontecimientos deportivos; ésta venía a complementar a la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte y

señalaba aquellos acontecimientos que serían declarados de interés general. La derogación de esta Ley se produjo 13 años después cuando en 2010 entró en vigor una nueva Ley –la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual– en la que se dice que el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales deberá: “Fijar mediante decisión motivada un catálogo con vigencia bienal donde se recojan los acontecimientos de interés general para la sociedad que han de emitirse por televisión en abierto y con cobertura estatal. Al hacerlo, se determinará también si los acontecimientos deben ser transmitidos total o parcialmente en directo, o en caso necesario, por razones de interés público, total o parcialmente en diferido”. Además, la Ley de 2010 marca los acontecimientos a partir de los cuales deberá elaborarse dicho catálogo: Los Juegos Olímpicos de invierno y de verano, los partidos oficiales de la selección española absoluta de fútbol y de baloncesto, las semifinales y la final de la Eurocopa de fútbol y del Mundial de fútbol, la final de la *Champions League* de fútbol y de la Copa del Rey de fútbol, un partido por jornada de la Liga Profesional de Fútbol de la Primera División, designado por ésta con una antelación mínima de 10 días, Grandes Premios de automovilismo que se celebren en España, Grandes Premios de motociclismo que se celebren en España, participación de la Selección española absoluta en los Campeonatos de Europa y del Mundo de balonmano, la Vuelta Ciclista a España, el Campeonato del Mundo de ciclismo, la participación española en la Copa *Davis* de tenis, la participación de tenistas españoles en las semifinales y la final de *Roland Garros*, la participación española en los Campeonatos del Mundo y Europa de atletismo y natación, Grandes Premios o competiciones nacionales e internacionales que se celebren en España y cuenten con subvención pública estatal o autonómica.

En este análisis de medios que se viene realizando, en lo que a la radio respecta, un medio plenamente auditivo, las parrillas actuales de las diferentes emisoras dedican grandes espacios horarios a la programación deportiva, especialmente al fútbol; eso a nivel nacional mientras que localmente las diferentes emisoras retransmiten los partidos de los equipos más representativos de la ciudad⁵⁷. Y como se

⁵⁷ Simplemente sería suficiente con estudiar las ventajas y los riesgos de una emisora local para retransmitir, por ejemplo, un partido de fútbol. Dicen Wilby

presentó anteriormente, ese consumo radiofónico se empezó a asentar en los años 50 cuando tiene lugar la primera gran comercialización de los transistores, con los que se logra cambiar – para mejor y con un notable aumento– el hábito de consumo radiofónico en España (Balsebre, 2002). Es en esos años cuando empiezan a aparecer programas deportivos de gran calado, sobre todo en la Cadena SER y en RNE, que se irían asentando con el paso del tiempo.

La radio deportiva fue adquiriendo una gran importancia y ya en 1981 Cagigal decía: “Si, por ejemplo, se conecta la radio un día cualquiera, pronto podrá oírse un noticiario deportivo, y si aquélla se sintoniza en domingo, puede decirse sin exageración que será difícil escuchar otra cosa” (Cagigal, 1981: 4). En lo que a las retransmisiones deportivas radiofónicas como género específico se refiere, éstas siempre han tenido un gran éxito dentro de la sociedad española y ni siquiera la llegada de la televisión logró desbancar a este género.

6.3.3. La validación del trabajo

Como se mencionó en el trabajo previo a esta tesis, “la validación de este trabajo parte desde el momento en que se asemeja el término deporte al de espectáculo y se buscan posibles relaciones de todo ello con la educación” (Herrero, 2009a: 165) al considerar que hay estudios que han tomado al deporte como una parte fundamental de la educación (García, 1982). Por ello:

“La comunicación en el deporte es un campo de extraordinaria importancia, sin embargo, normalmente recibe poca atención por parte de los investigadores que en un principio opinan que existen temas mucho más importantes que el análisis del deporte y los procesos de comunicación que lo rodean. Admitiré que aun si no existiera la necesidad de estudiar al deporte como un fenómeno de la comunicación,

y Conroy (1994: 203) que las decisiones de qué eventos cubrir pueden repercutir en una mayor visibilidad de la emisora, y si se hace de forma acertada, obtener nuevos segmentos de audiencia. Wilby y Conroy (1994: 203) aseguran que algunos deportes que parecen minoritarios a nivel nacional, pueden tener un fuerte seguimiento local.

probablemente habría un grupo de fanáticos entusiastas que lo harían a pesar de todo” (Billings, 2010: 11).

Este nivel contextual ha de entenderse desde un punto de vista en el que la “presencia del deporte-espectáculo en la vida cotidiana de los españoles, sobre todo en fines de semana y otros días festivos, puede dar la impresión algunas veces de que es totalmente absorbente” (García, 1982: 110).

6.3.3.1. Emisor y receptor, en el contexto informativo

Dentro de este contexto, en lo que a las retransmisiones deportivas radiofónicas se refiere, al igual que en otros muchos modelos comunicativos “el receptor recibe un mensaje previamente codificado y transmitido por el emisor y expresado mediante la selección y combinación de signos o códigos; ese proceso lo cierra el receptor, quien tiene que decodificar o interpretar dichos signos o códigos para averiguar el significado del mensaje” (Gutiérrez, 2006: 221); el periodista radiofónico, en este sentido, ha de tener en cuenta que el medio se caracteriza por “la descodificación inmediata” (Soengas, 2003b: 45) por lo que habrá de hacer todo lo posible para facilitar la comprensión (Soengas, 2003b: 45).

Se entenderá que, en términos generales, existe un emisor y un receptor a pesar de que otros estudios defienden la idea de que en los medios orales no existe un emisor y un receptor reales ya que no existe interacción comunicativa entre interlocutores (Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 29).

De ahí la gran importancia que tiene el receptor, también en el presente caso estudiado y en relación al mensaje que recibe. Dentro de la comunicación deportiva, el objeto de que parte de este trabajo esté centrado en el estudio del receptor encuentra su porqué en que “el deporte existe por muchas razones que van desde el ejercicio hasta la competitividad, pasando por el deseo de formar parte de un equipo. Los medios de comunicación deportivos existen por una única razón: el aficionado” (Billings, 2010: 57). Por todo ello, en esta tesis se incluye este apartado contextual elaborado a partir de la realización de una encuesta aplicada sobre una muestra de 200 personas de Castilla y León que se declaran radioyentes de alguno de

los programas de la radio generalista que contienen retransmisiones deportivas en alguno de los cinco espacios seleccionados previamente.

Metodología

DADO que la metodología es una de las partes fundamentales de cualquier trabajo de investigación y evidentemente también de una tesis se tendrá especial cuidado a la hora de diseñar este apartado metodológico, que habrá de emplearse para la recogida de material y el trabajo que con éste se va a realizar. Por ello, a continuación se presentan en varios sub-apartados los diferentes aspectos metodológicos en los que se basará el presente trabajo de investigación.

7.1. Aspectos generales

Yendo de lo general a lo particular, conviene destacar que en este estudio se tendrán en cuenta técnicas tanto cuantitativas como cualitativas pues será la mejor fórmula posible a utilizar según se ha propuesto en algunos trabajos anteriores (Herrero, 2009a; Herrero, 2009b; Herrero y Rodríguez, 2009). Sólo utilizando técnicas de ambas disciplinas será posible alcanzar resultados más acertados y conclusiones más certeras. Por un lado, esta tesis se apoya en técnicas cuantitativas, caracterizada “como típica de las ciencias *duras*, ya que es rigurosa, sistemática y objetiva, se centra en el análisis de datos numéricos y utiliza para ello procedimientos estadísticos para el contraste de hipótesis” (Igartua, 2006: 92). Este tipo de técnica será de gran utilidad para cuantificar diferentes datos y alcanzar resultados y conclusiones que atañen a diversas variables tanto del análisis de locución y lingüístico como del contextual. Se hará a partir del análisis de contenido, “un método de estudio y análisis de comunicación de

forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (Wimmer y Dominick, 1996: 70).

Pero la cuantificación no es suficiente para desarrollar esta tesis. También se han de tener en cuenta las diferentes técnicas cualitativas, principalmente si se tiene en consideración el medio estudiado –la radio– y el material que se analizará: grabaciones (locución) y transcripción de las grabaciones (textual, lingüístico). Las técnicas cualitativas también serán de gran utilidad para contextualizar el presente trabajo por lo que se tendrán en cuenta diferentes nociones planteadas por la semiótica o el estructuralismo; se tomarán como referencia nociones de autores como Chomsky, Saussure, Martínez Albertos o Van Dijk; precisamente el análisis del discurso de Van Dijk ya ha sido utilizado en algún otro estudio sobre comunicación deportiva en España:

“La metodología empleada será el Análisis del discurso (ACD) desarrollado, principalmente, por Teun A. van Dijk. Dicho método cualitativo es considerado como un conjunto de principios y procedimientos que orienta al investigador a analizar los enunciados latentes y manifiestos de un discurso en contexto tomando al lenguaje como práctica social, e interesándose de modo particular por la relación entre el lenguaje y el poder” (Plaza, 2009 citando a Van Dijk, 2000).

No obstante, la metodología que se ha de emplear debe ramificarse según el logro perseguido en cada momento. El objetivo es utilizar técnicas que recojan los diferentes apartados que se han de tratar. Fundamentalmente hay que recordar que se va a trabajar sobre dos realidades principales. La primera: las retransmisiones deportivas que se realizan en la radio española; y la segunda: la sociedad castellano-leonesa interesada en este tipo de género. La primera de las realidades tendrá un doble apartado de análisis –lengua castellana y locución– y la segunda está más relacionada con la sociología. De la forma más clara posible, a continuación se presentan los métodos que se han de seguir para seleccionar las muestras sobre las que se va a trabajar y las metodologías que se van a utilizar para trabajar sobre dichas muestras seleccionadas:

A) Universo, muestra y operaciones para realizar el análisis de locución y textual

A1) Selección de emisoras sobre las que se va a trabajar

A2) Programas que se van a seleccionar de las emisoras previamente acotadas

A3) Fragmentos que se van a grabar

A4) Cortes sonoros que se van a seleccionar de los fragmentos grabados

A5) Transcripción de las grabaciones: formación del texto y pautas para la transcripción

A6) Aspectos de locución a tener en cuenta

A7) Transmisión de los mensajes: Tecnología de la Información y Teoría General de la Información

A8) Análisis: *codebook*, ficha de análisis y codificadores

B) Universo y muestra para realizar el análisis contextual

C) Metodologías a seguir para analizar:

C1) Aspectos formales de las retransmisiones

C2) La locución

C3) El texto

C4) El contexto

A partir de este pequeño esquema, a continuación se presentarán todos estos aspectos y se indagará sobre cada uno de ellos.

7.1.1. Universo, muestra y operaciones para realizar el análisis de locución y textual

7.1.1.1. Selección de emisoras

Se ha creído conveniente incluir este apartado a pesar de que ya ha sido explicado en el objeto de estudio. No obstante, conviene recordarlo brevemente en el presente apartado metodológico: las emisoras que forman parte de este estudio cumplen un doble requisito: son las emisoras generalistas más escuchadas según el EGM en el momento de recogerse la muestra para realizar este estudio y

son las que tienen un mayor alcance sobre el territorio español en su sistema de emisión analógico. Dichas emisoras son la Cadena SER, Onda Cero, COPE, RNE y Punto Radio⁵⁸.

7.1.1.2. Programas

También se vuelve a mencionar este apartado en la metodología. Es conveniente recordar que los programas que se van a seleccionar de las emisoras previamente acotadas son aquéllos de información deportiva que se producen en dichas emisoras pero que tienen como género principal a las retransmisiones deportivas radiofónicas; es decir que no se incluyen el resto de programas de información deportiva que principalmente se basan en las noticias, reportajes, entrevistas, etc. Acotados dichos programas –segmentación realizada en el objeto de estudio– los mencionados programas son: “Carrusel Deportivo” (Cadena SER), “Radioestadio” (Onda Cero), “Tiempo de Juego” (COPE), “Tablero Deportivo” (RNE) y “El Mirador de la Liga” (Punto Radio)⁵⁹.

7.1.1.3. Fragmentos

En cuanto a la primera parte del material, los fragmentos (grabaciones) que se efectúen, éste es un objeto de estudio amplísimo y resulta imposible hacer un censo real ya que está en constante crecimiento. La idea inicial es la de realizar un muestreo no probabilístico de conveniencia⁶⁰ justificado por las razones expuestas por Riffe, Lacy y Fico: “The material being studied must be difficult to obtain [...] Resources limit the ability to generate a random sample

⁵⁸ Emisora desaparecida. También se tuvo en cuenta a la emisora Abc/Punto Radio nacida tras la desaparición de Punto Radio. Abc Punto Radio dejó de emitir el 14 de marzo de 2013; sin embargo, la muestra fue recogida con anterioridad a esta fecha.

⁵⁹ Tras la desaparición de Punto Radio, se tuvo en cuenta al programa “La Liga en Punto”, de Abc Punto Radio.

⁶⁰ En caso de querer realizarse un muestreo probabilístico, sería difícil acotarlo pues a lo largo de la historia han ido introduciéndose cambios tanto en los niveles de locución, como lingüísticos, como contextuales. Quizás ese muestreo probabilístico sólo podría ser aplicado a un tiempo concreto (por ejemplo: último lustro del siglo XX)... de ahí que se descarte esta opción.

of the population [...] The third condition justifying convenience sampling is when a researcher is exploring some under researched but important area”⁶¹ (Riffe, Lacy y Fico, 1998: 85). Aplicado a esta tesis, se traduce en que el material estudiado no es fácil de obtener –al menos, en su totalidad⁶²–, en la imposibilidad de establecer un censo real de todas las retransmisiones deportivas existentes y en que es un área de investigación poco explorada dentro de la comunicación a pesar de los estudios previamente realizados.

En cuanto a la tercera de las justificaciones –un área de la comunicación poco investigada– conviene recordar, como también se indicó en la introducción, que cada vez son más los estudios realizados sobre esta realidad; especialmente aquéllos que sobre la lingüística se han hecho; de ahí que por ejemplo la página web www.idiomaydeporte.com recopilara en 2008 gran parte de la bibliografía existente hasta la fecha, un trabajo que ha ido aumentándose conforme han visto la luz nuevos trabajos:

“Bibliografía mundial de la lengua del deporte es un trabajo especial de documentación [...]. Dio sus primeros pasos en enero de 2006, ha llevado dos años y diez meses de constante trabajo y registra más de 1.200 referencias sobre el lenguaje deportivo en 28 lenguas, entre los siglos XIX y XXI [...]. Bibliografía mundial de la lengua del deporte acoge datos procedentes de artículos, monografías y estudios de lingüistas y periodistas especializados, libros de estilo de los medios de comunicación, recursos informáticos, acotaciones periodísticas, trabajos universitarios de investigación... [...]. Bibliografía mundial de la lengua del deporte, al no ser un trabajo definitivo y cerrado, dado el permanente

⁶¹ “El material objeto de estudio debe ser difícil de obtener [...] Los recursos limitan la capacidad de generar una muestra aleatoria de la población [...] La tercera razón que justifica el muestreo de conveniencia se debe a que un investigador esté estudiando algún objeto de estudio importante pero poco investigado” (traducción propia).

⁶² Actualmente, algunas emisoras dan la posibilidad de descargar los programas a través de sus páginas web; sin embargo, a fecha de inicio y finalización de esta tesis esto no ocurre en todas las emisoras.

estado de ebullición y producción en el mundo del deporte, se irá complementando con nuevas referencias” (Castañón, 2008).

En cuanto a los estudios que tratan los aspectos de locución en las narraciones deportivas de la radio en España, aunque también existen, aparentemente éstos no son tan amplios como el estudio de la lingüística en el deporte. Aunque la tercera de las justificaciones pueda quedar un tanto en entredicho –especialmente en el apartado de la lingüística–, lo cierto es que las otras dos son motivo más que suficiente para que se pudiera realizar el mencionado muestreo no probabilístico de conveniencia: el material que va a ser estudiado debe ser difícil de obtener y los recursos limitan la posibilidad de generar una muestra representativa. Por lo tanto, “se analizan aquellos contenidos que están disponibles por parte del investigador. Se utilizará cuando es imposible obtener un censo y, por tanto, efectuar un marco muestral” (Igartua, 2006: 217).

A pesar de las razones expuestas, si se acotara el objeto de estudio a, por ejemplo, un periodo de años (2010-2012) o incluso a un solo año (2010), realmente sí se podría establecer un censo⁶³. El problema esencial es que haría falta un importante capital humano y económico para realizar las grabaciones de las cinco emisoras ya que hay que tener en cuenta que todas ellas retransmiten simultáneamente. Sólo teniendo de antemano ese censo real⁶⁴ y esas grabaciones sería posible realizar un muestreo representativo. La otra opción barajada fue la de realizar el muestreo aleatorio de antemano – es decir, antes de que se emitan dichas grabaciones– pero cualquier contratiempo (problemas con la emisión –pérdida de señal– con la grabación, con la propia persona encargada de realizar la grabación, etc.) haría que el muestreo quedara desvirtuado. Además, el objetivo es poder seguir trabajando sobre este tema por lo que no se quiere analizar la locución o lingüística en un periodo determinado de

⁶³ De todos modos, si se aplicase esto, seleccionar un año o periodo de años, podría incluso ser considerado como un muestreo de conveniencia.

⁶⁴ Algo imposible ya que las retransmisiones deportivas en radio no están programadas de antemano. Puede haber más o menos dependiendo de muchos factores: trascendencia de la competición, participación de equipos españoles, etc.

tiempo sino la tendencia que siguen estos dos elementos dentro de las retransmisiones deportivas radiofónicas, al entender que esta tesis es un trabajo de partida y no un final en sí mismo: los recursos sonoros de las retransmisiones, el lenguaje deportivo así como todos los aspectos contextuales evolucionan cada día.

E igualmente cabe reseñar que el tipo de muestreo de conveniencia ha sido uno de los más utilizados en los diferentes trabajos que se han hecho, y múltiples investigaciones, de la lingüística en el deporte. Tal es el caso de estudios como los de Levin o Makarova (Lavric *et. al.*, 2008), por señalar un par de ejemplos.

Ante la imposibilidad manifiesta de realizar un muestreo aleatorio, la muestra final será un híbrido entre la conveniencia, por las razones anteriormente expuestas, y el muestreo estratégico. ¿Por qué se escoge también este último? Porque el muestreo estratégico⁶⁵ permite seleccionar preferentemente emisiones de los programas “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER y “Tiempo de Juego”, de la COPE, programas que son los más escuchados según el EGM, de entre los cinco seleccionados. También el muestreo estratégico permite seleccionar grabaciones diferentes al fútbol o locuciones en las que exista una mujer como locutora principal del acontecimiento deportivo porque posiblemente un muestreo aleatorio sólo estaría compuesto por narraciones con locuciones realizadas por hombres ya que son las que predominan por encima de todas; por el contrario, el muestreo estratégico permite seleccionar otro tipo de narraciones a pesar de que se hagan en momentos determinados y muy puntuales. El muestreo estratégico, asimismo, permite seleccionar días y horas clave: al no ser aleatorio, se pueden seleccionar retransmisiones de acontecimientos que van a tener un seguimiento masivo en el país.

Todos estos motivos invitan a pensar que este muestreo, basado en la conveniencia y estrategia, aplicado al propósito que se persigue, es incluso más valioso que el propio muestreo aleatorio simple. Por lo tanto, para realizar este muestreo, se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

a) Retransmisiones referidas al periodo comprendido entre septiembre de 2009 y septiembre de 2012.

⁶⁵ Que previamente, además, permite establecer las emisoras y programas más relevantes dentro del contexto sociocultural español.

b) Retransmisiones mayoritariamente de fútbol ya que, a pesar de no contar con datos estadísticos, es el deporte que mayor cabida tiene dentro de este género.

c) Se incluirán retransmisiones de otros deportes que se emitan en momentos puntuales.

d) Retransmisiones de las cinco emisoras generalistas no temáticas con más oyentes en España según el EGM y que tienen mayor alcance nacional en su sistema analógico de emisión: Cadena SER, Onda Cero, COPE, RNE y Punto Radio / Abc Punto Radio.

e) Especialmente, se tendrán en cuenta las emitidas por la Cadena SER y la COPE ya que los programas “Carrusel Deportivo” y “Tiempo de Juego” son los más escuchados, según el EGM⁶⁶.

Una vez escogidas las emisoras, los programas y realizadas las diferentes grabaciones, con el propio muestreo estratégico se podrán seleccionar aquellos fragmentos en los que el locutor principal tenga una mayor participación, algo importante si se tiene en cuenta que muchas de las variables giran sólo en torno al narrador principal del acontecimiento.

7.1.1.4. Cortes sonoros

Una vez hechas las grabaciones, a partir de esa muestra previamente acotada, se seleccionará un número de fragmentos. Dichos fragmentos, que serán el material sobre el que se realizará el análisis de locución y textual, serán extraídos también por muestreo estratégico. Así se tratará de trabajar prioritariamente sobre aquéllos que contengan una mayor locución del narrador principal del acontecimiento deportivo. El motivo es que el narrador principal es la base de buena parte de la investigación, forma parte de casi todas las variables del estudio de la locución mientras que el resto de integrantes no tienen cabida en todas las variables de la locución; sólo en algunas de ellas. Cada una de las unidades de análisis será tanto el fragmento radiofónico grabado como la transcripción textual que de éste se haga, que se realizará siguiendo los pasos que posteriormente se presentarán.

⁶⁶ Ateniéndose a las oleadas de datos arrojados durante el periodo de estudio.

7.1.1.5. La transcripción de las grabaciones: formación del texto y pautas a seguir

Como se viene reseñando, la unidad de análisis será el fragmento radiofónico que se grabe. El análisis de locución se realiza sobre el propio fragmento lo que no requiere de ningún otro procedimiento. Sin embargo, para realizar el análisis textual se requiere de un paso previo. Ése es el de la transcripción. A partir de ahí se obtiene un texto: “El texto (del lat. *textus*) presenta una doble naturaleza, lingüística y social” (Ventero, 2010: 107). Este apartado se ocupa de la parte de la lingüística aunque hay que tener en cuenta que “la interpretación del texto debe tener presente el plano lingüístico, en relación, siempre, con los fenómenos culturales y psicológicos” (Ventero, 2010: 108).

Antes de describir las disciplinas que van a ser utilizadas para realizar dicha transcripción, conviene reseñar que la mayoría de los estudios lingüísticos se realizan sobre textos escritos –impresos–; a pesar de ello, las nociones de los diversos autores que han tratado esta temática también se pueden aplicar o extrapolar al objeto de estudio en esta tesis tratado –el de las retransmisiones deportivas en las emisoras radiofónicas en España y su apartado textual– pues cumplirían el concepto de noticia definido por Van Dijk:

“En otras palabras, en el uso diario, el concepto de la noticia en los medios implica los siguientes conceptos: 1. Nueva información sobre sucesos, objetos o personas. 2. Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos. 3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes” (van Dijk, 1990: 17).

La noticia es considerada como un suceso novedoso que se puede presentar en cualquier medio, es decir: no sólo es noticia aquel texto que aparece en los periódicos. Autores como Grijelmo definen a la propia noticia como la esencia del periodismo (Grijelmo, 2008) y “como aquel hecho novedoso que resulta de interés [...] La noticia en estado puro tiene su origen en un acontecimiento sorprendente,

estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente. Una noticia, sin embargo, puede carecer de algunas de estas características” (Grijelmo, 2008: 31). Asimismo, Faus comenta que la noticia en radio debe estar conformada por contenidos que estén dentro del campo de interés del mundo presente y no ha de haber una actuación intensiva e indiscriminada sobre una universalidad de contenido (Faus, 1974: 190).

El propio Van Dijk reconoce que en muchos de sus estudios se refiere al discurso o los artículos periodísticos publicados en los diarios aunque ello no quiere decir que sólo ahí se encuentren las noticias: “Descuidaremos los ítems de la televisión o la radio aun cuando tengamos en cuenta los resultados de las investigaciones sobre estas noticias” (van Dijk, 1990: 18). El propio académico afirma que algunos de los ítems referidos a los informes meteorológicos, las programaciones de la radio y la televisión, las tiras cómicas, los comentarios de libros o las secciones de artes y espectáculos aportan información nueva (van Dijk, 1990: 18). Por todo lo expuesto hasta el momento se pueden considerar a las retransmisiones deportivas radiofónicas como noticias que se están transmitiendo en el mismo momento en que se producen y sobre las que pueden realizarse investigaciones textuales. El paso previo requerido fundamental y, por supuesto imprescindible, es el de la transcripción. Para llevar a cabo las transcripciones de los diferentes fragmentos han de tenerse en cuenta varias disciplinas para poder analizar los recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos. De forma resumida, se pueden sintetizar los múltiples aspectos que han de tratarse a partir de nociones de la Lingüística y la Gramática: la primera se ocupa del lenguaje en general y la segunda de la lengua en particular (Gutiérrez, 2006: 175).

En cuanto a la Gramática, el creador originario de la Gramática generativa es Noam Chomsky y ésta es una ciencia “preocupada por la forma de los mensajes informativos” (Martínez, 1992: 119) y concebida “para promover la descripción de un sistema de reglas gramaticales subyacentes, responsables de la construcción de oraciones, considera uno de los puntos más relevantes el concepto de estructura interna de las oraciones” (Gutiérrez, 2006: 176). El problema central de esta ciencia es saber cómo el hablante ha creado

una determinada oración (Martínez, 1992: 119) y el propio Martínez apostilla: “Si sustituimos el vocablo hablante por periodista, nos encontramos con el siguiente enunciado: cómo ha logrado el periodista construir esa oración” (Martínez, 1992: 119). Este mismo autor, parafraseando a Lázaro Carreter, afirma que las Gramáticas del texto están preocupadas por los elementos lingüísticos de los mensajes (fonológicos, morfológicos y sintácticos), la relación sintáctica entre las oraciones que conforman el texto a la vez que se ocupan de la coherencia semántica (Martínez, 1992) y esa coherencia puede ser considerada “de entre todas las características propias de un texto, el elemento fundamental, en tanto implica cohesión y congruencia temática, estructural y relacional” (Ventero, 2010: 108) y de tal forma “un texto resultará dotado de coherencia si cuenta con una macroestructura semántica que responda al tema global, que se obtiene de la coherencia y jerarquización de las diferentes proposiciones que se encuentran en la microestructura” (Ventero, 2010: 108-109). En definitiva, una gramática tiene que ser “un sistema de reglas capaz de reiteración para generar un número infinito de estructuras. Este sistema de reglas puede ser dividido en los tres componentes principales de una gramática generativa: los componentes sintáctico, fonológico y semántica” (Chomsky, 1971: 12).

Dejando a un lado la Gramática, por Sintaxis se puede entender como “aquella rama de la Lingüística –ciencia referida exclusivamente a la lengua– que se ocupa de cómo han de construirse correctamente las oraciones de acuerdo con el código convencional vigente en un momento dado y en un grupo social concreto” (Martínez, 1992: 116). La composición sintáctica permitirá la combinación de los diferentes tipos de oraciones: simples, compuestas, complejas... y sus posibilidades de coordinación, subordinación, etc. (van Dijk, 1990: 93) de tal manera que todo ese conjunto de oraciones conformen un todo, el texto “Precisamente, la distinción entre un texto y un grupo de oraciones dispersas en forma y sentido se encuentra en las propiedades que configuran el texto como un todo” (Ventero, 2010: 107). En último lugar, la Estilística siempre ha estado más bien vinculada al texto escrito –literario– y no tanto a la locución, a la

oralidad, que es de lo que se ocupa la presente tesis⁶⁷. Ateniéndose a nociones de Núñez (1991: 171), estos fragmentos podrían ser considerados como unidades textuales autónomas o como un elemento de un conjunto del que forma parte. En principio, los fragmentos sobre los que se trabajará serán considerados como unidades textuales autónomas –análisis de locución y textual– toda vez que se obviará la consideración de que forma parte de un programa deportivo radiofónico más amplio⁶⁸. Sobre el constructo noticioso, Díaz-Nosty comentaba que se empieza a percibir:

“Una cierta estandarización de las rutinas constructivas, sin duda sujetas a pautas de contención y corrección expresiva, ajenas a los pronunciamientos coloquiales, vulgares o malsonantes [...] Estas restricciones se pierden, generalmente, en el periodismo radiofónico deportivo, que abren una gama mucho más amplia de análisis sobre un sector de agenda que alcanza valores de audiencia muy elevados en todos los ámbitos nacionales considerados” (Díaz-Nosty, 2001).

Además, se tomarán también nociones del análisis del discurso, que denota “un enfoque teórico y metodológico del lenguaje y el uso del lenguaje. En este sentido, también se define por el objeto del análisis, específicamente los discursos, los textos, los mensajes, el habla, el diálogo o la conversación” (van Dijk, 1990: 44). El objetivo principal es producir descripciones “explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso” (van Dijk, 1990: 44) y dichas descripciones tienen dos dimensiones principales: la textual y la contextual. La base final lingüística de la que partirá el estudio será la palabra y su combinación: frase u oración:

“Una palabra puede considerarse como unidad significativa aislada o como elemento de una unidad significativa más amplia, a la que suele llamarse oración. Si se considera como

⁶⁷ Hay que recordar que a pesar de trabajarse sobre un texto escrito, éste no es sino la transcripción de un discurso oral.

⁶⁸ Que sí es tenido en cuenta para el análisis contextual.

unidad la palabra, nos obligamos a considerar las restantes palabras como unidades de un conjunto que entre todas componen: el léxico de la lengua. Si la consideramos como elemento de la frase, nos obligamos a considerar las frases como unidades de significado y nos obligamos a estudiar la gramática de la lengua, las reglas que se aplican a la combinación de palabras para que constituyan frases” (Núñez, 1991: 171).

Y “al pensar en la lengua, se suele privilegiar un punto de vista: usar la lengua es construir frases combinando palabras” (Garrido, 1994: 29). Además, la mayor parte de las teorías lingüísticas consideran a la oración como la máxima unidad de descripción en lo referente a los niveles morfosintácticos y semánticos de descripción (van Dijk, 1993: 31). Por su parte, el necesario componente pragmático especifica “qué tipos de actos de habla existen en una cultura dada y las reglas que determinan en qué condiciones estos actos de habla son apropiados en relación con el contexto en el cual se utilizan” (van Dijk, 1990: 47). Hay que tener en cuenta que “el proceso lingüístico de interpretación se basa no sólo en el significado literal [...] sino también, y quizás en mayor grado, en el significado pragmático de los mismos” (Luque, en Alcoba, 2000: 17).

Para utilizar una metodología adecuada en lo que atañe al apartado textual, será necesario crear una tabla de ítems. Para llevar esa metodología a cabo se considerará a la transcripción como una estructura lingüística susceptible de investigación pues “el estructuralismo ha inspirado gran cantidad de investigaciones, algunas de ellas verdaderamente fecundadas especialmente en el campo de la lingüística” (Martínez, 1992: 141). Este estructuralismo hay que acompañarlo de la semiótica, cuyo investigador principal fue Saussure (Gutiérrez, 2006: 171), ciencia que trata el sistema de signos imbricados en la sociedad; la importancia y repercusión que éstos tienen y los lenguajes que generan, estableciendo relaciones polisémicas, metalingüísticas, metafóricas dentro de una sociedad; por lo tanto habrá de utilizarse una corriente estructuralista, acompañada de la lingüística y la semiótica: “Esta corriente ensaya un modelo teórico que intenta dar respuesta global a los problemas

narratológicos de la comunicación de masas y, consecuentemente, también de la comunicación audiovisual, desde todos los puntos de vista posibles” (Rodríguez, 1998: 19). Con la transcripción, el estudio podrá cerciorarse de si existe un verdadero cuerpo semiótico, orgánico y coherente ya que:

“Un texto es un cuerpo semiótico orgánico y coherente, premisa y guía de un intercambio comunicativo. Un texto es también, de ordinario, un conjunto de enunciados que se actualizan en relaciones recíprocas y en una estructura encaminada a la construcción de un sentido [...] Un texto se manifiesta, por tanto, como el programa semiótico de una comunicación, que se actualiza en la circunstancia concreta en la que el circuito comunicativo se clausura y el texto mismo queda consumado. Cada texto contiene en sí, junto a valores semánticos propios a los enunciados aislados y a sus interrelaciones, indicaciones precisas relativas a la fase de su enunciación: se trata de huellas del sujeto enunciador, de instancias relativas a la recepción, que pertenecen a la estrategia discursiva que motivan la correspondiente producción del sentido” (Bettetini, 1984: 80).

Hay que recordar que el objeto de estudio estará compuesto por las retransmisiones deportivas radiofónicas previamente seleccionadas. Ese objeto de estudio conforma una propia lengua en sí mismo y que por sí solo ha de tener sentido. Estas retransmisiones tendrán uno o varios personajes principales –locutor, comentarista, etc.– que, a fin de cuentas son los autores de los textos –improvisadas comunicaciones orales– que transmiten. Dichos constructores de la no repensada oralidad tienen a su disposición las posibilidades lingüísticas que ofrece la lengua castellana y van a tener “un gran número de modos para ordenar los elementos de su mensaje” (Martínez, 1992: 142). Esa construcción se podrá diseminar para encontrar sus posibles fallos e incorrecciones, gramaticales o de construcción, etc., sin olvidarse de que en cualquier caso el fin último del texto, aunque sea improvisado, debe ser la correcta eficacia comunicativa (Rodríguez, 1998 y Balsebre, 1994: 42) a partir de los cuatro axiomas que deben ser sinónimo de rigor periodístico: la

imparcialidad, la exactitud, la actualidad y la inteligibilidad (Balsebre, 1994: 42). La eficacia comunicativa dependerá de la correcta estructura textual.

7.1.1.6. Aspectos de locución a tener en cuenta

Ya fue reseñado en el marco teórico que de los principales elementos sonoros –palabra; música; efectos sonoros y ambientales; y los silencios– el principal, en este caso, es la palabra; por un lado, el “qué se dice” (apartado lingüístico) y, por otra parte, el “cómo se dice”, en donde residirían las características referidas a la percepción auditiva – timbre, tono e intensidad, sin olvidarse del nivel fonológico. Esta última disciplina, la fonología, es “una disciplina auxiliar y no se refiere más que al habla” (Saussure, 2002: 84) y debe distinguirse de la fonética:

“Pues fonética ha empezado por designar y debe continuar designando el estudio de la evolución de los sonidos, y no hay por qué confundir en un mismo nombre dos estudios absolutamente distintos. La fonética es ciencia histórica, que analiza acontecimientos, transformaciones, y se mueve en el tiempo. La fonología está fuera del tiempo, ya que el mecanismo de la articulación queda siempre semejante a sí mismo. Y lejos de confundirse estos dos estudios, ni siquiera se pueden oponer” (Saussure, 2002: 83-84).

El nivel fonológico juega un papel importantísimo en las retransmisiones deportivas radiofónicas; sobre todo, en lo que a un aspecto respecta: el alargamiento silábico empleado por los locutores al retransmitir diversas acciones. Este nivel fonológico también tiene especial relación con la velocidad de dicción: la importancia de analizar el paralelismo existente entre una correcta vocalización y una menor/mayor velocidad de dicción. Y es que una rápida velocidad de dicción podría repercutir en una incorrecta pronunciación de las palabras, algo indeseable: “Evidentemente, una deficiente pronunciación de los fonemas tiene como consecuencia inmediata la pérdida de la claridad en el mensaje” (Merayo, 1998: 236) aunque el propio profesor Merayo (1998: 236) apostilla que en situaciones

normales no siempre sería necesario vocalizar perfectamente pues el contexto ayudaría al entendimiento; el fin último es precisamente conseguir ese perfecto entendimiento del mensaje validándose por sí mismo y sin exigir grandes esfuerzos al receptor: “La primera aspiración de cualquier locutor es intentar que su mensaje llegue con la mayor claridad sin que el receptor deba realizar esfuerzos adicionales” (Ávila, 2000: 15).

7.1.1.7. Transmisión de los mensajes: Tecnología de la Información y Teoría General de la Información

Hay que destacar otros dos componentes que guardan relación con la transmisión de los mensajes. Por un lado, la Tecnología de la Información, entendida como un conjunto de conocimientos prácticos referidos al estudio de los diferentes instrumentos técnicos que utilizan como canal los mensajes informativos (Martínez, 1992). Y en la Teoría General de la Información se encuentra la descripción general de los medios de comunicación (Cerny, 2002: 18). La Teoría General de la Información ayudará a realizar un enfoque contextual dentro de las disciplinas sociales. Para ello hay que tener en cuenta el objeto de estudio en esta tesis tratado y centrarlo, dentro del tradicional esquema del proceso informativo (Benito, 1997), en las consecuencias y en la circunstancia social. Por lo tanto, habrá de tenerse en cuenta que “el quién, el público y, en general, todo destinatario de información, no es siempre el mismo. El proceso informativo, esencialmente, es el mismo siempre, pero las cambiantes circunstancias sociales inciden sobre él” (Benito, 1997: 22).

7.1.2. Análisis: *codebook*, ficha de análisis y codificadores

Para la realización de la primera parte de la investigación, análisis textual y de locución, se realizará un libro de códigos y una ficha de análisis, herramientas que servirán a los codificadores para realizar el pretendido análisis sobre las diferentes unidades de análisis. El apartado textual –análisis formal– será realizado únicamente por el investigador principal. Mientras, el análisis de locución se realizará por tres codificadores –todos ellos poseen la titulación de Periodismo o Comunicación Audiovisual. Estos codificadores recibirán el pertinente entrenamiento (Riffe, Lacy y Fico, 1998: 119-122). El

número de codificadores es el adecuado según el objetivo pretendido pues al menos debería haber dos (Igartua, 2006: 214). Los fragmentos serán repartidos a los diferentes codificadores por indicación directa por parte del investigador principal.

7.2. Los métodos a seguir

7.2.1. Aspectos formales de las retransmisiones

Las hipótesis iniciales podrían resolverse con la cuantificación. Sin embargo, debido a que dichas hipótesis no necesariamente han de estar encuadradas en un momento preciso –pretenden recoger la tendencia– éstas se pueden resolver desde la mera observación. También serán de utilidad las parrillas de programación de las emisoras si bien hay que tener en cuenta que éstas pueden ir sufriendo modificaciones a lo largo del año, especialmente en los meses de julio y agosto. No obstante, esas parrillas de programación, unidas a la mencionada observación, serán de utilidad para saber resolver el primer conjunto de hipótesis, relacionadas con los momentos de emisión de las retransmisiones (meses del año, horarios) y la forma de emisión (directo/diferido). Por otra parte, a partir de los fragmentos previamente recogidos, se podrá hacer un acercamiento a hipótesis relacionadas con el locutor principal (hombre/mujer), así como destacar cuáles son los principales deportes radiados.

7.2.2. El análisis de la locución

Tomando como referencia a todos los componentes de la retransmisión y no sólo al narrador principal, se medirá la velocidad de dicción de acuerdo a los siguientes parámetros marcados por Guevara (2003) (tabla 15):

Tabla 15. Parámetros para medir la velocidad de dicción

Tipo de velocidad	Palabras por minuto
Alta en exceso	Más de 190
Media	Entre 125 y 190
Baja en exceso	Menos de 125

Fuente: Guevara, 2003 / Tabla: elaboración propia

También tomando como referencia todo el fragmento grabado, se medirá el ritmo general empleado en la locución según la percepción de los codificadores (tabla 16):

Tabla 16. Parámetros de medición del ritmo

Ritmo	Alto
	Medio
	Bajo

Tabla: elaboración propia

El análisis de la locución del narrador principal del acontecimiento deportivo se hará a través de la medición de los diferentes elementos a partir de la tabla que se presenta a continuación conformada a partir de nociones de diversos autores como Vázquez (1974), Terrón (1992), Merayo (1998), Blanco (2002) y Rodero (2005). Los siguientes parámetros se aplicarán sobre el narrador principal de la locución (tabla 17)⁶⁹:

Tabla 17. Parámetros de medición de la locución

Locutor principal	Género	Hombre
		Mujer
Estado emocional	Positivo	Alegre, emocionado, tenso, eufórico, enfadado
	Negativo	Triste, tranquilo, deprimido, sensual, dulce
Elementos de locución	Intensidad	Alta / Media / Baja
	Tono	Agudo / Medio / Grave
	Timbre (1)	Abierto / Medio / Cerrado
	Timbre (2)	Agradable / Desagradable
	Diferencias tonales	Existencia / Ausencia
	Enfatización de palabras	Sí / No
	Silencios (3 segundos o más)	Sí / No
	Pausas (menos de 3 segundos)	Sí / No
	Pronuncia bien	Sí / No siempre / No

Fuente: Vázquez (1974), Terrón (1992), Merayo (1998), Blanco (2002) y Rodero (2005) / Tabla: elaboración propia

⁶⁹ Se acudirá al nivel perceptual de los codificadores salvo en la medición de pausas y silencios.

7.2.3. El análisis textual

El análisis textual del que se puede denominar como “lenguaje deportivo” se hará a partir de la siguiente tabla en la que se recogen aspectos gramaticales, sintácticos y de léxico para los que también hay que tener en cuenta los elementos semánticos (tabla 18):

Tabla 18. *Parámetros para el análisis del texto*

Gramática – Sintaxis	Tipo de oración (1)	Oraciones personales
		Oraciones impersonales
	Tipo de oración (2)	Oraciones simples
		Oraciones compuestas
	Tipo de oración (3)	Oraciones enunciativas
		Oraciones exhortativas / imperativas
		Oraciones exclamativas
		Oraciones interrogativas
		Oraciones dubitativas
		Oraciones optativas / desiderativas
Léxico	Clasificación de términos	Nombres propios
		Motes
		Sustantivos
		Verbos
		Perífrasis verbales
		Adjetivos
		Adverbios
		Resto de partículas
	Sub-clasificación por...	Vocablos más empleados
		Errores
		Tópicos
		Neologismos
		Préstamos
		Extranjerismos
Semántica	Términos ajenos el lenguaje deportivo	Términos provenientes de otro campo semántico

Tabla: elaboración propia

El ítem que puede presentar mayores problemas en su interpretación puede ser el clasificado en este estudio como subgrupo 3. En este sentido, a la hora de saber qué frase se construye habrá de tenerse en cuenta la entonación (Navarro: 216-235):

“**Afirmación:** La entonación con que se pronuncian las oraciones afirmativas se caracteriza principalmente por el descenso que la voz experimenta al fin de cada oración. Este descenso es tanto mayor cuanto más categórica es la afirmación, extendiéndose de ordinario en una forma intermedia, ni

dubitativa, ni enfática, a una quinta o una sexta por debajo del tono normal. El fin de la oración afirmativa es siempre más grave que el principio de la misma aun en aquellos casos que, por no llevar acento sobre la primera sílaba, empiezan también, como queda dicho, con una nota relativamente baja [...]

Interrogativa: Las frases interrogativas se pronuncian generalmente en tono más alto que las enunciativas [...] La altura de la voz es tanto mayor cuanto más vivo es el interés que se pone en la pregunta. [...]

Exclamaciones: Ciertas interjecciones varían de tono, de duración y de intensidad, según de cual se trate y del grado de emoción empleado en su pronunciación; en otras formas exclamativas que contienen una sola palabra, la entonación es prácticamente la misma que en las afirmativas y más que la entonación, lo característico es el aumento de intensidad; en otras influye sobre todo la significación emocional; en las que contienen dos o más palabras, adquiere mayor relevancia una determinada palabra sobre la que se concentra el interés en la expresión; y si en una frase de dos o más palabras, hay más de una que se quiere poner de relieve, éstas tendrán una altura preeminente.[...]

Mandato: La forma imperativa coincide en líneas generales, por lo que a la entonación se refiere, con la forma exclamativa; empieza en un tono relativamente grave si la primera sílaba de la frase es inacentuada, se eleva de un modo considerable sobre la sílaba fuerte de una palabra determinada y acaba con un gran descenso de la voz. Lo característico de la entonación imperativa consiste en alcanzar generalmente sobre las sílabas acentuadas, y en particular sobre la de aquella palabra en que más se apoya el mandato, una altura ordinariamente superior a la que en los demás casos se emplea, presentando además dentro del grupo fónico, entre las sílabas fuertes y las débiles, una ondulación muy marcada y movida.[...]

Ruego (deseo): Las formas en que se expresa un ruego o una súplica tienen también esencialmente los rasgos generales de la entonación exclamativa; pero en ellas la voz, al llegar a la sílaba acentuada de aquella palabra en que más se concentra el interés

de la expresión, se eleva casi tanto como en la entonación imperativa, y después, dentro de esa misma sílaba, cuya duración experimenta en este caso un alargamiento considerable, en vez de mantenerse la voz a una misma altura, realiza clara y gradualmente un marcado descenso, que comprende de ordinario una segunda a una tercera, constituyendo descenso, en realidad, lo más característico de esta forma de entonación” (Navarro: 216-235).

Algunas de las hipótesis referidas a la lingüística (tipo de oraciones; clasificación del léxico; y vocablos más empleados y errores en la subclasificación) se validarán a partir del recuento de palabras y frases/oraciones:

“El proceso consiste en contar al número de concurrencias de un mismo signo lingüístico (palabra o lexía las más de las veces) en el interior de una secuencia de dimensión limitada, y en definir una secuencia que puede ser comparada con otras, lo que proporciona un test de comparación entre varios ítems de la misma frecuencia; o entre numerosas secuencias paralelas para el mismo ítem” (Pêcheux, 1969: 22).

Aunque Pêcheux se refiere al recuento de lexías o palabras, el mismo procedimiento se puede usar para el recuento de oraciones. A partir de ahí se podrán realizar medidas porcentuales con las que establecer comparaciones. Otras hipótesis de este mismo apartado (subclasificación del léxico y términos ajenos al lenguaje deportivo desde el punto de vista semántico) se resolverán acudiendo a su valor semántico y considerando estudios realizados previamente sobre la temática.

7.3. El análisis contextual

Con la primera parte del estudio, análisis de locución y textual, no se abarca el todo que se pretende estudiar sino que “la investigación queda limitada metodológicamente al estudio de una sola parte del modelo clásico de la comunicación: el emisor” (Rodríguez, 1998: 20). Y, además, no precisamente se estudia a todo el emisor sino sólo a qué dice: realmente se estudia el mensaje. De ahí que se precise

utilizar otro tipo de técnicas, como las entrevistas, la encuesta o el *focus group*.

7.3.1. Las entrevistas

Por lo mencionado anteriormente es necesario realizar entrevistas a los propios locutores que ayudarán a resolver varios interrogantes tales como:

- La percepción que tienen del EGM –su credibilidad– y la posibilidad de otro tipo de mediciones
- Los motivos por los que la radio deportiva tiene tanta importancia en España
- Dentro de lo que es una retransmisión deportiva radiofónica, cuál consideran que es la herramienta más importante
- Si los locutores a veces pierden la noción de que retransmiten sólo para radioyentes
- Motivos por los que existe un tipo de radioyente que, a la vez, es televidente
- Si creen que la locución televisiva es hoy día más radiofónica
- Su percepción sobre el lenguaje deportivo empleado así como de si existen diferencias en el lenguaje empleado por los distintos roles que participan en una retransmisión
- Si creen que influyen en la forma común de hablar de los propios radioyentes y, en caso afirmativo, si esa influencia es positiva o negativa
- La comparativa Academia / mundo profesional

Se hará un total de 14 entrevistas y los entrevistados serán seleccionados por conveniencia, por tratarse igualmente de una parte del estudio poco investigada desde el punto de vista histórico, situación que respaldaría tal muestreo (Riffe, Lacy y Fico, 1998: 85).

7.3.2. La encuesta

Con esta parte del trabajo, el estudio del emisor queda bastante completo. Pero aunque la relación entre medios de comunicación y receptores ha sido históricamente unidireccional, cada vez con más frecuencia se da la retroalimentación, el tradicional *feedback*: “El modelo comunicativo no debe ser unidireccional” (Gutiérrez, 2006:

222). Los medios, entre ellos la radio, “juegan un papel fundamental en la sociedad contemporánea, ya que llegan a un número enorme de personas” (Giddens, 1998: 504).

Por ello es importante tener también datos del receptor, de sus pensamientos y opiniones. Se hará conforme a los individuos que conforman parte de este particular universo: personas que escuchan retransmisiones deportivas radiofónicas; se hará conforme a los datos presentados en el apartado “universo y muestra para realizar el análisis contextual”. La encuesta permitirá realizar un análisis dentro de la sociedad y cultura española en el que se envuelven los resultados textuales y de locución de las retransmisiones deportivas radiofónicas en España. En esta última parte del estudio, las encuestas permitirán conocer los gustos de los radioyentes en lo que a sus preferencias por escuchar unos u otros programas se refiere. También con ellas se puede indagar en los porcentajes de personas que escuchan por radio un evento deportivo a la par que lo siguen por televisión y, quizás más importante aún, saber el motivo por el que lo hacen.

Esta tercera parte de la investigación se centra en el estudio de la audiencia, “un condicionante esencial en el proceso de comunicación radiofónica” (Ávila, 2000: 52). Actualmente, estudiar a la audiencia del medio radiofónico es algo más bien frecuente pero esto no siempre fue así: “En los primeros tiempos de la radiodifusión (años veinte) existía poca preocupación en torno a la indagación sobre la audiencia” (Wimmer y Dominick, 1996: 303). La investigación sobre la audiencia comienza cuando la radio se va convirtiendo en un medio popular y “serán los anunciantes y no los radiodifusores quienes inicien la investigación social sobre radiodifusión” (Wimmer y Dominick, 1996: 303). Desde entonces, “las emisoras de radio se ven así empujadas a probar empíricamente la magnitud y características de sus audiencias, tal y como hoy día sigue ocurriendo” (Wimmer y Dominick, 1996: 303).

Generalmente, los principales estudios de audiencia tienen un objetivo en torno a la publicidad por lo que están principalmente relacionados con estudios de audiencias: receptores que sintonizan una determinada emisora, que escuchan un programa concreto (estudios de franjas horarias), etc. Evidentemente, éste no es el objetivo de esta parte de la investigación. Por un lado, sí es cierto que

se pretende realizar un estudio de audiencia de determinados programas pero no con fines publicitarios. Pero, por otro lado, también parte de la investigación estará enfocada en conocer y analizar otra serie de variables; por ejemplo, al indagar sobre la percepción del oyente sobre determinadas realidades.

Esta parte de la investigación estará basada en la realización y análisis de una encuesta: “Las investigaciones por encuesta, también llamadas encuestas de muestreo, examinan la frecuencia y las relaciones entre variables psicológicas y sociológicas e indagan sobre constructos como actitudes, creencias, prejuicios, preferencias y opiniones” (Salkind, 1998: 213). Se entiende en este sentido que la encuesta es “el conjunto de procesos encaminados a obtener una determinada información sobre una población” (Bosch y Torrente, 1993: 9) y “en el ámbito de las Ciencias Sociales quizá el ejemplo más representativo de encuesta son los estudios de opinión” (Igartua, 2006: 232). Precisamente, la encuesta se realizó con miras a conocer la opinión de unas variables determinadas relacionadas con el objeto de estudio.

La encuesta se realizó una vez diseñado un cuestionario, que puede ser entendido como “el instrumento básico para la obtención de datos en la investigación mediante encuesta. Se trata de un listado de preguntas, formuladas a partir de los objetivos de la investigación, que se aplica de igual forma a todos los sujetos incluidos en la muestra” (Cea D’ Ancona, en Clemente, 1992: 264). En el presente caso, después de conocer el género, la edad y la provincia de la persona encuestada, las preguntas planteadas estaban dirigidas a conocer las respuestas para analizar las hipótesis planteadas:

a) Conocer qué programa era el que el radioyente escuchaba a día de hoy –encuesta realizada entre el 3 de octubre de 2011 y el 21 de octubre de 2011–, de entre las siguientes cinco opciones de programas (más otras dos opciones: no sabe cuál escucha y NS/NC):

- “Carrusel Deportivo”, de la Cadena SER
- “Tiempo de Juego”, de la COPE
- “La Liga en Punto” (“El Mirador de la Liga” hasta la temporada 2010/11), de Punto Radio
- “Radioestadio”, de Onda Cero

- “Tablero Deportivo”, de RNE
- No sé cuál escucho
- NS / NC

b) Saber si el radioyente de acontecimientos deportivos ve también esos mismos eventos por televisión. Para ello, la pregunta escogida fue: “Los acontecimientos deportivos que escucha por radio, ¿los ve también por televisión?”. Las alternativas de respuesta eran:

- Sí, siempre
- Siempre que puedo
- Habitualmente sí pero no siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca lo he hecho en mi vida
- NS / NC

c) Referido a aquellos radioyentes que también afirmaban ser televidentes —o lo habían hecho en alguna ocasión aunque fuera esporádica—, se trató de conocer cuáles eran los motivos, variable que se analizó a través de dos cuestiones:

- c1) “Cuando decide seguir un acontecimiento por radio y televisión al mismo tiempo, ¿por qué lo hace?”
- Simplemente porque me apetece o me gusta
 - Porque así no es necesario que esté delante del televisor todo el tiempo
 - Porque, al mismo tiempo que la radiofónica, también escucho la televisiva y así tengo dos puntos de vista distintos
 - Porque mi televisor tiene una opción de audio para escuchar el sonido radiofónico al mismo tiempo que veo el acontecimiento deportivo
 - Porque me parece que los locutores de radio están más preparados
 - Porque los locutores de radio me gustan más que los de televisión
 - Porque en la televisión hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta

- Porque me gusta que me estén narrando continuamente lo que veo
- Porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional
- Porque la retransmisión en radio me parece más entretenida
- Porque la retransmisión en radio me parece más seria y formal
- Porque en la locución radiofónica participa un mayor número de comentaristas
- Porque así sigo otros acontecimientos deportivos al mismo tiempo
- Porque en la radio me ofrecen más datos
- Porque en la radio el sonido llega antes
- No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado
- Otro motivo. Indicar

c2) “Cuando ve un acontecimiento deportivo por televisión pero no lo sigue por radio... ¿A qué es debido?”

- Porque no me apetece o no me gusta
- Porque no tengo transistor en ese momento / o el aparato tecnológico usado habitualmente para tal efecto
- Por el retardo del sonido televisivo: el sonido radiofónico llega antes que el de la televisión
- Los acontecimientos deportivos que veo por televisión no se retransmiten por radio
- Porque me parece que los locutores de televisión están más preparados
- Porque los locutores de televisión me gustan más que los de radio
- Porque en la radio hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta
- Porque la locución televisiva me parece más intensa y pasional
- Porque la retransmisión en televisión me parece más entretenida
- Porque la retransmisión en televisión me parece más seria y formal
- Porque en la televisión me ofrecen más datos
- Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión
- No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado

○ Otro. Indicar

d) Conocer la percepción de los radioyentes acerca de si pensaban que, en su vida cotidiana, su forma de hablar podría estar influida en algún aspecto por el lenguaje deportivo que escucha en las retransmisiones deportivas radiofónicas –y en caso de que sí, de qué manera (positiva / neutra / negativa). Las posibles opciones eran:

- Sí. Me influye de forma positiva
- Sí. Me influye de forma negativa
- Sí. Pero no me influye de forma positiva ni negativa
- No me influye
- NS / NC

e) Conocer si los receptores de este tipo de género tienen una percepción positiva de lo que escuchan y un alto grado de satisfacción. Tal hipótesis se intentó averiguar a través de cuatro cuestiones:

e1) “Respecto a ese programa que usted escucha habitualmente ¿cuál sería su grado de satisfacción en una escala del 0 al 10? (siendo 0 negativo, 5 aceptable y 10 muy positivo / inmejorable)”

e2) “Referido al programa que usted escucha, le parece que durante las retransmisiones radiofónicas se emplea un lenguaje... (elegir una palabra de cada alternativa)”

- Correcto / Incorrecto
- Adecuado / Inadecuado
- Claro / Difuso
- Conciso / Extenso
- Culto / Vulgar
- Entretenido / Aburrido
- Sencillo / Complejo
- Comprensible / Incomprensible
- Coloquial / Técnico
- Respetuoso / Irrespetuoso
- Con muchos recursos lingüísticos / Pobre en recursos lingüísticos

- Número de tópicos adecuado / Con demasiados tópicos
 - Tolerante / Racista
 - Repetitivo / No repetitivo
 - No Sexista / Sexista
 - Otra característica que desee añadir. Indicar
- e3) “¿Cree que se cometen errores en el lenguaje empleado por los locutores y comentaristas?”
- Sí, muchos
 - Sí, a veces
 - No
 - NS / NC
- e4) “En cuanto a la velocidad a la que normalmente hablan los locutores (no directores de programas ni comentaristas, sólo el locutor que retransmite el acontecimiento) durante la narración de un acontecimiento deportivo, ¿qué opina?”
- Generalmente hablan demasiado despacio
 - Generalmente habla a una velocidad adecuada
 - Generalmente hablan demasiado deprisa
 - NS / NC

7.3.2.1. Población, muestra y realización de la encuesta

Evidentemente, antes de realizarse la encuesta, se diseñó minuciosamente la muestra a la que se iba a realizar dicha encuesta debido a la “importancia de inferir los resultados de un experimento de una muestra a una población. Ésta es la base del método inferencial. Si no es posible someter a prueba a todos los miembros de la población, la única opción es seleccionar una muestra” (Salkind, 1998: 96); el empleo de muestras “para aproximarse al conocimiento de la realidad es práctica habitual en el campo de la investigación científica” (Rodríguez, 1991: 11). Además, es esencial tener en cuenta que es muy importante ser cuidadoso en este aspecto para lograr una muestra que se aproxime lo máximo posible a la población: “When a

sample is chosen for a study, the primary objective is to draw one that truly represents the population”⁷⁰ (Adams, 1989: 47).

Para diseñar la muestra, se han de tener claros los conceptos de “población” y “muestra”: “Una población es un grupo de posibles participantes al cual usted desea generalizar los resultados del estudio” (Salkind, 1998: 96) y la muestra es “un subconjunto de la población. Una buena técnica de muestreo incluye maximizar el grado en que este grupo selecto representa a la población” (Salkind, 1998: 96); por ello, resulta necesario realizar un buen muestreo. El primer paso para seleccionar la muestra es saber cuál era el universo: “El punto de partida para el diseño de la muestra es la definición y acotación de la población o universo objeto de estudio” (Cea D’ Ancona y Valles, en Clemente, 1992: 279).

En el presente caso, hay que recordar que con el fin de poder generalizar lo máximo posible los resultados, y como se explicó anteriormente, el universo estaba conformado por los radioyentes de Castilla y León que escuchasen alguno de los programas pre-seleccionados. En este estudio, el medio de comunicación “objeto de estudio” es la radio... y en concreto la radio deportiva (los programas con contenido deportivo). Dentro de ésta, se escogieron las emisoras con una mayor cobertura en su sistema analógico de emisión dentro del territorio nacional español y, probablemente “las cinco cadenas de radio nacionales más importantes del país” (Ortiz *et. al.*, 2009: 146). Una vez seleccionadas esas cinco emisoras –y en congruencia con el análisis de contenido de los otros dos grandes apartados estudiados– se escogieron únicamente los programas que contienen retransmisiones deportivas radiofónicas:

- “Carrusel deportivo”, de la Cadena SER
- “Tiempo de Juego”, de la COPE
- “La Liga en Punto”⁷¹, de Punto Radio⁷²

⁷⁰ “Cuando se selecciona una muestra para un estudio, el objetivo principal es diseñar una que realmente represente a la población” (traducción propia).

⁷¹ El programa se llamó así a partir de la temporada 2011/12. Programa “El Mirador de la Liga” hasta la temporada 2010/11.

- “Radioestadio”, de Onda Cero
- “Tablero Deportivo”, de RNE

A partir de la población, dicha muestra estuvo compuesta por 200 individuos y fue seleccionada, de entre las múltiples posibilidades existentes, por estratificación: “Some populations are studied in layers or strata rather than as wholes”⁷³ (Adams, 1989: 62). El muestreo estratificado “garantiza la correspondencia de la muestra con un subconjunto homogéneo de la población (es decir, de una población definida por características similares) y su homogeneidad contribuye a reducir el error muestral” (Wimmer y Dominick, 1996: 74); por lo tanto, este tipo de muestreo consiste “en dividir la población en un número reducido de estratos en razón de su similitud. Para cada uno de los estratos se escoge una muestra por el procedimiento que mejor se juzgue (aleatorio simple, sistemático...). Siempre procurando que las unidades de cada estrato sean lo más homogéneas posibles entre sí y diferentes del resto” (Cea D’ Ancona y Valles, en Clemente, 1992: 286). De entre los dos tipos de muestreo estratificado que definen Wimmer y Dominick (1996: 74-75), proporcional y no proporcional, en este estudio se optó por el proporcional ya que éste se utiliza para “sobrerrepresentar o incrementar la submuestra de un estrato en particular” Wimmer y Dominick (1996: 74). La elección de este tipo de muestreo se escogió por las principales ventajas que éste tiene tales como, según señalan Wimmer y Dominick (1996: 75):

- Se refuerza la representatividad de las variables relevantes
- Se pueden hacer comparaciones entre distintas poblaciones
- La selección se realiza a partir de un grupo homogéneo
- Se reduce el error muestral

Además, este tipo de muestreo “permite tratar de forma independiente a cada uno de los estratos” (Rodríguez, 1991: 27).

⁷² A finales de octubre de 2011 nace Abc Punto Radio. La emisora ya nace una vez realizada la encuesta.

⁷³ “Algunas poblaciones se estudian en capas o estratos en vez de como un todo” (traducción propia).

En este caso, tras un estudio de los datos disponibles a fecha de realización de esta parte de la investigación, la estratificación se realizó siguiendo tres criterios:

- Género: Hombre / Mujer
- Grupos de edad: Entre 14 y 34 años / Entre 35 y 54 años / 55 años o más
- Región: Oeste (León, Zamora y Salamanca) / Centro (Palencia, Valladolid y Ávila) / Este (Burgos, Soria y Segovia)

De tal manera, la muestra de 200 individuos quedó estipulada de la siguiente manera (tabla 19):

Tabla 19. Distribución de individuos que formaron parte de la muestra

	Hombre			Mujer		
	14-34 años	35-54 años	55... años	14-34 años	35-54 años	55... años
Oeste (Salamanca, León y Zamora)	14	24	16	7	10	10
Centro (Ávila, Valladolid y Palencia)	12	20	16	4	10	6
Este (Segovia, Soria y Burgos)	10	14	12	4	7	4

Fuente: elaboración propia / Tabla: elaboración propia

Sobre dicha muestra estratificada se aplicaría el mencionado cuestionario a través de la aplicación de una encuesta que se haría telefónicamente: “¿Alguna vez ha estado usted en casa a la hora de la cena y el teléfono suena, y la persona que llama le pregunta con qué frecuencia usted toma el camión, recicla el periódico, utiliza una computadora o renta un automóvil? Esas llamadas representan uno de varios tipos de investigación por encuesta, todas las cuales son de naturaleza descriptiva” (Salkind, 1998: 216). Éste es un sistema que “ha aumentado considerablemente durante los últimos años gracias al creciente desarrollo tecnológico” (Igartua, 2006: 289-290) y que trae consigo ventajas, como el abaratamiento de costes, la disminución del tiempo de trabajo de campo y favorece que se pueda abarcar núcleos dispersos. (Cea D’ Ancona y Valles, en Clemente, 1992: 286). Hay que tener en cuenta en este punto que “el diseño del cuestionario telefónico responde a las necesidades del entrevistado, del entrevistador y del codificador” (Bosch y Torrente, 1993: 93).

7.3.2.2. Ejecución

Esta parte de la investigación se realizó en varias etapas. La primera etapa fue la realización del diseño muestral al que se aplicaría la encuesta; y se realizó entre febrero y julio de 2011. La segunda etapa fue el diseño del cuestionario y se realizó entre agosto y septiembre de 2011. Finalmente, la encuesta fue realizada telefónicamente entre el 3 de octubre de 2011 y el 21 de octubre de 2011 por Gather Estudios a través de un sistema CATI (plataforma Gather Precision) sobre la mencionada muestra de 200 personas seleccionadas mediante muestreo aleatorio estratificado⁷⁴.

⁷⁴ Desde entonces, se ha procedido a la ya mencionada etapa de difusión de resultados, presentándolos en forma de tres artículos; uno de ellos ya ha sido publicado mientras que otros dos se encuentran en proceso de revisión por dos revistas científicas españolas.

Resultados

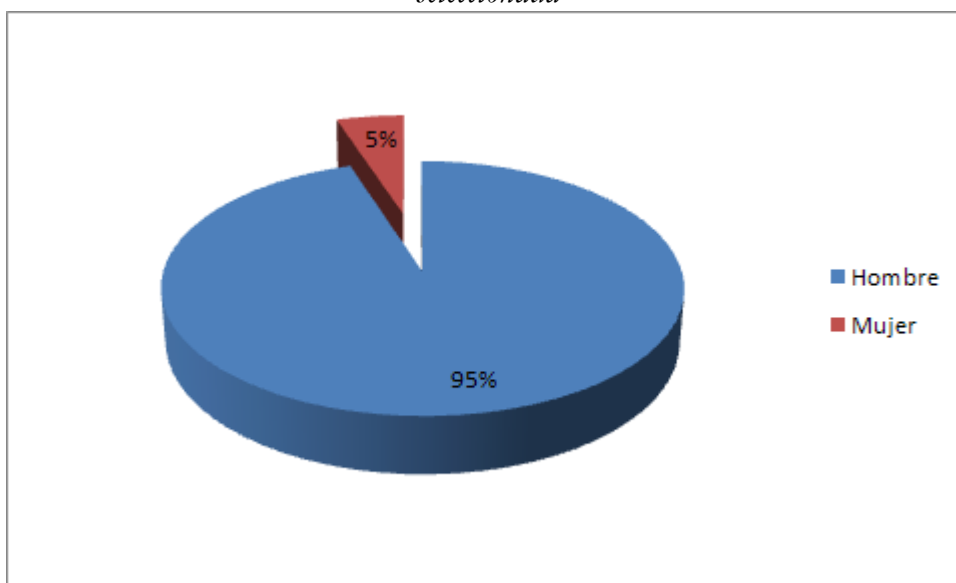
8.1. Resolviendo las hipótesis genéricas

DURANTE el periodo analizado se encuentran tanto años en los que no hay retransmisiones deportivas radiofónicas de forma permanente durante los 12 meses del año como otros en los que esto sí ocurre. El ejemplo más cercano de este último aspecto a la finalización del trabajo se encuentra en el año 2012, en donde coinciden retransmisiones veraniegas de hasta tres acontecimientos de relevancia en España, como son la Eurocopa de fútbol, el *Tour* de Francia y los Juegos Olímpicos de verano.

Tampoco se puede establecer una franja horaria en las retransmisiones deportivas radiofónicas aunque sí es cierto que los principales acontecimientos deportivos retransmitidos en España tienen como deporte específico al fútbol; y las dos principales competiciones con una duración más prolongada en el tiempo son la 1ª División de la Liga española y la *Champions League* (competición europea). Ateniéndose a esta última competición, en España esas retransmisiones tendrían lugar los martes y miércoles a partir de las 20.45. En cuanto a la competición liguera de España, un hecho significativo aconteció en la temporada 2011/12 cuando se produjo la que quizás haya sido la mayor diversificación horaria en lo que al establecimiento de los encuentros se refiere. Durante muchas jornadas de dicha temporada se disputaron partidos los sábados en diversas franjas horarias comprendidas entre las 18.00 (hora de inicio del primer encuentro de ese día) y las 00.00 (hora de finalización del último encuentro de ese día); la franja horaria fue aún mayor en las jornadas dominicales, durante las que incluso se disputaron partidos

matutinos (12.00 – 14.00) aparte de los vespertino-nocturnos (de 16.00 a 23.30). Si bien la diversificación produjo que las emisoras optaran en ocasiones por no retransmitir todos los encuentros, bien es cierto que algunas emisoras sí lo hicieron lo que se tradujo en información deportiva en forma de retransmisiones en horarios que, en ocasiones, llegaron a ocupar más de 12 horas continuadas de programación exclusivamente deportiva durante un solo día. Esta diversificación fue aún mayor durante la temporada 2012/13, cuando a las ya dilatadas franjas horarias de los fines de semana, se le sumó la disputa de un partido de fútbol los lunes y, en ocasiones, otro los viernes. Y lo que es más, el inicio de la temporada contó con algunos partidos que comenzaban a las 23.00 y acababan cerca de la 01.00 de la madrugada. Asimismo, el horario planteado en la hipótesis de partida tampoco formaría parte de algunos acontecimientos importantes; uno por encima del resto: los Juegos Olímpicos de verano. En tercer lugar, sí se puede afirmar que todas las competiciones deportivas que son retransmitidas radiofónicamente se producen en directo (en la muestra, el 100%). Igualmente la observancia y escucha continuada de acontecimientos deportivos a través de la radio permite afirmar que los principales acontecimientos deportivos son retransmitidos por hombres y no por mujeres. En la muestra seleccionada la proporción quedó de esta manera (gráfico 3):

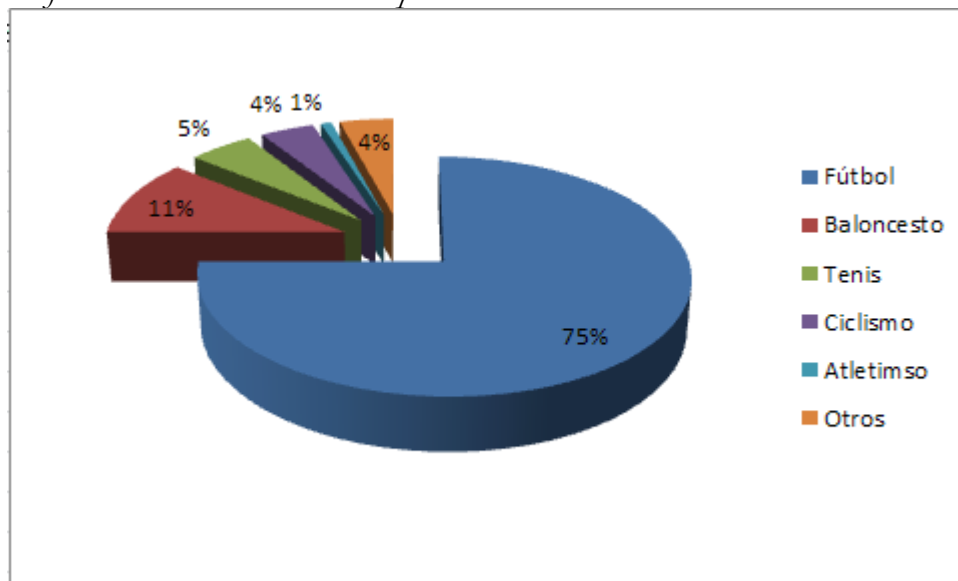
Gráfico 3. Proporción de hombres/mujeres como locutores principales en la muestra seleccionada



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Por último, sí se puede destacar al fútbol como el deporte que más horas ocupa en la radio deportiva española. El resto de deportes retransmitidos depende de la calidad del evento, el respaldo social que pueda tener en España o la participación de deportistas españoles, entre los principales factores. En la muestra seleccionada, la muestra quedó distribuida de la siguiente manera (gráfico 4):

Gráfico 4. Distribución de los deportes retransmitidos en la muestra seleccionada



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

8.2. Resultados sobre la locución

Los resultados que a continuación se exponen hacen referencia a la muestra seleccionada entre el 13 de septiembre de 2009 y el 19 de agosto de 2012. Se seleccionaron un total de 120 fragmentos, provenientes de las emisoras: Cadena SER, COPE, Onda Cero, RNE y Punto Radio/Abc Punto Radio⁷⁵, distribuidos de la siguiente manera (tablas 20 y 21):

⁷⁵ Hay que recordar que la muestra comenzó a seleccionarse en septiembre de 2009. En esa fecha existía la emisora Punto Radio y su programa deportivo de retransmisiones deportivas se llamaba “El Mirador de la Liga”. A partir de la temporada 2011/12, el programa de Punto Radio cambió de nombre y pasó a llamarse “La Liga en Punto”. Además, a finales de octubre de 2011 nace la emisora Abc Punto Radio. A la hora de realizar este estudio se consideró para contabilizar dentro de una misma variable a las emisoras Punto Radio y Abc

Tabla 20. Distribución de la muestra por emisoras

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
SER	43	35,8	35,8	35,8
COPE	32	26,7	26,7	62,5
Onda Cero	20	16,7	16,7	79,2
RNE	11	9,2	9,2	88,3
Punto Radio / Abc Punto Radio	14	11,7	11,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

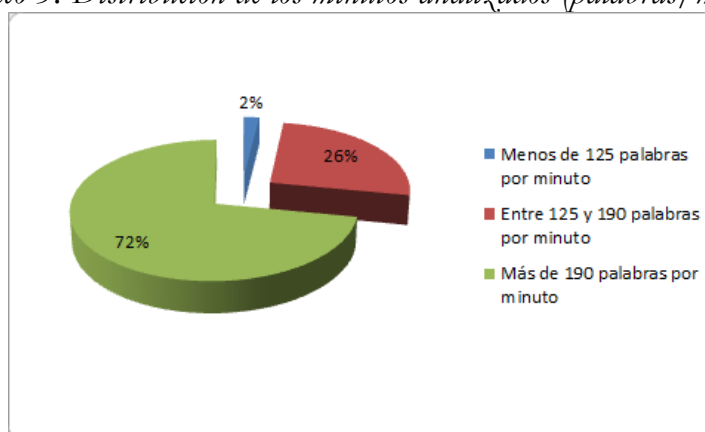
Tabla 21. Distribución de la muestra por programas

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Carrusel Deportivo	43	35,8	35,8	35,8
Tiempo de Juego	32	26,7	26,7	62,5
Radioestadio	20	16,7	16,7	79,2
Tablero Deportivo	11	9,2	9,2	88,3
El Mirador de la Liga / La Liga en Punto	14	11,7	11,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

El total de tiempo analizado fue de 155 minutos y 19 segundos, distribuidos en 120 cortes.

Gráfico 5. Distribución de los minutos analizados (palabras/minuto)



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Punto Radio así como para otra misma variable los programas “El Mirador de La Liga” y “La Liga en Punto”.

La primera de las variables estudiadas en lo que a la locución se refiere fue la velocidad de dicción, teniendo en cuenta los fragmentos en su totalidad, no una única voz, excepto cuando alguna de las grabaciones estaba constituida por la locución de una sola persona. Los resultados indican que más del 70% de los 123 minutos⁷⁶ analizados contienen 190 o más palabras por minuto (gráfico 5).

En consonancia con la anterior variable, se encuentra el ritmo, con resultados similares, ya que de los 120 fragmentos analizados se encontraron los siguientes resultados (tabla 22):

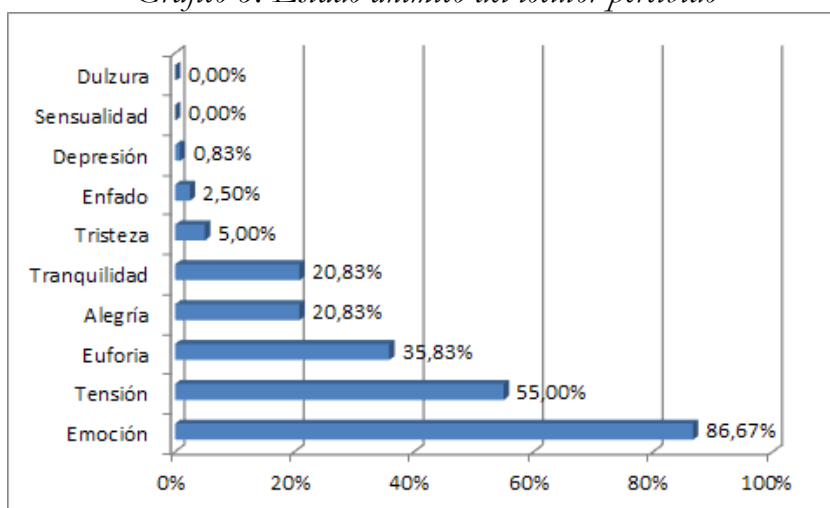
Tabla 22. Ritmo percibido

Ritmo	
Alto	64,2%
Medio	33,3%
Bajo	2,5%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Para las siguientes variables sí se tuvo en cuenta únicamente la voz del narrador principal. En la primera de ellas se analizaba el estado anímico. Los resultados –según las 120 unidades de análisis– en este sentido fueron los siguientes (gráfico 6):

Gráfico 6. Estado anímico del locutor percibido



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

⁷⁶ El número de minutos no coincide con el número de fragmentos analizados ya que los fragmentos tenían duraciones diversas. Sólo se ha tenido en cuenta el número de minutos completos; es decir, sólo se han analizado periodos completos de 60 segundos (ejemplo: un fragmento de 40 segundos no se ha analizado para esta parte del estudio pues lo desvirtuaría).

En cuanto a las cualidades sonoras teniendo en cuenta igualmente sólo la voz del narrador principal del acontecimiento deportivo (120 unidades analizadas), la intensidad, el tono y el timbre, se obtuvieron los siguientes resultados (tablas 23, 24, 25 y 26):

Tabla 23. Intensidad percibida del locutor principal

Intensidad (%)	
Alta	49,2%
Media	50%
Baja	0,8%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Tabla 24. Tono percibido del locutor principal

Tono (%)	
Agudo	46,7%
Medio	37,5%
Grave	15,8%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Tabla 25. Timbre percibido del locutor principal (I)

Timbre (%)	
Abierto	48,3%
Medio	36,7%
Cerrado	15%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Tabla 26. Timbre percibido del locutor principal (II)

Timbre (%)	
Agradable	90,8%
Desagradable	9,2%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

En cuanto a la existencia de diferencias tonales y la enfatización de determinados vocablos, de las 120 unidades analizadas, los resultados fueron los siguientes (tabla 27):

Tabla 27. Empleo de diferencias tonales y enfatización de vocablos-clave

	Sí (%)	No (%)
Empleo de diferencias tonales	80%	20%
Se enfatizan determinados vocablos	85%	15%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Apenas se percibieron silencios durante los 120 fragmentos analizados de las narraciones (3 o más segundos) pero sí se

percibieron pausas (espacios sin sonido inferiores a los 3 segundos) (tabla 28):

Tabla 28. Silencios y pausas hallados en las unidades analizadas

	Sí (%)	No (%)
Silencios	1,7%	98,3%
Pausas	69,2%	30,8%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

La pronunciación, también tomando en consideración únicamente al narrador principal, se percibió inteligible en más del 85% de los casos e ininteligible en menos del 1% de los casos estudiados (tabla 29):

Tabla 29. Pronunciación del locutor principal del acontecimiento deportivo

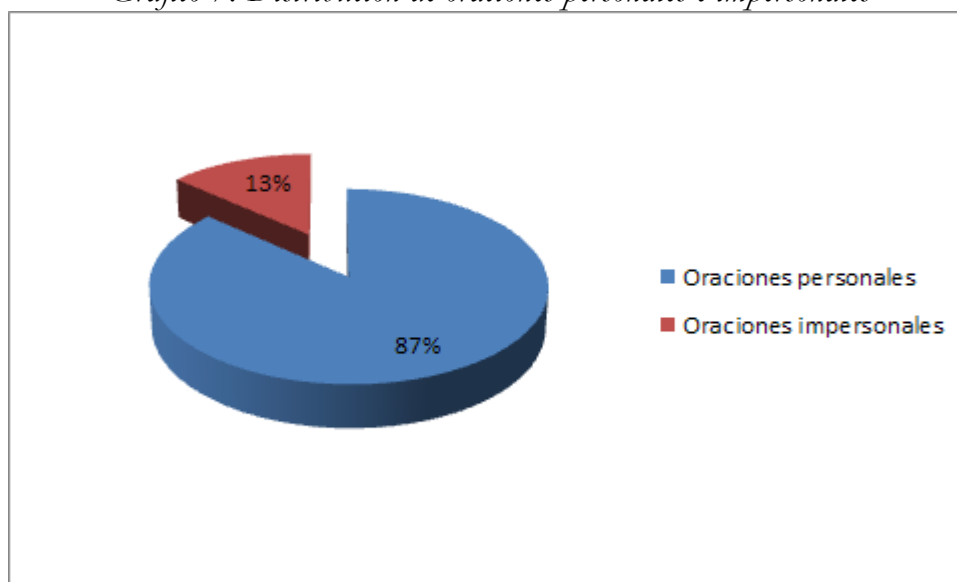
Pronunciación: ¿Pronuncia bien?	
Sí	87,5%
No siempre	11,7%
No	0,8%

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

8.3. Resultados sobre la lingüística

8.3.1. Oraciones

Gráfico 7. Distribución de oraciones personales e impersonales

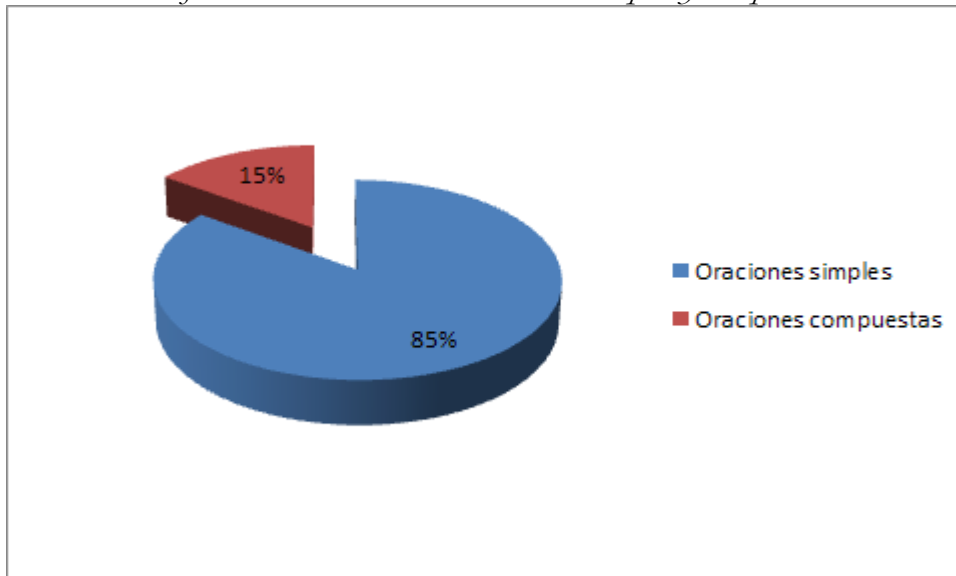


Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

En el análisis textual se analizaron 4.321 oraciones en total. En lo que al primer análisis se refiere, 3.741 oraciones (el 87%) eran personales y 580 eran impersonales (13%) (gráfico 7). Casi el mismo porcentaje

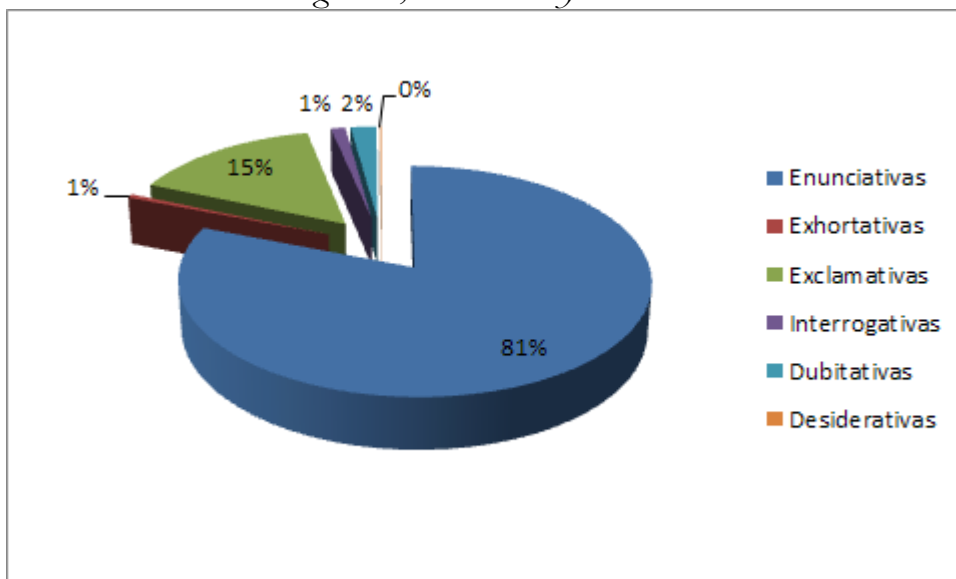
se obtuvo en lo que se refiere a las oraciones simples y compuestas con una pequeña variación de datos con relación al anterior análisis: 3.673 oraciones simples y 648 compuestas (gráfico 8). Por último, el tercer análisis mostró la predominancia de las oraciones enunciativas (con el 81%); exceptuando el número de oraciones exclamativas (15%), el resto de porcentajes no parecen significativos (gráfico 9).

Gráfico 8. Distribución de oraciones simples y compuestas



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Gráfico 9. Distribución de oraciones entre enunciativas, exhortativas, exclamativas, interrogativas, dubitativas y desiderativas

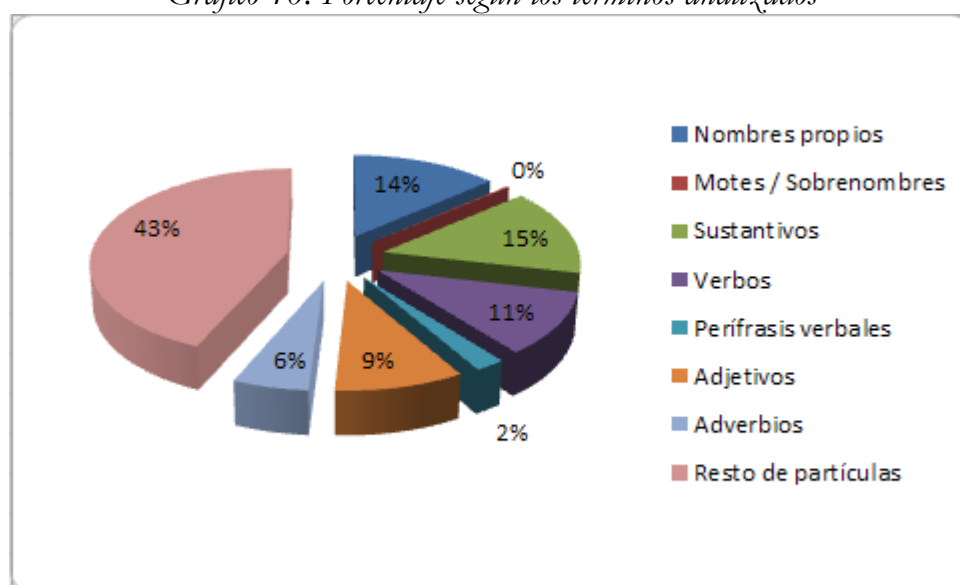


Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

8.3.2. Términos analizados

El número de términos analizados fue de 29.743. Obviando el resto de partículas no analizadas (artículos, preposiciones, conjunciones...), predomina el empleo de sustantivos (15%) con similar porcentaje que el de nombres propios (14%). Los verbos representan un 11% del total de palabras y los adjetivos un 9%. Los términos menos empleados son los adverbios (6%) y las perífrasis verbales (2%). Tan sólo se encontraron 80 motes / sobrenombres, que no llegan a representar ni al 1% del total de términos analizados (gráfico 10).

Gráfico 10. Porcentaje según los términos analizados



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

En cuanto a los términos más empleados, si se toman como base los tres primeros ⁷⁷ términos más empleados de cada uno de los fragmentos, se obtienen los siguientes datos (tabla 30).

⁷⁷ Si el tercer término coincidía en frecuencia con los siguientes, también se han añadido a la lista, incluyendo tantos términos como palabras coincidieran en frecuencia con dicho tercer término más empleado de cada fragmento. Por otro lado, hay que tener en cuenta que algunos términos se repetían entre los tres primeros de varios fragmentos.

Tabla 30. Términos más empleados⁷⁸

LETRA	Términos
A	Abidal / Ademar / A punto de / Abel / Aduriz / Ahí / Ahora / Alberto / Albín / Alonso / Alves / Antonio / Arbeloa / Área / Armenteros / Arriba / Arsenal / Atlético / Atlético de Madrid / Athletic / Athletic de Bilbao / Atrás
B	Balón / Banda / Barça / Barcelona / Barrera / Benítez / Bicho (mote) / Bien / Bola / Boxes / Bruno / Buena / Bueno / Busquets
C	Cadel / Cardozo / Casado (nombre propio) / Casillas (apellido) / Casquero / Celta / Central / Centro / Cero / <i>Champions</i> / Chapó / Cinco / Cincuenta / Círculo / Ciudad Real / Clarísima / Colts / Comieron / Contador (apellido) / Córner / Cristiano (nombre propio) / CSKA / Cuarenta / Cuarto
D	Dani / Defensa / Delininkaitis / Deportivo / Deportivo de la Coruña / Derecha / Dinamarca / Diot / Disparo / Djokovic / Dos
E	Empata / Encima / Entrega / Equipo / Es / Espanyol / España / Está / Estaba / Evans
F	Falta / Fazio / Felipe / Fernando / Filipe / Final / Forlán / Francia
G	Gago / Gala (adjetivo) / Ganar / Gasol / Gesink / Getafe / Gol / Guardameta
H	Haber / Hay / Hecho / Henry / Higuaín / Huesca
I	Ibrahimovic / Iniesta / Izquierda
J	Javtokas / Jean Paulista / Jeffrén / Joao / Juan / Juan Carlos / Juanfran / Juega / Juego / Jugadores / Jurado (apellido)
K	Kaká / Kanouté / Khedira / Konko / Kum
L	Lampe / Largo / Lass / Lateral / Laure / León / Levante / Lewis Hamilton / Línea / Lituania / Llegar / Lleva / Llodrà / Llorente / Lloris / Llull / Lolo / López
M	Maciej / Madrid / Málaga / Mallorca / Manchester United / Mandanda / Mano / Manuel Pablo / Marc / Marca / Marcado / Marcelo / Margairaz / Martins / Más / Mata (apellido) / Mathieu / Meireles / Messi / Metido / Minutos / Mireia / Mismo / Mucho / Mumbrú / Muniaín / Murcia / Muy
N	Nada / Nadal / Natalio / Navarro (apellido) / Navas / Necid / Negredo / Nekounam / No
Ñ	
O	Ocho / Ocio (apellido) / Osasuna / Özil
P	Palo / Palop / Parecía / Parker / Parte / Partido / Pedrito / Pedro / Peligro / Pelota / Penalti / Pepe / Perea / Pierna / Pipa (mote) / Piqué (apellido) / Pone / Portugal / Primera / Primeras / Primero / Problemas / Purito (mote)
Q	Queda / Quiere / Quince / Quique de Lucas
R	Rafa / Ramos (apellido) / Raúl / Real / Real Madrid / Reinking / Reyes (apellido) / Ricky / Rubio (apellido) / Ryder Hesjedal
S	Saca / San Mamés / Santo / Santpedor / Saque / Scariolo / Seguir / Segunda / Segundo / Segundos / Seguridad / Selección / Sergio / Set / Sevilla / Sí / Siete / Simao / Solo / Sporting
T	También / Tanto / Tener / Tenerife / Thiago / Thierry / Tiene / Tiros / Toca / Tocar / Todo / Tony / Tres
U	Uno
V	Va / Valdo / Valencia / Valladolid / Valverde / Vamos / Veinte / Veinticuatro / Ver / Verdad / Vettel / Viene / Villa / Vuelta / Vuelve

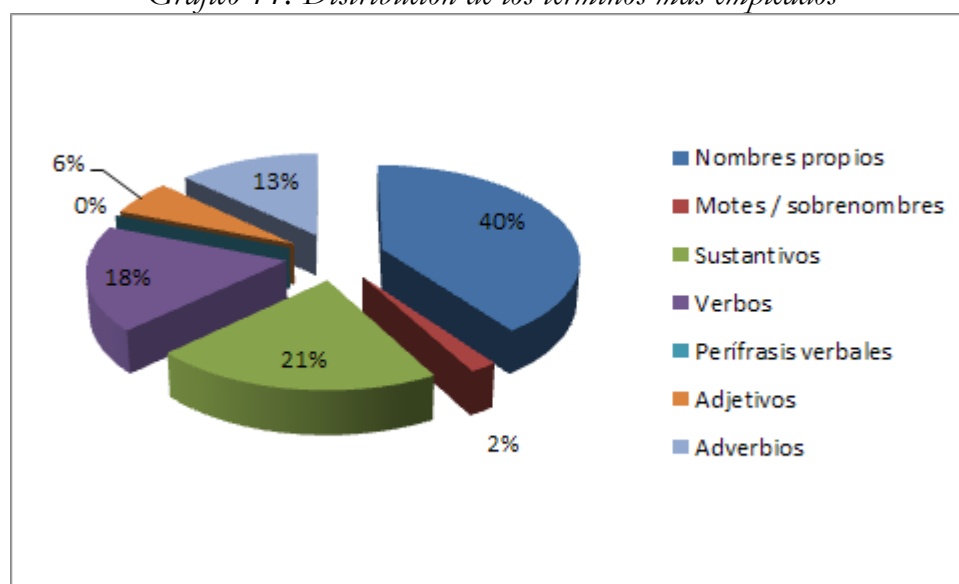
⁷⁸ Por orden alfabético.

W	
X	Xabi / Xavi / Xerez
Y	Ya / Yeste
Z	Zaragoza / Zúrich

Fuente: investigación para esta tesis / Tabla: elaboración propia

Y si se toma en consideración al primer término más empleado de cada uno de los fragmentos, se obtiene una presencia mayoritaria de nombres propios (incluyendo apellidos) (40%), seguido por sustantivos (21%) con un porcentaje mínimamente superior con respecto a los verbos (18%); en menor medida aparecen los adverbios (13%); menos del 10% de adjetivos (sólo un 6%); una mínima presencia de mote / sobrenombres (2%) y sin representación de perífrasis verbales (0%) (gráfico 11).

Gráfico 11. Distribución de los términos más empleados



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Se trató de localizar los tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y términos con origen semántico diferente al deporte⁷⁹ que

⁷⁹ Para estas cinco variables se trabajó principalmente con el diccionario de la RAE pero, en ocasiones, fue necesario acudir a diccionarios terminológicos del deporte para realizar ciertas aclaraciones, principalmente haciendo alusión al diccionario escrito por Castañón (2004) pero también acudiendo a otros diccionarios de términos deportivos para contrastar las definiciones, tales como los de Agulló (2003); Morales y Guzmán (2000); Nomdedeu (2009), la propia

estaban presentes en la muestra. En la muestra sobre la que se trabajó fueron localizados los siguientes términos:

8.3.3. Tópicos⁸⁰

Los tópicos localizados son los que se presentan a continuación. Junto a ellos se presenta una explicación –definición–, original en la mayoría de los casos aunque citando algunos diccionarios en otras ocasiones:

* “A aro pasado”: expresión empleada en baloncesto con la que se trata de indicar que el jugador atacante, en carrera y en salto, y con el balón a pocos centímetros del aro, trata de anotar una canasta desde el lado contrario del aro al que en principio parecía que lo iba a intentar.

* “A la tercera va a la vencida”: tópico empleado cuando un jugador o un equipo logra algo positivo en su tercera tentativa.

* “Apretar los dientes”: expresión, empleada sobre todo en ciclismo, con la que se quiere expresar que un deportista está haciendo todo lo que puede durante la competición.

* “Arañar segundos”: en ciclismo, expresión empleada cuando un ciclista logra llegar con una antelación mínima a la meta con respecto a sus rivales.

* “Así es el deporte”: tópico para definir lo imprevisible que puede llegar a ser el deporte.

* “A ver cuánto le dura la gasolina”: expresión que se emplea cuando un deportista o equipo está rindiendo a un alto nivel y se duda de que puede mantener dicho rendimiento durante la duración de toda la prueba deportiva (tópico similar: se le acaba la gasolina / a ver si le aguanta la gasolina).

tesis doctoral de Nomdedeu (2004) u otros textos científicos sobre el lenguaje deportivo. Hay que tener en cuenta que los resultados hacen referencia a la muestra seleccionada y las definiciones que se proponen pueden aparecer repetidas en caso de que un mismo término pueda englobarse en más de una categoría de las cinco propuestas: tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y términos con origen semántico diferente al deporte

⁸⁰ Ordenación alfabética.

- * “Bajo palos”: expresión errónea –ya que sólo está bajo un palo– utilizada en fútbol para mencionar al portero (ejemplo: “Y bajo palos estará Casillas”).
- * “Balón dividido” (o “bola dividida”): se emplea esta frase cuando ninguno de los dos equipos tiene la posesión del balón y están luchando por hacerse con él.
- * “Buscar el pleno”: expresión utilizada para hacer referencia a conseguir la totalidad (por ejemplo, durante un partido de baloncesto, anotar todas las canastas de todos los intentos realizados).
- * “Cambio de orientación”: expresión, empleada generalmente en el deporte del fútbol, para indicar que el avance de una jugada pasa a desarrollarse de un lugar del campo al opuesto.
- * “Cargarse el partido”: esta expresión se utiliza preferentemente para hacer referencia a que el árbitro ha cometido algún error garrafal con el que ha perjudicado de forma notable a un determinado equipo.
- * “Cerrar el partido”: expresión utilizada generalmente en fútbol para indicar que un equipo consigue un tanto que será decisivo, aunque el encuentro aún no haya terminado.
- * “Chicharro”: un gran gol, generalmente por la belleza estética de la jugada o del lanzamiento.
- * “Círculo central”: redundancia para referirse a esta parte del campo de fútbol ya que no hay más círculos sobre el terreno de juego.
- * “Como una locomotora”: expresión utilizada como sinónimo de fortaleza y/o rapidez.
- * “Dejar de rueda”: tópico empleado en ciclismo para expresar que un ciclista está yendo más rápido que otro u otros que le acompañen y, por lo tanto, está distanciándose de él/ellos.
- * “Dejar pensar”: expresión empleada normalmente en fútbol con la que se quiere significar que un jugador no está siendo presionado y tiene tiempo para pensar qué quiere hacer con el balón.
- * “Dejar un recado”: expresión empleada para indicar que un jugador da un pequeño golpe antideportivo a otro jugador del equipo contrario, sin que sea visto por el colegiado. Este golpe, que puede ser considerado como una agresión, puede tener lugar en una zona diferente a donde se desarrolla la acción principal de la prueba deportiva, aunque también se puede producir en el mismo lugar donde se desarrolla la acción del juego.

- * “Delantero por delantero”: tópico que se emplea para indicar que un equipo de fútbol realiza una sustitución en la que el jugador sustituto ocupa una posición teórica sobre el campo similar al jugador sustituido. El tópico puede emplearse también de otras formas similares, dependiendo de la posición del campo a la que se haga referencia: “defensa por defensa” o “centrocampista por centrocampista”.
- * “Doblar”: término empleado en algunos deportes cuando, durante una acción de ataque, un jugador del mismo equipo pasa a mayor velocidad por la izquierda o la derecha de su compañero.
- * “El balón se pasea”: expresión con la que se quiere decir que el balón rueda por un determinado lugar del campo (ej.: “El balón se pasea por el área”).
- * “El balón se pierde por (la) línea de fondo”: expresión empleada con demasiada asiduidad en fútbol para indicar que habrá un saque de puerta.
- * “El partido se rompe”: tópico con el que se define a un partido con claras acciones de peligro a favor de ambos conjuntos, generalmente consecuencia del cansancio de la mayoría de los jugadores.
- * “El triple se ha salido”: expresión empleada en baloncesto para señalar que una canasta ha estado a punto de entrar.
- * “En boca de gol”: justo en frente de la portería.
- * “Empanada”: término que se emplea para significar que un determinado equipo o deportista está siendo superado con claridad por su rival, sin mostrar capacidad de reacción.
- * “Encarar a su marcador”: enfrentarse a un oponente para tratar de superarlo.
- * “En su máxima expresión”: expresión para definir un interesante acontecimiento deportivo.
- * “Entre líneas”: expresión usada, preferentemente en el fútbol, para indicar que una jugada se produce entre las imaginarias líneas de defensa-mediocampo o mediocampo-delantera.
- * “Espectáculo puro”: tópico para definir una prueba deportiva interesante.
- * “Equipo serio”: tópico empleado para definir que un equipo pone en dificultades a su rival.

- * “Estar con el freno de mano echado”: expresión empleada para indicar que un deportista o un equipo no está rindiendo a su máximo nivel o al nivel previsto inicialmente y, por lo tanto, se espera más del mencionado deportista o equipo durante la prueba.
- * “Estar con el gatillo preparado”: frase con la que se hace referencia, en fútbol, a que un jugador está preparado y atento a una jugada de ataque para realizar un remate en una zona de peligro.
- * “Estar con la caña preparada”: expresión similar a “estar con el gatillo preparado”: frase con la que se hace referencia, en fútbol, a que un jugador está preparado y atento a una jugada de ataque para realizar un remate en una zona de peligro.
- * “Estar muy caliente” (un jugador, un estadio): tópico para significar que un deportista, un equipo o la afición muestra el descontento por alguna determinada acción (juego brusco del rival, un error arbitral...).
- * “Estar vendido”: expresión utilizada generalmente para indicar que un deportista, por la posición que ocupa o por la que están ocupando el resto de sus compañeros, tiene pocas opciones de evitar que fracase una clara acción de ataque de un rival.
- * “Desequilibrar el marcador”: esta expresión se emplea, generalmente en fútbol, cuando un equipo consigue un gol que hace que el resultado deje de ser de empate.
- * “Falta interesantísima”: expresión para referirse a una falta que, por su situación, conlleva un gran peligro.
- * “Final de altísima tensión”: tópico para definir una final.
- * “Gol de la honra”: se dice en fútbol cuando un equipo logra un gol, que probablemente será el único, que no va a tener mayor incidencia en el resultado final debido a que ya hay una diferencia suficiente para que el equipo que va ganando no tenga mayores problemas en acabar consiguiendo la victoria en dicho encuentro.
- * “Hacer que funcione la pizarra”: expresión empleada para señalar que, durante una prueba deportiva, el entrenador trata de hacer valer la táctica que previamente ha explicado.
- * “Hombre al suelo”: expresión que se emplea, preferentemente en fútbol, para indicar que un jugador se ha caído, generalmente por haber sufrido una falta por parte de un jugador rival.
- * “Irse en el marcador”: se emplea como sinónimo de distanciarse, de lograr una amplia ventaja de puntuación.

- * “Johnny cogió su fusil”: se hace alusión al título de esta película para indicar que un determinado jugador realizó una importante acción en ataque, generalmente concluida con éxito.
- * “Jugar a medio gas”: se emplea esta expresión para referirse a un deportista o a un equipo que no está rindiendo al nivel esperado.
- * “La pelota queda muerta”: expresión empleada, normalmente en fútbol, para hacer referencia a que el balón se ha quedado parado en el campo / cancha.
- * “Labores defensivas”: expresión empleada para referirse al trabajo realizado por un deportista o equipo en defensa.
- * “Le suelta la pierna”: sinónimo de dar una patada.
- * “Le va la vida”: expresión empleada como sinónimo de muy importante.
- * “Levantarse encima de la burra”: en ciclismo, ponerse de pie mientras se pedalea.
- * “Ley de la ventaja”: esta expresión, que puede considerarse un neologismo, puede llegar a convertirse en un tópico por su excesivo empleo. Con ella se hace referencia a que el árbitro no señala una determinada falta ya que, a pesar de que exista esa infracción, la jugada atraviesa por una situación que sigue favoreciendo al equipo que ha sufrido la falta. Esta expresión se utiliza en deportes como por ejemplo el fútbol ya que en otros, como el baloncesto, no hay posibilidad de que los árbitros apliquen la denominada “ley de la ventaja” puesto que la reglamentación no lo permite.
- * “Llevar el partido donde quiere”: jugar de tal forma que se produzcan las acciones pretendidas por un determinado equipo.
- * “Lo mejor y lo peor”: tópico para indicar lo mejor y lo peor de una determinada prueba deportiva.
- * “Lo que se le viene encima”: expresión para indicar que un deportista o equipo va a tener grandes problemas para lograr un resultado positivo.
- * “Marcar jugada”: expresión para indicar que un entrenador o jugador señala al resto del equipo la jugada que se tiene intención de realizar (ejemplo: durante una acción a balón parado).
- * “Meter en el congelador”: disminuir el ritmo del partido.
- * “Meter la pierna”: expresión futbolística que se emplea cuando un jugador trata de arrebatarse el balón a un contrario.

- * “Meter para adentro”: redundancia.
- * “Meterse en un charco”: complicarse a uno mismo durante un lance de la prueba deportiva.
- * “Mojar”: expresión que sustituye a términos como “marcar” o “anotar”.
- * “Montar la contra”: iniciar un contragolpe.
- * “Morir el partido”: dar por acabado el partido.
- * “No hay ninguna cabeza”: expresión utilizada en fútbol para referirse a que, durante una acción de peligro, ningún jugador logró rematar ni despejar un balón aéreo.
- * “Ojo”: nombre común empleado por algunos locutores para llamar la atención de la audiencia durante una acción de ataque de un determinado deportista o equipo (“ojo al centro”, “ojo al remate”, “ojo al balón”, “ojo a + nombre de deportista”, etc.).
- * “Pachanga”: término con el que se expresa que un partido no está siendo lo suficientemente vistoso; más bien todo lo contrario.
- * “Paradón”: término empleado en fútbol para indicar que el portero ha realizado una parada complicada.
- * “Partido de la jornada”: partido más interesante de la jornada de alguna competición deportiva.
- * “Partido de la tensión”: tópico empleado para indicar que un encuentro es trascendental.
- * “Partido de las urgencias”: generalmente se emplea esta expresión para indicar que durante dicho partido los equipos van a tratar de obtener con más ahínco un resultado positivo debido a que no han ido obteniendo los logros esperados durante los partidos anteriores.
- * “Partido en el que no va más”: expresión utilizada para hacer referencia a un partido decisivo, trascendental.
- * “Pasarlas canutas”: expresión utilizada como sinónimo de estar atravesando muchas dificultades.
- * “Pegada al poste”: tópico empleado para indicar que un balón ha pasado muy cerca de la portería.
- * “Pelota larga”: con esta expresión se hace referencia a que un jugador de fútbol ha desplazado un balón desde un punto concreto a muchos metros de distancia y en dirección a la portería contraria a la que defiende.

- * “Pelotazo y tentetieso”: tópico para significar que un jugador ha desplazado el balón en largo.
- * “Piedra angular”: esta expresión se emplea para definir a un jugador por tener un papel muy importante, generalmente por su gran calidad, en un equipo.
- * “Pieza por pieza”: tópico para indicar que un equipo realiza una sustitución de jugadores que tienen unas características técnicas similares o que desempeñan su función en la misma zona del campo.
- * “Poder matar”: expresión empleada para indicar que un deportista o equipo tiene la posibilidad de encarrilar una victoria tiempo antes de que concluya la prueba deportiva como tal.
- * “Poner contra las cuerdas”: expresión utilizada como sinónimo de “poner en dificultades”.
- * “Primer acto”: expresión utilizada para referirse al primer tiempo (por ejemplo, en un partido de fútbol).
- * “Punto y final”: final de una prueba deportiva.
- * “Punto y seguido”: expresión utilizada para indicar que un acontecimiento queda interrumpido momentáneamente por un descanso.
- * “Queda cada vez menos tiempo”: obviedad que se utiliza en ciertas ocasiones durante el desarrollo de una prueba deportiva.
- * “Quedar muerto”: se emplea la expresión “el balón queda muerto” o “la bola queda muerta” para referirse a que queda estático, sin movimiento.
- * “Retenemos esta jugada”: durante una retransmisión deportiva, generalmente en el formato tipo “carrusel”, el locutor emplea esta expresión para indicar al director que existe una clara acción de peligro y que sería conveniente no conectar con otro locutor de otro campo ni dar paso a la publicidad hasta que dicha acción concluya.
- * “Romper la canasta”: expresión usada en baloncesto para indicar que se ha realizado un mate con una excesiva brusquedad.
- * “Sacar petróleo”: conseguir mayores éxitos de los esperados.
- * “Sacar el peligro”: realizar una buena acción defensiva para evitar una peligrosa acción del rival.
- * “Sacarla bajo palos”: en fútbol, realizar un despeje del balón justo debajo de la portería.
- * “Sacarse la espina”: vengarse.

- * “Salir a atacar”: tópico empleado con asiduidad para indicar que un equipo está más preocupado de atacar que de defender.
- * “Salir a por uvas”: generalmente este tópico se emplea, durante un partido de fútbol, para significar que un portero ha realizado una mala salida ante un centro del equipo rival.
- * “Salir como el Séptimo de Caballería”: realizar un rápido contragolpe.
- * “Salvar los muebles”: expresión utilizada como sinónimo de salvar o auxiliar; u obtener un resultado mejor del esperado.
- * “Se llama X. Se apellida X” (sustituyendo la primera X por un nombre y la segunda X por un apellido)”: tópico empleado para nombrar a un jugador.
- * “Se va a la calle”: expresión empleada como sinónimo de expulsión.
- * “Sentenciar el partido”: tópico con el que se expresa que el partido está prácticamente finiquitado pues la diferencia en el marcador es tan grande que hace prácticamente imposible que el equipo que va perdiendo pueda remontarlo.
- * “Subir al marcador”: tópico para significar que un equipo marca un gol.
- * “Tiene buena pinta”: expresión utilizada para indicar que un deportista o equipo tiene bastantes posibilidades de tener éxito durante una prueba deportiva o en un momento concreto del desarrollo de ésta.
- * “Tiene un guante en el pie”: expresión empleada por los locutores para referirse a la alta calidad de un futbolista.
- * “Tirar el fuera de juego”: expresión para indicar que un equipo realiza una acción con el objeto de dejar en fuera de juego a jugadores del equipo rival.
- * “Tomar carrera”: se emplea cuando un jugador se distancia del balón para llegar a éste en carrera, generalmente en el momento de realizar un lanzamiento de una falta o un saque de esquina.
- * “Va como un auténtico disparo”: ir muy rápido.
- * “Ver para creer”: expresión usada para mostrar asombro.
- * “Victoria muy trabajada”: tópico empleado como sinónimo de una victoria que fue complicada de obtener.
- * “Viejo roquero”: sinónimo de jugador veterano que sigue en activo.

8.3.4. Neologismos y términos que adoptan nuevas acepciones⁸¹

Los tres siguientes grupos terminológicos que se presentarán se han estudiado teniendo en cuenta especialmente al diccionario de la Real Academia a pesar de que pueda seguir siendo válida la idea de que “en el *Diccionario de la Real Academia Española*, a su vez, el tratamiento de los términos deportivos es muy lagunoso y desigual” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 141).

Los neologismos localizados son los que se presentan a continuación. Junto a ellos se propone una posible definición, original en la mayoría de los casos aunque citando algunos diccionarios en otras ocasiones. Aparte de los neologismos también se presentan los términos que adoptan acepciones diferentes a las recogidas por la RAE:

* “A pierna cambiada”: dicese cuando un jugador diestro se sitúa en la banda izquierda o viceversa.

* “A aro pasado”: expresión empleada en baloncesto con la que se trata de indicar que el jugador atacante, en carrera y en salto, y con el balón a pocos centímetros del aro, trata de anotar una canasta desde el lado contrario del aro al que en principio parecía que lo iba a intentar.

* “A balón parado”: expresión utilizada para referirse a jugadas que se inician con el balón parado sobre el campo (ejemplo: en fútbol, lanzamiento de un saque de esquina o lanzamiento de una falta).

* “Abrir”: en algunos deportes, este término es empleado para denominar a la acción en la que una jugada que se está desarrollando por el centro pasa a desarrollarse por alguna de las bandas.

* “Achique”: Grijelmo (2008: 409-410) lo define como “aplicado al fútbol, el movimiento de la defensa hacia adelante para provocar el fuera de juego del equipo contrario, y disminuir el terreno en que se desenvuelve generalmente el partido”.

* “Aclarado”: término empleado generalmente en baloncesto para referirse a que un jugador, que no tiene la posesión de la pelota, realiza una acción de ataque para favorecer a uno de sus compañeros y que éste se quede libre de marca.

* “Aguantar”: empleado como sinónimo de “retener” o “mantener la posesión” (“aguantar el balón”).

⁸¹ Ordenación alfabética.

- * “Al cruce”: cruzarse en el camino de un contrario para tratar de arrebatarse el balón.
- * “Alargue”: la RAE lo define, como sustantivo empleado en Argentina, Chile y Uruguay, como el “tiempo suplementario de un partido de fútbol u otro deporte”. Sin embargo, este término se emplea con frecuencia en España.
- * “Apertura”: sinónimo de “abrir”: en algunos deportes, este término es empleado para denominar a la acción en la que una jugada que se está desarrollando por el centro pasa a desarrollarse por alguna de las bandas.
- * “Apretar los dientes”: expresión, empleada sobre todo en ciclismo, con la que se quiere expresar que un deportista está dando lo máximo de sí durante la competición.
- * “Arañar segundos”: en ciclismo, expresión empleada cuando un ciclista logra llegar con una antelación mínima a la meta con respecto a sus rivales.
- * “Área”: zona del campo o de la pista donde está o no está permitido realizar determinadas acciones (ejemplo: el portero de fútbol no puede coger el balón con las manos fuera del área grande).
- * “Área técnica”: zona del campo inmediata al banquillo, fuera del lugar donde se desarrolla la prueba deportiva, en la que el entrenador puede permanecer en pie para dar instrucciones a los jugadores.
- * “Área + color”: metafóricamente, se refiere al área defendida por el equipo que lleva el mencionado color (ejemplo: área rojiblanca: área defendida por el equipo que viste de rojo y blanco).
- * “Arquitecto”: futbolísticamente se emplea para definir al jugador, generalmente mediocampista, cuya misión es iniciar las jugadas de ataque.
- * “Armado”: preparado.
- * “Arrancar”: iniciar, comenzar.
- * “Arrasar”: se dice del deportista o equipo que se está mostrando muy superior a su rival durante el desarrollo de una prueba deportiva.
- * “Arrastrar”: acción en la que un jugador engaña a su oponente para que le persiga mientras la acción se desarrolla en otra parte del campo o de la cancha.
- * “Bagaje”: resultados que ha logrado un equipo durante un determinado periodo de tiempo.

- * “Bajo palos”: expresión errónea –ya que sólo está bajo un palo– utilizada en fútbol para mencionar al portero (ejemplo: “Y bajo palos estará Casillas”).
- * “Balón dividido” (o “bola dividida”): se emplea esta frase cuando ninguno de los dos equipos tiene la posesión del balón y están luchando por hacerse con él.
- * “Balón interior/ exterior”: en baloncesto, dícese de la acción en la que un jugador pasa el balón a un compañero que, tomando como referencia la situación inicial del jugador que da el pase, está más cerca del aro (“balón interior”) o más alejado del aro (“balón exterior”).
- * “Balón largo”: expresión utilizada para expresar que un balón ha sido golpeado con fuerza, yéndose a muchos metros del lugar de partida.
- * “Balón raso”: balón que rueda pegado al suelo.
- * “Balón suelto”: balón que no está controlado por ninguno de los equipos durante una acción del juego.
- * “Banco”: sinónimo de banquillo.
- * “Banda”: la RAE la define como la “zona limitada por cada uno de los dos lados más largos de un campo deportivo, y otra línea exterior, que suele ser la del comienzo de las localidades donde se sitúa el público” pero también puede entenderse por “bandas” como las zonas de un campo de fútbol próximas a las líneas laterales dentro del rectángulo de juego, que abarcarían desde una línea de fondo hasta la opuesta y cuyo área tendría una anchura difícil de determinar en metros (tres, cuatro, cinco, metros...).
- * “Bandeja”: en baloncesto, es la acción a través de la que un jugador suelta con suavidad el balón a pocos centímetros del aro para conseguir una canasta.
- * “Banderín”: la RAE lo define como la “bandera pequeña usada como emblema de instituciones, equipos deportivos, etc.”. También en ocasiones se hace referencia al “banderín de córner” para referirse a los banderines situados en las cuatro esquinas de un campo de fútbol, justo en la intersección entre las líneas de banda y de fondo.
- * “Banquillo”: la RAE lo define como “el lugar de espera de los jugadores reservas y entrenadores, fuera del juego”. En ocasiones también se puede entender este término como los deportistas que allí están sentados (Ejemplo: “Forlán habla con el banquillo”).

- * “Batir”: se emplea la expresión “batir al portero” para señalar la acción en la que el atacante logra superar al guardameta.
- * “Blaugrana”: según lo definen Aleixandre-Benavent *et. al.* (2007: 120): “Palabra formada de blau, “azul”, y grana, abreviación de “granate”, colores de la camiseta del Fútbol Club Barcelona”. No obstante, muchas veces se emplea “blaugrana” para referirse a otros equipos, diferentes al Fútbol Club Barcelona, cuya primera equipación tiene estos mismos colores.
- * “Bola de partido”: especialmente en tenis, dicese cuando un jugador tiene la oportunidad de ganar el partido si logra el punto que se va a disputar inmediatamente.
- * “Botar”: Lanzar.
- * “*Break*”: en tenis, que un tenista gane un juego cuando sirve el rival.
- * “Boxes”: en automovilismo y motociclismo, zona del circuito en la que los vehículos pueden parar a repostar o realizar algún tipo de reparación mecánica.
- * “Burra”: sinónimo de bicicleta.
- * “Cabeza de carrera”: utilizado frecuentemente en ciclismo para referirse a los ciclistas que encabezan la carrera.
- * “Cambio”: sustitución.
- * “Camino del + minuto”: dicese cuando el partido está a punto de llegar al referido minuto.
- * “Cantera”: equipos que conforman las categorías inferiores de un club deportivo.
- * “Capi”: empleado como sinónimo de capitán.
- * “Caracolear”: en fútbol, regatear.
- * “Cargar”: atacar.
- * “Cargarse el partido”: está expresión se utiliza preferentemente para hacer referencia a que el árbitro ha cometido algún error garrafal con el que ha perjudicado de forma notable a un determinado equipo.
- * “Carril”: en fútbol, este término se refiere al área imaginaria de terreno que en el lateral del rectángulo de juego, ya sea izquierda o derecha, une una línea de fondo con la contraria. Se podría decir que el “carril” es imaginario y, mediáticamente, se suelen emplear las expresiones “carril izquierdo” y “carril derecho”. Sinónimo de la nueva definición otorgada a la palabra “bandas”: zonas de un campo de fútbol próximas a las líneas laterales dentro del rectángulo de juego,

que abarcarían desde una línea de fondo hasta la opuesta y cuyo área tendría una anchura difícil de determinar en metros (tres, cuatro, cinco, metros...).

* “Cartulina”: sinónimo de tarjeta, término ése sí aceptado por la RAE: “cartulina que utiliza el árbitro de los partidos de fútbol y otros deportes, como señal de amonestación”.

* “Cazar”: lograr rematar.

* “Cerrar la manga”: en tenis, momento en que finaliza un set.

* “Cerrar la posición”: expresión que se refiere a que un determinado jugador defiende con acierto en la zona del campo en la que está situado.

* “Chapa”: esta palabra es empleada en baloncesto para referirse al momento en que un defensa evita que un rival enceste. La “chapa” se produce justo en el momento en el que el defensor intercepta el lanzamiento antes de que el balón comience a descender. Sinónimo de “tapón”, sí recogido por la RAE, y definido como: “En baloncesto, acción que impide un enceste del equipo contrario”.

* “Chicharro”: un gran gol, generalmente por la belleza estética de la jugada o del lanzamiento.

* “Chilena”: en fútbol, movimiento que realiza el futbolista para golpear el balón de tal manera que, en el aire y de espaldas, la cabeza queda por debajo de los pies si se dibujase una línea imaginaria.

* “Cintar”: un tipo de regate durante el que el atacante amaga al defensor.

* “Cobertura”: definido por la RAE como: “en fútbol y otros deportes, línea defensiva”. Habitualmente se emplea la expresión “hacer la cobertura”, con la que se hace referencia a la acción en la que un jugador realiza unas labores defensivas que le correspondería realizar a otro de sus compañeros.

* “Colgar un balón”: dicese, en fútbol principalmente, cuando un jugador realiza un centro durante una acción de ataque.

* “Colgar las botas”: dicese cuando un futbolista abandona la práctica del fútbol profesional. También puede ser empleado en otros deportes.

* “Comer”: metafóricamente se emplea para referirse al deportista que comete un grave error, generalmente defensivo.

* “Conjunto Ché”: Alusión al Valencia Club de Fútbol.

- * “Construir”: metafóricamente se emplea este término cuando un equipo empieza a elaborar una jugada.
- * “Contra”: sinónimo de contraataque o contragolpe.
- * “Contundente”: se dice cuando un jugador se emplea con firmeza en una acción.
- * “Costado”: sinónimo de “carril” o “bandas”: zonas de un campo de fútbol próximas a las líneas laterales dentro del rectángulo de juego, que abarcarían desde una línea de fondo hasta la opuesta y cuyo área tendría una anchura difícil de determinar en metros (tres, cuatro, cinco, metros...).
- * “Cruceta”: lugar donde confluyen cada uno de los palos de una portería con el larguero.
- * “Cruzar”: en ciertos deportes, realizar un lanzamiento hacia el lado opuesto de donde se encuentra el balón o la pelota.
- * “Cuarto”: cada una de las cuatro partes en que queda dividido un partido, generalmente de baloncesto: “primer cuarto”, “segundo cuarto”, “tercer cuarto” y “último cuarto”.
- * “Cuero”: se emplea como sinónimo de balón.
- * “Cuerpo técnico”: conjunto de personas que engloban al entrenador y a su grupo de ayudantes.
- * “Defender a media pista”: en tenis, defender en la mitad del campo propio. También se puede usar para referirse a otros deportes (ejemplo: “defender a toda pista” en baloncesto).
- * “Dejar de rueda”: tópico empleado en ciclismo para expresar que un ciclista está yendo más rápido que otro u otros que le acompañen y, por lo tanto, está distanciándose de él/ellos.
- * “Dejar pensar”: expresión empleada normalmente en fútbol con la que se quiere significar que un jugador no está siendo presionado y tiene tiempo para pensar qué quiere hacer con el balón.
- * “Dejarse ver”: llamar la atención de sus compañeros durante una determinada jugada.
- * “Delicatessen”: acción estéticamente bonita.
- * “Dentro de la pintura”: esta expresión suele emplearse en baloncesto para referirse a que un jugador está situado en una zona del campo desde la que, en caso de anotar, supondría una canasta de dos puntos.

- * “Desdoblar”: dicese cuando un jugador avanza hacia adelante, por izquierda o derecha, sobrepasando a mayor velocidad a otro jugador de su mismo equipo.
- * “Diagonal”: término empleado, en ocasiones, para referirse a un desplazamiento del balón que realiza un recorrido geoméricamente similar a la diagonal.
- * “Dibujo”: metafóricamente, para referirse al planteamiento táctico de un equipo.
- * “Divisoria”: se emplea para nombrar a la línea que separa un campo o una cancha en dos partes iguales.
- * “Dominar el punto”: en tenis, llevar la iniciativa durante un determinado juego.
- * “Dormirse”: metafóricamente, despistarse.
- * “DRS”: dispositivo empleado en la Fórmula 1 para reducir la carga aerodinámica y provocar que el automóvil vaya a mayor velocidad.
- * “Drive”: en tenis, golpe básico dado sobre la pelota después del bote.
- * “El balón se pasea”: expresión con la que se quiere decir que el balón rueda por un determinado lugar del campo (ej.: “El balón se pasea por el área”).
- * “Eleva”: empleado como sinónimo de saltar.
- * “Empanada”: término que se emplea para significar que un determinado equipo o deportista está siendo superado con claridad por su rival, sin mostrar capacidad de reacción.
- * “En boca de gol”: justo en frente de la portería.
- * “Encerrar”: atosigar al rival con ataques constantes.
- * “En corto/largo”: término con el que se expresa un golpeo de balón cercano/lejano al punto de origen.
- * “Enganche”: este término se puede emplear, usualmente en fútbol, para nombrar a un jugador cuya posición está entre las imaginarias líneas de defensa, medio del campo y delantera.
- * “Entre líneas”: imaginarias líneas situadas entre la línea de defensa y la de mediocampo; y la de mediocampo y delantera.
- * “Envío”: pase.
- * “Equilibrio”: igualdad.
- * “Escorar”: este término se emplea frecuentemente en fútbol cuando, durante un ataque, el jugador conduce el balón hacia izquierda o derecha, evitando así un ataque frontal.

- * “Escuadra”: es definido por Castañón (2004: 175) como la “intersección del poste con el larguero”. Si tomamos la acepción promovida por el italianismo *squadra*, sería entonces sinónimo de equipo o conjunto.
- * “Esquina”: algunos locutores lo emplean como sinónimo de “saque de esquina”.
- * “Estar en tráfico”: especialmente en automovilismo, lugar del circuito en el que hay una gran concentración de coches.
- * “Estar vendido”: expresión utilizada generalmente para indicar que un jugador, por su posición o la del resto de compañeros, tiene pocas opciones de evitar que fracase una clara acción de ataque de un rival.
- * “Expulsión”: dicese que un jugador es expulsado cuando debe abandonar el juego tras cometer una infracción tan grave que el árbitro así lo decide.
- * “Exterior”: es definido por Castañón (2004: 111) como el “jugador atacante cuya posición táctica se sitúa cerca de la banda del terreno de juego”. Este término puede ser aplicado a otros deportes. También, en baloncesto se suele emplear la expresión “dobla exterior” para referirse al pase que un jugador realiza a otro que está más alejado del aro.
- * “Falta interesantísima”: expresión para referirse a una falta que, por su situación, conlleva un gran peligro.
- * “Falta personal”: la define Castañón (2004: 113) como, en baloncesto, aquella “falta que comete un jugador cuando obstruye al rival con un contacto físico antirreglamentario”.
- * “Flanco”: sinónimo de “banda”.
- * “Forzar el error”: en tenis, realizar una acción para provocar el error en el contrincante.
- * “Frontal del área”: se entiende por “frontal del área” como la zona del área que está justo en frente de la portería.
- * “Fuera de tiempo”: jugadas que se producen cuando se ha rebasado el tiempo reglamentario, es decir, durante el tiempo añadido.
- * “Getafense”: de Getafe.
- * “Gili-córner”: expresión empleada en fútbol cuando un equipo no realiza un saque de esquina centrando el balón directamente al área.
- * “Giro de Italia”: carrera ciclista de tres semanas que se disputa en Italia anualmente.

- * “Globo”: en tenis, acción en la que un tenista trata de batir a su rival enviando la pelota por encima de él.
- * “Gol norte”: zona del campo en el que está situado el fondo (graderío) norte.
- * “Gol sur”: zona del campo en el que está situado el fondo (graderío) sur.
- * “Golazo”: este aumentativo de la palabra gol es empleado cuando un jugador logra un gran gol, de calidad y pericia.
- * “Golpear”: en ocasiones se emplea como sinónimo de disparo.
- * “Grada”: aunque dos de las definiciones de la RAE se pueden emplear a la acepción buscada (“asiento a manera de escalón corrido” – “conjunto de estos asientos en los teatros y otros lugares públicos”) también se emplea el término “grada” para definir a las personas que ocupan dichos asientos.
- * “*Grand Slam*”: en tenis, está constituido por cuatro torneos: Abierto de Australia, *Roland Garros*, *Wimbledon* y Abierto de Estados Unidos.
- * “Hacer daño”: utilizado metafóricamente como sinónimo de crear peligro.
- * “Hacer la diagonal”: correr en diagonal tomando como base el terreno de juego.
- * “Hay que morir”: esforzarse al máximo.
- * “Imponer”: se emplea como sinónimo de ganar o vencer.
- * “Ingresar”: empleado como sinónimo de entrar (ejemplo: Ronaldo ingresa en el terreno de juego).
- * “Indirecto”: término empleado para referirse a “falta indirecta”.
- * “Internacional”: jugador internacional con su país.
- * “Irse”: se emplea la expresión “irse en el marcador” como sinónimo de distanciarse, de lograr una mayor ventaja de puntuación.
- * “Jugadón”: jugada de gran calidad.
- * “Jugador”: deportista, generalmente en deportes de equipo (“jugador de fútbol”). La RAE acepta la palabra jugador como adjetivo, no como sustantivo.
- * “Jugar a medio gas”: se emplea esta expresión para referirse a un deportista o a un equipo que no está rindiendo al nivel esperado.
- * “Jugar en casa”: o jugar como local. Jugar en el propio estadio.
- * “Jugar fuera”: o jugar como visitante. Jugar en estadio ajeno.

- * “Labor de desgaste”: atacar de forma constante desgastando así al rival.
- * “Labores defensivas”: expresión empleada para referirse al trabajo realizado por un jugador o equipo en defensa.
- * “La derecha”: en tenis, golpe dado mientras el tenista sujeta la raqueta con su mano derecha.
- * “La izquierda”: en tenis, golpe dado mientras el tenista sujeta la raqueta con su mano izquierda.
- * “La pelota queda muerta”: expresión empleada para hacer referencia a que el balón se ha quedado parado en el campo / cancha.
- * “Lanzar”: sinónimo de disparar.
- * “Lanzar el contraataque”: expresión utilizada como sinónimo de iniciar un contraataque.
- * “Leer”: se dice cuando un jugador adivina la intención de su rival durante una determinada acción.
- * “Le suelta la pierna”: sinónimo de dar una patada.
- * “Le va a echar”: va a ser expulsado (ejemplo: “el árbitro le va a echar”).
- * “Levantar X bolas de *break*”: en tenis, dicese cuando un tenista evita un *break* después de que su rival haya tenido una o varias (X) oportunidades para hacerlo.
- * “Levantarse”: en ciclismo, ponerse de pie sobre la bicicleta.
- * “Levantinista”: relativo al Levante.
- * “Ley de la ventaja”: esta expresión, que puede considerarse un neologismo, puede llegar a convertirse en un tópico por su excesivo empleo. Con ella se hace referencia a que el árbitro no señala una determinada falta ya que, a pesar de que exista esa infracción, la jugada atraviesa por una situación que sigue favoreciendo al equipo que ha sufrido la falta. Esta expresión se utiliza en deportes como por ejemplo el fútbol ya que en otros, como el baloncesto, no hay posibilidad de que los árbitros apliquen la denominada “ley de la ventaja” puesto que la reglamentación no lo permite.
- * “Línea”: empleado como sinónimo de juez de línea.
- * “Línea de tres cuartos”: Zona imaginaria que se encontraría en los tres cuartos del campo. Generalmente se emplea en fútbol para “hacer ver” en qué zona se encuentra el equipo que ataca.

- * “Línea medular”: La RAE no recoge una acepción relacionada con el deporte para este término; Castañón lo define como la “línea de jugadores situada entre la defensa y la delantera de un equipo” (Castañón, 2004: 175).
- * “Llave”: término que se emplea para definir a un jugador que puede ser decisivo durante el desarrollo de una prueba deportiva en equipo.
- * “Local”: dicese del equipo que juega en su propio estadio.
- * “*Maglia*”: maillot.
- * “*Maglia rosa*”: camiseta de color rosa que distingue al ciclista que ocupa el liderato del *Giro* de Italia.
- * “Maillot amarillo”: camiseta amarilla que distingue al ciclista que ocupa el liderato en el *Tour* de Francia.
- * “Maillot + color”: aparte de la *maglia rosa* o el maillot amarillo, pueden existir otros maillots cuyos colores tienen significado en determinadas pruebas y con él se destaca el liderato en clasificaciones paralelas (el mejor escalador, el joven mejor clasificado, el más regular, etc.) o en otro tipo de carreras ciclistas.
- * “Mandar en el marcador”: expresión utilizada para indicar que un equipo está venciendo de forma provisional.
- * “Manejar”: conducir el balón.
- * “Maquillar”: metafóricamente se emplea la expresión “maquillar el resultado” cuando un equipo que se encuentra perdiendo por una gran diferencia en el marcador, aunque acabe siendo derrotado, logra minimizar el resultado en contra.
- * “Maquinaria”: metafóricamente, con este término se puede hacer referencia a determinados jugadores de un equipo.
- * “Marcador”: aparte de la tercera acepción de la RAE (“Tablero colocado en un lugar visible de los recintos deportivos, en el cual se anotan los tantos, puntos o lugares que van obteniendo los equipos o participantes que compiten”), se puede establecer una nueva acepción: “Jugador que defiende a otro”.
- * “Media luna”: en un campo de fútbol, cada uno de los semicírculos que se encuentran en frente de la portería, por fuera del área grande y colindando con ésta. A veces también se emplea la expresión “balcón del área”.
- * “Mediapunta”: Jugador de fútbol cuya posición teórica está situada justo por detrás del delantero.

- * “Mesa”: en baloncesto, dicese del lugar donde se sienta el cronometrador y otros integrantes del equipo arbitral.
- * “Meter el balón”: golpear el balón a un determinado lugar.
- * “Meter la pierna”: expresión que se emplea cuando un jugador trata de arrebatarse el balón a un contrario.
- * “Meter en el congelador”: disminuir el ritmo del partido.
- * “Meterse en un charco”: complicarse a uno mismo en un lance.
- * “Meterse en el partido”: volver a tener opciones de obtener un resultado positivo en el choque.
- * “Mojar”: expresión que sustituye a términos como marcar o anotar.
- * “Montar la contra”: iniciar un contragolpe.
- * “Morder”: este verbo se emplea para significar que un deportista o un equipo se está empleando a fondo durante la prueba deportiva.
- * “Mover la pelota”: expresión utilizada generalmente cuando los jugadores de un equipo encadenan varios pases consecutivos.
- * “Ofrecerse”: llamar la atención de sus compañeros durante una determinada jugada, reclamando el balón.
- * “Orientar”: en fútbol, se suele emplear la expresión “orientar a banda izquierda” u “orientar a banda derecha” para referirse al hecho de que un jugador desplace el balón hacia una de las referidas bandas.
- * “Palo largo”: esta expresión se suele emplear en fútbol para referirse, cuando el balón va hacia la portería, al palo más alejado desde el que partía el balón.
- * “Paradón”: término empleado en fútbol para indicar que el portero ha realizado una parada complicada.
- * “Paralela”: en tenis, golpe dado de tal forma que la pelota dibuja una imaginaria línea paralela a las líneas de la pista.
- * “Parón”: término empleado cuando se detiene una prueba deportiva o una competición por un tiempo superior al normal (ejemplo: “Parón navideño de la Liga”).
- * “Parroquia”: conjunto de aficionados de un equipo.
- * “Parte”: cada uno de los tiempos, de 45 minutos cada uno, en los que se divide un partido de fútbol: primera parte y segunda parte. Se puede aplicar igualmente en otros deportes.
- * “Partidazo”: partido de una gran emoción.

- * “Pase interior/exterior”: pase dado hacia la parte interior/exterior del terreno de juego. Se puede aplicar igualmente a juego (juego interior / juego exterior).
- * “*Passing*”: en tenis, acción en la que el tenista logra hacer un punto, rebasando a su rival.
- * “Patapún”: generalmente este término aparece dentro de la frase “patapún para arriba” (o incorrectamente pronunciado “patapún pa arriba”) y se refiere, en fútbol, a golpear el balón con fuerza, generalmente en una acción defensiva que sirve para aliviar el peligro que está creando el equipo rival.
- * “Patear”: lanzar, tirar.
- * “Pedrada”: aunque este término está recogido por la RAE, no se ofrece una acepción referida al deporte. En este caso, “pedrada” se refiere a un mal golpeo al balón que repercute en un mal pase o lanzamiento. También puede ser sinónimo de un lanzamiento con mucha potencia.
- * “Pegada al poste”: expresión empleada para indicar que un balón ha pasado muy cerca de la portería.
- * “Pegar”: sinónimo de golpear.
- * “Pelota larga”: con esta expresión se hace referencia a que un jugador de fútbol ha desplazado un balón desde un punto concreto a muchos metros de distancia y en dirección a la portería contraria a la que defiende.
- * “Pelotazo”: aunque la RAE define este término como “golpe dado con la pelota de jugar”, se podría aclarar que este término se puede emplear, al menos, en dos ocasiones: o bien cuando un jugador golpea el balón con mucha fuerza o, por otra parte, cuando un jugador recibe un fuerte impacto en su cuerpo (“recibir un pelotazo”). “Pelotazo de pase” también se puede emplear para referirse a un buen pase o a un mal pase.
- * “Pelotazo y tentetieso”: tópico para significar que un jugador ha desplazado el balón en largo.
- * “Penetrar”: la RAE no recoge ninguna acepción deportiva sobre este término pero Castañón (2004: 199) lo define como la “incursión de un atacante hacia la meta contraria, tras superar la defensa” o la “acción por la que un deportista avanza su posición en el campo rival con el fin de obtener más eficacia en un ataque”.

- * “Perfilar”: verbo que sirve para indicar que un jugador se está situando de tal manera que favorezca su disparo o acción de ataque. También este término se emplea como sinónimo de “parecer” (Ejemplo: “Se perfila para lanzar”: “parece que va a lanzar”).
- * “Picar la pelota”: golpear la pelota de tal manera que el balón va desde abajo hacia arriba, dibujando una curva; generalmente el golpeo se da en la base del esférico.
- * “Piedra angular”: esta expresión se emplea para definir a un jugador que tiene un papel muy importante, generalmente por su gran calidad, en un equipo.
- * “Pieza”: empleado como sinónimo de jugador.
- * “Poder matar”: expresión empleada para indicar que un equipo tiene la posibilidad de encarrilar una victoria tiempo antes de que concluya la prueba deportiva.
- * “Poner”: empleado como sinónimo de centrar.
- * “Ponerla de rosca”: centrar el balón de tal forma que el esférico dibuja un semicírculo en el aire.
- * “Poner plana”: expresión empleada cuando el balón se golpea de tal manera que el balón traza una imaginaria línea recta en el aire.
- * “Presión”: este término es definido por Castañón (2004: 211) como la “táctica defensiva que consiste en acosar en bloque al equipo que tiene la posesión del balón para contrarrestar su juego ofensivo”.
- * “Primer acto”: expresión utilizada para referirse al primer tiempo (por ejemplo, en un partido de fútbol).
- * “Primer palo”: dicese del palo de la portería más cercano al punto desde donde se lanza el balón. Contrapuesto: segundo palo.
- * “Primeros/segundos”: en tenis, términos utilizados para referirse a “primeros saques” o “segundos saques”.
- * “Prolongación”: tiempo que se añade en determinados deportes, como el fútbol, al tiempo oficial, a consideración del árbitro, por posibles demoras que hubieran ocurrido durante el desarrollo de la prueba. De forma errónea se suele sustituir por “tiempo de descuento”, cuando en realidad es “de añadido”.
- * “Punto de penalti”: en fútbol, el punto situado a once metros de la portería desde donde se lanza un penalti, en caso de que éste se produzca.

- * “Punto kilométrico”: durante una etapa de una carrera ciclista, kilómetro en el que hay algún tipo de bonificación o acontece algún hecho relevante.
- * “Quedar muerto”: se emplea la expresión “el balón queda muerto” o “la bola queda muerta” para referirse a que queda estático, sin movimiento.
- * “Quinteto inicial”: conjunto de cinco jugadores de baloncesto con los que el equipo inicia el partido.
- * “Rabona”: en el fútbol, es la forma de golpear la pelota de tal manera que la pierna que golpea el balón pasa por detrás de la que sostiene el peso del cuerpo; de tal manera, en el golpeo las piernas quedan entrecruzadas.
- * “*Racing*”: “anglicismo que llevan incorporados algunos clubes” (Aleixandre-Benavent *et. al.*, 2007: 120).
- * “Rechace”: término no aceptado por la RAE aunque sí existe la palabra “rechazo”, cuya definición se podría aplicar igualmente para el término “rechace”. Significa devolver un balón, por norma general, dentro de una acción defensiva.
- * “Recortar”: en fútbol, es un tipo de regate. Castañón (2004: 221) define el recorte como el “movimiento del cuerpo para no dejarse arrebatar el balón de los pies mientras se avanza con él”.
- * “Recular”: replegarse.
- * “Redebutar”: volver a debutar.
- * “Regalo”: metafóricamente, acción en la que un deportista facilita inintencionadamente a su rival una clara acción de peligro.
- * “Reglas *FIBA*”: en baloncesto, el reglamento impuesto por la *FIBA*.
- * “Reglas *NBA*”: en baloncesto, el reglamento que se sigue en la competición baloncestística de Estados Unidos.
- * “Replegar”: término empleado para definir la situación en la que un equipo vuelve a reordenarse en defensa tras perder la posesión de la pelota cuando atacaba.
- * “Restador”: en tenis, tenista que resta.
- * “Resultadista”: que le da importancia al resultado.
- * “Reverso”: generalmente se emplea en baloncesto cuando un jugador, que es presionado a sus espaldas por un contrincante, hace el amago de ir hacia un lado pero acaba yéndose al opuesto.

- * “Robar”: metafóricamente esta palabra es empleada como sinónimo de “arrebatar”.
- * “*Roland Garros*”: torneo anual de tenis que se celebra en París (Francia) sobre un terreno de tierra batida.
- * “Romper el saque”: en tenis, dicese cuando un tenista gana el juego que sirve su rival.
- * “Sacador”: en tenis, tenista que saca.
- * “Salir a por uvas”: coloquialismo para definir que un portero ha realizado una errónea salida a por el balón.
- * “Saque abierto”: En tenis, saque que va hacia el exterior de la pista.
- * “Saque de arco”: sinónimo de “saque de puerta”.
- * “Saque cerrado”: En tenis, saque que va hacia el interior o el centro de la pista.
- * “Saque de banda”: o también denominado “saque de lateral”, es el saque que realiza, en fútbol, un jugador cuando el balón sale del campo por alguna de las líneas laterales.
- * “Saque de puerta”: en fútbol, es el saque que se produce después de un ataque fallido de un determinado equipo, que acaba con el balón rebasando la línea de fondo. El saque de puerta ha de producirse con el balón situado en el área pequeña de su terreno de juego. Sinónimo de “saque de portería”.
- * “Salir”: en ocasiones, término empleado para referirse a “avanzar”.
- * “Sentenciar el partido”: tópico con el que se expresa que el partido está prácticamente finiquitado pues la diferencia en el marcador es tan grande que hace prácticamente imposible que el equipo que va perdiendo pueda remontar.
- * “Se va a la calle”: expresión empleada como sinónimo de expulsión.
- * “Subir”: en ciclismo, ir desde posiciones atrasadas hacia los puestos de cabeza. En otros deportes, como el fútbol, avanzar desde posiciones atrasadas a posiciones de ataque.
- * “Subir a la red”: en tenis, momento en que un tenista se desplaza del fondo de la pista hacia una posición más cercana a la red.
- * “Tanto”: sinónimo de “gol”.
- * “Tapar”: evitar que el rival avance.
- * “Taponar”: acción y efecto de realizar un tapón.
- * “Técnico”: entrenador.
- * “Terreno atacante”: zona de ataque.

- * “Terreno defensivo”: zona de defensa.
- * “*Tie-break*”: o muerte súbita, es un sistema de desempate utilizado en algunos deportes –como el tenis– para dilucidar el ganador, de un determinado juego o del partido en sí, mediante el logro de un objetivo concreto (por ejemplo: en tenis, conseguir al menos siete puntos con una diferencia de dos sobre tu rival).
- * “Tiene salida por fuera/dentro”: expresión utilizada para significar que un jugador puede ir hacia la parte exterior/interior del terreno de juego.
- * “Tiempo de descanso”: interrupción de la prueba deportiva contemplada en la reglamentación para que los jugadores puedan descansar durante el tiempo previsto en dicho reglamento.
- * “Tiene un guante en el pie”: expresión empleada para referirse a la alta calidad de un jugador.
- * “Tiempo muerto”: en algunos deportes, pequeño receso generalmente en torno al minuto, solicitado por un entrenador para que los jugadores descansen. Durante el tiempo muerto, los entrenadores pueden dar consignas técnicas.
- * “Tirar el fuera de juego”: expresión con la que se quiere decir que un equipo realiza una acción con el objeto de dejar en fuera de juego a jugadores del equipo rival.
- * “Tiro de dos”: en baloncesto, lanzamiento que en caso de anotarse vale dos puntos.
- * “Tiro de tres”: en baloncesto, lanzamiento que en caso de anotarse vale tres puntos. Triple.
- * “Título”: competición que se adjudica un deportista o equipo (ejemplo: “El Real Madrid ganó el título de Liga en la temporada 2011/12”).
- * “Toque”: sinónimo de pase.
- * “*Tour* de Francia”: carrera ciclista de tres semanas que se disputa en Francia anualmente.
- * “Triangular”: acción del juego en la que participan tres jugadores.
- * “Tocar”: empleado como sinónimo de “pasar”. Aceptado en la RAE con esta acepción como un término empleado en argentina.
- * “Triangulación”: jugada en la que participan tres jugadores, pasándose el esférico entre ellos, generalmente en un breve espacio de tiempo y de lugar.

- * “Tutear”: este verbo se utiliza para referirse a que un equipo, en teoría de menos nivel y calidad que su rival, está afrontando la prueba deportiva como si ambos equipos estuvieran en las mismas condiciones.
- * “Tuya-mía”: rápida jugada en la que dos jugadores se pasan el balón entre ellos en más de una ocasión.
- * “Va como un auténtico disparo”: ir muy rápido.
- * “Viejo roquero”: sinónimo de jugador veterano que sigue en activo.
- * “Visitante”: dicese del equipo que no juega en su propio estadio sino en el del rival.
- * “Vuelta a España”: carrera ciclista de tres semanas que se celebra en España anualmente.
- * “Vuelta rápida”: en deportes de motor, vuelta más rápida realizada por un deportista, pudiéndose referir a la vuelta personal o a la vuelta de la prueba.
- * “Zaga”: la RAE lo define como el “jugador que actúa en último lugar”. No obstante, por “zaga” se puede entender como la línea defensiva en pleno.
- * “Zona comprometida”: sinónimo de zona de peligro.
- * “Zona de creación”: zona en la que un equipo inicia sus jugadas de ataque.
- * “4-3-3”: sistema de juego compuesto por cuatro defensas, tres mediocampistas y tres delanteros. Es uno de los múltiples sistemas que pueden existir.

Aunque inicialmente y durante la investigación se habían anotado ciertos términos como neologismos, se ha omitido su inclusión en la lista anterior al contar estos con definiciones de la RAE, que se aproximan a la idea que aquí se hubiera propuesto.

Tal es el caso de las palabras acongojado, acongojar, afición, alirón, amagar, apretar, arco, área, aro, asistencia, atacar, ataque, banda”, banquillo, barrera, batir, bonificación, brazada, calle, canasta (en las dos acepciones de la RAE), cancha, capitán”, cargar, carrera, categoría, central, centrar, centro, chut, chutar, cobertura, colegiado, combinar, conducir, conectar, contrarreloj, cortar, crack, crono, culé, debut, debutar, defensa, derbi, despeja, despejar, desplazamiento, desplazar, disparar, disparo, driblar, eje, eliminatoria, encajar, encarar,

encimar, encuentro, entregar, escapada, esférico, esprintar, etapa, falta, fase, fuera de juego, gancho, golpear, guardameta, jornada, jugada, lanzamiento, largo, lateral, líbero, líder, línea de meta, linier, maillot, mandar, manga, marcar (a un jugador), mariposa, mate, míster, pachanga, partido, partido de ida, partido de vuelta, pase, pelota, penalti, pista, prolongar, puerta, rebote, recepción, rebote, rechazar, rematar, remate, restar, resto, revés, ronda, saque de esquina, sentenciar, servicio, servir, set, sprint, tapar, tapón, tarjeta amarilla, tarjeta roja, temporada, tirar, tiro libre, trallazo, vuelta y yarda.

8.3.5. Extranjerismos⁸²

A continuación se presentan los extranjerismos encontrados en la muestra seleccionada:

- * *Alley oop*: (del inglés). En baloncesto, es una jugada de ataque en la que participan dos jugadores: el primero realiza un pase en el que el balón queda a pocos centímetros del aro y el segundo jugador, tras saltar y quedar suspendido en el aire, atrapa el balón y realiza un mate.
- * *Amarela*: (del portugués). Amarillo, en portugués.
- * *Break*: (del inglés). En tenis, que un tenista gane un juego cuando sirve el rival.
- * *Champions*: (del inglés). Campeones.
- * *Champions League*: (del inglés). Liga de Campeones.
- * *Dream Team*: (del inglés). Equipo de ensueño.
- * *Drive*: (del inglés). En tenis, golpe básico dado sobre la pelota después del bote.
- * *DRS*: (del inglés): Sistema de reducción de resistencia al avance.
- * *FIBA*: (del inglés). *International Basketball Federation*: Federación Internacional de Baloncesto.
- * *Giro*: (del italiano). Vuelta.
- * *Grand Slam*: (del inglés). En tenis, está constituido por cuatro torneos: Abierto de Australia, *Roland Garros*, *Wimbledon* y Abierto de Estados Unidos.
- * *Hat-trick*: (del inglés). Durante un partido de fútbol, que un mismo jugador marque tres goles.

⁸² Ordenación alfabética.

- * *Killer*: (del inglés). Significa “asesino”. Generalmente en fútbol, es un término que se emplea para referirse a un delantero que marca una gran cantidad de goles en una competición o es el máximo goleador del equipo en el que juega.
- * *Maglia*: (del italiano). Camiseta, maillot.
- * *NBA* (del inglés). *National Basketball Association*: Asociación Nacional de Baloncesto.
- * *Passing*: (del inglés). En tenis, acción en la que el tenista logra hacer un punto, rebasando a su rival.
- * *Play off*: (del inglés). “Fase final de un torneo o liguilla” (Aleixandre-Benavent *et. al.* 2007: 120).
- * *Roland Garros*: (del francés). Torneo anual de tenis que se celebra en París (Francia) sobre un terreno de tierra batida.
- * *Smash*: (del inglés). En tenis, golpe dado por el tenista con una gran fuerza en un movimiento de brazo similar al del saque.
- * *Tie-break*: (del inglés). O muerte súbita, es un sistema de desempate utilizado en algunos deportes –como el tenis– para dilucidar el ganador de un determinado juego o del partido en sí mediante el logro de un objetivo concreto (por ejemplo: en tenis, conseguir al menos siete puntos con una diferencia de dos sobre el rival).
- * *Tour*: (del francés). Vuelta.

8.3.6. Préstamos⁸³

Según Merayo y Pérez (2001: 171-174) los préstamos se pueden clasificar en internos –tales como el gallego, vascuence o catalán– y externos. Los externos, a su vez, quedarían diversificados en los cultismos –términos provenientes del latín y griego, que no han sufrido modificación o con leves modificaciones– y barbarismos –aquellos que no provienen ni del griego ni del latín, es decir: galicismos, arabismos, italianismos, germanismos o anglicismos, entre otros. A continuación se presentan los préstamos encontrados durante la investigación –junto a cada uno de ellos, su procedencia según la RAE– tomando los extranjerismos internos y los distintos barbarismos así como los helenismos más habituales:

⁸³ Ordenación alfabética.

- * Aguantar: italianismo.
- * Alemán: galicismo.
- * Alirón: del árabe hispánico.
- * Amagar: quizás del gótico.
- * Amarrar: galicismo.
- * Análisis: helenismo.
- * Arrimar: de origen incierto.
- * Atacar: italianismo.
- * Atrapar: galicismo.
- * Aventaja: galicismo.
- * Balonmano: germanismo.
- * Banda: galicismo.
- * Bagaje: galicismo.
- * Balón: galicismo.
- * Baloncesto: anglicismo.
- * Balonmano: germanismo.
- * Batalla: galicismo.
- * Blanco: germanismo.
- * Blaugrana: catalanismo.
- * Bloquear: galicismo.
- * Bola: provenzalismo.
- * Box: anglicismo.
- * Bronce: italianismo.
- * Buscar: quizás voz de origen celta.
- * Cabina: galicismo.
- * Calambre: galicismo.
- * Cambiar: galolatino.
- * Camino: celtolatino.
- * Campeón: italianismo.
- * Cancha: quechuismo.
- * Cartulina: italianismo.
- * Cero: italianismo.
- * Chándal: galicismo.
- * Chapó: galicismo.
- * Chut: anglicismo.
- * Chutar: anglicismo.
- * Ciclismo: galicismo.
- * Ciclista: galicismo.
- * Club: anglicismo.
- * Conectar: anglicismo.
- * Control: galicismo.
- * Controla: galicismo.
- * Controlar: galicismo.
- * Córner: anglicismo.
- * Crack: anglicismo.
- * Criterio: helenismo.
- * Debut: galicismo.
- * Debutar: galicismo.
- * Delicatessen: anglicismo.
- * Derbi: anglicismo.
- * Despeja: portuguesismo.
- * Despejar: portuguesismo.
- * Detalle: galicismo.
- * Driblar: anglicismo.
- * Empatar: italianismo.
- * Entrenar: galicismo.
- * Escuadra: italianismo.
- * Español: provenzalismo.
- * Etapa: galicismo.
- * Faceta: galicismo.
- * Fase: helenismo.
- * Festejar: italianismo.
- * Flanco: galicismo.
- * Francés: provenzalismo.
- * Fútbol: anglicismo.
- * Ganar: quizás del gótico.
- * Gasolina: anglicismo.
- * Gol: anglicismo.
- * Gris: quizás del provenzal.
- * Guardameta: anglicismo.
- * Izquierdo/a: vasquismo.
- * Jefe: galicismo.
- * Jornada: quizás del provenzal.

- * Kilómetro: helenismo.
- * Líbero: italianismo.
- * Líder: anglicismo.
- * Linier: anglicismo.
- * Liza: galicismo.
- * Loco: quizás, del árabe hispánico.
- * Macabro: galicismo.
- * Maillot: galicismo.
- * Manejar: italianismo.
- * Maquillar: galicismo.
- * Maratón: helenismo.
- * Marcar: italianismo.
- * Marchar: galicismo.
- * Medalla: italianismo.
- * Metro: helenismo.
- * Míster: anglicismo.
- * Mito: helenismo.
- * Mogollón: italianismo.
- * Montar: galicismo.
- * Pelota: provenzalismo.
- * Penalti: anglicismo.
- * Pifiar: germanismo.
- * Piloto: italianismo.
- * Pista: italianismo.
- * Porcentaje: anglicismo.
- * Portugués: portuguesismo.
- * Protagonista: helenismo.
- * Quinteto: italianismo.
- * Racing: anglicismo.
- * Rechazar: galicismo.
- * Récord: anglicismo.
- * Recular: galicismo.
- * Riesgo: italianismo.
- * Ronda: voz de origen romance.
- * Sacar: quizás del gótico.
- * Set: anglicismo.
- * Sprint: anglicismo.
- * Tapón: galicismo.
- * Tenis: anglicismo.
- * Tirar: de origen incierto.
- * Triple: etimología discutida.
- * Vikingo: anglicismo.
- * Volcán: portuguesismo.
- * Yarda: anglicismo.
- * Zaga: del árabe hispánico.

8.3.7. Términos con origen semántico diferente al deporte⁸⁴

En muchas ocasiones, la terminología deportiva ha tenido cabida en lenguajes o formas de hablar de otros ámbitos de la vida: “El deporte [...] ha invadido numerosas parcelas de la vida cotidiana: la moda, la comida, la manera de ser y de actuar, y la lengua estándar de los países desarrollados” (Aleixandre-Benavent *et. al.*, 2007: 117).

Y esto explicado de forma inversa significaría que de otros campos semánticos también se han adoptado ciertos términos. Así es que hay determinadas palabras que originariamente tienen un significado semántico diferente a las acepciones deportivas. De los

⁸⁴ Ordenación alfabética.

términos que han formado parte de la muestra, se propone la siguiente clasificación:

- **Origen animal:**

* Caracolear

* Chicharro

- **Origen arquitectónico / construcción / carga:**

* Alineación

* Arquitecto

* Arrasar

* Arrastrar

* Bagaje

* Carga

* Cargar

* Cintar

* Construir

* Eje

* Enganchar

* Maquinaria

* Triangulación

- **Origen automovilístico:**

* Carril

* Conducir

* Control

* Encarrilar

- **Origen bélico / militar:**

* Al ataque

* Atacar

* Ataque

* Armado

* Armarse

* Avanzar

* Batalla

* Batallador

* Bomba' Navarro

* Capitán

* Contraataque

* Defender

* Defensa

* Defensivo

* Disparo

* Disparar

* Dominios

* Escuadra

* Estrategia

* Explotar

* Lucha

* Luchar

* Pistolero

* Presionar

* Quemarropa

* Recular

* Replegar

* Revolución

* Sitio

* Tiro

- **Origen de comida:**

* Comer

* Delicatessen

- **Origen de hazaña / emblemático:**

* Épica

* Gesta

* Ídolo

* Monumental

- **Origen de limpieza:**

* Aclarar

* Mojar

- **Origen de marina:**

* Amarrar

- * Caraja
- * Escorar
- * Hundir
- * Marcación
- **Origen en instrumentos y utensilios:**
- * Bandeja
- * Barrera
- * Cruceta
- * Ensaladera
- * Llave
- * Tapón
- **Origen geográfico y geológico:**
- * Divisoria
- * Francés
- * Portugués´
- * Territorio
- **Origen jurídico:**
- * Banquillo
- * Sentencia
- * Sentenciar
- **Origen matemático / físico:**
- * A medio gas
- * Física
- * Restar
- * Sumar
- **Origen material:**
- * Cantera
- * Cuero
- **Origen médico:**
- * Ingresar
- * Presión
- * Pulso
- **Origen mortuario:**
- * Asfixiar
- * Balón muerto

- * Matar
- * Morir
- * Palmar
- **Origen predictor:**
- * Leer las intenciones
- Origen religioso:
- * Parroquia
- **Origen según su forma:**
- * Bola
- * Esférico
- * Rosca
- **Origen según su situación:**
- * Banda
- * Costado
- * Flanco
- * Perfilar
- * Posición
- * Zaga
- **Origen según sus acciones:**
- * Acomodar
- * Ampliar
- * Arrancar
- * Arreglar
- * Autorizar
- * Abrir
- * Bajar
- * Bloquear
- * Buscar
- * Cerrar
- * Colgar
- * Cortar
- * Desdoblar
- * Dibujar
- * Dormir
- * Encajar
- * Encerrar
- * Enviar

- * Finiquitar
- * Imponer
- * Lanzar
- * Mandar
- * Leer
- * Montar
- * Pegar
- * Picar
- * Recibir
- * Rematar
- * Romper
- * Servir
- * Suspende
- * Tapar
- * Taponar
- * Tutear
- * Vender
- Origen violento / de lucha:
- * Golpe
- * Golpear
- * Morder
- * Paliza
- * Palizón
- * Pelear
- * Pugna
- * Recortar
- * Refriega
- * Robar
- * Tocar
- * Triangular
- **Otros:**
- * Apertura
- * Cambio
- * Dibujo
- * Directo
- * Envío
- * Expeditivo

- * Falta
- * Filosofía
- * Grada
- * Hueco
- * Jefe
- * Manejar
- * Manga
- * Meter en el congelador
- * Pelota
- * Pelotón
- * Permanencia
- * Protagonista
- * Recepción
- * Remate
- * Respuesta
- * Ronda
- * Servicio
- * Técnica
- * Título
- * Visitante

8.3.8. Errores

Se encontraron un total de 98 errores, que se pueden relacionar con:

- Mala pronunciación (ejemplo: “presionao” en vez de “presionado”)
- Omisión de artículos y preposiciones (ejemplo: “por (la) línea de fondo”)
- Palabras de dudoso significado (ejemplo: “redebutar”)
- Acortamiento o fusión de palabras de forma incorrecta (ejemplo: “pa abajo” en vez de “para abajo”)
- Frases mal construidas o con un dudoso sentido semántico (ejemplos: “haciendo Valencia sufrir muchísimo”, “corta la pelota”, “por delante en el marcador”, “subir al marcador”)
- Empleos verbales erróneos (ejemplo: “queda cincuenta segundos” en vez de “quedan cincuenta segundos”)
- Errores semánticos (ejemplo: “tiempo de descuento” en vez de “tiempo de añadido”)
- Vulgarismos (ejemplo: “aquí están mis huevos”).

8.4. Resultados contextuales⁸⁵

8.4.1. El receptor

Según los resultados alcanzados a través de la encuesta realizada entre el 3 de octubre de 2011 y el 21 de octubre de 2011, en primer lugar, se puede destacar que el programa más escuchado por los radioyentes castellanoleoneses de retransmisiones deportivas radiofónicas es “Carrusel Deportivo”, de la Cadena SER, seguido por “Tiempo de

⁸⁵ Los resultados presentados en este epígrafe (referidos a la encuesta) han sido redactados en forma de tres artículos, con el fin de ir presentando los resultados parciales. Uno de ellos fue publicado en la revista *Razón y Palabra*, con el título “El radioyente castellanoleonés de retransmisiones deportivas. El fútbol como reclamo y la incidencia del ‘radioyente’ en esta región de España” (Herrero, 2013). Otro, titulado “Lenguaje y dicción en las retransmisiones deportivas radiofónicas: La percepción según los oyentes castellanoleoneses”, fue publicado en *Revista Mediterránea de Comunicación*” (Herrero y Acle, 2013). Un tercero, titulado “El radioyente castellanoleonés de retransmisiones deportivas de la radio generalista. Estudio de cinco variables: sus preferencias, fidelización, satisfacción, motivaciones y medio de escucha” está siendo evaluado a octubre de 2013 (Herrero, inédito).

Juego”, de la COPE. El tercero más escuchado: “Radioestadio”, de Onda Cero y los dos últimos: el programa de Punto Radio⁸⁶ (“El Mirador de la Liga” hasta la temporada 2010/11 y “La Liga en Punto” a partir de la temporada 2011/12) y el de RNE (“Tablero Deportivo”) (tabla 31):

Tabla 31. Programas más escuchados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	106	53,0	53,0	53,0
Tiempo de Juego (COPE)	52	26,0	26,0	79,0
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2011/12) (Punto Radio)	10	5,0	5,0	84,0
Radioestadio (Onda Cero)	20	10,0	10,0	94,0
Tablero Deportivo (Radio Nacional de España)	8	4,0	4,0	98,0
No sé cuál escucho	4	2,0	2,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En esta misma hipótesis, si se trata de averiguar cuál era el programa más escuchado por regiones, los datos indican que los dos programas más escuchados en términos globales son también los dos más seguidos, independientemente de la región (tabla 32):

Tabla 32. Programas más escuchados por región

	Región		
	Oeste	Centro	Este
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	48,1%	66,2%	43,1%
Tiempo de Juego (COPE)	30,9%	16,2%	31,4%
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2010/11) (Punto Radio)	2,5%	1,5%	13,7%
Radioestadio (Onda Cero)	9,9%	10,3%	9,8%
Tablero Deportivo (Radio Nacional de España)	6,2%	2,9%	2,0%
No sé cuál escucho	2,5%	2,9%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

⁸⁶ La emisora Abc Punto Radio nació una vez realizada la encuesta.

Con las dos siguientes tablas de contingencia se trató de averiguar cuáles eran las franjas de edad en la que estos programas tienen un mayor éxito. En la primera tabla (33) se puede observar cuáles son las diferencias referentes a cada uno de los programas, estudiándolos de forma independiente. Y en la siguiente tabla (34), se estudian los programas de forma conjunta, según cada uno de los tres grupos de edad:

Tabla 33. Programas más escuchados por grupos de edad (I)

	Grupos de edad (en años)			Total
	Entre 14 y 34	Entre 35 y 54	55 o más	
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	23,6%	39,6%	36,8%	100,0%
Tiempo de Juego (COPE)	23,1%	55,8%	21,2%	100,0%
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2010/11) (Punto Radio)	60,0%	40,0%		100,0%
Radioestadio (Onda Cero)	30,0%	25,0%	45,0%	100,0%
Tablero Deportivo (Radio Nacional de España)		37,5%	62,5%	100,0%
No sé cuál escucho	50,0%	50,0%		100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: Elaboración propia

Tabla 34. Programas más escuchados por grupos de edad (II)

	Grupos de edad		
	Entre 14 y 34	Entre 35 y 54	55 o más
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	49,0%	49,4%	60,9%
Tiempo de Juego (COPE)	23,5%	34,1%	17,2%
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2010/11) (Punto Radio)	11,8%	4,7%	
Radioestadio (Onda Cero)	11,8%	5,9%	14,1%
Tablero Deportivo (Radio Nacional de España)		3,5%	7,8%
No sé cuál escucho	3,9%	2,4%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: Elaboración propia

Se realizó un análisis de los programas más escuchados tomando como base la variable “género” (tabla 35):

Tabla 35. Programas más escuchados por género

	Género	
	Hombre	Mujer
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	43,5%	74,2%
Tiempo de Juego (COPE)	31,9%	12,9%
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2010/11) (Punto Radio)	4,3%	6,5%
Radioestadio (Onda Cero)	13,0%	3,2%
Tablero Deportivo (Radio Nacional de España)	5,8%	
No sé cuál escucho	1,4%	3,2%
Total	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En cuanto a la hipótesis 4.2, ésta trataba de medir la frecuencia con la que el oyente es a la vez televidente. Los resultados indicaron que nunca lo habían hecho el 58,5% de los encuestados. Salvo un 1% de valores perdidos, en los restantes casos sí lo habían hecho en alguna ocasión, con la siguiente frecuencia (tabla 36):

Tabla 36. Encuestados que se declaran radioyentes y televidentes al mismo tiempo

	Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Siempre que puedo	7	3,5	3,5	3,5
Habitualmente sí pero no siempre	9	4,5	4,5	8,0
A veces	37	18,5	18,5	26,5
Casi nunca	28	14,0	14,0	40,5
Nunca lo he hecho en mi vida	117	58,5	58,5	99,0
Valores perdidos	2	1,0	1,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En este sentido, las mayores diferencias se producen entre hombres y mujeres (tabla 37) y en la variable “región” (tabla 38):

Tabla 37. Encuestados que se declaran radioyentes y televidentes al mismo tiempo (por variable “género”)

		Género	
		Hombre	Mujer
Los acontecimientos deportivos que escucha por radio, ¿los ve también por televisión?	Siempre que puedo	3,6%	3,2%
	Habitualmente sí pero no siempre	5,8%	1,6%
	A veces	18,8%	17,7%
	Casi nunca	16,7%	8,1%
	Nunca lo he hecho en mi vida	55,1%	66,1%
	Valores perdidos		3,2%
Total		100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Tabla 38. Encuestados que se declaran radioyentes y televidentes al mismo tiempo (por variable “región”)

		Región		
		Oeste	Centro	Este
Los acontecimientos deportivos que escucha por radio, ¿los ve también por televisión?	Siempre que puedo	6,2%		3,9%
	Habitualmente sí pero no siempre	2,5%	1,5%	11,8%
	A veces	9,9%	29,4%	17,6%
	Casi nunca	4,9%	20,6%	19,6%
	Nunca lo he hecho en mi vida	74,1%	48,5%	47,1%
	Valores perdidos	2,5%		
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En lo que se refiere a los oyentes que sí sintonizan paralelamente la imagen de la televisión y el sonido radiofónico, los motivos –hipótesis 4.3– por los que lo hacen fueron los siguientes (tabla 39)⁸⁷:

Tabla 39. Motivos por los que el receptor se declara radioyente y televidente al mismo tiempo

MOTIVO	Frecuencia	%
Simplemente porque me apetece o me gusta	18	9%
Porque así no es necesario que esté delante del televisor todo el tiempo	17	8,5%
Porque, al mismo tiempo que la radiofónica, también escucho la televisiva y así tengo dos puntos de vista distintos	7	3,5%
Porque mi televisor tiene una opción de audio para escuchar el sonido radiofónico al mismo tiempo que veo el acontecimiento deportivo	4	2%
Porque me parece que los locutores de radio están más preparados	11	5,5%
Porque los locutores de radio me gustan más que los de televisión	21	10,5%
Porque en la televisión hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta	6	3%
Porque me gusta que me estén narrando continuamente lo que veo	3	1,5%
Porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional	22	11%
Porque la retransmisión en radio me parece más entretenida	14	7%
Porque la retransmisión en radio me parece más seria y formal	8	4%
Porque en la locución radiofónica participa un mayor número de comentaristas	4	2%
Porque así sigo otros acontecimientos deportivos al mismo tiempo	3	1,5%
Porque en la radio me ofrecen más datos	2	1%
Porque en la radio el sonido llega antes	0	0%
No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado	12	6%
Otro motivo	8	4%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

También se les preguntó a los encuestados cuáles eran los motivos por los que no sintonizaban paralelamente la imagen de la televisión y

⁸⁷ Hay que tener en cuenta que los encuestados podían elegir tantas opciones como quisieran. Se realizó mediante pregunta abierta y el encuestador iba dirigiendo la respuesta según los motivos que fuera indicando el encuestado.

el sonido radiofónico. Los motivos por los que no lo hacían fueron los siguientes (tabla 40)⁸⁸:

Tabla 40. Motivos por los que el receptor no se declara radioyente y televidente al mismo tiempo

MOTIVO	Frecuencia	Porcentaje
Porque no me apetece o no me gusta	33	16,5%
Porque no tengo transistor en ese momento / o el aparato tecnológico usado habitualmente para tal efecto	33	16,5%
Por el retardo del sonido televisivo (el sonido radiofónico llega antes que el de la televisión)	4	2%
Los acontecimientos deportivos que veo por televisión no se retransmiten por radio	6	3%
Porque me parece que los locutores de televisión están más preparados	2	1%
Porque los locutores de televisión me gustan más que los de radio	6	3%
Porque en la radio hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta	1	0,5%
Porque la locución televisiva me parece más intensa y pasional	9	4,5%
Porque la retransmisión en televisión me parece más entretenida	4	2%
Porque la retransmisión en televisión me parece más seria y formal	3	1,5%
Porque en la televisión me ofrecen más datos	6	3%
Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión	29	14,5%
No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado	73	36,5%
Otro motivo	17	8,5%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Para resolver la hipótesis 4.4, los resultados obtenidos a la pregunta planteada (“¿Cree usted que en su vida cotidiana, su forma de hablar puede estar influida en algún aspecto por el lenguaje deportivo que escucha en las retransmisiones deportivas radiofónicas?”) fueron los siguientes (tabla 41):

⁸⁸ Hay que tener en cuenta que los encuestados podían elegir tantas opciones como quisieran. Se realizó mediante pregunta abierta y el encuestador iba dirigiendo la respuesta según los motivos que fuera indicando el encuestado.

Tabla 41. Posible influencia del lenguaje deportivo sobre el receptor de retransmisiones deportivas radiofónicas

		¿Cree usted que en su vida cotidiana, su forma de hablar puede estar influida en algún aspecto por el lenguaje deportivo que escucha en las retransmisiones deportivas radiofónicas?					Total
		Sí. Me influye de forma positiva	Sí. Me influye de forma negativa	Sí. Pero no me influye de forma positiva ni negativa	No me influye	Valores perdidos	
Hom.	%	18,5%		16,3%	60,7%	4,4%	100,0%
	% del total	12,9%		11,3%	42,3%	3,1%	69,6%
Muj.	%	32,2%	5,1%	16,9%	39,0%	6,8%	100,0%
	% del total	9,8%	1,5%	5,2%	11,9%	2,1%	30,4%
Total	%	22,7%	1,5%	16,5%	54,1%	5,2%	100,0%
	% del total	22,7%	1,5%	16,5%	54,1%	5,2%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Para resolver la hipótesis 4.6 (“Los receptores de este tipo de género tienen una percepción positiva de lo que escuchan y un alto grado de satisfacción”) los resultados, como se indicó en la metodología, se trataron de medir a partir de cuatro cuestiones. Con la primera de ellas se solicitaba la nota otorgada a los programas y se obtuvieron los siguientes resultados (tabla 42):

Tabla 42. Nota otorgada a los programas por los receptores

	Nota otorgada						
	4	5	6	7	8	9	10
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	2,8%	9,4%	19,8%	25,5%	23,6%	14,2%	4,7%
Tiempo de Juego (COPE)	3,8%	9,6%	28,8%	19,2%	13,5%	21,2%	3,8%
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga) (Punto Radio)		20,0%	30,0%	20,0%	30,0%		
Radioestadio (OC)			25,0%	15,0%	35,0%	25,0%	
Tablero Deportivo (RNE)		12,5%	25,0%	25,0%	25,0%	12,5%	
No sé cuál escucho			50,0%	25,0%	25,0%		
Total (Media)	2,5%	9,0%	24,0%	22,5%	22,5%	16,0%	3,5%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Con la segunda cuestión, se trataba de valorar el lenguaje deportivo empleado en este género y la percepción por parte del oyente (tabla 43):

Tabla 43. Tipo de lenguaje percibido por el receptor

Un tipo de lenguaje...				
Término para definirlo	Porcentaje válido	Término para definirlo	Porcentaje válido	Encuestados que no señalaron ninguna opción
Correcto	95%	Incorrecto	3,5%	1,5%
Adecuado	97%	Inadecuado	2%	1%
Claro	89,5%	Difuso	8%	2,5%
Conciso	66,5%	Extenso	26%	7,5%
Culto	42%	Vulgar	19,5%	38,5%
Entretenido	87%	Aburrido	4,5%	8,5%
Sencillo	80,5%	Complejo	5,5%	14%
Comprensible	95,5%	Incomprensible	0,5%	4%
Coloquial	83,5%	Técnico	5%	11,5%
Respetuoso	69%	Irrespetuoso	6%	25%
Con muchos recursos lingüísticos	32%	Pobre en recursos lingüísticos	25,5%	42,5%
Número de tópicos adecuado	53%	Con demasiados tópicos	20,5%	26,5%
Tolerante	89,5%	Racista	1,5%	9%
Repetitivo	58%	No repetitivo	28%	14%
Sexista	9%	No sexista	62,5%	28,5%
Otros	3,5%			

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Cuando los encuestados contestaron otros motivos, las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

- Son neutrales (1%)
- Profesionalidad (1%)
- Son los mejores locutores (0,5%)
- Dan un toque especial (0,5%)
- Hablan todos a la vez y no me gusta porque no te enteras más que de media hora de programa (0,5%).

En tercer lugar, la siguiente pregunta estaba encaminada a examinar la percepción del receptor en cuanto a los errores cometidos por los

integrantes presentes durante una retransmisión deportiva radiofónica (tabla 44):

Tabla 44. Percepción de los errores por parte del receptor

¿Cree que se cometen errores en el lenguaje empleado por los locutores y comentaristas?	Frecuencia	%	% válido
Sí, muchos	22	11,0	11,0
Sí, a veces	113	56,5	56,5
No	64	32,0	32,0
Valores perdidos	1	,5	,5
Total	200	100,0	100,0

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En este sentido, las mayores diferencias se observaron en las variables de “edad” (tabla 45) y de “región” (tabla 46) y no así en la variable “género”:

Tabla 45. Percepción de los errores por parte del receptor (por variable “edad”)

	Grupos de edad		
	Entre 14 y 34	Entre 35 y 54	55 o más
Sí, muchos	5,9%	14,1%	10,9%
Sí, a veces	37,3%	49,4%	81,3%
No	56,9%	35,3%	7,8%
Valores perdidos		1,2%	
	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Tabla 46. Percepción de los errores por parte del receptor (por variable “región”)

	Región		
	Oeste	Centro	Este
Sí, muchos	3,7%	20,6%	9,8%
Sí, a veces	40,7%	64,7%	70,6%
No	54,3%	14,7%	19,6%
Valores perdidos	1,2%		
	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En lo que respecta a la velocidad a la que hablan los locutores y la percepción que de ésta tienen los radioyentes, los resultados fueron los siguientes (tabla 47):

Tabla 47. Percepción por parte de los receptores de la velocidad de dicción de los locutores

	Frecuencia	Porcentaje
Generalmente hablan demasiado despacio	2	1,0
Generalmente hablan a una velocidad adecuada	112	56,0
Generalmente hablan demasiado deprisa	64	32,0
Valores perdidos	22	11,0
Total	200	100,0

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

En este sentido se pueden observar diferencias tanto si se analiza esta hipótesis por la variable “género” (tabla 48), “edad” (tabla 49) o “región” (tabla 50):

Tabla 48. Percepción por parte de los receptores de la velocidad de dicción de los locutores (por variable “género”)

	Género	
	Hombre	Mujer
Generalmente hablan demasiado despacio		3,5%
Generalmente hablan a una velocidad adecuada	58,6%	64,9%
Generalmente hablan demasiado deprisa	36,7%	29,8%
Valores perdidos	4,7%	1,8%
	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Tabla 49. Percepción de la velocidad de dicción de los locutores (por variable “edad”)

	Grupos de edad		
	Entre 14 y 34	Entre 35 y 54	55 o más
Generalmente hablan demasiado despacio			3,4%
Generalmente hablan a una velocidad adecuada	64,6%	60,8%	56,9%
Generalmente hablan demasiado deprisa	33,3%	31,6%	39,7%
Valores perdidos	2,1%	7,6%	
	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Tabla 50. Percepción por parte de los receptores de la velocidad de dicción de los locutores (por variable "región")

	Región		
	Oeste	Centro	Este
Generalmente hablan demasiado despacio	2,7%		
Generalmente hablan a una velocidad adecuada	64,9%	48,4%	70,2%
Generalmente hablan demasiado deprisa	31,1%	45,3%	25,5%
Valores perdidos	1,4%	6,3%	4,3%
	100,0%	100,0%	100,0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

8.4.2. El emisor

En cuanto al estudio del emisor cabe destacar que se realizaron 14 entrevistas a locutores de retransmisiones deportivas radiofónicas; las principales ideas se recogen a continuación⁸⁹ (tablas 51-62):

Tabla 51. Percepción del Estudio General de Medios y credibilidad que le merece

Entrevistado 1	La que le he dado siempre: total. No estoy de acuerdo cuando escucho que el EGM no tiene credibilidad porque es el sistema de medición que existe hasta ahora. Si durante 14, 15 años ha tenido credibilidad, la tiene que seguir teniendo ahora. Tampoco estoy obsesionado con el tema
Entrevistado 2	Es objetivo y muy válido y es en el que se basa la radio. Dicho lo cual: el EGM es una encuesta de recuerdo
Entrevistado 3	No me ofrece credibilidad ni ahora ni hace años. Me parece que es una medición incorrecta con muchas fisuras pero es la que hay
Entrevistado 4	Es el único sistema de medición que hay ahora mismo y nos tenemos que apañar
Entrevistado 5	Es lo que hay. Parece que a todos nos merece mayor credibilidad cuando nos salen datos favorables que cuando nos salen con datos no favorables: creo que es la tónica. De todas formas, es un tema más de empresas que de personas
Entrevistado 6	A nivel global, una aproximación estadística válida
Entrevistado 7	Me merece credibilidad. Creo que es más creíble para los que les va bien que para los que les va mal
Entrevistado 8	Seguramente es el menos imperfecto de todos. El que todas las emisoras dan como bueno. No es perfecto pero desde hace años

⁸⁹ La respuesta NS/NP/NC significa: no sabe / no preguntada / no contestada.

	se da por bueno desde todas las emisoras
Entrevistado 9	No tengo ni idea. Si te fías de la gente con la que hablas y los “pinchazos” de Internet, tendríamos mucha más audiencia... Me sorprende la diferencia a veces que hay de cifras
Entrevistado 10	Es el único medidor que existe; por lo tanto: toda
Entrevistado 11	Es un estudio que intenta conocer de la forma más aproximada posible la tendencia de la gente a la hora de escuchar la radio. En su momento fue una buena herramienta pero ahora, con las nuevas tecnologías, creo que ya se deberían tener mucho más en cuenta dichas nuevas tecnologías. En cualquier caso, el EGM merece todos mis respetos
Entrevistado 12	Es el método que existe ahora mismo. Creo que es el método más fiable. Puede dar errores como cualquier otro método. Yo me fío de los datos del EGM. Esto es como las encuestas de elecciones: el que no saca los resultados que cree que debe sacar, se queja... Pero creo que marca las tendencias de lo que se escucha
Entrevistado 13	Yo puedo tener dudas, quizás... pero si lo hemos creído siempre, ¿por qué no vamos a creerlo ahora? La verdad es que no conozco a ningún entrevistado del EGM... pero es la referencia que tenemos y con eso tenemos que tirar hacia adelante
Entrevistado 14	Es el único que hay. Hay que creérselo... si no al 100%, sí en un porcentaje alto porque es el que hay

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 52. Posibilidad de otras mediciones diferentes al Estudio General de Medios

Entrevistado 1	NS / NP / NC
Entrevistado 2	Sí. Por ejemplo en redes sociales: <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> , pero tampoco son indicadores del todo válidos puesto que no están representados todos los tipos de público. El número de anunciantes también es un indicador ya que los anunciantes tienen sus propias encuestas internas
Entrevistado 3	Pienso que sería importante. Por ejemplo a través de las redes sociales: seguidores en <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> . Creo que es una medida que se debería tener en cuenta y que, sobre todo, la debería tener en cuenta quien vaya a invertir en publicidad
Entrevistado 4	El mejor estudio: el boca a boca de la calle. También el de las redes sociales
Entrevistado 5	NS / NP / NC
Entrevistado 6	NS / NP / NC
Entrevistado 7	Me parecen más fiables, por ejemplo, las redes sociales: es un movimiento real; lo otro son estimaciones. Las estimaciones suelen ser peligrosas y suelen favorecer a los grandes. Me parece más fiable, aunque nunca al 100%, basarse en la interactividad con los oyentes
Entrevistado 8	Seguramente puedan existir otros medios para medir las audiencias. No creo que las empresas publicitarias se guíen únicamente por el EGM. A medida que avancen las redes sociales y se perfeccione, seguramente sea un mecanismo también válido
Entrevistado 9	Sí. Ya sea por redes sociales o a través de “pinchazos” de Internet. Si es científico, se podría hacer

Entrevistado 10	Sí. Se podría hacer perfectamente
Entrevistado 11	Sería bueno y necesario. Como en todo, hay una evolución. El EGM hace su trabajo y lo intentará hacer lo mejor posible pero es necesario, con la evolución que hay hoy en día, otro tipo de mediciones
Entrevistado 12	Quizás, por ejemplo las redes sociales, puede ser una medición válida de aquí a un futuro cuando gran parte de la sociedad utilice la misma herramienta. Hay gente que utiliza las redes sociales pero mucha gente no lo hace. Depende del perfil del oyente
Entrevistado 13	Las mediciones a través de redes sociales, por ejemplo, no creo que sean válidas porque habría grupos de edades, sobre todo gente mayor, que no utilice redes sociales, no contemplados. Creo que el EGM es la forma más viable
Entrevistado 14	Hay otras formas de medir. Por ejemplo, <i>Twitter</i> , donde se produce más <i>feedback</i> con los oyentes aunque cierto es que hay mucha gente que no tiene <i>Twitter</i> , por ahí tampoco es muy fiable... pero todo suma. Igual lo ideal sería una media entre distintos medidores...

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 53. Motivos de la importancia de la radio deportiva

Entrevistado 1	Porque estamos viviendo la época dorada del fútbol español. La gente demanda deporte porque los deportistas españoles nos han colocado en el mundo. Además, es rentable. Además, se ha creado un género: la tertulia deportiva, que lo demandan los radioyentes. Se ha pasado de la demanda de información a una mayor demanda de opinión. Es por eso que existe más y más información deportiva
Entrevistado 2	NS / NP / NC
Entrevistado 3	Porque España es un país muy futbolero. En España gusta el deporte y la radio deportiva, algo que no sucede en otros países. En España, radio y deporte han ido muy de la mano. Es una audiencia muy fiel
Entrevistado 4	La radio deportiva, en los últimos tiempos, ha sido un pilar básico para la gente que lo necesitaba. El motivo: se consume mucho deporte. España consume mucho deporte y radio. Influye la buena calidad de la radio deportiva
Entrevistado 5	España es un país en el que la información deportiva siempre ha prevalecido desde el fenómeno García. También ha sido importante la universalización del transistor como tal
Entrevistado 6	Por dos circunstancias: material informativo (deportivo) con gran demanda y porque la radio deportiva ha sido pionera a la hora de modernizarse e incluso de poner en marcha nuevos géneros. Siempre ha estado a la vanguardia
Entrevistado 7	Porque a la gente le interesa el deporte. Y en este momento de vacas flacas la gente prefiere comunicación deportiva en vez de oír otro tipo de noticias que les deprima más
Entrevistado 8	Mucha afición al deporte en España. Éste es un momento en el que las cosas no van bien y quizás esto sirva también como válvula de escape. Aunque los hábitos están cambiando, la radio deportiva cuenta con un público fiel. Hay que celebrar la buena salud de la radio deportiva a pesar de las trabas que se intentan poner desde

	ciertos sectores
Entrevistado 9	Es un producto que se consume muchísimo: se hace espectáculo, se informa, se entretiene. Y a la gente que le gusta la radio le gusta la inmediatez. No hay nada más inmediato que una transmisión deportiva. Si en política se hiciera lo mismo... también tendría éxito. A veces se han cubierto historias tristemente famosas como guerras y atentados... y todo lo que es la radio en vivo –y el deporte lo es– es un factor para que la radio tenga mucho público: por la inmediatez, por la pasión, por el entretenimiento, por la información y por estar al día viviendo algo que, en muchas ocasiones, se produce a muchos kilómetros de distancia
Entrevistado 10	Porque el deporte es una forma de vida y la gente... los oyentes... traducen eso en ídolos que se van creando con el deporte; por lo tanto, el deporte es una de las grandes motivaciones de la sociedad
Entrevistado 11	Porque se ha hecho una radio deportiva extraordinaria y se ha logrado captar la atención del oyente durante años y años. Se hace lo que el oyente quiere. Y porque se consumen mucho fútbol
Entrevistado 12	La trascendencia de la radio deportiva es, sin duda, digna de estudio. Puede ser porque haya más pasión por el deporte que en otros países. Pero también porque en España nos gusta mucho el post, el pre... que lo que es la prueba deportiva en sí. Gusta hablar sobre deporte y analizarlo. Es casi una forma de vida. La radio deportiva en España es pasión... el deporte en sí es pasión hasta términos insospechados hasta el punto de que a veces influye en los propios hábitos de un oyente como, por ejemplo, no cenar porque pierda su equipo
Entrevistado 13	Sobre todo, por cómo se hace. Porque no sólo se informa: también se entretiene. Son muchas horas y se buscan fórmulas diferentes: un tipo de radio-espectáculo que ha calado. Creo que incluso se hacen programas que gustan a la gente a la que no le gusta el deporte
Entrevistado 14	Viene de muy atrás. Yo creo que el impulsor de todo esto es José María García, que es quien acercó más la radio a la gente y el deporte a la radio. España se ha convertido en un país que consume mucha radio deportiva

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 54. Cuál es el elemento más importante de una retransmisión deportiva radiofónica

Entrevistado 1	Importancia del lenguaje: total. Importancia de un programa: que sea coral
Entrevistado 2	El lenguaje es la herramienta fundamental
Entrevistado 3	Todos los elementos son importantes pero lo más importante es intentar contar a la gente lo que está sucediendo pero sabiendo que hay quien no tiene una referencia visual. Lo esencial es pensar que se está retransmitiendo para un ciego
Entrevistado 4	Es muy importante la chispa... el ingenio y eso no te lo enseñan en la Universidad. Hace falta tener gran capacidad en la improvisación...
Entrevistado 5	NS / NP / NC

Entrevistado 6	NS / NP / NC
Entrevistado 7	De todos los elementos que hay, el lenguaje es el más importante. El lenguaje es el 75% de una retransmisión radiofónica
Entrevistado 8	La herramienta fundamental del narrador es la voz. No habría narrador ni radio si no existiera esa herramienta. Hay que cuidarla, trabajarla, conocerla, estudiarla y tratar de mejorarla
Entrevistado 9	La credibilidad y contar con pasión lo que ves... eso es lo esencial. Puedes ser incluso mejor que la realización de televisión porque tú puedes enfocar con tus ojos algo a lo que a lo mejor las cámaras no llegan. Si además dominas el vehículo con el que te comunicas, que es la voz –algo muy importante ya que ha de ser agradable– tienes una gran ventaja. El fin es que lo que la gente no vea, al menos se lo pueda imaginar
Entrevistado 10	La principal herramienta cuando tú estás narrando un partido de fútbol es el lenguaje, por encima de las cualidades de la locución
Entrevistado 11	La principal herramienta es pensar que debes hacer un producto, y una narración en este caso, lo más atractiva posible para cualquier oyente... no sólo el futbolístico sino también para el que, en un momento dado, no le guste el fútbol o la prueba deportiva que se esté retransmitiendo
Entrevistado 12	Lo primero de todo: la pasión. Está bien dominar el lenguaje y saber transmitir pero, sobre todo, lo importante es la pasión con la que el locutor transmite: que sea capaz de meterse en el propio partido, lo viva y se lo crea
Entrevistado 13	Creo que todos los elementos son importantes. También elementos exteriores: periodistas de apoyo, comentaristas... Es importante no caer en la monotonía. Y el lenguaje es fundamental
Entrevistado 14	Todos los elementos, en un porcentaje a partes iguales, son importantes

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 55. *¿El locutor a veces no se da cuenta de que retransmite sólo para radioyentes?*

Entrevistado 1	A veces estamos retransmitiendo más para gente que ve la tele. Yo intento retransmitir para la gente que no ve la tele pero eso ahora es la gente que va al campo y poquito más. Lo que te “mete” es un poquito más de presión. Los periodistas antiguos hacían unas locuciones muy correctas pero no tenían la presión de la tele. Y ahora con la tele, más las redes sociales, hay incluso más presión. Con los años se ha ido mejorando la presión y la precisión
Entrevistado 2	Sí. Es uno de los riesgos de que el narrador radiofónico narre por la tele. Yo creo que el narrador deportivo de radio ha de estar <i>in situ</i> en el campo
Entrevistado 3	Sí. Creo que a veces no hablan para gente que no está viendo el partido también por la televisión
Entrevistado 4	Un periodista de radio retransmite un partido. El locutor debe retransmitir el partido para la radio y olvidarse de si se está dando o no por televisión
Entrevistado 5	Radicalmente sí. A veces los locutores radiofónicos piensan que todo el mundo está viendo la prueba deportiva. Y eso va en detrimento de los que van conduciendo en ese momento, los que han salido a hacer ejercicio y llevan puesto los auriculares, etc. Es

	uno de los grandes errores, consecuencia de la simultaneidad
Entrevistado 6	Hay que tener en cuenta que hay oyentes que siguen el partido por la tele pero también los hay que no lo siguen por la televisión. Si se cae en ese error –que a veces se ha caído– hay que hacer un esfuerzo para que no vuelva a suceder
Entrevistado 7	NS / NP / NC
Entrevistado 8	A veces pasa pero hay que tratar de autoimponerse que no sea así. Es verdad que se narra menos porque los partidos se han convertido en carruseles donde hay muchísimas voces, donde hay más debates y análisis. Pero desde que el narrador toma la palabra, hay que ser lo más descriptivo posible: que cuando narre, explique lo que sucede para que la gente pueda crearse, a través de esas palabras, una imagen de lo que está sucediendo. El locutor está obligado o ha de ser capaz a retransmitir para el oyente que no está viendo el partido
Entrevistado 9	Sí, creo que a veces se abusa de eso. Yo trato de no abusar de eso, un poco como se hacía antiguamente, cuando no se televisaban tantos partidos. Me gusta más el tratar de que la gente se imagine por donde se está jugando en cada momento porque entiendo que no lo está viendo por la tele
Entrevistado 10	Sí pasa. No creo que sea un error porque es un elemento más que puedes utilizar de ayuda
Entrevistado 11	Sí. A veces nos olvidamos de la radio de toda la vida. Nos debemos poner en la piel del receptor que no ve la televisión aunque a veces nos olvidamos del receptor de toda la vida. Hay que aplicarse
Entrevistado 12	Es una batalla en la que lucho desde hace tiempo. Ahora en la radio se tiende más a comentar que a narrar. Creo que los locutores ahora tienen una asignatura pendiente: narrar los partidos como si la gente no los viera; quizás no tan excesivo como antes, cuando no se televisaba, pero casi. Hay muchos oyentes que no ven la prueba deportiva por la televisión y, además, hay otros muchos aficionados que, aunque tengan la posibilidad de verlo, sólo prefieren escucharlo. Creo que, por ejemplo, un partido de fútbol es el 80% de las veces más entretenido en la radio que en la televisión
Entrevistado 13	Creo que no, que hemos cambiado. La televisión, de alguna manera, nos ha hecho cambiar. Cierto es que intuimos que muchos oyentes también siguen el partido por televisión
Entrevistado 14	Hay muchos locutores que cometen el error de creerse que todo el mundo está viendo el partido, fomentado porque es cierto que casi todo el mundo que quiere, ve los partidos pero aún hay gente que no: gente con el coche, gente que está de guardia... El locutor no debería dar por sentado que todo el mundo ve el partido. Esto es radio. Es un error capital

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 56. Motivos por los que existe el radioyente que, a la vez, es televidente

Entrevistado 1	La pasión. De pequeño así lo hacía: escuchaba la radio porque me transmitía algo que la tele no lo hacía. La prueba es que los narradores actuales de la televisión están, cada vez más, siguiendo un estilo radiofónico
----------------	--

Entrevistado 2	Porque la radio no ofrece lo mismo que la televisión
Entrevistado 3	La radio es más directa. La televisión es más lineal: el locutor acompaña a la imagen. La radio da más emoción, posee un lenguaje más directo y más popular. La radio es más sentimiento. Pero es un arma de doble filo: deberíamos intentar coordinarlo de forma que se llegue tanto a radioyentes que también son televidentes como a aquéllos que sólo son radioyentes
Entrevistado 4	El locutor de radio es más rápido, más locuaz y utiliza un lenguaje distinto a la televisión. La tele: más lenta, pausada... La radio es más dinámica. Porque en España hay mucha tradición radiofónica. En televisión es una retransmisión más plana
Entrevistado 5	El sonido de la radio siempre va a prevalecer sobre el de las imágenes, incluso simultaneándose. Es otro ritmo, es otro ambiente. La radio siempre tiene que contar un detallito más que lo que se ve en televisión. Otro factor importante: la multi-información. De todas formas existe una gran competencia
Entrevistado 6	Se estimula más la imaginación. Además, en lo que a la narración se refiere, hay una mayor oferta radiofónica: más posibilidad de elegir a “tu narrador”
Entrevistado 7	Las retransmisiones de fútbol en televisión muchas veces no gustan. La radio le da un tono y un aire mucho más pasional. Lo importante es acompañar el sonido radiofónico a la imagen, para evitar el retardo televisivo
Entrevistado 8	Hace unos años lo tenía muy claro: la narración televisiva era una enumeración de nombres... eran palabras que acompañaban a la imagen, muy al estilo inglés que se hace todavía en la televisión inglesa: que el narrador no interviene y se le da mucha importancia al ambiente. Hace años, en España, la gente buscaba en la radio esa pasión y emoción que no encontraba en la televisión. De un tiempo a esta parte, y sobre todo coincidiendo con las narraciones de Canal Plus –que son las más radiofónicas de la tele– el lenguaje televisivo se fue volviendo radiofónico y, en cambio, el lenguaje radiofónico ha ido más a lo televisivo: mucha tertulia y poca narración. Como ahora todos los partidos son televisados, parece que lo que más reclama la gente es el <i>show</i> radiofónico, el debate, la discusión, la interacción con los oyentes a través de las redes sociales... que quizás la televisión no tiene
Entrevistado 9	Porque la radio es imaginación. Y eso no lo tiene la televisión. Si lo ves por la tele, te quita encanto. A veces, yo solo prefiero escucharlo por la radio...
Entrevistado 10	NS / NP / NC
Entrevistado 11	La radio te ofrece más detalles aun teniendo en cuenta la fortaleza audiovisual de la televisión. La radio tiene su propia “cámara”, el locutor, que te puede ofrecer detalles que no te ofrece la televisión. Es un complemento y tiene mayor análisis periodístico, muchas dosis de opinión...
Entrevistado 12	Porque la radio es más pasión y más entretenimiento
Entrevistado 13	Porque la televisión te narra. Y la radio va más allá: te hace pasar un rato ameno, te entretiene más. Además, la radio es más coral. Más espectáculo
Entrevistado 14	Por la emoción. La narración de radio es más dinámica. Además, la radio es más coral: intervienen más voces. Te puedes sentir más

	identificado, ya sea con uno u otro rol de los que intervienen en la retransmisión
--	--

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 57. Las narraciones televisivas, ¿son ahora más radiofónicas?

Entrevistado 1	Sí pero también conozco a mucha gente a la que le fastidia que el narrador de la tele le esté contando permanentemente lo que pasa en el partido. Pero cuando las retransmisiones deportivas en radio han tenido un éxito tan grande, es normal que la televisión lo quiera imitar. También a veces las retransmisiones televisivas se hacen desde el estudio: eso le resta pasión aunque le dé precisión
Entrevistado 2	Sí y quien así lo haga se equivoca. Narrar en televisión como si se estuviera en radio es un error, fundamentalmente porque en la televisión hay que convivir con que el narrador de tele tiene imagen y tiene que ser consciente de que la gente le está escuchando y viéndolo a la vez mientras que el narrador de radio no: tiene que hablar para la gente que no está viendo la tele y, además, tiene que ser consciente de que hay gente que sí la está viendo. Es insoportable una narración de radio en la tele
Entrevistado 3	Cada vez más. Se ha ido trasladando cada vez más el lenguaje radiofónico a la televisión
Entrevistado 4	Depende del locutor
Entrevistado 5	NS / NP / NC
Entrevistado 6	En España había una locución televisiva que era muy insulsa. Ahora se hace una retransmisión no más radiofónica sino más acorde a lo que se retransmite. Se hace con más pasión. Las televisiones se dieron cuenta de que había "fugas" de oyentes, que no de televidentes, y pensaron que algo estaba fallando; han tratado de corregirlo
Entrevistado 7	Sí. Con más pasión y con más entusiasmo. Yo creo que está bien. Pero en televisión echo en falta más documentación o información sobre la propia actualidad, algo que sí existe en la radio
Entrevistado 8	Sí. La televisión al ver que lo que hacía la gente era bajar el volumen de la televisión para escuchar el evento por la radio, lo que ha hecho es acercarse a ese tono radiofónico. Quizás pueda ser redundante pero ha ganado en emoción e intensidad narrativa. El ejemplo de Carlos Martínez me parece evidente porque creo que fue el primero. La escuela de narradores en tele ha tendido a la radio. Otro ejemplo es Antonio Esteva
Entrevistado 9	Sí. Seguramente para tratar que la gente no quite el sonido de la televisión porque se le dé mucho ambiente, mucha pasión, muchas ganas... Pero, como todo en la vida, hay que tener equilibrio. Y si estás narrando un partido por televisión, no estaría de más en bajar un poquitín la pasión, en bajar los decibelios, en bajar el tono de la voz... y ser más televisivo, de tal forma que te puedan estar escuchando de una manera más agradable y que sepas que es inteligente quien te esté viendo en ese momento y que no es necesario contarle lo que ya ve
Entrevistado 10	NS / NP / NC
Entrevistado 11	NS / NP / NC
Entrevistado 12	Sí, yo creo que sí. También porque ha habido muchos locutores de radio que han ido a la tele y se han producido más sinergias. Antes

	estaba más marcada la frontera entre radio y televisión; ahora no
Entrevistado 13	Carlos Martínez es el nombre clave en ese sentido. Luego ha habido un par de ellos más... pero hace falta más: más dinamismo, más pasión...
Entrevistado 14	Sí, yo creo que sí. Las retransmisiones de toda la vida de Televisión Española eran más pausadas y ahora se ha tendido a un estilo más radiofónico en la televisión

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 58. Percepción del lenguaje deportivo radiofónico

Entrevistado 1	Sencillo, directo, un lenguaje de la calle, aunque a veces haya alguna extralimitación, sin darse cuenta de que hay radioyentes muy jóvenes. Ha de ser comprensible, llano, directo y poco soez
Entrevistado 2	Intenta ser correcto. Hay un choque clarísimo entre lo que piensa la Real Academia y lo que la realidad te lleva a hacer. Tampoco hay que pegarle patadas al diccionario. Hay interés de los narradores en cuidar el lenguaje. De todas formas, prefiero defender el lenguaje deportivo que el lenguaje que la Real Academia nos recomienda
Entrevistado 3	Se podría utilizar un mejor lenguaje. A veces se descuida demasiado. Pero también hay que tener en cuenta el <i>target group</i> : más popular, más directo más de la calle. Se debería mejorar el lenguaje pero sin alejarse del oyente al que el locutor se dirige
Entrevistado 4	Lingüísticamente, en España habría que fijarse mucho en las retransmisiones sudamericanas
Entrevistado 5	Es un lenguaje que se está exportando a otros ámbitos del periodismo (político, social, económico...). La mayor parte de los errores gramaticales y sintácticos se atribuyen al lenguaje deportivo. El lenguaje deportivo no es el más adecuado gramaticalmente pero sí ha cobrado tal dimensión que, incluso, otras facetas de la información adquieren términos del lenguaje deportivo. Lo que hay que hacer es intentar economizar el lenguaje. Hay errores pero dado el ritmo de una prueba deportiva, a veces es difícil hablar de la forma más correcta posible o deseada
Entrevistado 6	Es un lenguaje creativo. Se cometen errores porque cuenta algo de forma simultánea a cuando sucede
Entrevistado 7	Creo que a veces estamos maltratando al lenguaje. Me preocupa muchísimo porque el lenguaje es fundamental. No me gusta que se digan tacos en antena o cualquier vocabulario malsonante. Aparte de esto, a veces se nota una falta de vocabulario
Entrevistado 8	Tiende a ser un poco campechano. Quizás no tiene nada que ver el lenguaje que se utilizaba antaño con el que se utiliza ahora. Quizás sea más cercano al oyente. Se utilizan expresiones que eran impensables de emplear años atrás
Entrevistado 9	Está bien. Hay distintos estilos, algunos más ofensivos que otros. A veces se emplean lenguajes que tienen más que ver con confrontaciones bélicas que con una competición... A veces no me gusta el lenguaje demasiado agresivo. Creo que el lenguaje ha de ser suave, muy deportivo, nada agresivo y, sobre todo, nada

	agresivo para los oyentes
Entrevistado 10	Sin que sea soez y maleducado, hay que emplear un lenguaje normal, que entienda todo el mundo ya que el locutor se dirige a todo tipo de públicos
Entrevistado 11	Es absolutamente fundamental cuidar el lenguaje, más allá de que en algún momento nos podamos permitir alguna licencia lingüística, que creo que es comprensible por el oyente. Es necesario que el locutor intente salvaguardar nuestro lenguaje, cuidarlo. Es una obligación que ha de tener el locutor
Entrevistado 12	Está bien dominar el lenguaje
Entrevistado 13	Creo que ha de ser callejero –que se hable en la calle– para poder llegar a la gente y que no se aburra
Entrevistado 14	Hay mucho tópico, no sé si por vagancia o por costumbre. En el fútbol hay un lenguaje quizás un poquito limitado

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 59. ¿Se aprecian diferencias en el lenguaje utilizado por los distintos roles que participan en una retransmisión (director, narrador, comentaristas...)?

Entrevistado 1	NS / NP / NC
Entrevistado 2	NS / NP / NC
Entrevistado 3	Sí se notan las diferencias. Hay que buscar un comentarista que vea más allá que el profesional del periodismo pero con un mínimo grado de formación
Entrevistado 4	En la radio no habla cualquiera. Antes de contratar a algún comentarista (exjugador, por ejemplo...) se ha comprobado que la persona tiene tablas. A día de hoy, hemos evolucionado. Antes se tiraba mucho de tópicos. Hoy se habla muy bien. Mejor preparación. El futbolista que se retira tiende a prepararse. El lenguaje del exjugador, del extécnico o del comentarista no es el mismo que el del periodista pero sí es un buen lenguaje y entendible, que es lo importante: que sea entendible para el oyente
Entrevistado 5	Hay de todo. A veces hay comentaristas que hablarán peor que el narrador y viceversa. No creo que un comentarista vaya a dar más o menos lustre: sí por el personaje pero no por su oratoria
Entrevistado 6	Sí pero es algo lógico
Entrevistado 7	Sí hay diferencia. La idea es que la diferencia sea cuanto menor, mejor. Se trata de encontrar comentaristas que expliquen bien lo que sucede a la par que lo hagan con un lenguaje apropiado; y esto es difícil porque en principio, por ejemplo, un comentarista no tiene una formación que tenga un locutor
Entrevistado 8	Puede ser que se note. A lo mejor alguien que no tenga la formación universitaria de Periodismo tiene un don de palabra que hace que las diferencias sean menores. Del comentarista quizás se espera un lenguaje más técnico que te ayude a leer los partidos y que hable con propiedad, con vocablos acordes a eso. Del director se espera la dirección en sí, aunque también pueda opinar. Y del locutor se espera un lenguaje muy descriptivo, que sea capaz de transformarte en imágenes lo que sucede en la prueba deportiva
Entrevistado 9	Sí, yo creo que sí
Entrevistado 10	Yo creo que no hay muchas diferencias, que es similar

Entrevistado 11	NS / NP / NC
Entrevistado 12	Por mucho que se tienda a la homogeneización, pasan tantos locutores y comentaristas durante un programa de retransmisiones que resulta imposible tener un solo perfil o formato: cada uno tiene su forma de hablar y personalidad. Sobre todo existe un lenguaje coloquial aunque eso tiene sus peligros hasta el punto de llegar a decir alguna palabrota, que no aporta nada. Hablando de una forma normal puedes llegar al oyente sin necesidad de ir a cualquiera de los extremos: o muy coloquial o demasiado pedante
Entrevistado 13	Depende del comentarista y depende del locutor. No es una ciencia exacta
Entrevistado 14	Sí, se nota. Y yo creo que tiene que haberlas porque cada uno tiene su papel en una retransmisión. Y, además, creo que pasa en todas las emisoras

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 60. ¿Influye el lenguaje sobre el receptor?

Entrevistado 1	Sí, algunas palabras sí. La gente joven es más influenciable que la gente de más edad. El lenguaje de la radio es un referente
Entrevistado 2	NS / NP / NC
Entrevistado 3	Sí pero eso no tiene que estar reñido con el expresarse bien. Los latiguillos, motes de futbolistas... llegan a la gente. Ante todo, también con el lenguaje, hay que buscar el entretenimiento
Entrevistado 4	NS / NP / NC
Entrevistado 5	Sí. Se utilizan términos empleados en las retransmisiones deportivas, sobre todo porque se ha familiarizado y universalizado este lenguaje deportivo
Entrevistado 6	Sí. Los medios, en general, tienen esa responsabilidad. Después de los padres o la familia, los medios de comunicación tienen esa responsabilidad
Entrevistado 7	Sí. La influencia es indiscutible. Todo lo que le llega a alguien influye en mayor o menor medida. Por eso, un periodista tiene la obligación moral de que el mensaje esté bien estructurado y sea correcto en las formas y en el fondo
Entrevistado 8	Sí, es inevitable. Influye tanto en los jóvenes como en los no tan jóvenes, sobre todo si hay alguna expresión que cause furor
Entrevistado 9	Sí, yo creo que sí. Quieras que no, e incluso sin ser consciente de ello, hay ciertos latiguillos con los que se influye al receptor
Entrevistado 10	Sí, puede ser
Entrevistado 11	Sí. Algunas licencias que se toma el periodista, a veces el oyente las hace muy suyas
Entrevistado 12	Al final todo influye, sobre todo muletillas...
Entrevistado 13	Creo que es al revés: lo que tiene que hacer el locutor es emplear el lenguaje que utiliza el oyente. Y de ahí que se deba emplear un lenguaje callejero, que no soez
Entrevistado 14	Sí

Fuente: entrevistas realizadas. Tabla: elaboración propia

Tabla 61. ¿La influencia es positiva o negativa?

Entrevistado 1	Influye de forma positiva
Entrevistado 2	NS / NP / NC

Entrevistado 3	Depende del locutor. Cuanto mejor hable, mejor le llegará el lenguaje al público
Entrevistado 4	NS / NP / NC
Entrevistado 5	Puede que haya cierta influencia gramatical negativa pero si el lenguaje logra el fin último, el entendimiento, el objetivo se cumple
Entrevistado 6	NS / NP / NC
Entrevistado 7	La influencia debería ser siempre positiva. La influencia puede ser negativa si nos desmadramos y empezamos a decir cosas que no corresponden
Entrevistado 8	Espero que sea positiva. Evidentemente hay expresiones que no son las mejores pero espero que quien las escuche sea capaz de filtrarlas. Creo que es parte de nuestra responsabilidad tener una influencia más bien positiva que negativa en las personas que nos escuchen
Entrevistado 9	Positiva. No hace mal a nadie
Entrevistado 10	Si es dentro de lo adecuado, que no se sale de lo normal, no tiene que ser malo; al revés
Entrevistado 11	En general, positiva
Entrevistado 12	NS / NP / NC
Entrevistado 13	El lenguaje callejero hablado por el receptor y que ha de ser tomado por el locutor no ha de ser soez
Entrevistado 14	Las dos cosas

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

Tabla 62. Percepción/comparación de dos realidades: la Academia (Universidad) y el mundo profesional

Entrevistado 1	Uno de los errores fundamentales de la carrera de Periodismo es que la gente que imparte las asignaturas no son periodistas: son profesores de la Universidad. La Universidad está muy bien, las asignaturas son muy recomendables, pero ésta es una carrera eminentemente práctica. La ventaja es que hay muchos periodistas deportivos que ahora imparten clase en la Universidad
Entrevistado 2	El periodismo deportivo está más bien abandonado. En la Universidad, son asignaturas optativas y no es normal por el peso que tiene la comunicación deportiva en España. Es increíble que la Universidad viva tan de espaldas al periodismo deportivo. Ha llegado gente muy poco formada –no me refiero a titulada– al periodismo deportivo
Entrevistado 3	NS / NP / NC
Entrevistado 4	NS / NP / NC
Entrevistado 5	Hay materias de la formación universitaria que son prescindibles. Dicen que la mejor facultad del Periodismo la da la calle y creo que eso es verdad. Se debería tender más a la especialización. Haría falta un mayor número de prácticas
Entrevistado 6	Tengo la percepción de que los alumnos que terminan han perdido el tiempo y en la Universidad no les han enseñado lo que le tenían que haber enseñado; y lo único que tienen es un curso de cultura general que podían haber aprendido con unos cuantos manuales. Pero es muy complejo enseñar Periodismo porque gran parte del Periodismo se lleva dentro: el periodista tiene que nacer. Darle al Periodismo un grado académico universitario está muy bien pero es muy complejo. Es un tema complejo porque desposeer al

	Periodismo del rango académico que tiene sería retroceder
Entrevistado 7	La educación universitaria a los periodistas es insuficiente. El Periodismo es una profesión vocacional, en la mayoría de los casos... y, segundo: es una profesión práctica y es lo que se echa en falta: mayor práctica
Entrevistado 8	La reflexión creo que debería ir más allá: ¿qué tipo de periodismo deportivo se está haciendo ahora? Porque hemos caído en situaciones que hace años estaban muy lejanas pero ahora están muy cercanas. Se lleva el periodismo hacia cosas que antes eran impensables de publicar y quizás entre todos deberíamos reflexionar sobre qué esperamos sobre los estudiantes que ahora están en la facultad, camino de ser periodistas
Entrevistado 9	Yo tengo una percepción muy lejana. Creo que hacen falta docentes con más experiencia; es decir, mejores docentes, mejores profesores, que sepan más el oficio y que, por lo tanto, lo expliquen mejor... que formen más a periodistas que a pregoneros. Creo que se está tratando de formar a pregoneros, en lugar de formar a periodistas, a investigadores, a gente inquieta que resuelva las inquietudes de la sociedad; en lugar de eso, te encuentras con poca prensa de investigación y mucho pregonero, mucha agenda, muchas declaraciones interesadas en lugar de investigación y trabajo de campo
Entrevistado 10	El alumno que llega a un medio de comunicación en prácticas llega sin saber apenas nada porque en las universidades hay mucha teoría pero poca práctica. Otro problema es que muchos no llegan con vocación periodística
Entrevistado 11	El medio es el que te va a formar dentro de tu profesión. La Universidad te da la base, te da los conocimientos necesarios, te va a formar, te va a ayudar y luego, esos conocimientos, si los pones en práctica, seguro que te van a ayudar. La Universidad es necesaria y a la radio hay que llegar con mucha "hambre", muchas ansias de hacerse un hueco...
Entrevistado 12	Creo que el salto es evidente entre lo universitario y lo profesional. Más que en lo puramente universitario, depende mucho de los intereses e ilusiones individuales: si le interesa más un tema u otro
Entrevistado 13	Lo académico de lo profesional dista muchísimo pero antes distaba mucho más. Falta especialización pero la cosa está mucho mejor
Entrevistado 14	Sí. La gente llega un poco "verde" porque desconocen una serie de cosas que o bien no se las han enseñado o aún no han llegado a ese punto...

Fuente: entrevistas realizadas / Tabla: elaboración propia

9. Discusión de los resultados

9.1. Discusión de los resultados generales

LAS continuas franjas horarias empleadas en el medio radiofónico no responden sino a una necesidad que la propia población reclama. Es decir, si el deporte no tuviera el seguimiento que tiene y la comunicación deportiva no contara con la popularidad que cuenta, raro sería que cualquier medio de comunicación –y la radio como medio aquí estudiado en particular– ofreciese tantas y tantas horas de información deportiva. Este hecho viene complementado porque “el deporte, hoy, es la actividad humana más difundida y realizada. No hay un lugar de la tierra donde no se conozca el deporte” (Alcoba, 1993: 17). De ahí que la comunicación deportiva tenga un enorme seguimiento mediático desde hace ya varias décadas y así es que la siguiente aseveración de Cagigal (1981) bien podría extrapolarse a día de hoy, comienzos de la segunda década del siglo XXI:

“Hoy en día vivimos en una sociedad en la que el deporte se ha hecho cotidiano. Si, por ejemplo, se conecta la radio un día cualquiera, pronto podrá oírse un noticiero deportivo, y si aquella se sintoniza en domingo, puede decirse sin exageración que será difícil escuchar otra cosa; la televisión y la prensa escrita dedican también gran parte de sus espacios y sus páginas al deporte, y se organizan grandes polémicas sobre temas deportivos, no sólo en los medios de comunicación sino a nivel popular” (Cagigal, 1981: 4).

Los días y las horas por los que vienen marcadas las programaciones de las parrillas radiofónicas tienen un denominador común: el fútbol. El tiempo de información en lo que a las retransmisiones deportivas

radiofónicas respecta tiene su influencia especialmente en el balompié y en cuándo se disputan los torneos futbolísticos; sin olvidar que hay dos competiciones por encima de todas: la 1ª División de la liga de fútbol española y la *Champions League*. Otros acontecimientos de relevancia mundial, ya sean futbolísticos o no –Mundiales, Europeos, Juegos Olímpicos– tienen su importancia igualmente dentro de las programaciones radiofónicas.

El directo es y ha de ser norma común en las retransmisiones deportivas radiofónicas porque es la esencia de la radio.

Los narradores deportivos son principalmente hombres. La repetida escucha de retransmisiones deportivas así lo permite corroborar y la presencia de voces femeninas –en lo que a la locución en sí y narración de un acontecimiento deportivo se refiere– es casi anecdótica. Muy probablemente este hecho se complementa con que tradicionalmente siempre ha habido un mayor número de deportistas del género masculino que femenino y mayor y más completa información de aquellas disciplinas en las que participan hombres en lugar de mujeres: “Los medios de comunicación contribuyen a difundir estas identificaciones que producen estereotipos muy negativos en los que lo deportivo se halla ligado básicamente a atributos masculinos” (Santos *et. al.*, 2005: 17); así es que algunos estudios han corroborado que por norma general la población española tiene información más exacta y amplia de aquellos deportes en los que intervenga el género masculino y un menor grado de información de aquellos otros en los que intervengan mujeres (AA.VV., 1992).

Pero sean hombres o mujeres los comunicadores de la información, lo cierto es que éstos se han ido especializando con el paso de los años, hecho que no siempre fue así: “Al género deportivo han accedido periodistas sin necesidad de especialización alguna, incluso los más torpes, debido a la creencia en las antiguas redacciones que el deporte era algo así como un género menor sin trascendencia y podía ser desarrollado y tratado por cualquiera” (Alcoba, 1993: 43) pero “hoy ya no se concibe a un periodista deportivo inculto” (Alcoba, 1993: 42) y con una clara misión: la de describir con elegancia y pasión, transmitiendo sentimiento (Wilstein,

2002: 1). Una afirmación de Wilstein referida al periodismo deportivo escrito pero que perfectamente puede ser extrapolada al radiofónico.

El fútbol es el deporte que está a la cabeza entre los fragmentos analizados; esto resulta obvio si se tiene en cuenta que las disciplinas deportivas en España se contraen “a contados deportes, encabezados en su 90% por el fútbol. Por esa razón la retransmisión de acontecimientos deportivos se resume, generalmente, en poco más de cinco: fútbol, ciclismo, tenis, boxeo y baloncesto” (Alcoba, 2005: 166). Se puede considerar discutible esta afirmación de Alcoba ya que el boxeo no es una especialidad que se retransmita actualmente en España de forma frecuente mientras que el ciclismo, el tenis y el baloncesto dependen de determinados factores; lo que sí parece cierto es que el fútbol es el deporte por excelencia en España, afirmación ya defendida por algunos autores a comienzos de la década de los 80 del siglo XX: “Quizá, el fútbol, como acontecimiento deportivo, sólo esté superado por los Juegos Olímpicos” (Cagigal, 1981: 32); el fútbol es “el deporte que acapara, por encima de los demás, el interés de aficionados y medios de comunicación” (Sobrados, 2009: 79); es una especialidad que sigue siendo la más tratada mediáticamente en España –también en lo que a retransmisiones deportivas radiofónicas se refiere– desde comienzos del siglo XXI: “En ocasiones, pudiera decirse que no hay otra disciplina a tratar que la futbolística. Si estableciéramos un porcentaje temático, cabría comprobar que el 85% de cada programa se dedica al balompié” (Gozalo, 2002: 16) y apostilla el propio Gozalo (2002: 16): “... y, de ese margen, un 70% estaría consagrado a dos equipos, el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona”.

Y todo ello porque “el fútbol es, según la FIFA, el deporte más popular del mundo, practicado por más de 240 millones de jugadores en 1,4 millones de equipos y en 300.000 clubes repartidos por los cinco continentes” (Sobrados, 2009: 80).

9.2. Discusión de los resultados de la locución

La locución y los elementos lingüísticos se fundirán en un solo mensaje que el emisor a través de la radio (canal) transmitirá a sus oyentes (receptor). Y es que en este caso hace su presencia la tradicional organización comunicativa que utiliza el clásico modelo

que se compone de un emisor, del medio a través del que se transmite el mensaje y del receptor que recibe dicho mensaje (Prado, 1985: 9). La propia audibilidad viene determinada no sólo por factores técnicos sino también por los aspectos del mensaje (locución y lingüística) e incluso el propio interés que el oyente tenga sobre un tema determinado (Prado, 1985: 22), el que le es transmitido y que viene marcado por factores que se tratarán a continuación.

Si se da por buena la idea de que en este caso estudiado el receptor está interesado en la temática, en el mensaje transmitido a través del medio radiofónico, se deben tener en cuenta dos factores para que ese mensaje cumpla su función sobre el receptor, aparte de lo meramente técnico. Tan importante es el “qué se dice” como el “cómo se dice”, pues tan decisivo resulta utilizar un lenguaje adecuado como utilizar correctamente los elementos sonoros de los que dispone el locutor para transmitir ese mensaje, principalmente porque la radio es un medio exclusivamente sonoro (Rodero y Merayo, 1995: 25) y por ende sólo interviene uno de los cinco sentidos: el oído (Huertas y Perona, 1999: 15). La única conexión con el oyente es ésa por lo que, si cabe, “resulta más importante una buena redacción, adecuada a las peculiaridades sonoras del canal, y una correcta locución” (Rodero, Alonso y Fuentes, 2004: 15).

Palabras y sonido son dos elementos que van a quedar fundidos en uno solo para transmitir un mensaje final que debe ser interesante e inteligible (Ávila, 2000: 15), que combine ambos elementos y subelementos: En referencia a los elementos del sonido, éstos son la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio (Blanco, 2002: 150; Merayo y Pérez, 2001: 17): “Un mensaje radiofónico efectivo se construye manejando la ausencia y presencia de estos diferentes elementos” (Blanco, 2002: 150) y de hecho “la condición principal de eficacia del mensaje radiofónico no radica tanto en las palabras, músicas, efectos y silencios que se emplean sino sobre todo en cómo se combinen y presenten” (Merayo, 2000: 140). Es importante destacar que respecto a todos estos elementos “resulta imprescindible conocer cómo pueden combinarse de la manera más expresiva posible para obtener los mejores resultados en el producto final” (Rodero, 2005: 94). Y de los mencionados elementos, en cualquier producto radiofónico –más si cabe en el aquí estudiado– “es la

palabra el elemento del lenguaje radiofónico que ha de destacar” (Rodero, 2005: 50) por ser el más frecuente, al menos en lo que a la comunicación informativa radiofónica respecta (Rodero y Merayo, 1997: 25) porque es un elemento indispensable para la radio como también lo es en la comunicación humana (Rodero y Merayo, 1997: 25).

Los elementos sonoros han de combinarse para crear imágenes en el receptor y el éxito radicarán en la riqueza de los matices expresivos a través de la creación artística; en la elección, la combinación y la emisión de los distintos elementos sonoros de la manera más adecuada (Pacheco, 2009: 100). El principal potencial del medio es estimular la imaginación (Rodero, 2005: 37) por lo que “la capacidad de la radio para crear determinadas imágenes visuales a través de los sonidos es quizá una de las cualidades más destacadas tanto por académicos como por profesionales del medio” (Rodero, 2005: 38) a través de lo que transmita la voz, que “es la principal de las mediciones humanas, la más inmediata, por cuanto es el principal elemento en la transmisión e interpretación de los hechos” (Merayo, 2000: 58) y por lo tanto “la imagen radiofónica se configura en la mente del destinatario en función de muy pocos elementos, entre los que indiscutiblemente destaca la voz del emisor” (Merayo, 2000: 58). A través de la voz se refleja “el carácter y la personalidad de los emisores, su visión y valoración fónica ante los hechos” (Merayo, 2000: 59) y a través de esa voz se transmitirá igualmente una mayor o menor credibilidad: “La voz creíble es aquella que de forma natural se adapta a las diferentes circunstancias en las que interviene” (Ávila, 2000: 15). La locución ha de ser natural (Prado, 1985: 16) en cualquiera de esas circunstancias para transmitir la máxima credibilidad posible.

Se hace necesario en este punto referenciar diversas variables, que abarcan realidades como la velocidad de dicción, el ritmo, el propio estado emocional del locutor, la modulación de la voz – intensidad, tono y timbre–, el empleo de diferencias tonales o la enfatización de palabras clave, la utilización de pausas y/o silencios así como una correcta pronunciación. No hay que olvidar que en este “cómo se transmite” también entra en juego la variable de la

respiración, elemento importante en el momento de hablar correctamente delante de un micrófono (Ávila, 2000: 39).

Entendiendo a la retransmisión deportiva como una obra en su conjunto, tan importante son unos elementos como otros: el “qué se dice” y su recubrimiento: “cómo se dice”. Para llegar al oyente, el locutor ha de ser capaz de combinar todos ellos de la mejor forma posible. En este sentido, tal y como afirman Barea y Montalvillo (1992: 15) hay que tomar a la radio con la perspectiva de un oyente que escuchará al locutor en condiciones muy especiales que repercutirán en que el profesional deba tener una actitud determinada para ser lo más claro posible y su mensaje no requiera de un extremado esfuerzo por el oyente para poder ser comprendido. En este apartado se analiza ese “cómo”; saber la combinación de los elementos utilizados por el locutor para lograr tal fin, teniendo en cuenta que la locución ha de ser responsabilidad última de la persona que elabora los textos (Prado, 1985: 15), en este caso un texto improvisado.

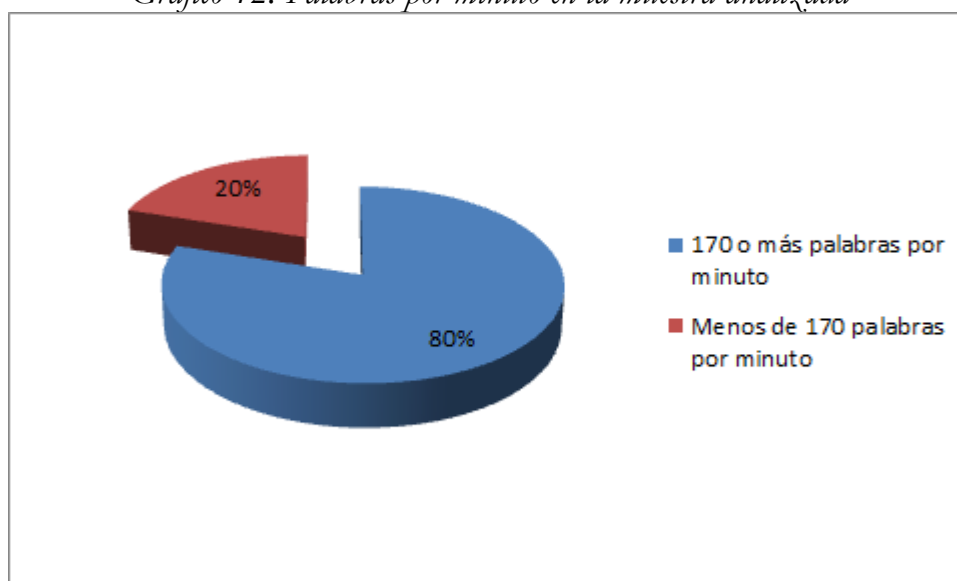
9.2.1. Velocidad de dicción y ritmo

La velocidad de dicción localizada en este estudio refleja que en las retransmisiones deportivas radiofónicas se emplea una alta velocidad de dicción, probablemente una de las más altas que pueda observarse en un género radiofónico de la radio española. Probablemente, de entre los elementos de locución, éste sea uno de los principales que diferencian al género de las retransmisiones deportivas de cualquier otro género radiofónico. Así lo han reconocido algunos autores estudiosos de esta materia al hablar de las retransmisiones deportivas como programas en los que se produce “la narración de los hechos que se producen ininterrumpidamente y a gran velocidad” (Alcoba, 2005: 166), lo que provoca que éste sea un género atractivo para sus oyentes, indiferentemente de cuál sea la emisora. La relación entre una alta velocidad de dicción y atracción sonora para el oyente se puede explicar también de forma inversa: “la retransmisión de un partido de fútbol sin secuencias de *peligro*, donde la palabra radiofónica tiene un ritmo lento porque así es la acción real, connota una afectividad no significativa dramáticamente, suscitando el

desinterés y aburrimiento del radioyente porque *no pasa nada*” (Balsebre, 1994: 59).

A través de una sencilla metodología anteriormente explicada en el correspondiente apartado, se puede decir que “una manera sencilla de estudiar la velocidad de dicción de un narrador deportivo es contando el número de palabras por minuto que el locutor pronuncia” (Herrero y Rodríguez, 2009: 971). De tal manera, y siguiendo esta técnica, se ha hallado que en un gran número de casos la velocidad de dicción supera las 190 palabras por minuto; minutos que serían englobados dentro de una velocidad alta o muy alta ya que aunque hay minutos que contienen entre 125 y 190 palabras, es un intervalo igualmente en el que se pueden observar altas velocidades: “Los estudios hechos para medir la velocidad en la locución coinciden en que en la velocidad media del habla se pronuncian entre 125 y 190 palabras por minuto, margen dentro del cual se ubican velocidades rápidas y lentas” (Guevara, 2003: 33). Acerca de esto, Rodero señala que “no debemos olvidar que a partir de las 170 palabras por minuto, comienza a dificultarse la comprensión” (Rodero, 2007: 537) por lo que si se hubiese tomado como referencia las 170 palabras por minuto como frontera entre las velocidades normales y rápidas, se hubiera obtenido un mayor porcentaje de velocidades rápidas (gráfico 12):

Gráfico 12. Palabras por minuto en la muestra analizada



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Como se observa tanto en el apartado de resultados como en el gráfico anterior, de los minutos analizados, un amplio porcentaje contiene un elevado número de palabras: un 80% contiene 170 o más palabras por minuto; porcentaje que se reduce al 72% si se toma como frontera de velocidades rápidas las 190 o más palabras por minuto... aunque este último evidentemente es menor que el anterior, sigue siendo más que significativo e incluso mayor que los logrados en estudios anteriores (Herrero, 2009a; Herrero y Rodríguez, 2009). Además, a todo ello habría que añadir que el locutor radiofónico es uno de los que emplea al que se puede denominar como “alargamiento silábico” en no pocas palabras lo que produce que un gran número de vocablos tarden en ser pronunciados más de lo estipulado en el habla común. El principal ejemplo con el que queda reflejada esta idea es con la pronunciación de la palabra “gol”, un término que puede ser pronunciado en unas cuantas milésimas de segundos pero el alargamiento de la vocal “o” (“gooooooooooooooooooooooooooooooooool”), hace que la pronunciación de esta palabra pueda alargarse a varios segundos. De no producirse ese inevitable, y necesario en el género, “alargamiento silábico”, los resultados a buen seguro mostrarían velocidades de dicción incluso mucho más elevadas. No obstante, en este ejemplo se hace referencia a un término muy concreto, “gol”, que viene definido por otras características sonoras en el discurso narrativo:

“La aceleración del ritmo verbal connota un movimiento afectivo agitado, emotivo. Si se produce además una elevación paulatina del tono, de una frase a otra, como en un in crescendo musical, reduciendo todavía más la duración de las pausas, el ritmo verbal nos informará de que el movimiento espacial es muy rápido y de que el movimiento afectivo ha subido algunos “grados” de intensidad emotiva: la acción del juego está a punto de resolverse: el gol está cerca” (Balsebre, 1994: 58).

Pero es tan sólo un ejemplo ya que ese “alargamiento silábico” se produce en otras muchas narraciones aunque queda especialmente reflejado en los momentos de la locución en los que sucede un hecho

especialmente relevante y trascendente de cara al desarrollo de la acción, del juego, del resultado...

Y de manera estrechamente relacionada con la velocidad de dicción se encuentra el ritmo. En el lenguaje hablado –que debe ser el punto de partida de cualquier texto radiofónico (Ortiz y Marchamalo, 1994: 59)– el ritmo es “el elemento que hace romper la regularidad del hecho sonoro esperado, lo que en la voz imprime el cambio, lo imprevisible, lo inesperado” (Pacheco, 2009: 101) y si se trata de relacionar este elemento con el de la velocidad de dicción, se puede acudir a estudios anteriores en los que se afirmaba que “en la narración radial de competiciones deportivas, se puede entender que una alta velocidad de dicción se corresponde con un alto ritmo; y viceversa” (Herrero y Rodríguez, 2009: 971); de esta forma, imprimir una mayor o menor velocidad de dicción servirá al oyente de apoyo para saber hasta qué punto es importante lo que en cada momento sucede en una prueba deportiva (Herrero y Rodríguez, 2009: 971) entendiendo en este sentido que la relación entre velocidad de dicción y ritmo se asemejaría a la aseveración realizada por Pacheco (2009: 101): “Para otros autores, el ritmo es un sinónimo de la velocidad a la que se expresa el locutor” (Pacheco, 2009: 101) pero, de cualquier modo, de ese ritmo dependerá en gran medida que el oyente “oiga” o “escuche” o que pase de un estadio al otro (Prado, 1985: 20). Lo cierto es que velocidad de dicción y ritmo se conjugan perfectamente y pueden ser elementos esenciales a la hora tanto de transmitir como de escuchar un acontecimiento deportivo por radio... precisamente desde el punto de escucha del oyente, dice Blanco (2002: 96) que resultaría más fácil comprender el peligro de las acciones de una prueba deportiva y su velocidad “si se le explicaran a través de metáforas y de comparaciones, pero también si, mientras se narran, se imprime un ritmo en la exposición que ayude a recrear esa velocidad en la mente del oyente” (Blanco, 2002: 96). Así es que, como ya se avaló en estudios anteriores (Herrero y Rodríguez, 2009), en cualquier género radiofónico, más aún si cabe en las retransmisiones deportivas, “el locutor deberá acelerar la velocidad cuando se transmita alguna acción que se está desarrollando y se combinará con un ritmo menos acelerado cuando los datos, más que a la acción, inviten a la tranquilidad” (Roderó, 2005: 60), misma idea compartida por Blanco:

“Efectivamente, para ayudar a generar sensación de jugada interesante o de peligro en el oyente, parece adecuado aumentar el ritmo” (Blanco, 2002: 97) quien ahonda sobre esta misma cuestión, haciendo frente a las críticas que en ocasiones se producen ante una posible exageración que emplean los narradores que participan en un carrusel, situación que quedaría amparada y justificada por las propias características del género o del producto (Blanco, 2002: 97). No se estaría ante el mismo caso cuando una retransmisión se produce fuera del carrusel en donde “para evitar generar una sensación continua de peligro a la audiencia a pesar de que éste en realidad no exista, hay que dosificar el ritmo y los cambios de ritmo a tenor de lo que ocurra en el terreno de juego” (Blanco, 2002: 97). Con un ejemplo ilustra tal situación comparando una acción que se pueda producir durante un partido de fútbol en el que una jugada se desarrolle en el centro del campo, donde radiofónicamente debería haber un ritmo menos elevado que cuando el balón supere el último tercio del terreno de juego y se encuentre cerca del área, donde el ritmo será mayor (Blanco, 2002: 97).

La mayor velocidad de dicción, acompañada de un alto ritmo – como es el caso y con porcentajes con la misma tendencia– es un elemento que ha ido sufriendo cambios a lo largo de los años y en España locutores como Héctor del Mar introdujeron una innovadora forma de locutar acontecimientos deportivos apostando por una velocidad mayor en cuanto a su dicción (Herrero y Rodríguez, 2009: 972). Fruto de la alta velocidad de dicción, el mencionado elevado ritmo contrasta con el tipo de género:

“Una investigación sobre el ritmo en la expresión radiofónica de Perona en 1992 demostraba que los sujetos que se sometieron a primera hora de la tarde (a las 16 h.) a escuchar cuatro boletines informativos, los percibieron más rápidos que otros individuos que escucharon los mismos programas a las 9 de la mañana. De todas formas, los resultados de este estudio chocan con el fenómeno de las narraciones deportivas que se llevan a cabo durante la tarde-noche, por lo que deberían tener un ritmo más sosegado que otros espacios, aunque no es así” (Pacheco, 2009: 101-102).

9.2.2. Estado emocional del locutor

A pesar de que son varios los componentes que intervienen durante una retransmisión: narrador principal, narrador complementario, comentarista, servidor, analista... (Blanco, 2002: 110-111), hay ciertas variables que sólo atañen al locutor principal de las retransmisiones deportivas radiofónicas. En estas variables sólo se tiene en cuenta a esta figura dentro del género porque puede ser considerada como la más importante y trascendente, porque “el narrador en la transmisión en directo reconstruye verbalmente los hechos desde el lugar en el que se presentan y en el mismo instante en que estos se producen” (Medina, 1995: 81) y sus palabras “conducen al receptor como un perro lazarillo a su amo ciego” (Alcoba, 1993: 160) –de hecho, la radio es un medio de comunicación “ciego” (Ortiz y Marchamalo, 1994: 23)– y a través de la propia voz del locutor, unos u otros sentimientos aflorarán en quien escucha (Alcoba, 1993: 160); sentimientos que también vendrán influidos por los sonidos: “Junto a determinadas imágenes visuales, los sonidos son capaces de crear por sí mismos emociones o sensaciones” (Rodero, 2005: 40).

En cuanto al estado anímico percibido, el locutor muestra principalmente un estado anímico de emoción: más del 86% de los casos analizados muestran un locutor emocionado: “Junto con otras cuestiones básicas, idénticas para todo periodista deportivo, el radiofónico tiene a su favor el poder llevar la emoción del momento a su receptor” (Alcoba, 1993: 160) porque es “innegable que, al transmitir en directo un partido de fútbol, ningún periodista puede enmascarar su temperamento” (Gozalo, 2002: 16). De los 10 estados emocionales analizados, junto al de emoción, el de tensión es el otro que aparece reflejado en más de un 50% de casos. Por lo tanto, emoción y tensión serían los principales estados anímicos que definirían al locutor de retransmisiones deportivas. Euforia, alegría y tranquilidad son los otros tres estados anímicos más reflejados. Otros tres estados anímicos apenas se verían reflejados en el locutor: tristeza, enfado y depresión. Y dos no tienen incidencia alguna y no se apreciaron en ningún caso: sensualidad y dulzura. En principio se pueden entender como normales los estados anímicos neutros, como la emoción y la tensión, y se vean menos reflejados otros que pueden significar subjetividad por uno u otro de los participantes en una

prueba deportiva ya que los narradores deportivos deben situarse en una posición neutral (Alcoba, 2005: 166) al ser escuchadas en todo el territorio nacional –en el caso aquí tratado– y no tratarse de retransmisiones locales, en cuyo caso sí podría tener sentido la aparición de estados anímicos como la alegría o la tristeza. En este estudio no quedan asemejadas las audiciones grave o aguda con unos determinados patrones anímicos, asociaciones arquetípicas definidas por Huertas y Perona y que “establecen una relación muy estrecha entre la audición de una voz grave y las sensaciones de tristeza, depresión, pesimismo, melancolía, etcétera. Por el contrario, la agudización del tono indica alegría, optimismo o sorpresa, pero también miedo, nerviosismo y tensión” (Huertas y Perona, 1999: 101) ni tampoco se producen identificaciones entre intensidad y estados emocionales como que “la agresividad, la cólera, el miedo, la tensión o el nerviosismo se ilustran con un volumen más alto que la tristeza, el cansancio, la debilidad o la depresión” (Huertas y Perona, 1999: 102).

9.2.3. Intensidad, tono y timbre

Intensidad, tono y timbre son tres de los principales elementos sonoros que influyen a la hora de emitir cualquier tipo de mensaje radiofónico y “el emisor radiofónico ha de tener una voz cuyo timbre, intensidad y tono resulten eufóricos y, si no agradables, sí al menos adecuados al contenido que se pretende transmitir” (Merayo, 2000: 58). El propio Merayo (2000: 141-144) dice que “el lenguaje oral incorpora una musicalidad que, a través del timbre, el tono y la intensidad de la voz –convenientemente modulada– aporta mayor carga semántica y más ricas posibilidades expresivas” pues es norma elemental que el mensaje lleve incorporado por sí mismo elementos expresivos y sugerentes (Barea y Montalvillo, 1992: 15). La combinación de estos elementos mencionados, junto a otros como el ritmo o el volumen, hacen que el locutor tenga un estilo personal, propio en su expresión:

“La necesidad de explotar el estilo personal y propio de expresión se extiende a la mayoría de los programas radiofónicos, ya sean de entretenimiento, participativos,

musicales, etc. El tono y la intensidad, junto con el ritmo y el volumen, constituyen recursos expresivos básicos para la narración radiofónica de acontecimientos deportivos. Dominar el ritmo permite traducir movimientos y acciones. Determinadas acciones obligan al narrador a enlazar oraciones a gran velocidad por un tiempo prolongado: el tono permite dar sensación de cercanía o lejanía, advertir de una situación de peligro, celebrar un tanto importante o transmitir tranquilidad y tristeza. Las variaciones de intensidad resultan infalibles para llamar la atención” (Pacheco, 2009: 102).

En primer lugar, se puede afirmar que “la intensidad equivale al volumen” (Huertas y Perona, 1999: 91) por lo que es normal asociarla con la impresión de alta/baja o de fuerte/débil (Huertas y Perona, 1999: 91; Merayo y Pérez, 2001: 18). Aunque la intensidad “depende de la amplitud que alcance la onda sonora, de la potencia de la vibración que ha generado el sonido y de la densidad del espacio que atraviesa la onda” (Merayo y Pérez, 2001: 18), el concepto “hace referencia ya de forma directa a la sensación psicológica de energía del sonido” (Rodríguez, 1998: 100). En este mismo sentido se expresa Merayo (2000: 92) cuando dice que “los sonidos, según su intensidad se muestran fuertes o débiles, en función de los distintos aspectos lingüísticos, psicológicos y sociales”. El decibelio es la unidad clásica de medida y es una magnitud que “intenta relacionar la percepción humana con la cuantificación física de la presión que producen las vibraciones sonoras del aire al incidir sobre el oído” (Rodríguez, 1998: 102). Tomando como referencia a los decibelios, la intensidad en una conversación varía entre los 50 y 60 decibelios (Ávila, 2000: 18); superar los 80 puede lesionar la faringe (Ávila, 2000: 18). La intensidad percibida en este estudio a través del narrador principal – que no medida en decibelios– queda distribuida prácticamente a partes iguales (50%) entre alta y media mientras que, seguramente como consecuencia del género estudiado, no se percibe una baja intensidad en el habla del locutor, en la narración deportiva radiofónica. Se cumpliría así la premisa marcada por Rodero (2005: 60) cuando dice que “en función de la intensidad, para la radio es conveniente un volumen energético que transmita convicción”.

En cuanto al tono, de una manera manifiestamente teórica se puede decir que “en esencia, el tono es la impresión que nos produce la frecuencia de vibración a la que se manifiesta una determinada onda sonora” (Huertas y Perona, 1999: 89) y “en el caso de la voz, la marca del tono (grave/agudo) viene dada por la cantidad de movimiento que se produce en las cuerdas vocales en una unidad de tiempo” (Huertas y Perona, 1999: 89). El oído humano percibe sonidos en una “franja que abarca de los 16 a los 20.000 hertzios, valores que varían en cada individuo según la edad, el interés, la educación del oído, el ambiente, la calidad del aparato auditivo, etc.” (Merayo y Pérez, 2001: 19). Ávila, tomando en consideración las cuerdas vocales, dice que “si se habla cuando están más estiradas, el sonido que se produce es más agudo. Por el contrario, cuando las cuerdas vocales están más distendidas, el sonido que se genera es más grave” (Ávila, 2000: 18) y apunta igualmente que “cada hablante lo puede variar a voluntad. Las frecuencias tonales de la voz humana oscilan entre 80 y 3000 ciclos por segundo. Un profesional de la voz debería dominar el mayor número posible de ellas” (Ávila, 2000: 18). Por lo tanto, el tono “depende de la tensión y extensión de las cuerdas vocales” (Guevara, 2003: 30) y “el tono del sonido se traduce en percepciones graves o agudas, correspondientes a frecuencias elevadas o reducidas de la onda sonora que se percibe” (Merayo, 2000: 93). Un tono agudo –asemejado con lo chillón– es el más frecuente en la voz de los narradores deportivos, por encima de las tonalidades media y grave; esta última es la menos observada: “Esa sostenida elevación del tono elocutivo, mucho más agudo que el empleado en las demás funciones orales del lenguaje, revela la naturaleza de registro especial que posee el idioma empleado para comentar los espectáculos deportivos” (Lázaro Carreter, 1999: 593). La combinación de estos dos últimos elementos sonoros referidos a la voz (intensidad y tono) que podría considerarse como más adecuada es la que explica Blanco (2002):

“Resulta aconsejable encontrar el tono y la intensidad medias que va a emplear a lo largo de la narración. Debería obtener una combinación que, aunque llevara a cabo una tarea de impostación, le permitiera llegar al final de la retransmisión con

comodidad, sin síntomas de afonía, y que además le permitiera alcanzar niveles de inteligibilidad óptimos y agradables en cómoda progresión tanto hacia tonos graves e intensidades bajas como hacia tonos agudos e intensidades más altas de lo habitual. Estamos hablando de la importancia de intuir los niveles superiores e inferiores de la tesitura y la extensión de nuestra voz. Este tono e intensidad que nos permitirá narrar con normalidad durante un tiempo prolongado las acciones podemos acabar de concretarlo en las pruebas finales que desde los estudios centrales se exige a aquellos que va a hacer llegar su voz a través de un micrófono. Finalmente, la pericia de los responsables técnicos permitirá que las diferentes voces sean percibidas por la audiencia con un grado similar de intensidad” (Blanco, 2002: 60).

En tercer lugar, el timbre es “aquello que en realidad permite que al percibir un sonido lo podamos identificar y diferenciar de otro porque lo hace distinto, aunque el primero presente, incluso, el mismo tono y la misma intensidad que el segundo” (Huertas y Perona, 1999: 91). En este mismo sentido se expresa Merayo (2000: 93) cuando dice que el timbre “guarda íntima relación con la fuente sonora de la que procede. Un sonido de igual tono e intensidad puede tener distinto timbre según el género o la edad de la persona, y ofrece por ello un importante valor informativo acerca de ella”, lo mismo que ocurría por ejemplo con una nota musical tocada con misma intensidad y tono por instrumentos musicales diferentes (Gil, 1990: 25). Y de igual forma, aunque con diferentes palabras, lo expresa Ávila (2000), quien añade que a través del timbre se puede conocer si la voz es de un hombre o una mujer y que la oscilación en hercios se puede producir en cada una de ellas: “El timbre puede medirse en hercios (Hz). La voz del hombre oscila en la banda de 100 a 8.000 Hz, mientras que la de la mujer, entre 200 y 9.000 Hz” (Ávila, 2000: 18). En el estudio realizado, el timbre abierto es el predominante pero sobre todo queda reflejado un timbre agradable lo que significa que en principio gustaría al receptor, algo importante si se tiene en cuenta que si bien no es necesario transmitir lo agradable en su punto más

extremo, sí al menos sea adecuado al contenido que se pretenda transmitir (Merayo, 2000: 58).

9.2.4. Diferencias tonales y palabras clave

El empleo de diferencias tonales y la enfatización de palabras clave debería ser norma común en cualquier retransmisión deportiva por radio pues, por ejemplo, no es lo mismo –o no debería serlo– retransmitir durante un partido de fútbol una jugada si se desarrolla en el centro del campo o si ésta está teniendo lugar en alguna de las áreas de los equipos. Siempre el locutor debería “saber transmitir la emoción del juego, de una carrera o de un combate por medio de la entonación adecuada a cada lance producido en la competición, de forma que el oyente pueda visualizar, mentalmente, lo que sucede en la competición” (Alcoba, 2005: 166) entendiendo en este sentido por entonación “a las distintas inflexiones que se realiza al hablar, y a las variantes en la intensidad del tono de la voz” (Ávila, 2000: 20) y, en cualquier caso, empleando las diferencias tonales que se requieran en cada momento. El tipo de entonación aquí tratado, la radiofónica, se diferencia diametralmente de la clásica entonación que adquiere la lectura de textos en voz alta (Prado, 1985: 19) y la emisión de un discurso improvisado y con diversos cambios en la acción repercute en una elevada frecuencia de diferencias tonales. Y de la muestra empleada, se perciben así en el 80% de los casos.

Por el contrario, la inexistencia de las diferencias tonales y una deficiente entonación es sinónimo “de que algunos locutores resulten tediosos y aburridos para el oyente” (Pacheco, 2009: 100). Esto apenas ocurre, según los resultados obtenidos, lo cual irá en favor del receptor pues con la entonación y fuerza correctas que sepa imprimir el emisor, el locutor en este caso, ayudará incluso a transmitir sentimiento en las palabras.

Estas diferencias tonales vienen acompañadas de la también existente, en un alto porcentaje, enfatización de palabras clave. Aunque sin haber realizado un exhaustivo análisis de las palabras clave enfatizadas, sí se percibe a primera vista una heterogeneidad de estos términos, con palabras que hacen referencia a nombres de jugadores o términos que tienen que ver con variaciones en el resultado.

9.2.5. Silencios y pausas

La ausencia de silencios en el presente estudio queda perfectamente justificada desde el momento en que hay que considerar a la radio como un medio puramente sonoro. De ahí que un silencio –ausencia de palabra durante tres o más segundos (Merayo y Pérez, 2001: 36 y Terrón, 1992)– no tenga cabida en este género de retransmisión deportiva, en ninguna de las tres variantes que distingue Blanco (2002: 151-153): el silencio técnico (por problemas técnicos), el silencio expresivo (empleado con función narrativa y significativa por parte del narrador) y el silencio oral, en ocasiones confundido con el técnico.

La sí presencia de pausas –entendida como “toda ausencia voluntaria de sonido, de menos de tres segundos de duración, que cumple funciones respiratorias y gramaticales y que tiene una escasa capacidad de significación” (Merayo y Pérez, 2001: 36)– igualmente queda justificada si se tiene en cuenta que en un gran número de casos las pausas pueden ser sinónimo simplemente de la propia necesidad de respirar o tomar aire por parte del locutor, o sinónimo de signo de puntuación. Asimismo, la acción que se esté desarrollando también influiría sobre la presencia o ausencia de pausas. Y es más: en el medio radiofónico, los profesionales con más experiencia utilizan la pausa para crear expectación o subrayar algún concepto (Ávila, 2000: 47).

9.2.6. Pronunciación

La pronunciación es una variable estudiada que no puede lograr el éxito por sí sola. Es decir, un locutor puede realizar una magnífica pronunciación pero ella ha de venir acompañada por una inevitable claridad técnica (Prado, 1985: 15) ya que, de lo contrario, no se conseguiría el fin. Se hace necesaria una redacción clara pero esa claridad enunciativa ha de producirse junto a la claridad técnica (Barea y Montalvillo, 1992: 12). El sonido ha de ser lo más perfecto posible pues “el oyente no puede recomponer las impresiones mecánicas con la ayuda de la imagen, el movimiento de los labios o las sobrepresiones” (Barea y Montalvillo, 1992: 12). A pesar de lo anteriormente citado, y como se viene reseñando, el género tratado

no posee una redacción de antemano lo que no ha de ser óbice para tener en cuenta la idea expuesta.

Según los resultados, se encuentra una correcta pronunciación en la mayoría de los casos. No hay que olvidar que esta variable se estudió según la percepción del codificador por lo que estos resultados contrastan con el análisis lingüístico de la transcripción textual, en la que sí se observaron ciertos errores de pronunciación y “evidentemente una deficiente pronunciación de los fonemas tienen como consecuencia inmediata la pérdida de la claridad en el mensaje” (Merayo, 1998: 236), situación a evitar porque “en el medio radiofónico el oyente ha de entender el mensaje en el momento mismo de su emisión, y tal y como éste se emita” (Huertas y Perona, 1999: 18) pues no es posible una re-escucha: es exigible que el locutor hable con claridad (Ávila, 2000: 15). Además, una eficaz pronunciación vendrá acompañada de una vocalización perfecta; al menos una vocalización clara, que facilitará la comprensión del texto y de lo que se transmite (Prado, 1985: 18) porque la aspiración primordial del locutor es transmitir un mensaje inteligible (Ávila, 2000: 15)

Aunque Merayo (2000: 141) explica cómo una deficiente pronunciación de los fonemas tiene una inmediata consecuencia negativa y repercute en la pérdida de la claridad del mensaje, el propio Merayo afirma que en situaciones normales no siempre será preciso vocalizar perfectamente –“vocalizar consiste en pronunciar correctamente todas y cada una de las vocales que aparezcan a lo largo de la cadena hablada” (Ávila, 2000: 20)– ya que el contexto ayudará al entendimiento (Merayo, 1998: 236), más aún en este caso, en donde una alta velocidad de dicción puede provocar cierta incompreensión (Vázquez, 1974: 77). Muchas veces, esa pronunciación vendrá facilitada por la propia redacción y utilización del lenguaje, empleando una sencillez sintáctica y gramatical o utilizando palabras cortas y comprensibles –los vocablos de dos o tres sílabas son más manejables al oído (Barea y Montalvillo, 1992: 38).

Todo ello se puede aplicar al caso de las retransmisiones deportivas radiofónicas ya que a veces la pronunciación no es la más acertada; ello unido a una alta velocidad de dicción repercute en que el receptor no siempre entienda todas y cada una de las palabras

pronunciadas por el locutor aunque sí consigue entender el “todo” debido al contexto. Esta pronunciación a veces no tan afortunada durante las retransmisiones deportivas radiofónicas se daría preferentemente en ciertos momentos de un evento deportivo, los de inminente peligro, donde la aceleración que se produce en el campo de juego, radiofónicamente va acompañada por características como “la disminución de la duración media de las sílabas, de la duración de los grupos fónicos, la reducción de la longitud de las pausas y el aumento de frecuencias” (Pacheco, 2009: 102).

9.2.6.1. La influencia del sonido ambiente en la claridad del mensaje

Se debe tener en cuenta igualmente que en una retransmisión deportiva radiofónica, en su musicalidad, tiene presencia el sonido ambiente. Éste generalmente se puede transmitir por dos vías: con micrófonos propios instalados en el mismo terreno de juego –si bien esta vía es más propia en las retransmisiones televisivas– o con el sonido ambiente que llega a través de los micrófonos de los periodistas situados a pie de campo: “No hay que olvidar que de la banda sonora de la retransmisión forma parte el sonido ambiente” (Blanco, 2002: 151). Este sonido ambiente puede interferir sobre la claridad del mensaje, perjudicando el entendimiento. El sonido ambiente, por lo tanto, puede tener esta parte negativa aunque también positiva ya que, como indica Blanco (2002: 151) provoca la transmisión de los sentimientos y las emociones del público presente en el estadio. El punto de encuentro ha de ser encontrado a través del componente técnico del medio radiofónico.

9.3. Discusión de los resultados textuales

El clásico modelo de comunicación, como anteriormente se ha mencionado, indica que el ejercicio de la comunicación requiere de un conjunto de elementos esenciales e imprescindibles: un emisor, un receptor, un mensaje y un canal a través del que transmitir dicho mensaje. El apartado lingüístico de esta tesis estudia esa comunicación producida a través del habla y transmitida por el medio radiofónico, que utiliza el lenguaje radiofónico y que, a fin de cuentas, no debería diferir demasiado de cualquier otro lenguaje:

“...no es algo distinto, en suma, que usar palabras en actos comunicativos. Mas, normalmente, para que la palabra tenga sentido comunicativo en un acto de comunicación es necesario que el usuario de la Lengua (hablante o escritor), elabore un producto específicamente lingüístico que se denomina ‘frase’” (Núñez, 1993: 29).

A partir de esta idea básica, el estudio se ha centrado de inicio en el esquema: Palabra → Frase → Discurso (figura 3). Como cualquier otro lenguaje, el periodístico se compone de palabras y éstas son más importantes, si cabe, en el medio radiofónico porque de ente todas las herramientas que entran en juego en el mensaje radiofónico la que más importancia tiene es la palabra (Merayo y Pérez, 2001: 13), al menos ésta es la idea que se pretende rubricar en esta tesis doctoral. Con esas palabras, el periodista construye frases y oraciones. Esas frases y oraciones forman parte de un discurso en el que se encuentra la esencia de la comunicación, en el que se encuentra el mensaje que se pretende transmitir.

Figura 3. Esquema básico para la construcción del discurso

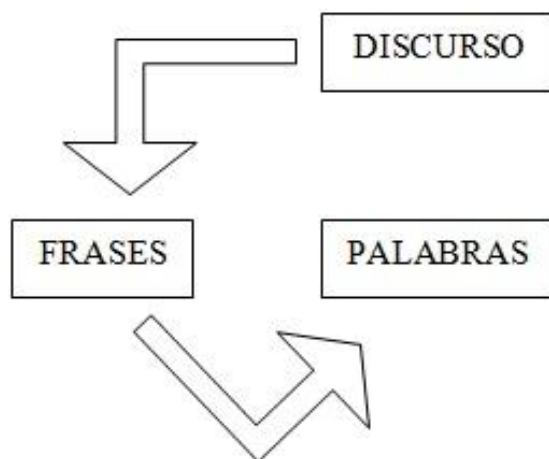


Figura: elaboración propia

A lo largo de este epígrafe se pretenden presentar las ideas yendo de lo general a lo particular, según los resultados alcanzados. En el referente inicial de la lingüística en el Periodismo se encuentran ideas

enfrentadas. Por un lado cabe destacar la idea de que “la lengua periodística como lengua de prestigio ha sido frecuentemente puesta en entredicho, puesto que se ha considerado a los medios de comunicación como agentes de deterioro del idioma” (Castañón, 1993: 7). Por otro lado, hay quienes piensan que el lenguaje periodístico, y especialmente el improvisado –como es el caso que aquí ocupa–, al estar en constante cambio, contiene errores y éstos están justificados.

Esa improvisación, entendida como la técnica y el arte de decir conceptos previstos con palabras imprevistas (Ávila, 2000: 73), está muy presente en el locutor radiofónico de partidos de fútbol, o de deporte en términos generales: “Escuchar la retransmisión de un partido de fútbol o de cualquier otro deporte, nada tiene que ver con lo que se presencia. El periodista radiofónico debe ser un maestro de la improvisación” (Alcoba, 1993: 159) y esa facultad convertiría al periodista radiofónico deportivo en uno de los más cultivados (Alcoba, 1993: 159). Esa “habilidad en la improvisación verbal sería adquirida sobre la marcha” (Balsebre, 2001: 244) y no debe suponer una sorpresa al profesional: “Hemos de estar preparados para evitar un discurso totalmente improvisado, aunque se produzcan imprevistos como por ejemplo un partido de fútbol que se viera suspendido por un apagón, una granizada, la caída de una portería o cualquier otra circunstancia inesperada” (Huertas y Perona, 1999: 134). La importancia del locutor, del locutor-improvisador, dentro del medio no es mínima sino todo lo contrario ya que junto a esa improvisación, como comenta Pacheco (2009: 103) ha de lograr otros fines relacionados con la seducción, la persuasión que sobre el oyente ha de producir así como de transmitir un mensaje convincente... con la finalidad de que se produzca una imprescindible escucha activa y, en términos generales, que el locutor logre una eficaz comunicación.

El principal e histórico aval con el que cuenta el medio radiofónico es que siempre ha conseguido ser el más cercano a la sociedad y ha llegado a todo tipo de públicos: desde las clases más pudientes y burguesas hasta las clases más bajas, incluyendo muchas franjas de edad (Newman, 1991: 19). Fue además “el primer gran medio extendido entre la población al que se puede tener acceso de forma gratuita constantemente, más allá de la compra de un receptor

apropiado para ello” (Herrero y Rodríguez, 2009: 969). Por ello es por lo que el medio radiofónico estaría compuesto por un grupo de oyentes heterogéneo y multiforme.

Y la comunicación emisor – receptor simplemente requeriría de una herramienta común: la lengua, en este caso la castellana, con la que poder comunicarse y entenderse. El lenguaje ha de ser correcto, simple pero no vulgar... y a pesar de cumplir éstas y otras características que siguen esta misma línea, no siempre es accesible a todos. ¿Por qué? Porque a pesar de que en el medio radiofónico esté representado un grupo heterogéneo de oyentes, cada programa radiofónico tiene su especial grupo de oyentes, no en lo que se refiere a variables como género, edad, provincia de residencia, etcétera – donde ahí sí se ve representada la heterogeneidad– sino al interés que un determinado programa pueda despertar en su público; en este caso el deporte y, en concreto, el deporte radiado en forma de retransmisión. En términos generales, Ávila (2000: 52) reconoce que “la audiencia, evidentemente, no es un todo uniforme. Dependiendo de una serie de factores complejos –tipo de programación, formato, horario, contenidos– la audiencia puede ser generalista o especializada, pero, en cualquier caso, heterogénea”. Es precisamente eso lo que ocurre con los radioyentes de retransmisiones deportivas: es un público especializado⁹⁰.

Pero ya sea hacia un público especializado –como es el caso– o no especializado, lo cierto es que con mayor o menor acierto, la lengua castellana es usada para poder entenderse: expresión oral para comunicar ideas y comprensión oral para asimilar lo que es comunicado. Es por eso por lo que la lengua castellana habría de preocupar a aquéllos que la usan; especialmente a aquéllos que la toman como herramienta de trabajo: el periodista y el lenguaje periodístico que utiliza, que a fin de cuentas no es sino el lenguaje empleado por cualquier persona pero con unos fines concretos. ¿O es que acaso el periodista habría de emplear otro tipo de lenguaje, más alejado del empleado por la sociedad, que en ocasiones pudiera ser demasiado coloquial? En este sentido, Seijas presenta la dicotomía:

⁹⁰ “La radio especializada, en contraste con la radio tradicional, se caracteriza por dos elementos: las especialización de sus programas y la segmentación de la audiencia” (Díaz, 1986: 23).

“Nos encontramos, por lo tanto, con que los destinatarios constituyen un público multiforme que impone al lenguaje periodístico ciertos condicionamientos entre los que destaca su llaneza de estilo, es decir, una cierta impregnación del lenguaje oral e incluso coloquial que inquieta a no pocos intelectuales y pone en guardia a los puristas del idioma. No se alarman, sin embargo, los filólogos que consideran el lenguaje como algo vivo y, por lo tanto, sujeto a evolución, y que ha de adaptarse a la corriente variable del tiempo, si no quiere perder el dinamismo que corresponde a su función que, desde nuestro punto de vista, es la comunicativa, más que la estética” (Seijas, 2003: 120).

A partir de esta afirmación, se presenta una clara idea u oportuno interrogante: el saber si la lengua castellana, en términos genéricos, ha de estar más bien apegada al esteticismo o a la funcionalidad. La funcionalidad se hace esencial pero desde el punto de vista del rigor periodístico y la eficacia comunicativa “y en el contexto de la tradicional dialéctica forma/contenido implícita en la construcción de todo mensaje periodístico, cobran cada vez más importancia en el ámbito de la credibilidad los niveles de creatividad expresiva” (Balsebre, 1994: 28) que puedan llegar a alcanzar los propios profesionales del medio.

De entre los diversos géneros que pueden ser empleados en la radio, unos tienden principalmente a la función comunicativa y otros a la estética. El ideal sería la combinación entre ambos. En el objeto de estudio tratado, quizás ese ideal se consiguió años atrás, con grandes maestros del periodismo oral y la narración radiofónica, como Matías Prats, y sus jugosas y pomposas retransmisiones aún en el recuerdo de los más sentimentales. Probablemente, esas antiguas formas de narrar se han ido perdiendo y en su lugar se ha instaurado un lenguaje radiofónico difícil de definir en este sentido o que podría ser definido de forma distinta por unos y por otros: ¿Cercano? ¿quizás coloquial? ¿o directamente se podría definir como incorrecto? Parece que decir que se emplea un lenguaje “cercano” sería positivo; e igualmente valdría el término “coloquial” para completar dicha

definición, siempre y cuando el coloquialismo no venga acompañado de la incorrección. No cabría, sin embargo, la incorrección como tal. Y es que en este punto también cabría plantear la duda acerca de si el lenguaje radiofónico deriva en un habla en el que todo vale, siempre y cuando pueda ser expresado con palabras. Es obvio que las palabras son elementos radicalmente imprescindibles (Merayo, 2000: 125) pero igualmente innecesarias si van a ser mal empleadas.

9.3.1. La lengua en los medios de comunicación

De forma genérica, Escribano se refiere a la relación Periodismo/lenguaje en los siguientes términos: “Esa falta de conciencia de la importancia del lenguaje afecta a toda la sociedad, pero es especialmente grave en los medios de comunicación” (Escribano, 2006: 12). Si se toma como válida esa idea, consecuencia de ello podría ser que la falta de conciencia se impregnara en la propia sociedad a través de los medios. Y éste sería otro punto de debate: hasta qué punto influyen los medios de comunicación en la transmisión de los valores lingüísticos a la sociedad dentro de esa función de “formación” que tendría, entre otras, la radio (Faus, 1974). En este sentido, la propia Escribano (2006: 13) alude a Manuel Calvo Hernando quien, en un encuentro periodístico celebrado en Salamanca en 1997, hacía esta reflexión sobre la influencia de los medios en el lenguaje:

“Muchas acusaciones de todo tipo se han hecho en las últimas décadas a los medios de comunicación. Se les ha responsabilizado de la rebeldía de los jóvenes, de la violencia en las calles y del deterioro de la moral tradicional. Pero además se les ha culpado por lo que se percibe como un notable deterioro en la capacidad de la gente para expresarse a través del lenguaje” (Sarmiento, 1997)” (Escribano, 2006: 13).

Parece que la influencia existe pero es difícil averiguar qué nivel ejercería en una determinada escala. Y ya sea una fuerte o débil influencia, sí parece más obvio que, de entre todos los medios de comunicación y los más trascendentes de los tradicionales, quizás los orales son los que deberían recibir un análisis más minucioso; de

hecho, la profesora Romero centra sus críticas en éstos: “En cualquier caso, en este apartado, hay que resaltar que el problema grave está precisamente en los medios orales ya que en ellos se confunde muchas veces lo coloquial con lo vulgar o con lo absolutamente incorrecto” (Romero, 1993: 18). En las retransmisiones deportivas radiofónicas –transmitidas a través de un medio plenamente oral– un aspecto a tratar: ¿se confunde lo vulgar con lo coloquial y con lo incorrecto? Al igual que habría que observar si lo coloquial o lo incorrecto se produce sólo en el contenido o también viene influido por la propia forma en la que se presenta el contenido. Es decir, ¿las incorrecciones encontradas en el estudio son únicamente fruto de la propia retransmisión en sí o también tiene su probable influencia el programa dentro del cual quedan englobadas? Y es más: ¿los errores encontrados pueden considerarse como “normales” dado el género estudiado y la propia oralidad? Escribano (2006: 14) menciona a Alarcos quien, en el congreso “Los medios de comunicación y el castellano”, celebrado en Valladolid en 1996, afirmaba que “los medios de comunicación son, en general, respetuosos con la gramática”. También se refiere Escribano a Senabre, quien durante unas jornadas sobre Periodismo y Literatura afirmaba que “los periodistas no son más culpables del deterioro idiomático que otros sectores sociales que hacen uso de la lengua y que, en el fondo, lo que se estaba manifestando en la devaluación lingüística era una devaluación cultural” (Escribano, 2006: 14). Desde este punto de vista, la devaluación lingüística no sería tan achacable a los medios de comunicación, ni a los periodistas, sino al conjunto de la sociedad. Y por lo tanto, desde esta visión, los errores sí podrían considerarse como “normales”.

Pero debido a este contrapuesto conjunto de ideas que se puede encontrar sobre la utilización de la lengua castellana en los medios de comunicación, gran parte de las hipótesis indagan sobre esta realidad. A través de los resultados se ha tratado de estudiar la posible llaneza de estilo en la oralidad de las retransmisiones deportivas radiofónicas. No se pretende defender la posible banalidad y vulgaridad que pueda existir en este género radiofónico sino plantear si esta realidad se produce o no.

Llegados a este punto, tampoco hay que confundir la no deseable vulgaridad con la innovación lingüística: “La mayoría de las críticas que se hacen al cambio lingüístico están mal concebidas, ya que la parte del lenguaje que está cambiando en un periodo determinado es pequeña en relación con la que no cambia” (Escribano, 2006: 18-19), por lo que no debería existir razón alguna para el exceso de preocupación: “La lengua tiende a regularse sola y a equilibrar novedad y permanencia, innovación y estabilidad” (Escribano, 2006: 18-19). En este mismo sentido, Sábato afirmaba en 2001: “A diferencia de ciertos académicos, siempre he sido partidario de la lengua viva”. Y esa “lengua viva” sería un hecho especialmente en el lenguaje radiofónico, que no conoce límites:

“Porque el lenguaje radiofónico no tiene límites, y exige eso, que no se le limite, ya que el medio está abierto para que a través de él transiten y se muevan con libertad las palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida. Todo lo que puede ser expresado con palabras puede ser transmitido por radio, ¿y qué cosas no pueden ser expresadas con palabras o transformadas en sonidos?” (Romo, 1997).

Dentro de los medios de comunicación los principales “actores” son los periodistas en general; en la radio: los locutores. Alvar, en 1991, dijo que “el porvenir de la lengua está más en los periodistas que en los profesores. Esto es especialmente palpable en el caso de la radio y la televisión” (Escribano, 2006: 14). Esta idea planteada por Alvar parece arriesgada, atrevida y a buen seguro criticada desde las esferas académicas. Y es que en el arte del “buen decir” tanta importancia tendrían los medios de comunicación como la Academia; en especial la universitaria aunque a veces los puntos sean encontrados: “1. Los medios piden a las academias más flexibilidad y más agilidad, y 2. Las academias piden a los medios más rigor y más capacidad de ser pacientes, o más paciencia” (Fernández, 2007).

Finalizando la pirámide que se viene examinando (figura 4), de medios de comunicación a periodistas, habría que finalizar en el

último escalón, el que es analizado en esta tesis: los periodistas deportivos.

Es de destacar la idea que Alcoba menciona respecto al periodista deportivo, del que dice que “se ha convertido en uno de los más seguidos de la información periodística especializada. Su influencia sobre clientes y receptores de los medios ya no se discute y, por sus opiniones, se ha convertido en conductor de masas” (Alcoba, 1993: 41-42).

Figura 4. Pirámide MDC – Periodistas – Periodistas deportivos

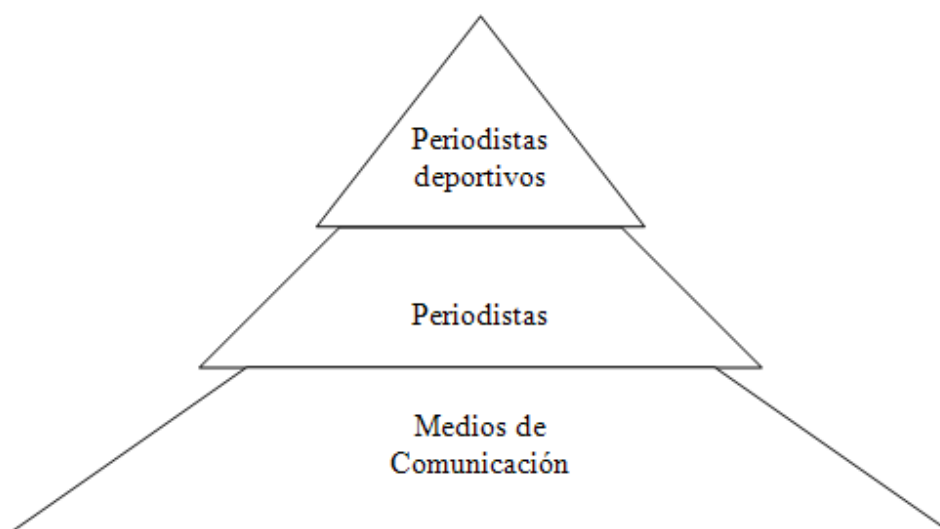


Figura: elaboración propia

Dentro del ámbito del periodismo deportivo, los comunicadores de este tipo de información se han convertido en conductores de masas de un concreto grupo de personas que tiene una serie de características en común, que han de utilizar la combinación de la lengua común con componentes especializados: “Cuando hablamos de deporte o en cualquier otra ocasión domina la lengua común, aderezada, si cabe la expresión, con diversos elementos de la lengua especializada correspondiente” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 141).

9.3.1.1. La lengua castellana en el deporte. El caso de las retransmisiones deportivas radiofónicas

Cada deporte tiene sus propias reglas y así mismo las tiene el arte de comunicar el deporte en los medios de comunicación (Stofer,

Schaffer y Rosenthal, 2010: 105). Y si como el deportista ha de saber cuáles son las reglas por las que se rige el deporte que practica, el comunicador deportivo también ha de saber cuáles son las reglas que debe seguir para transmitir ese deporte: “Sports writing has rules, too: grammar rules, spelling rules, punctuation rules”⁹¹, una afirmación de Stofer, Schaffer y Rosenthal (2010: 105) sobre el periodismo escrito pero igualmente equiparable al oral. E igualmente si el deportista tiene el deber y la obligación de conocer esas reglas –para no ser sancionado– lo mismo le sucede al comunicador de acontecimientos deportivos: “You may not be thrown out of the game for breaking a writing rule, but there is a penalty. With each mistake, you lose credibility with your audience and your employer”⁹² (Stofer, Schaffer y Rosenthal, 2010: 105). Más allá de las reglas gramaticales o sintácticas, en la misma medida el periodista deportivo ha de cuidar su léxico, y en especial el especializado en el deporte. El estudioso Castañón presenta en uno de sus múltiples artículos la evolución de la lingüística dentro del deporte. Castañón (2001) dice que a lo largo del siglo XX el estudio y la reflexión de la lengua del deporte en el mundo han evolucionado de estudios monolingües con aplicación de criterios puristas a diccionarios monolingües, pasando por diccionarios multilingües en formato de libro y diccionarios multilingües digitales; todo ello en varias etapas: de finales del siglo XIX a 1918 (1ª etapa), de 1919 a 1945 (2ª), de 1946 a 1979 (3ª) y de 1980 hasta la actualidad (4ª). Según el propio Castañón (2001), la evolución en España ha sido diferente: diccionarios monolingües, estudios monolingües con aplicación de criterios puristas, diccionarios multilingües en formato libre y diccionarios monolingües digitales. A este tipo de diccionarios, cada vez con mayor frecuencia se han ido uniendo estudios científicos sobre el idioma deportivo aunque muchas veces esos trabajos académicos no encuentran reflejo en el mundo profesional:

⁹¹ “El deporte escrito también tiene reglas: gramáticas, de pronunciación, de puntuación” (traducción propia).

⁹² “Puede que no seas expulsado del juego por cometer una falta de ortografía pero sí hay una penalización. Con cada error, pierdes credibilidad ante tu audiencia y ante tu jefe” (traducción propia).

“Para escribir y hablar de la actividad deportiva nadie va a embarcarse en una complicación adicional para expresar términos y criterios. Hemos querido exponer esta opinión científica con el propósito de hacer ver cómo el deporte ha llegado a interesar en los ambientes académicos, aunque luego todo ese cúmulo de teorías no conduzca a nada efectivo para la marcha y el funcionamiento del lenguaje deportivo” (Alcoba, 2005: 114).

Quizás algún día esta idea se puede desterrar y que todos los trabajos acerca del lenguaje deportivo tengan una mayor acogida por los medios de comunicación ya que “el conocimiento del lenguaje deportivo y su modo de empleo es una asignatura fundamental para cualquier periodista deportivo e imprescindible para los especialistas en determinados deportes” (Alcoba, 2005: 114).

9.3.1.1.1. El lenguaje en la radio deportiva

El discurso auditivo a través de la palabra es, para la radio, uno de los elementos más significativos de este medio de comunicación: “For of all rounds which radio uses, speech it its most significant, its primary signifier. Without it, radio would be nothing”⁹³ (Shingler y Wieringa, 1998: 30). Y en este sentido la radio “tiene sus propias peculiaridades normativas, sus características maneras de expresarse” (Merayo y Pérez, 2001: 13). Uno de los fines de este trabajo es analizar el lenguaje en las retransmisiones deportivas radiofónicas. Todo ello porque “para el idioma, la radio deportiva se ha convertido en un juego que transmite espontaneidad y expresividad gracias a su continua evolución y expansión” (Castañón, 2009b) y en el que el lenguaje y el discurso del deporte contribuyen a formar parte de la épica, incluso más que el propio deporte en sí:

“Lo épico, de estar en algún lugar, no lo está en el fútbol en sí mismo sino en su discurso. La épica no se concentra en una realidad técnica (la manera en la que un delantero es bloqueado

⁹³ “Porque de todas las características de la radio, el discurso es lo más significativo, su significado primario. Sin él, la radio no sería nada” (traducción propia).

por la defensa del equipo contrario) sino en la acuñación lingüística con que la recubrimos (la carga de Ronaldo se estrella contra las líneas defensivas de los de Pucela). Lo épico es una forma, es un lenguaje” (Labrador, 2007: 4).

El objetivo que se viene persiguiendo es dilucidar el hábitat del lenguaje deportivo en el medio radiofónico y no tanto resolver la disyuntiva: “¿El deporte como promotor de un determinado lenguaje o fue el lenguaje quien dio sentido al deporte?” (Alcoba, 1993: 155). Una vez dilucidado el hábitat, será el momento de analizar la expresión oral y la riqueza / pobreza lingüística que las retransmisiones deportivas radiofónicas poseen, a través de unos textos que vienen determinados por unidades contextuales más amplias (Núñez, 1991: 172) y que pueden repercutir en interpretaciones diferentes: “Pero todavía un texto puede considerarse como elemento de unidades más amplias, que podríamos llamar contextuales, es decir, los ámbitos donde se producen los textos y en los que los textos, como unidad de significado, son interpretables” (Núñez, 1991: 171). La idea puede ser llevada a la expresión oral vista en forma de texto (transcrita). También es necesario contextualizar la realidad estudiada: “Un texto, puede considerarse, bien como unidad autónoma de significación, es decir, como una unidad textual, o bien como parte concurrente con otras unidades textuales similares, también noticias, de un contexto” (Núñez, 1991: 172).

Hay que recordar que Romero (1993: 18) defendía que en el periodismo oral, en ocasiones, se confunde lo coloquial con lo vulgar o directamente con lo incorrecto. Y aunque el deporte haya generado un lenguaje propio que haya enriquecido al propio lenguaje del hombre a través de variantes lingüísticas y simbólicas (Alcoba, 1993: 155), nunca se debería confundir ese lenguaje propio y esas variantes lingüísticas e innovación con lo incorrecto. Además, el lenguaje deportivo es un lenguaje especializado que ha logrado penetrar con habilidad en los seguidores (Cebrián, 1994: 524).

En términos más genéricos al medio que se estudia, el lenguaje deportivo radiofónico queda supeditado a cualquier norma sobre el lenguaje radiofónico a cualquier nivel superior y en ese sentido se

puede destacar que “sobre el registro lingüístico que se debe utilizar en la radio existe consenso: debe usarse el lenguaje coloquial culto” (Merayo y Pérez, 2001: 72).

Aparte del lenguaje empleado, no hay que olvidarse de cuál es su función: la informativa y no tanto la estética si bien, como anteriormente se mencionó, el ideal estaría en una combinación entre ambas. Pero en sí, este trabajo parte de la base de que la función comunicativa ha de estar por encima de la estética y esa función ha de cumplirse sabiendo la complejidad que esconde este lenguaje: “En 1976, el catedrático de Teoría de la Educación Jorge Sans Vila pronunció una conferencia en la Universidad Pontificia de Salamanca en la que expuso unos particulares criterios sobre el lenguaje del deporte, demostrando la complejidad de esta área” (Alcoba, 2005: 113). Y en definitiva: “El lenguaje creado por el deporte, reconocido por el famoso lingüista suizo Charles Bally, tiene como fin agrupar en su entorno a todos los aficionados a esta actividad” (Alcoba, 1993: 156).

Podría decirse que cada grupo social ha ido generando un lenguaje propio según la realidad que esté efectuando. Sirva como ejemplo el lenguaje que no pocas personas empezaron a “crear” con el nacimiento de los mensajes de texto de los móviles: 160 caracteres para transmitir una idea. La falta de espacio repercutió en un nuevo lenguaje, plagado de errores en la mayoría de los casos. Pero esos errores, en cambio, no influyeron en la esencia del mensaje y en su comprensión, salvo excepciones.

De este ejemplo, al subgrupo social de aficionados a la comunicación del deporte, que con el paso de los años se ha consolidado. El conjunto social interesado en la comunicación deportiva ha desarrollado un lenguaje que puede ser entendido por todos aunque no asequible a cualquier persona. Esto significa que aunque léxica, sintáctica o gramaticalmente es un lenguaje al alcance de todos –no en todos los casos– especialmente, contextualmente hablando, el idioma deportivo no es entendible para cualquier persona pues está dirigido a un concreto grupo de personas. Los individuos más alejados de este idioma tendrían dificultades para acceder al lenguaje deportivo, no tanto por su capacidad sino por su desinterés o dejadez. En cambio, este grupo estaría formado por los

amantes al deporte y a la comunicación deportiva. Es más, se podría decir que las personas fascinadas por el deporte se sirven de un lenguaje sobre el que ellos mismos han influido pues al lenguaje deportivo “se han unido formas de expresión derivadas de la práctica o comentarios de los aficionados” (Alcoba, 2005: 114), práctica ésta criticada por autores como Grijelmo:

“El periodista debe mostrar un lenguaje común, pero no vulgar. Y tampoco pobre [...] El lenguaje del informador debe tender hacia la precisión, y resultará, por tanto, más eficaz si elige palabras con significados muy concretos, ceñidos a la idea que se desea trasladar [...] Sobre todo en el lenguaje deportivo, los periodistas acuden insistentemente a expresiones de la calle que dicen muy poco de elegancia [...] El informador no puede permitir que le contagien las palabras que usan sus amigos, o su entorno (‘le metía 16 segundos’ forma parte de un lenguaje vulgar o de jerga que el redactor no puede asumir). En ese caso, debió escribir, por ejemplo, ‘le aventajaba en 16 segundos’” (Grijelmo, 2008: 341).

Esa impregnación de las expresiones de la calle sobre el periodismo deportivo también ha venido justificada porque “los primeros informadores de temas deportivos en los periódicos no fueron periodistas, sino escritores aficionados a un fenómeno incipiente, y que realizaban comentarios con el estilo propio de la época, retórico y floreado” (Alcoba, 1993: 41) y de la propia llegada de periodistas no especializados en la materia. Aunque la idea de Alcoba se refiere a la prensa escrita, tal referencia puede ser igualmente llevada al periodismo oral, tanto antiguo como de hoy en día. La acentuación en este siglo también ha venido de la mano de los becarios, periodistas en formación de los que a menudo abusan los medios de comunicación y que deriva en consecuencias negativas y desgraciadamente en una desvirtualización en el empleo del lenguaje. A ellos también hay que añadir la aparición del comentarista que en no pocas ocasiones carece de la formación suficiente para verbalizar sus ideas dentro de los límites de la corrección lingüística. Entre unos

y otros se ha fomentado una mayor incorrección en el empleo del lenguaje.

Por todo lo que se viene comentando, “en apenas un siglo el estudio del idioma del deporte en España ha evolucionado de un ámbito menor a suscitar el interés de los científicos para su reflexión sociolingüística” (Castañón, 2001) sabiendo que “desde este enfoque sociolingüístico el periodista como mediador social que es, acerca a la sociedad al fenómeno social” (Helguera, 2001).

9.3.1.1.1. La importancia del comunicador

En este contexto, muchas veces el periodista deportivo tiene una responsabilidad dentro de la sociedad, o del subgrupo de ésta, “ya que de sus escritos o palabras, en cierto modo, depende el comportamiento de los espectadores del espectáculo deportivo” (Alcoba, 1993: 42). Esto significaría que tanto deportistas como afición interesada en la comunicación deportiva “precisan de unos profesionales de la información deportiva aptos para llevar a efecto su misión informativa de manera orientadora” (Alcoba, 1993: 42) lo cual presupone que tienen la misión de resolver las incógnitas planteadas por los receptores y educarles de forma permanente (Cagigal, 1981).

Ese profesional debería cumplir un requisito esencial y otro que sería importante (Alcoba, 1993: 45): ser amante del deporte y también sería oportuno que haya practicado deporte de forma profesional para, a partir de esa experiencia, extraer buena parte de conocimientos que complementen su formación periodística. No obstante, ese segundo requisito estaría cubierto desde el actual momento en el que, durante una retransmisión, participan comentaristas que en el mayor número de las veces han sido ex-deportistas, ex-entrenadores o ex-árbitros profesionales que dan un punto de vista diferente, más apegado a la profesión deportiva y no tanto al del mundo del Periodismo. Esta figura del comentarista tiene una ventaja de base: el espectador recibe informaciones desde diferentes puntos de vista, más allá del mero narrador-locutor; pero, por otro lado, en principio la lengua castellana o el nivel de locución (voz) del comentarista –que no es un profesional del Periodismo– tendría un nivel inferior a aquél que sí es Periodista o de una rama similar –afirmación, esta última, discutible.

El profesional, periodista deportivo, debe intervenir siempre desde la corrección, ha de moverse siempre en los límites del buen hablar por una sencilla razón, explicada por Del Olmo (2001): “Nuestra responsabilidad es obvia: La radio es un formidable portavoz, un enorme amplificador que difunde a millones de oyentes aciertos y errores y, desgraciadamente, son estos últimos los más difíciles de corregir”. El propio Del Olmo (2001) se reafirma diciendo que “las palabras vuelan, las incorrecciones quedan”. Es decir, que muy pocos alabaran una buena redacción –locución en este caso– y, sin embargo, un mal texto será criticado desde todos los ámbitos: desde el receptor hasta los que lo estudian desde un punto de vista académico.

El medio radiofónico ha de avanzar, tanto en forma como en fondo, para adaptarse a las nuevas necesidades de la población. El lenguaje empleado en este medio tiene que buscar la sencillez expresiva (Newman, 1991: 20) y la corrección (Faus, 1974), entendiéndose por sencillo como la “cualidad de lo que no tiene complicación y es fácil de comprender” (Merayo y Pérez, 2001: 95). Uno de los factores que influirán en la sencillez será la naturalidad en el uso del lenguaje (Merayo y Pérez, 2001: 95). Por correcto se entenderá aquello que no transgreda las normas del lenguaje que le envuelve. A fin de cuentas, como se viene reseñando, se trata de utilizar un lenguaje convencional pero no incorrecto. Siempre hay que entender que “todos los elementos empleados en la redacción deben ser correctos desde el punto de vista de la sintaxis, el léxico y la semántica” (Rodero, 2005: 54).

Una retransmisión deportiva, su locución, no depende de un texto que haya sido escrito de antemano; su transcripción ha permitido adivinar la corrección o no del discurso oral. La transcripción ha permitido, igualmente, analizar el resto de recursos lingüísticos que se pretendían estudiar.

9.3.2. Construcción sintáctica y gramatical

Si escribir una noticia es cuestión de técnica constructiva (Tirado, Ruiz y Albar: 178) también esa misma técnica constructiva ha de estar presente en una retransmisión deportiva radiofónica, aun cuando no se haya escrito de forma previa. Este objeto de estudio parte de una

clara premisa. Si ya en la radio “debe evitarse el uso de estructuras gramaticales y sintácticas complejas” (Ávila, 2000: 51), quizás con mayor motivo se ha de aplicar esta regla en las retransmisiones deportivas radiofónicas porque no sólo se trata de un mensaje fugaz sino que además a esa fugacidad se le añaden otros factores, como la previsible alta velocidad de dicción o la presencia de ruidos desde el mismo lugar en el que el acontecimiento deportivo es retransmitido.

Según la RAE, “en su sentido más estricto, la Gramática estudia la estructura de las palabras, las formas en las que estas se enlazan y los significados a los que tales combinaciones dan lugar” (RAE, 2010: 3). La gramática comprende a la morfología –estructura de las palabras– (RAE, 2010: 3) y a la sintaxis, que se ocupa del análisis de la manera en que dichas palabras se combinan y se disponen linealmente, así como el de los grupos que forman (RAE, 2010: 3). No son parte de la gramática: la semántica y la pragmática (RAE, 2010: 3). Expresado de una forma similar, se puede decir que con la construcción sintáctica “nos referimos a la forma como pueden combinarse las oraciones y las palabras. Deben hallarse fórmulas que consigan que la efectividad comunicativa sea la máxima posible” (Blanco, 2002: 134) y, a partir de los resultados encontrados, en esta investigación se obtiene que existen:

- un mayor número de oraciones personales que impersonales
- un mayor número de oraciones simples que compuestas
- un alto porcentaje de oraciones enunciativas aunque también resulta significativo el número de oraciones exclamativas

Dice Grijelmo (2008: 159) que “la base fundamental de una buena sintaxis radica en la concordancia [...] La concordancia del sujeto con el verbo no ofrece en principio dificultades” (Grijelmo, 2008: 159) y, en principio, en el estudio realizado no se han observado errores de ese tipo, quizás porque el español es una lengua caracterizada por la libertad a la hora de colocar los elementos y de ahí que se pueda escoger el orden de aparición de esos mismos elementos con criterios diferentes a los puramente sintácticos (Escribano, 2006: 46).

Uno de los autores que ha tratado más en profundidad las construcciones sintácticas en las retransmisiones deportivas en radio

es Blanco (2002); en una de sus obras, Blanco (2002: 134-135) ofrece multitud de consejos sobre este asunto:

a) Frases (en general):

- Combinar frases largas y cortas para evitar un ritmo monótono
- Preferiblemente respetar el orden lógico gramatical: sujeto + verbo + complemento
- No abusar del sujeto elíptico. Utilizar expresiones sinónimas para recordar quien lleva a cabo la acción
- No situar cláusulas entre sujeto y verbo
- No dar muchas informaciones diferentes en una sola frase
- Fragmentar el discurso y utilizar las pausas como signos de puntuación

b) Frases coordinadas:

- Son preferibles a las subordinadas
- Recordar el sujeto en las acciones

c) Frases subordinadas:

- Evitar el abuso de este tipo de oraciones
- Si son de relativo, éstas obligarán a hacer discursos largos que pueden desorientar al oyente
- Las circunstanciales de tiempo, modo y de lugar pueden resultar muy útiles para realizar narración de acciones y discursos explicativos: de lugar, de tiempo y de modo
- Utilizar frases comparativas para explicar acciones (o narrar)
- Las oraciones subordinadas condicionales son especialmente útiles para elaborar discursos especulativos
- Las causales (porque, puesto que) son adecuadas para realizar discursos argumentativos
- Las subordinadas finales (para que, a fin de que) sirven para realizar explicaciones de cómo se han producido los hechos
- Las subordinadas concesivas (aunque) permiten expresar impedimentos a las acciones

Quizás dos de las principales normas en el lenguaje de las retransmisiones deportivas en radio –y casi, se puede decir, una norma rectora del medio radiofónico– sean la de evitar lo enrevesado de las frases –por ejemplo, “las subordinadas complejizan la expresión. Establecen una jerarquía e introducen un rebuscamiento en la frase no siempre necesario” (Barea y Montalvillo, 1992: 36)– y seguir un orden gramatical lógico de sujeto-verbo-complemento (Stofer, Schaffer y Rosenthal, 2010: 106). Por todo ello “buscaremos frases cortas, de estructura gramatical sencilla, lógica” (Barea y Montalvillo, 1992: 37). Preferible será siempre la estructura “sujeto-verbo-complemento” (Barea y Montalvillo, 1992: 37; Merayo y Pérez, 2001: 95, Prado, 1985: 25; Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 34 y Newman, 1991: 20) que es la más “previsible y clara” (Barea y Montalvillo, 1992: 37), misma idea defendida por otros autores al considerarla como la estructura más aconsejable: “Desde un punto de vista general, la estructura más aconsejable es la siguiente: Sujeto + Verbo + Complementos (directo, indirecto, circunstancial)” (Huertas y Perona, 1999: 59).

Otra de las ideas expuestas hace referencia al empleo preferentemente de oraciones cortas (Prado, 1985: 28) porque “las formas complejas pueden representar una riqueza expresiva en literatura, pero son un obstáculo para la comprensión en radio” (Prado, 1985: 29). Pero “preferentemente” no significa “únicamente” por lo que es esencial la combinación de frases cortas con largas; en el medio radiofónico es preferible el empleo de frases cortas, encajan a la perfección “aunque para no caer en la monotonía expresiva conviene huir del estilo telegráfico, a menos que se posea una gran destreza para moverse por ese registro” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 144). Para que un texto no resulte monótono, “pueden utilizarse *oraciones compuestas*, siempre que las subordinaciones tengan una dependencia lógica y que no sea excesivo su número” (Ávila, 2000: 51).

Cuantitativamente, a través de estas tesis se corroboran muchos de los anteriores argumentos. La alternancia de frases cortas y largas viene amparada por la alternancia de oraciones simples y compuestas. El predominio de las oraciones simples son sinónimo de que no se ofrece una gran cantidad de información en una frase, algo que podría

confundir al oyente. De igual forma, sí se observa el respeto por el orden gramatical lógico, entendiendo por lógico como el orden “sujeto-verbo-complemento”. Por otra parte, efectivamente no se aprecia un abuso del empleo de oraciones con el sujeto elíptico y ello se puede corroborar así mismo con que muchas de las palabras clave o más empleadas durante los fragmentos hacen referencia a nombres propios de personas, equipos, países..., que en su mayoría identifican a los equipos, jugadores o deportistas sobre los que se está hablando durante la retransmisión.

9.3.3. El léxico

Víctor de la Serna, durante el II Congreso Internacional de la Lengua Española celebrado en Valladolid en el año 2001, decía:

“La evolución de la enseñanza de la lengua en España, con un empobrecimiento palpable en cuanto a vocabulario y a sintaxis, se va filtrando también, paulatina pero muy perceptiblemente, en nuestro lenguaje periodístico [...] Todo ello se acentúa por el deterioro importante de la enseñanza de la lengua en España. Ya se sabe que desde hace unos años van llegando al periodismo jóvenes cuya escolarización se ha desarrollado íntegramente en otros idiomas oficiales de nuestro país, y que han estudiado el castellano como una segunda lengua. Eso representa un inconveniente innegable a la hora de ejercer el periodismo en español. Pero incluso en la parte castellanohablante de España observamos un gran empobrecimiento del idioma, paralelo a la pérdida del hábito de lectura. El vocabulario se va encogiendo como una prenda mojada” (De la Serna, 2001).

Dentro de este género, el de las retransmisiones deportivas radiofónicas, el léxico al igual que en el medio radiofónico en general debe ser lo más claro posible (Merayo, 1998) porque la naturaleza de la propia radio exige escoger siempre la forma más sencilla y la más comprensible desde el punto de vista conceptual y fónico (Barea y Montalvillo, 1992: 20 y Rodero, 2005: 54). Yendo más allá de los elementos morfológicos, en esta tesis se ha realizado un análisis tomando como base a la palabra, que es la principal herramienta “la

más importante de la que dispone el periodista”, tal y como decía Juan Manuel de Prada durante el “I Congreso Internacional sobre el español como valor y recurso cultural, turístico y económico” celebrado en Salamanca. Palabras que en definitiva han de conformar un vocabulario comprensible, factor importante para transmitir un mensaje informativo (Prado, 1985: 22) y con las que lograr una eficacia adecuada en la transmisión del mensaje (Faus, 1974: 205).

El periodista debe mostrar “un lenguaje común, pero no vulgar. Y tampoco pobre [...]. El lenguaje del informador debe tender hacia la precisión y resultará, por tanto, más eficaz si elige palabras con significados muy concretos, ceñidos a la idea que se desea trasladar” (Grijelmo, 2008: 341). El informador debe llegar al mayor número posible de oyentes y “el uso de la jerga de un determinado ámbito o profesión no favorece en nada la claridad. Por tanto, le conviene huir del lenguaje especializado y explicar con términos comunes –pero no vulgares– las palabras técnicas o de un grupo reducido” (Grijelmo, 2008: 448). Esta idea que parte del periodismo escrito se puede aplicar al oral, al radiofónico en este caso, ya que el léxico no es excesivamente diferente entre uno y otro tipo de medio al que se hace referencia. Pero en este caso estudiado, el lenguaje especializado parece necesario, prácticamente imprescindible.

En ciertas ocasiones se ha acusado al periodismo deportivo de “empobrecer el vocabulario, de usar irresponsablemente los distintos niveles de la lengua y de favorecer una información dirigida al goce en vez de al desarrollo de la inteligencia” (Castañón, 1993: 9). Pero aunque el locutor no realice la mejor de las composiciones de redacción improvisada –en lo que a su léxico se refiere por el mero hecho de que no es un texto redactado– al menos sí debe cumplir la función de la claridad a un doble nivel: textual y de locución (Faus, 1974: 204). Esta perseguida claridad del léxico que se viene mencionando no ha de ser sinónimo de pobreza del vocabulario sino todo lo contrario: hay que enriquecerlo. El vocabulario deportivo ha ido forjándose a lo largo de los años y a fin de cuentas el objetivo es que el locutor, ya sea con tecnicismos o no, “aumente su léxico de forma que pueda generar imágenes auditivas en la mente del oyente que estén más o menos acordes con cuanto sucede en el terreno de juego” (Blanco, 2002: 136). El vocabulario ha de ser amplio y lo

suficientemente especializado como para poder referirse a cualquier disciplina deportiva: “Un buen narrador debe tener una biblioteca amplísima de términos que sirvan para explicar de una forma rica cuanto sucede ante los ojos para una audiencia que no puede disfrutar directamente de los hechos” (Blanco, 2002: 65) y por eso debe dominar diferentes tipos de vocabulario, comenzando por el técnico o propio de la modalidad deportiva que vaya a narrar (Blanco, 2002: 65). Ese fondo bibliográfico de términos no siempre será el mismo y dependerá de cada locutor y la especialidad a la que éste quiera dedicarse. En España, el principal deporte que se retransmite es el fútbol. De ahí que la mayoría de los especialistas dominen ese campo concreto. Sin embargo, estos mismos son los que suelen especializarse en deportes concretos para momentos determinados; por ejemplo, para los Juegos Olímpicos, un evento que cuenta con un gran número de especialidades que, en cada emisora radiofónica, suele ser cubierta por un correspondiente gran número de profesionales, generalmente los que consideran que más preparados estén, repartidos por las diferentes emisoras de España. Cada uno de ellos suele especializarse en un determinado número de deportes – incluidos los considerados mediáticamente minoritarios en España– y como consecuencia se han de especializar en un concretísimo vocabulario. Quizás años atrás hubo una fase de mayor crecimiento del vocabulario deportivo cuando la televisión tenía un papel secundario y diferentes deportes, especialmente el fútbol, sólo eran retransmitidos por la radio.

En este apartado de vocabulario que se viene tratando, un momento clave se produjo en los Juegos Olímpicos de Múnich (1972) cuando la organización editó un diccionario de deportes olímpicos en cuatro idiomas: inglés, francés, alemán y español. Se explica la definición de palabras y frases de 21 disciplinas olímpicas junto a un capítulo para términos deportivos generales, un vocabulario general y un glosario de temática periodística (Alcoba, 2005). El total de términos del diccionario es de 3.409, “cifra extraída de sólo 21 deportes y demostración de la riqueza de términos deportivos, lo que indica la dificultad de los periodistas deportivos para comprender el significado de tantas frases y palabras” (Alcoba, 2005: 119). Desde

entonces se han ido creando otra serie de diccionarios y libros con temática especializada en vocabulario deportivo (Castañón, 2001).

Ateniéndose a los resultados obtenidos, hay que recordar que la mayoría de los términos pertenecen a vocablos tales como artículos, preposiciones, conjunciones... que representan más un de un 40% de los términos. De todos estos términos, a los que hay que prestar una mayor atención en las retransmisiones deportivas son a las preposiciones. Es muy importante evitar el dequeísmo y conviene traer a este apartado dos ideas de Romero (1993: 41-42):

- Conviene reseñar el empleo incorrecto de *ante* en las crónicas deportivas: “...jugó bien *ante* [contra] un enemigo difícil”, “El Madrid se enfrentaba *ante* [con] el Barcelona”.
- La confusión de uso de la preposición *de* con otras preposiciones es relativamente frecuente; llega a convertirse en comodín, sobre todo en las crónicas deportivas en las que se habla de “ganar *de* (por) 20 puntos” (en baloncesto, es uso casi exclusivo) o *de* “tener aspiraciones de (a) mantenerse en el puesto”.

De esta misma forma de opinar son Barea y Montalvillo (1992: 36), quienes además añaden que a esta reciente invasión del dequeísmo sobre verbos transitivos, también se abusa de locuciones prepositivas como “en base a” o “a nivel de”, que deberían evitarse, y es a su vez incorrecto no emplear preposición o usar el “que” con verbos que sí lo requieren (Barea y Montalvillo, 1992).

Obviando esos términos, lo más empleado son los sustantivos y los nombres propios. Los nombres propios hacen referencia generalmente a nombres de futbolistas o de equipos de fútbol ya que, según los resultados alcanzados, la mayoría de los locutores tratan de evitar el sujeto elíptico; además, no son pocos los nombres de jugadores o equipos de fútbol extranjeros que se emplean; en este sentido, Ávila (2000: 38) dice que hay que tratar de pronunciarlos como se hace en su lengua originaria, al menos en aquéllos más conocidos y frecuentes. A la par que hay que evitar el uso de pronombres (Barea y Montalvillo, 1992: 29-30; Soengas, 2003b: 48)– porque prescindir de ellos, sustituyéndolos por nombres u otras

alternativas, ayudan a que se produzca una mayor redundancia (Prado, 1985: 37); repetir con frecuencia cierta terminología, como en este caso la de los nombres propios, se hace necesario durante la retransmisión “El oyente puede distraerse y perder el hilo de la información. Para ayudar a que esa información no se pierda, es necesario repetir los datos principales como resultados, lugar de celebración de la competición deportiva, nombre de los deportistas, etc.” (Alcoba, 2005: 166). Especialmente la redundancia de cierta terminología resulta necesaria en el género, donde en oposición a la elipsis, es necesaria la repetición (Balsebre, 1994: 85 y Ávila, 2000: 51).

No obstante, para evitar la mera repetición de una o varias palabras, no son pocos los casos en los que se buscan sinónimos; como por ejemplo nombrar al Barcelona usando términos como “Barcelona”, “Fútbol Club Barcelona”, “el equipo blaugrana”, “el conjunto culé”, “la escuadra dirigida por (nombre de entrenador)”, u otros. Pero se debería tener cuidado con este tipo de sinónimos para no caer en el error de crear un lenguaje excesivamente “cerrado”, si no es eso lo que se pretende. Estos sinónimos han de buscar “evitar la monotonía de la repetición [...]; buscan, también, dar un toque de originalidad y de viveza [...]; de cerrar el acceso a los extraños, decir o escribir algo que sólo es plenamente accesible al buen aficionado” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 147) para crear así una “sensación de intimidad y de comunidad, de círculo aparte” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 147).

Junto al de nombres propios, casi con el mismo porcentaje, está el grupo de los sustantivos, con una gran terminología de términos referentes al deporte. En lo que a esta terminología se refiere, en este género se deberían usar los sustantivos positivos en lugar de los negativos (Barea y Montalvillo, 1992: 21). Por otra parte, entre el no y el sí, es preferible la afirmación (Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 36): “Por regla general, el mensaje será más comprensible si decimos que fulanito ha suspendido que si apuntamos que no ha aprobado. Los ejemplos son múltiples: ‘Es malo’, antes que ‘no es bueno’. ‘Es feo’, mejor que ‘no es guapo’” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 145).

El empleo de verbos representa un 11% y contrasta con la poca presencia de perífrasis verbales, con el fin de evitar frases

enrevesadas. Lo ideal es emplear las formas simples en lugar de las compuestas así como los imperfectos en lugar de los perfectos (Barea y Montalvillo, 1992: 32); y los verbos en positivo y no en negativo. Es importante usar las formas más sencillas (Barea y Montalvillo, 1992: 31) aunque tampoco sería aconsejable el uso de verbos-comodín: ser, estar, haber, jugar, ver... entre otros (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 145) y se habría de optar especialmente por verbos de acción (Stofer, Schaffer y Rosenthal, 2010: 107) misma idea que defienden otros autores: “Son buenos los verbos de acción siempre que muestren con exactitud y precisión lo que ha sucedido. Hay verbos muy utilizados que deben revisarse con otra forma que resulte en verdad expresiva y favorezca la imagen mental” (Barea y Montalvillo, 1992: 32). Igualmente y como base en una idea genérica se puede afirmar que “sin caer en el cultismo o la pedantería, usos reñidos con el lenguaje propio de la radio y de la televisión, debe buscarse en cada caso el verbo adecuado para no quedar presos de un registro basado sólo en los comodines” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 145).

Por otro lado, el tiempo a emplear es el presente: “La narración en simultaneidad de la acción pide el tiempo presente” (Blanco, 2002: 149) o en todo caso la combinación del presente con el futuro: “Nuestros tiempos verbales de oro serían el presente y el futuro. El presente como expresión del aspecto nuevo que ofrece en cada momento la información, y el futuro en tanto que anticipa los acontecimientos” (Barea y Montalvillo, 1992: 31). El pasado, un tiempo asemejado a la prensa, quedaría relegado para expresar acciones puntuales que no pudieron ser narradas en directo. La forma en *-ra* del subjuntivo “se usa como pasado del indicativo sin duda con intención estilística. Es un rasgo arcaico y literario que el español ya no escuchaba sino en canciones populares (‘amores que yo te diera...’) y que hoy asocia a crónicas deportivas” (Romero, 1993: 36). El condicional “es el propio de los discursos especulativos [...]. No es recomendable. Al oyente le gusta que cada uno esté en su lugar y al periodista le otorga un rol de narrador” (Blanco, 2002: 150). Aunque puede ser empleado para narrar alguna acción pasada, también “es elegido para expresar el futuro del pasado sobre todo por los cronistas deportivos que se ven en la necesidad de narrar los encuentros deportivos”. (Romero, 1993: 36) como por ejemplo en la

frase: “el jugador llegaría a esa pelota”. En lo que al futuro atañe, éste es más empleado “en los discursos sobre los cambios estratégicos y lo que pueden suponer, sobre las ejecuciones de faltas o de saltos a partir de la preparación que realizan los deportistas” (Blanco, 2002: 150).

En el aspecto verbal, se puede destacar que es preferible la voz activa a la pasiva (Barea y Montalvillo, 1992: 32; Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 35; y Casado, 2000: 104-106) y “no usar el gerundio como relativo” (Grijelmo, 2008: 201) o construcciones con verbos en infinitivo mal construidas (por ejemplo: “por último, decir que...”), idea expresada irónicamente por Barea y Montalvillo (1992: 33): “Se ha puesto de moda iniciar las frases con el verbo en infinitivo, como Tarzán”. Para finalizar, el lenguaje deportivo ha logrado modificar la transitividad de ciertos verbos, como “calentar”, un verbo transitivo utilizado como intransitivo, hecho ya aceptado por la propia RAE (ver definición 6) (figura 5):

Figura 5. Pantallazo de www.rae.es para la definición del término “calentar”

Conjugar **calentar.**

(Del lat. *calentāre*).

1. tr. Comunicar calor a un cuerpo haciendo que se eleve su temperatura. U. t. c. pml.
2. tr. En el juego de la pelota, detenerla un tanto en la paleta o en la mano antes de arrojarla o rebatirla.
3. tr. Excitar, exaltar, enardecer. *Las decisiones del árbitro calentaron los ánimos.* U. t. c. pml.
4. tr. Excitar sexualmente. U. t. c. pml.
5. tr. coloq. Azotar, dar golpes.
6. tr. *Dep.* Desentumecer los músculos antes de practicar un deporte. U. t. c. intr.
7. pml. Enfervorizarse en la disputa o porfía.

¶

MORF. **conjug. c. acertar.**

Usado también como intransitivo

Real Academia Española © Todos los derechos reservados

Fuente: RAE / Figura: Pantallazo de la web de la RAE

Los adjetivos representan un 9% y habrían de ser evitados en la medida de lo posible ya que la misión durante una retransmisión deportiva radiofónica debería ser más bien la de informar y no la de opinar; precisamente el lenguaje de la información deportiva viene marcado habitualmente por la opinión (García, 1990: 123): “Es en materia deportiva donde resulta más difícil contener la clara tendencia

de los periodistas a mostrar sus opiniones respecto a lo que ha sucedido” (García, 1990: 123). Los adjetivos “son innecesarios casi siempre ya que aportan poca información. Su utilización en radio sólo es aceptable cuando el matiz que aportan ayuda a precisar la idea que se transmite” (Prado, 1985: 35) porque el adjetivo permite emitir juicios de valor y embellecer la locución aunque no hay que abusar de ellos para que el discurso no adquiriera “un sesgo opinativo y subjetivo” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 145):

“Es fácil enamorarse de los adjetivos, perder la cabeza por ellos, entregarse a su encanto y dejarse llevar por su perfume. Pero, cuidado, porque, como advirtió el poeta chileno Vicente Huidobro: ‘El adjetivo cuando no da vida, mata’. Los adjetivos son los peores enemigos del periodista que se inicia en el oficio. Y también la trampa en la que caen reiteradamente aquellos informadores veteranos que, pese a cumplir años y crónicas, no mejoran su mala relación con la gramática. En fin, los adjetivos son seductores, donjuanes del estilo; a todos nos la pegan, porque cuesta resistirse a sus encantos” (Tirado, Ruiz y Albar, 2003: 145).

En este mismo sentido opinan también Barea y Montalvillo (1992) cuando afirman que los adjetivos son innecesarios en un buen número de ocasiones y en lugar de ellos habrían de usarse los sustantivos cuando fuera posible (Barea y Montalvillo, 1992: 25). Dado que la radio busca la sobriedad y su misión es la de informar de forma neutral y objetiva, es ello lo que debería llevar a evitar el empleo de adjetivos: “En la medida que implica un juicio de valor, el adjetivo debe ser evitado salvo que sea imprescindible para clarificar una noticia, o en el caso de adjetivos descriptivos que nos ayuden a una más eficaz precisión” (Barea y Montalvillo, 1992: 25).

Por su parte, la presencia de adverbios es escasa (6%) y “le sucede al adverbio lo mismo que al adjetivo. Es un modificador del verbo, y lo “califica” (Barea y Montalvillo, 1992: 34) por lo que tendría que ser evitado en la medida de lo posible, especialmente los terminados en –mente: “Hay una higiene en evitar la terminación en mente, que siempre resultará recomendable” (Barea y Montalvillo, 1992: 34).

Por otra parte, la presencia de motes y sobrenombres es testimonial y ni siquiera representa el 1% del total de los términos analizados. Especialmente, en el país en el que se contextualiza este estudio –España– la presencia de motes es escasa y sólo se han encontrado 80 motes o sobrenombres. España es un país que no destaca por la presencia de estos términos, a diferencia de otros países, especialmente sudamericanos.

9.3.3.1. Onomatopeyas

En ocasiones, las onomatopeyas suelen ser un recurso que suele emplearse aunque se haga de forma inconsciente. Éstas pueden resultar “ilustrativas y graciosas” (Blanco, 2002: 147) si bien el propio Blanco (2002) recomienda no abusar de este tipo de expresiones. La única onomatopeya encontrada en la muestra ha sido la pronunciación de un “mic, mic”, haciendo alusión al dibujo animado “El correcaminos” y con el que se trató de indicar la velocidad de un jugador.

9.3.3.2. Términos metafóricos

Las metáforas se puede definir como los “recursos retóricos utilizados para dar fuerza a lo que se quiere expresar” (Aleixandre-Benavent, 2007: 119). Los términos metafóricos “resultan herramientas valiosísimas para generar imágenes auditivas en el oyente” (Blanco, 2002: 148). Sobre esta terminología afirma Gozalo (2002):

“Podría citar multitud de metonimias y metáforas, por lo común de orden bélico, con las cuales se ha ido enriqueciendo la transmisión futbolística. Como ejemplo mínimo, citaré una frase de Matías Prats que ahora me viene a la memoria: ‘El balón ha pegado en la cepa del poste’. Una expresión que, a cierto nivel, puede parecernos una barbaridad, pero que resulta extremadamente vigorosa” (Gozalo, 2002: 16).

Aunque la localización de las metáforas no se había prefijado en la metodología, varias han sido las encontradas en la muestra tales como:

- * “Acular definitivamente en tablas”: expresión taurina traída al fútbol.
- * “Área + color”: metafóricamente, se refiere al área defendida por el equipo que lleva el mencionado color (ejemplo: área rojiblanca).
- * “Colgar un balón”: dicese, en fútbol principalmente, cuando un jugador realiza un centro durante una acción de ataque.
- * “Colgar las botas”: dicese cuando un futbolista abandona la práctica del fútbol profesional. También puede ser empleado en otros deportes.
- * “Comer”: metafóricamente se emplea para referirse al jugador que comete un grave error, generalmente defensivo.
- * “Construir”: metafóricamente se emplea el término cuando se empieza a elaborar una jugada.
- * “Dejar un recado”: Expresión empleada para indicar que un jugador da un pequeño golpe a otro con el objetivo de que no sea visto por el colegiado. Este golpe, que puede ser considerado como una agresión, suele tener lugar en una zona diferente a donde se desarrolla la acción principal de la prueba deportiva.
- * “Dejarse ver”: llamar la atención a sus compañeros.
- * “Dibujo”: metafóricamente, para referirse al planteamiento táctico de un equipo.
- * “Dormirse”: metafóricamente, despistarse.
- * “Freno de mano echado”: expresión empleada para indicar que un deportista o un equipo no está rindiendo a su máximo nivel o al nivel previsto inicialmente y, por lo tanto, se espera más del mencionado deportista o equipo durante la prueba.
- * “Estar vendido”: expresión utilizada generalmente para indicar que un jugador, por la posición que ocupa o por la que están ocupando el resto de sus compañeros, tiene pocas opciones de evitar que fracase una clara acción de ataque de un rival.
- * “Gasolina” rendimiento.
- * “Hacer daño”: utilizado metafóricamente como sinónimo de crear peligro.
- * “Hay que morir”: de forma metafórica: hacer el máximo esfuerzo posible.

- * “Leer”: se dice cuando un jugador adivina la intención de su rival en una acción determinada.
- * “Llave”: término que se emplea para definir a un jugador que puede ser decisivo durante el desarrollo de una prueba deportiva en equipo.
- * “Locomotora”: fortaleza / rapidez.
- * “Maquillar”: metafóricamente se emplea la expresión “maquillar el resultado” cuando un equipo que va perdiendo por una gran diferencia en el marcador, aunque acabe siendo derrotado, logra minimizar el resultado en contra.
- * “Maquinaria”: metafóricamente, con este término se puede referir a los jugadores.
- * “Martillo pilón”: hace referencia a este objeto.
- * “Mojar”: marcar, anotar.
- * “Morder”: este verbo se emplea para significar que un jugador o un equipo se está empleando a fondo durante la prueba deportiva.
- * “No estar sobre el terreno de juego”: dicese cuando un deportista o equipo no tiene una participación adecuada o que de él se esperaba.
- * “Parroquia”: conjunto de aficionados de un equipo.
- * “Partido de las urgencias”: generalmente se emplea esta expresión para indicar que durante dicho partido, los equipos van a tratar con más ahínco de obtener un resultado positivo debido a que no han ido obteniendo los logros esperados durante los partidos anteriores.
- * “Pegada al poste”: sinónimo de “cerca de”.
- * “Pelota muerta”: pelota quieta.
- * “Picar la pelota”: golpear la pelota de tal forma que el balón va desde abajo hacia arriba, generalmente dando un golpe en la base del balón.
- * “Poner plana”: expresión empleada cuando el balón se golpea de tal manera que el balón traza una imaginaria línea recta en el aire.
- * “Regalo”: metafóricamente, acción en la que un deportista facilita inintencionadamente a su rival una clara acción de peligro.
- * “Robar”: metafóricamente este término es empleado como sinónimo de que un jugador arrebató el balón a un contrario.
- * “Romper”: excesiva fuerza.
- * “Salvar los muebles”: expresión utilizada como sinónimo de salvar o auxiliar u obtener un resultado mejor del esperado.

* “Sentenciar”: término empleado cuando prácticamente se da por terminada una prueba deportiva, aunque ésta no haya finalizado reglamentariamente, debido a que un deportista o equipo tiene tal ventaja que es prácticamente imposible que el rival pueda, al menos, igualar el resultado.

* “Subir al marcador”: verse reflejado un gol en el marcador.

* “Tiene un guante en el pie”: expresión empleada para referirse a la alta calidad de un jugador, especialmente cuando éste se dispone a botar el balón en una jugada a balón parado.

* “Zona comprometida”: sinónimo de zona de peligro.

9.3.3.3. Latiguillos

Muchos locutores de retransmisiones deportivas emplean latiguillos molestos, que deberían evitarse. En la muestra seleccionada apenas se han encontrado latiguillos y los pocos hallados han pasado desapercibidos.

9.3.3.4. Vulgarismos

Apenas se han encontrado vulgarismos durante la investigación. Algunos de los más significativos se encontraron en dos fragmentos en el que el locutor principal pronunciaba “¡aquí están mis huevos!” o “¡tus huevos!”; algún otro no tan vulgar como “¡qué pena, tío!”. Este tipo de expresiones no deberían estar presentes en este género radiofónico aunque a veces se suceden como consecuencia de la euforia de determinados momentos.

9.3.3.5. Términos polisémicos y epónimos

Las polisemias son las palabras que “tienen más de un significado, como “vestuario”, que se refiere tanto al local destinado a cambiarse como al conjunto de jugadores de un equipo” (Aleixandre-Benavent, 2007: 121). En cuanto a los términos epónimos, sí pueden tener cabida en el lenguaje deportivo: “Algunos ejemplos de epónimos deportivos y sus derivaciones son “zamorana” [...], “pichichi” [...], “hooligan” [...], “maracanazo” [...], Panenka [...], tikotazo [...], “derby” [...], “hercúleo”) (Aleixandre-Benavent, 2007: 122-123).

Tanto los términos polisémicos como los epónimos tienen cabida en el lenguaje deportivo aunque, sin embargo, no han sido

términos que se hayan encontrado de forma abundante dentro de la muestra obtenida sobre las retransmisiones deportivas radiofónicas. Términos como “banquillo”, “grada”, “canasta” o “marcar” son algunos ejemplos de términos polisémicos encontrados en la muestra.

9.3.3.6. Vocablos más empleados

Los vocablos más empleados se pueden considerar como las palabras-clave. En la mayoría de los casos son nombres propios, seguidos por sustantivos. También un 18% de las consideradas palabras-clave son verbos –si bien sería necesario evitar los llamados verbos-comodín– mientras que un 13% son adverbios.

9.3.3.7. Tópicos

Blanco (2002: 146), también ofrece una serie de consignas que el locutor debería tener en cuenta durante una retransmisión deportiva radiofónica, tales como:

- Evitar expresiones soeces o malsonantes
- Evitar expresiones poco tolerantes o irrespetuosas con la diversidad
- Evitar expresiones racistas
- Evitar expresiones sexistas
- Evitar desprestigiar al adversario
- Evitar desprestigiar a los jueces y su labor
- Evitar caer en los tópicos
- Evitar hacerse el gracioso

De todo lo expuesto anteriormente, quizás lo más habitual en el lenguaje deportivo, aunque probablemente no tanto en una retransmisión deportiva, es el empleo de tópicos o de clichés (Stofer, Schaffer y Rosenthal, 2010: 105) pero “nada destroza más el estilo que la frase hecha, el lugar común, la idea esperada y consabida” (Grijelmo, 2008: 354). El propio Grijelmo (2008: 354-355) hace mención especial al abuso de tópicos que suele hacerse en el lenguaje deportivo. Durante el análisis realizado en esta tesis sí se descubre la utilización de tópicos aunque no un abuso de ellos. En menor medida, aunque también se ha detectado en alguna ocasión, algún locutor ha empleado alguna expresión soez o malsonante –indicada

anteriormente— así como alguna otra expresión para desprestigiar a los jueces y su labor.

9.3.3.8. Neologismos

Los neologismos son “palabras de creación reciente o significados nuevos de palabras ya existentes. La creación de neologismos es necesaria para referirse a los conceptos nuevos que continuamente aparecen en la lengua y que hasta ese momento no había necesidad de nombrar” (Aleixandre-Benavent, 2007: 118-119).

En cuanto al neologismo, Grijelmo (1998: 233) reflexionaba: “¿Hemos de prohibir el neologismo? Por supuesto que no. Pero tampoco podemos aceptar la innovación empobrecedora, manipuladora... o simplemente inglesa”. Prácticamente de esta misma forma piensa Del Olmo, quien en el Congreso sobre el español celebrado en Valladolid (octubre de 2001) venía a decir que, a fin de cuentas, quien va a tener la última palabra es el pueblo:

“Un idioma expresa su riqueza en la incorporación de neologismos. Como muy bien apunta María Moliner los neologismos son legítimos, sin necesidad de que estén sancionados por la Real Academia. Porque cada día surgen objetos nuevos que hay que nombrar, nuevas nociones que hay que definir, emociones diferentes que hay que adjetivar, acciones diversas que hay que verbalizar. La Academia limpiará, fijará y dará esplendor posteriormente a estas nuevas palabras y las consagrará definitivamente al incluirlas en su diccionario. Pero el lingüista sabe que el idioma no es un producto académico, que la soberanía del lenguaje radica en el pueblo, que es quien tiene, también en las palabras, la última palabra. De nada sirvió en su día, por ejemplo, que la Academia fijara la palabra *balompié* para definir el *football*. El pueblo prefirió llamarlo *fútbol* y fútbol se quedó” (Del Olmo, 2001).

En ese mismo congreso sobre el español, De la Serna comentaba que hay que tener cuidado con “la constante invención de neologismos inútiles, que vienen a ocupar el legítimo lugar de palabras ya existentes pero olvidadas”. En un punto intermedio, Grijelmo afirma

que el neologismo no es sinónimo de mala invención “aunque tampoco bueno sin discusión” (Grijelmo, 2008: 409-410) y asimismo distingue entre tres tipos de neologismos: los necesarios, los innecesarios y los destructivos –y los ejemplifica. Así, entre aquéllos que hacen mención al deporte, Grijelmo (2008: 433-446) resalta como correctos varios: “achique”, “aerobic”, “senderismo” o “triatlón”. En la lista creada por Grijelmo (2008: 433-446), el autor cree que son neologismos desaconsejables: “footing” –se puede sustituir por “corretear” o simplemente “correr”–, “liderar” –se puede sustituir por encabezar, dirigir, presidir, acaudillar, capitanear, comandar, pilotar–, “puenting” –el libro de estilo de *El País* aportó la innovación “puentismo” en 1990 como alternativa–, “windsurf”: en algunos países de Latinoamérica se conoce este deporte como “tabla-vela”. Hay que destacar una palabra relacionada con la comunicación y el fútbol, como es *pay per view*: sistema de compra de programas de televisión por el espectador.

Desde la creación del periodismo deportivo radiofónico en España, la invención de vocablos ha estado a la orden del día y ciertos periodistas marcaron escuela en este sentido, como Matías Prats y Luis Mariñas (Alcoba, 2005: 167). En lo que a este estudio respecta, han sido bastantes los neologismos que se han hallado. No todos son nuevos términos sino palabras ya existentes pero que no tenían una acepción referente al deporte por parte de la RAE, diccionario que se tomó como referencia en este sentido.

9.3.3.9. Extranjerismos y préstamos

En cuanto a los préstamos, “el idioma español ha tomado siempre préstamos, esas palabras útiles que aportan otras lenguas y que, adaptadas a la fonética propia y a veces con el significado ligeramente distinto, se incorporan al lenguaje habitual de la gente” (Grijelmo, 1998: 119). Ese préstamo ha adquirido una especial relevancia en el lenguaje deportivo: “Los narradores deportivos deben utilizar con frecuencia terminologías técnicas empleadas en determinadas modalidades en idiomas diferentes al elegido para llevar a cabo la retransmisión” (Blanco, 2002: 147).

Esta situación de la enorme cantidad de términos procedentes de idiomas ajenos al español probablemente se deba precisamente a la

relación directa entre el vocabulario y la procedencia del deporte (Alcoba, 1993) hasta estar prácticamente ante una invasión de los anglicismos deportivos (Grijelmo, 1998), idea acuñada asimismo por Alonso (1996: 11) al afirmar que la jerga deportiva “nos invade sin cesar diariamente”. La terminología de cada deporte “viene acuñada dese su país de origen, o al menos de aquél en el que adquiere más desarrollo” (Aleixandre-Benavent *et. al.*, 2007: 118) aunque cierto es que tienen un idioma principal de procedencia: Inglaterra.

Por otro lado están los extranjerismos, que “son palabras, frases o giros que tienen su origen en una lengua extranjera” (Aleixandre-Benavent, 2007: 119) y como tal se adaptan al español:

“El vocabulario deportivo nació en los hipódromos y en los rings ingleses. En la crónicas de las carreras de caballos y de los combates de boxeo de hace 140 años ya se utilizaban voces como *crack, handicap, knock-out, match, meta, obstáculos, outsider, paddock, pedigree, performance, pista, poule, grand prix, preparador, prima, programa, pura sangre, ring, roadster*, y cientos más” (Aleixandre-Benavent *et. al.*, 2007: 118).

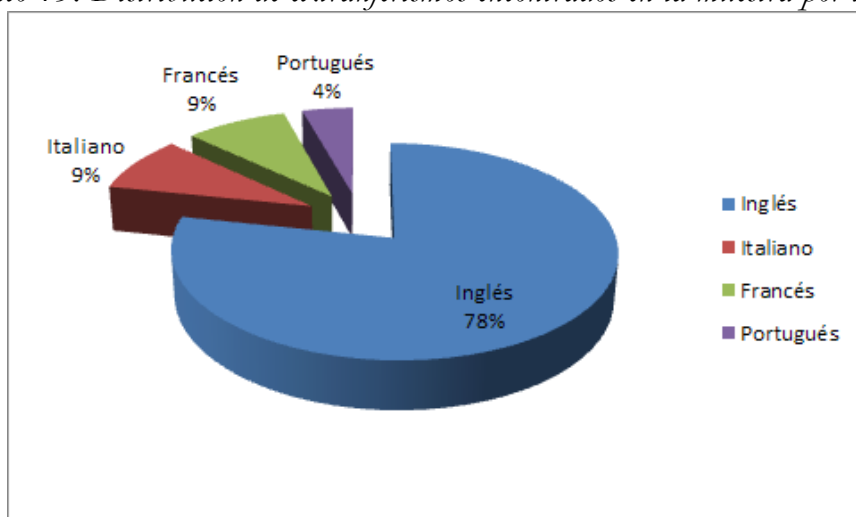
En este trabajo se ha considerado como préstamos a los términos extranjeros aceptados y adaptados por la RAE y por extranjerismos a los no adaptados por la RAE, los “no castellanizados”:

“Pese a la castellanización de muchas de las palabras del deporte, se hace imposible realizar la traducción de la totalidad, debido a la necesidad de explicar los significados no con una palabra, sino con varias y, especialmente, porque esa traducción sólo la emplearían los deportistas, técnicos, dirigentes y aficionados. En España, la intervención del ya desaparecido académico de la Academia Española de la Lengua Lázaro Carreter, secundado por un periodista, sirvió para proponer y llevar a cabo la castellanización del lenguaje deportivo, consiguiendo el seguimiento de periodistas y familias del deporte, que han recogido las traducciones de ciertas palabras empleándolas de forma curiosa” (Alcoba, 2005: 126-128).

La castellanización puede ser necesaria pero sólo hasta cierto punto ya que hay algunos vocablos “que sin necesidad de traducción alguna, son comprendidos en todas las actividades ya sea en un sentido original o en el significado dado a ellos” (Alcoba, 1993: 156).

En los resultados, no son muchos los extranjerismos que se han encontrado, es decir palabras aún no incorporadas por la RAE: 16 de ellos procedentes del inglés (*alley oop, break, Champions, Champions League, dream team, drive, DRS, FIBA, Grand Slam, hat-trick, killer, NBA, passing, play off, smash* y *tie-break*), dos del italiano (*giro* y *maglia*), dos del francés (*Roland Garros* y *tour*) y uno del portugués (*amarela*) (gráfico 13) pero este último no tendría mayor valor semántico que el de pronunciar “amarillo” en el idioma portugués, por pura cuestión estética.

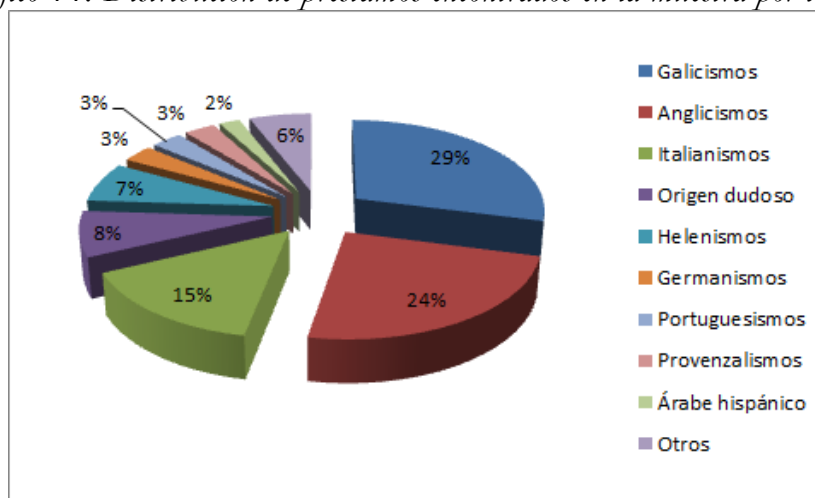
Gráfico 13. Distribución de extranjerismos encontrados en la muestra por idioma



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

Como se puede comprobar en el gráfico anterior (13), el mayor número de términos extranjeros proceden del inglés, si bien como más adelante se puede observar y en lo que a préstamos se refiere, existe un mayor número de galicismos que de anglicismos (gráfico 14). Esos préstamos detectados superan el centenar de vocablos; son palabras que se usan con bastante asiduidad durante las retransmisiones deportivas radiofónicas, alguno de ellos constituye incluso el súmmum de un partido de fútbol –el término “gol”, préstamo tomado del inglés– o del deporte en general –el italianismo “campeón”.

Gráfico 14. Distribución de préstamos encontrados en la muestra por idioma



Fuente: investigación para esta tesis / Gráfico: elaboración propia

9.3.3.10. Grupos semánticos

Dice García (1990: 126), que “el lenguaje deportivo tiene también sus parcelas de riqueza, que han llegado a influir incluso en otras facetas de la vida civil”. En este sentido, el belicismo ha sido por excelencia el campo semántico con el que más se ha identificado al fútbol. En el lenguaje deportivo “las expresiones son generalmente de origen belicista” (Martín, 2000: 242) tal y como también creen otros autores: “Un dominio frecuentemente aludido como término de comparación o transposición metafórica es el de la guerra y la violencia sangrienta y las descripciones épicas en general” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 153).

En el estudio realizado, también se demuestra así ya que el mayor grupo semántico ha sido el referente al belicismo, con términos como al ataque, atacar, ataque, armado, armarse, avanzar, batalla, batallador, capitán, contraataque, defender, defensa, disparo, disparar, dominios, escuadra, estrategia, explotar, lucha, luchar, presionar, quemarropa, recular, replegar, revolución, sitio o tiro. Incluso algún mote, como es la “Bomba” Navarro o el “Pistolero” Contador. Sobre el tipo de terminología de origen bélico, Alcoba (1994) comenta que hay que tener cuidado con este tipo de vocabulario:

“La terminología bélica propia de una actividad basada en el enfrentamiento de una o más personas y, por tanto, diferente a la del resto de los géneros específicos del periodismo, no debe llevar a los periodistas deportivos a caer en descalificaciones impropias del sentido ético de la profesión. El lenguaje militar del cual se surte el deportivo, en ocasiones es llevado a sus últimas consecuencias y genera, posiblemente, sin pretenderlo, aires de violencia que, si se mantienen, terminan en vendaval. Cuidado, pues, con el vocabulario” (Alcoba, 1993: 60).

Junto al belicismo y la explicación de generalmente un encuentro futbolístico como un combate (Labrador, 2007: 20) también hay un origen semántico relacionado con la violencia o de lucha. Y todo ello también englobado con otro tipo de motes o sobrenombres relacionados con los mandamases, como “El jefecito” o “El Emperador”.

También lo guerrero y violento está en ocasiones relacionado con lo heroico, especialmente esto queda reflejado en el fútbol: “La narración futbolística que estamos viendo es un tipo de composición oral e improvisada que presenta sucesos de carácter guerrero o heroico” (Labrador, 2007: 15).

Probablemente esta terminología podría tener cierta influencia en la propia violencia generada entre aficionados al deporte: “(...) el lenguaje bélico de los medios de comunicación, es evidente que en lugar de ayudar a apaciguar los ánimos ayuda a excitarlos” (García, 1990: 131).

Por el contrario, no se ha hecho un estudio, aunque podría haber tenido cabida, en el que se hubiera estudiado la influencia que el lenguaje utilizado en otros ámbitos ha tenido sobre el idioma en el deporte pues “de los aledaños de los estadios ha llegado al idioma deportivo un enriquecimiento inesperado gracias a los múltiples términos médicos que ahora se manejan en la información” (García, 1990: 126).

9.3.3.11. Errores

Comenta Lázaro Carreter (1999: 595) que “la transgresión idiomática, con chillido incluido, es de norma en las crónicas deportivas orales”.

Y donde más se aprecia la incoherencia, más allá del propio vocabulario, es en las construcciones sintácticas.

A partir de la idea de Lázaro Carreter, se podría interpretar que el locutor está sobre todo preocupado por gritar para que se le oiga bien y despreocupado por el propio léxico o las construcciones sintácticas. Como consecuencia, el mundo del periodismo deportivo emplea una sintaxis particular de funcionamiento (Castañón, 1993).

No obstante, en la muestra seleccionada no se ha encontrado una abrumadora presencia de errores.

Los errores más habituales son los que se pueden extender a cualquier medio que trate la información deportiva, incluidos los escritos.

En cualquier caso, para que descienda el número de errores, algunos estudiosos se han dedicado a elaborar guías de apoyo al periodista deportivo, haciéndose eco de los errores empleados en este tipo de lenguaje; tal es el caso de “Hinchas del idioma”, guía elaborada por Castañón (2009a).

9.3.4. Un estilo personal

Cada estilo en el periodista deportivo radiofónico es diferente. Los diferentes estilos de los locutores dependen de diversos factores. Estando siempre dentro de los límites de la corrección, tales factores que marcan un estilo y que hacen que un locutor sea diferente del resto, vendrían marcados por las diferencias en todos los elementos que se han venido estudiando hasta el momento:

- Tipo de oraciones empleadas
- Mayor o menor empleo de nombres propios para evitar en mayor o menor medida el sujeto elíptico así como de sustantivos más o menos rebuscados, técnicos, simples, complejos... Igualmente, mayor o menor empleo de adjetivos y adverbios, así como de verbos –y especialmente el abuso o carencia de verbos-comodín– y perífrasis verbales. Mayor o menor empleo de metáforas y figuras retóricas
- La presencia o no presencia de motes y sobrenombres
- Elegir determinadas palabras clave (los vocablos más empleados)

- Abuso o carencia en el empleo de tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y palabras que encuentran su origen en otros campos semánticos, especialmente en el de origen bélico
- Evitar errores

El estilo propio de cada locutor, aparte del lenguaje empleado, también viene marcado por cómo éste se relaciona con los elementos sonoros, ya presentado en otro de los apartados anteriores de esta tesis doctoral.

9.3.5. El diccionario de la RAE

Hay que tener en cuenta que para proceder a la identificación de cierta terminología se ha tenido en cuenta su actual inclusión en el diccionario de la RAE a pesar de que en éste pudiera ser que el tratamiento de los términos deportivos fuera “muy lagunoso y desigual” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 141), afirmación realizada en 1994 por Rodríguez, junto a una serie de ejemplos:

“En una cierta medida está pendiente, todavía, de ser recogida por el Diccionario de nuestra Real Academia. En otra, necesita todavía ciertas regularizaciones. Sobre el DRAE, el Diccionario de la Academia, querría decir algunas cosas. Merecería la pena una revisión sistemática en el mismo del léxico deportivo, tratado muy irregularmente en el mismo, como dije antes. Faltan, desde luego, la mayor parte de las palabras inglesas que se han hecho usuales: *sprint, set, chut, doping, chutar, dopar (driblar)*; hay alguna excepción como *gol* y sus derivados y los nombres de los deportes y sus derivados. A veces aparece la equivalencia española, así en *saque de esquina*, mas frecuentemente no. Faltan los usos deportivos de términos comunes del español como *tanto, golpe, medio, extremo, escuadra*, etc., pero aparecen *delantero, fuera de juego*, etc. Los usos deportivos de verbos y nombres verbales faltan casi en absoluto: *cortar, pasar, parar*, etc., en el sentido deportivo. Por supuesto, faltan los usos metafóricos y translaticios. Y las creaciones como *autogol*, etc. Se trata casi

siempre de términos de uso común que deberían recogerse” (Rodríguez, en Reigosa *et. al.*, 1994: 149).

Muchos de esos términos de los que Rodríguez reclamaba, en 1994, su inclusión en el diccionario de la Real Academia ya se ha producido a día de hoy, se han ido incorporando paulatinamente durante estas casi dos décadas.

Bien es cierto, por otro lado, que existen otras muchas palabras surgidas en este tiempo y de las que aún no existe castellanización alguna. ¿Se puede decir que a la RAE le cuesta incorporar términos deportivos a pesar de la incidencia que éstos tienen sobre distintas realidades: sociológicas, económicas...?

Según los resultados obtenidos, sí se podría afirmar esto y resulta extraño pues muchos de los académicos son muy futboleros. Por poner un ejemplo: Javier Marías, escritor y miembro de la Real Academia, es seguidor del Real Madrid.

Quizás, la carencia de ciertos términos en el diccionario de la RAE responda a que no existen demasiados textos de Autoridades que puedan sustentar tal terminología. ¿Si Delibes, Cela, Torrente Ballester, Unamuno, etc. hubieran escrito libros sobre fútbol, usando la terminología que sobre el deporte se emplea a día de hoy, estarían ya esos términos en el DRAE? Pero hay poca literatura futbolística, muy poca, y eso probablemente sea decisivo.

9.3.6. Un lenguaje deportivo radiofónico marcado por cientos condicionantes

En resumen se puede afirmar que en la muestra sobre la que se ha trabajado se cumplen la mayoría de las recomendaciones ofrecidas en los distintos manuales y el lenguaje deportivo empleado durante las retransmisiones deportivas radiofónicas cumple las condiciones del lenguaje radiofónico en términos generales, que aunque tiene muchos condicionantes, Merayo y Pérez (2001) señalan quizás los que son especialmente fundamentales:

“La claridad radiofónica depende no sólo del léxico empleado sino también de la disposición, concordancia y función de las palabras que conforman las oraciones de un mensaje. Las

normas fundamentales para conseguir esta claridad exigen la construcción de oraciones breves (lo que no significa lacónicas), sencillas y ordenadas lógicamente –sujeto, verbo y predicado–, lo que desde luego no excluye el uso de las subordinadas, siempre y cuando tengan una dependencia lógica y no se abuse de ellas. Además, son preferibles las construcciones verbales y en forma activa. Se aconseja el uso predominante del verbo en presente y pretérito perfecto, las expresiones afirmativas, y la reiteración del sujeto en vez de emplear pronombres relativos (éste, éstas, el mismo...) u oraciones sin sujeto explícito. Es importante cuidar la concordancia de género y número y usar con mesura –y si es posible, evitarlas– las largas sucesiones de complementos” (Merayo y Pérez, 2001: 108).

Así mismo, estos autores (Merayo y Pérez, 2001) recogen en un manual una serie de diez recomendaciones, relacionadas con el resumen anterior, sobre la lingüística en el mensaje radiofónico que pasan por la eliminación de los elementos superfluos; oraciones sencillas y con estructura lógica; evitar la sucesión excesiva de complementos, así como la falta de concordancia; simplificar las oraciones subordinadas de relativo; emplear en la medida de lo posible las estructuras sintácticas con predominio verbal; utilizar la voz activa siempre que sea posible pues la pasiva dificulta la comprensión; es preferible emplear los tiempos presente y pretérito perfecto; es más recomendable la utilización de las expresiones afirmativas en lugar de las negativas; el mensaje radiofónico exige la redundancia; y es preferible el estilo directo basado en apelaciones al oyente (Merayo y Pérez, 2001: 109-114).

En cualquier caso, se puede destacar que este género está englobado dentro de un tipo de locución diferente al resto de géneros y cualquier investigación que sobre éste se haga, ha de ser estudiada a partir de una serie de características nombradas por Alcoba (1993: 160), remarcadas en otros capítulos, y que definen al género de las retransmisiones deportivas en radio:

- 1.- La retransmisión directa de unos hechos.
- 2.- Los hechos se producen ininterrumpidamente y a gran velocidad.
- 3.- Necesidad del informador de conocer perfectamente las reglas del deporte que

retransmite. 4.- Situarse en una posición neutral para explicar lo que acontece en la arena deportiva. 5.- Poner la entonación adecuada a cada momento y lance del juego. 6.- Saber llevar la emoción del deporte y de lo que sucede en el partido, a personas que sólo conocen lo que ocurre en el estadio a través de las palabras. 7.- Aunar la información deportiva directa con la inclusión, en ella, de las cuñas publicitarias patrocinadoras de su emisión

9.4. Discusión de los resultados contextuales

9.4.1. El receptor

Según muestran los resultados de la encuesta realizada, el programa más escuchado por los radioyentes castellanoleoneses de retransmisiones deportivas en la radio generalista es “Carrusel Deportivo”, de la Cadena SER; seguido por “Tiempo de Juego”, de la COPE. En el periodo analizado, los datos de estos dos programas tendrían cierta congruencia con los del Estudio General de Medios (tabla 63):

Tabla 63. Comparación de la encuesta realizada con los datos del EGM del año 2011

Encuesta realizada por Gather Estudios para esta investigación		3ª oleada de 2011	2ª oleada de 2011	1ª oleada de 2011
Carrusel Deportivo	53%	46%	38%	41%
Tiempo de Juego	26%	24%	26%	29%
El Mirador de la Liga	5%	Sin datos del programa “La Liga en Punto”	3%	2%
Radioestadio	10%	18%	20%	17%
Tablero Deportivo	4%	12%	13%	11%
No sé cuál escucho	2%	0%	0%	0%

Datos: Gather Estudios para esta investigación y EGM / Tabla: elaboración propia

Con la comparación anterior también habría cierta congruencia en lo que al programa de Punto Radio se refiere. Sin embargo, sí se obtienen diferencias más significativas en los programas “Radioestadio”, de Onda Cero, y “Tablero Deportivo”, de RNE.

La encuesta se realizó en un momento concreto en el que la radio deportiva de la COPE obtuvo un considerable aumento de oyentes –según los mencionados datos del EGM y referido especialmente a los años 2010 y 2011. Por lo tanto, probablemente los resultados obtenidos no hubieran sido los mismos en caso de haberse realizado esta misma encuesta dos años atrás. Sirva para ilustrar esta idea la tabla siguiente (tabla 64) en el que se muestra el constante aumento del programa “Tiempo de Juego”, de la COPE, según los datos del Estudio General de Medios y durante el mencionado periodo.

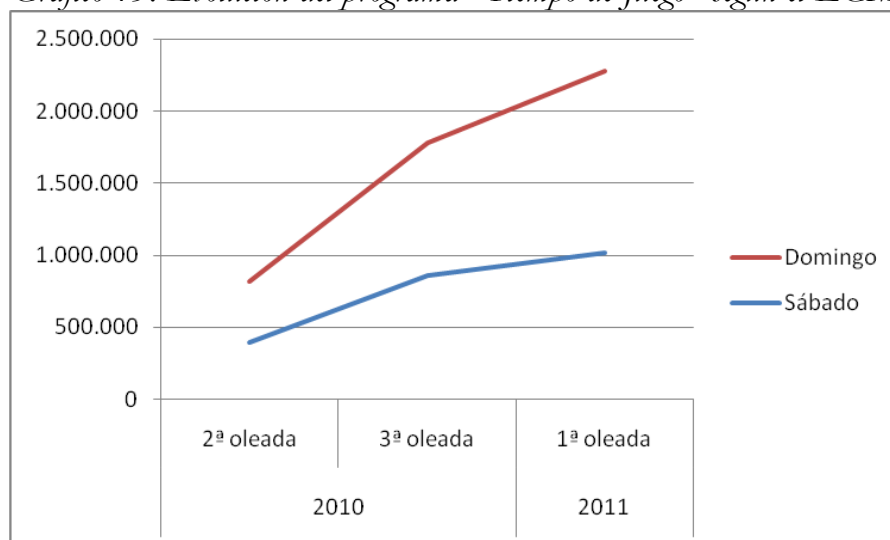
Tabla 64. Evolución del programa “Tiempo de Juego” según el EGM (periodo 2010-2011)

	2010			2011		
	1ª oleada	2ª oleada	3ª oleada	1ª oleada	2ª oleada	3ª oleada
Sábado	552.000	398.000	861.000	1.013.000	777.000	782.000
Domingo	356.000	418.000	919.000	1.264.000	895.000	953.000

Datos: obtenidos de www.frecuenciadigital.es y EGM / Tabla: elaboración propia

Especialmente este aumento queda reflejado en las comparaciones consecutivas de la segunda oleada de 2010, la tercera de ese mismo año y la primera de 2011 (gráfico 15).

Gráfico 15. Evolución del programa “Tiempo de Juego” según el EGM



Datos: obtenidos de www.frecuenciadigital.es y EGM / Gráfico: elaboración propia

De la encuesta realizada para esta investigación, no existen resultados especialmente destacados si tomamos como base la variable “región”.

Lo más destacado, en este sentido, es una mayor diferencia de oyentes en la comparación “Carrusel Deportivo” / “Tiempo de Juego”, a favor del programa de la Cadena SER, en las provincias de Palencia, Valladolid y Ávila. Esas diferencias son menores en las otras dos regiones analizadas: Oeste (León, Zamora y Salamanca) y Este (Burgos, Soria y Segovia). También es de destacar el mayor número de oyentes del programa de Punto Radio en la región Este en comparación con las otras dos.

Si se analizan los resultados tomando como base otra de las variables analizadas (la “edad”), lo más destacado es que el programa de Punto Radio concentra a sus oyentes en dos franjas de edad: de 14 a 34 años y de 35 a 54 mientras que el de RNE concentra a sus oyentes en las franjas de edades de 35 a 54 y de 55 o más años. En las comparaciones globales, lo más destacado es que los dos programas más escuchados de forma independiente –“Carrusel Deportivo” y “Tiempo de Juego”– son también los más seguidos en las tres franjas de edad estudiadas.

Por último, si se analizan los datos según la variable “género”, “Carrusel Deportivo” obtiene un amplio respaldo entre el género femenino y ésa es quizás la diferencia más significativa. Más del 74% de las mujeres escuchan este programa. Entre los hombres, la audiencia está más igualada entre “Carrusel Deportivo” y “Tiempo de Juego”. También se observa una gran diferencia de oyentes entre hombres y mujeres en el programa Radioestadio mientras que, por último, llama la atención que no se encontró ninguna mujer, dentro de la muestra seleccionada, que escuchara el programa “Tablero Deportivo” de RNE.

En definitiva, se puede decir que “Carrusel Deportivo” es el programa más escuchado y la principal razón se puede encontrar en que el programa de la Cadena SER ha sido históricamente uno de los más aceptados en el mundo de la radio española desde su nacimiento en los años 50, momento en el que ya empieza a obtener una “gran respuesta comunicativa” (Balsebre, 2002: 335) que “está también relacionada con la progresiva difusión que tiene en España en la década de los 50 el radio-transistor” (Balsebre, 2002: 335). Desde entonces, quizás, el éxito de “Carrusel Deportivo” haya estado

vinculado al mantenimiento de una misma filosofía desde su aparición:

“La filosofía de “Carrusel Deportivo” no ha cambiado durante estas más de cinco décadas. Se podía haber apostado, por ejemplo, por tener un programa con cuñas sin animadores y no se ha hecho porque la fórmula ha funcionado y se ha mantenido. “Carrusel” lo elabora y lo trabaja todas las semanas, hoy en día, más de 250 personas entre técnicos, comentaristas, locutores, etc. Esta cifra era impensable en sus inicios, año 1954, cuando apenas había una docena de personas trabajando en el programa” (Malvar, 2005: 48).

Tampoco es de extrañar que el segundo programa más escuchado de los analizados sea “Tiempo de Juego”, de la COPE, “el programa deportivo de la COPE más veterano” (Malvar, 2005: 98) y que “desde sus inicios ha pretendido ser un programa ágil, informativamente hablando, llevado con tremenda rapidez en un ritmo de emisión absolutamente original e inédito” (Malvar, 2005: 99).

Pero aparte de estos dos programas, en general se puede destacar el éxito de estos espacios deportivos de las cinco emisoras seleccionadas que retransmiten frecuentemente fútbol y grandes competiciones:

“...cabe destacar que a día de hoy, las retransmisiones radiofónicas a las que se les dedica una mayor cobertura radiofónica en España son el fútbol (Primera División de la Liga española de fútbol, Copa del Rey, *Champions League*, Copa de la UEFA; retransmisiones de finales de las diferentes competiciones europeas aun cuando no hay representación española; Europeos y Mundiales de fútbol); y otras disciplinas deportivas (Europeos y Mundiales de los diferentes deportes y Juegos Olímpicos), estas últimas, con programaciones radiofónicas especiales” (Herrero, 2009b: 49).

En lo que se refiere al análisis de la hipótesis 4.2, cabe destacar que los resultados invitan a rechazar la hipótesis de partida que decía que

“un alto porcentaje de oyentes que escuchan un determinado acontecimiento deportivo por radio, a la vez, lo siguen por televisión”.

A la pregunta “los acontecimientos deportivos que escucha por radio, ¿los ve también por televisión?”, sólo un 3,5% respondió que sí; y si se suman los que al menos lo hicieron alguna vez (es decir, sumando las respuestas: “siempre que puedo”, “habitualmente sí pero no siempre”, “a veces” y “casi nunca”), el porcentaje tampoco es demasiado elevado: 40,5%. Exceptuando un 1% de valores perdidos, los restantes encuestados (58,5%) contestaron que nunca lo habían hecho en su vida.

Este tipo de receptor –radioyente y televidente al mismo tiempo– fue definido en un estudio anterior como el “radiovidente” (Herrero, 2010a). Sin embargo, en la presente tesis y a través del estudio analizado no se encontró un gran porcentaje de esta clase de receptor de acontecimientos deportivos.

Si se realizan comparaciones según variables, las diferencias más significativas se encontraron al analizar las variables “género” y “región”. De tal forma, se encontraron más “radiovidentes” entre los hombres que entre las mujeres; y también muchos más en las zonas Centro y Este que en la Oeste.

La hipótesis de partida, que según los datos obtenidos será rechazada, estaba basada en que la llegada de la televisión, y de las retransmisiones deportivas por la pantalla, no desbancó a la radio: “Quienes pensaron que la televisión terminaría con la radio tuvieron una escasa visión de futuro” (Alcoba, 2005: 165).

Lejos de ello, y a pesar de que “en la narración televisiva casi siempre conviven de manera simultánea dos elementos, la voz y la imagen, que se refuerzan y complementan mutuamente, mientras que la radio carece del apoyo visual directo” (Soengas, 2003b: 10), la televisión logró aupar aún más a la propia radio (Herrero, 2010a) “hasta llegar al punto en el que está, donde los programas deportivos –y más, si cabe, los de retransmisiones deportivas– son de los más escuchados en la radio española” (Herrero, 2010a), idea defendida por otros autores: “Y la paradoja surge cuando comprobamos que la fidelidad a la radio de esta sociedad *futbolizada* no sufre realmente un gran descalabro cuando la

televisión reivindica el monopolio del entretenimiento. [...] La radio futbolística mantuvo unos buenos niveles de audiencia” (Balsebre *et. al.*, 2006: 147).

Más aún para apuntalar esta idea: algunas plataformas de pago permiten o han permitido, durante la disputa de algunos partidos de fútbol, escuchar determinadas emisoras radiofónicas por un canal de audio diferente al televisivo de tal forma que imagen televisiva y sonido radiofónico llegaban a la par por televisión lo que además suponía que el receptor no tuviera la necesidad de tener consigo un transistor para convertirse en un “radiovidente”.

De ahí que la hipótesis de partida estuviera basada en que se podría afirmar que muchos aficionados presencian “una competición, especialmente un partido de fútbol, con el sonido del televisor apagado y escuchan los comentarios que del mismo realizan los periodistas radiofónicos” (Alcoba, 2005: 149), idea defendida por otros autores:

“El paso del tiempo y la generalización del espectáculo televisivo han modificado substancialmente el proceso. En la actualidad, la audiencia enciende el receptor para ver el partido y, de modo simultáneo, sintoniza su emisora favorita para escuchar la crónica radial. De esta fusión, muy común entre los aficionados al fútbol, se desprende una dificultad para quienes se encargan de narrar el acontecimiento, y es que el oyente advierte a la perfección cuanto sucede en el estadio, de modo que ya no parece posible la inexactitud del relator. Puede que antaño fuera viable referir animosamente una jugada, exagerando el detalle o interpretando con fabulosa libertad una hazaña. Hoy ese esfuerzo resulta inútil, pues los telespectadores adivinan cualquier extravagancia en la crónica” (Gozalo, 2002: 14).

Sin embargo, tal hipótesis (4.2) no se cumple y los motivos se analizan a continuación ya que la hipótesis 4.3 trata de buscar una explicación y saber cuál es el principal motivo por el que existe la figura del “radiovidente” (Herrero, 2010a). Esta hipótesis se analizó a través de dos cuestiones.

Por un lado, saber cuáles eran los motivos escogidos por los receptores que, al mismo tiempo, eran radioyentes y televidentes. Los cinco motivos⁹⁴ más señalados fueron (tabla 65):

Tabla 65. Motivos más elegidos por los que el receptor se declara radioyente y televidente al mismo tiempo

MOTIVO	Frecuencia	Porcentaje
Porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional	22	11%
Porque los locutores de radio me gustan más que los de televisión	21	10,5%
Simplemente porque me apetece o me gusta	18	9%
Porque así no es necesario que esté delante del televisor todo el tiempo	17	8,5%
Porque la retransmisión en radio me parece más entretenida	14	7%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

El primer motivo hace clara alusión a la intensidad y a la pasión con que es narrado un acontecimiento deportivo por radio. Las dos siguientes opciones más señaladas hacen referencia meramente al simple gusto. Entrás las cinco opciones más señaladas, se encuentran la no necesidad de estar delante del televisor de forma constante y, por último, se hace referencia a la variable “entretenimiento”.

Se realizó la pregunta opuesta para saber cuáles eran los motivos por los que aquellos receptores que eran sólo televidentes no seguían un acontecimiento por radio. Las cinco respuestas⁹⁵ más señaladas fueron (tabla 66):

⁹⁴ Hay que recordar que los encuestados podían elegir tantas opciones como quisieran. Se realizó mediante pregunta abierta y el encuestador iba dirigiendo la respuesta según los motivos que fuera indicando el encuestado.

⁹⁵ Hay que tener en cuenta que los encuestados podían elegir tantas opciones como quisieran. Se realizó mediante pregunta abierta y el encuestador iba dirigiendo la respuesta según los motivos que fuera indicando el encuestado.

Tabla 66. *Motivos más elegidos por los que el receptor no se declara radioyente y televidente al mismo tiempo*

MOTIVO	Frecuencia	Porcentaje
No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado	73	36,5%
Porque no me apetece o no me gusta	33	16,5%
Porque no tengo transistor en ese momento / o el aparato tecnológico usado habitualmente para tal efecto	33	16,5%
Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión	29	14,5%
Porque la locución televisiva me parece más intensa y pasional	9	4,5%

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Como se aprecia, la opción más señalada es la inexistencia de motivos, seguida por una opción que hace referencia a la mera apetencia o gusto. La no disponibilidad de un receptor de radio o similar en ese momento también es otra de las opciones más señaladas. La cuarta opción más escogida (“Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión”) está en cierta congruencia con la primera (no existe motivo concreto) mientras que la quinta opción más elegida hace referencia a un motivo de percepción por parte del receptor.

Si, más allá de la propia encuesta, se entran a valorar las motivaciones ofrecidas por expertos acerca de las argumentaciones por las que un receptor es radioyente y televidente al mismo tiempo, se pueden encontrar respuestas variadas. Así, por ejemplo, hay quien entiende que existen “muchos telespectadores que anulan el volumen del televisor para escuchar la retransmisión radiofónica de manera simultánea a la contemplación del partido de fútbol por televisión, pues entienden que el sonido de la radio dice y emociona más que el de la televisión” (Balsebre et. al., 2006: 147). En este mismo sentido estaría la opinión de Medina (1995: 79): “la televisión prima la evidencia de las imágenes, los comentaristas ignoran las demandas lingüísticas del fútbol y describen el partido con un lenguaje sin ningún fervor, con una expresión indefinida y distante. La radio, por contraste, conserva la épica de la narración, traduce con cierta fantasía lo que ocurre en la cancha”. El propio Medina reitera esta misma idea

para diferenciar una retransmisión deportiva entre los medios televisivo y radiofónico; en este caso, el de un partido de fútbol:

“Durante el partido la televisión, por la fuerza de la imagen, por la verosimilitud que la legitima como medio, privilegia el discurso del experto cognoscitivo, del analista que evalúa ‘fríamente’ las jugadas y que no le ‘miente’ al público [...] La radio, por contraste, privilegia sobre los otros el discurso del experto por pasión, del fanático: estimula la expectativa del público y la pasión de los hinchas en el estadio” (Medina, 1995: 77-78)

Amparada esa teoría de Medina (1995) porque “el principal potencial del medio radiofónico es, sin duda, su capacidad para estimular la imaginación” (Rodero, 2005: 37). Otra explicación hace alusión al lenguaje radiofónico y el motivo se encontraría en que “el lenguaje radiofónico es más vivo al estar dirigido al receptor que no puede ver lo que acontece en el terreno de juego, pero que trasladado a quienes presencian el partido en televisión resulta gracioso” (Alcoba, 2005: 149).

En todo este entramado de motivos, para estudiar esta variable hay que tener en cuenta también el ámbito histórico. Antiguamente los locutores podían tener la “ventaja” de retransmitir partidos que no se ofrecían por televisión y ello provocó que alguien lo criticara:

“Porque, eso sí, por la radio podemos enterarnos de los goles, pero de nada más. Los locutores lo saben, y por eso no se molestan en intercalar juicios críticos sobre la marcha del partido y sobre la actuación de los jugadores. La crítica necesita que las impresiones se sedimenten un poco. Debido a ello os habrá pasado muchas veces que después de oír radiar un partido estáis convencidos de que Fulanito no ha dado una y luego los testigos presenciales vienen diciendo que ha sido el mejor. Siendo así las cosas, es más de alabar la honradez profesional habitual en todos los locutores, que sólo se esfuerzan en que la velocidad de la pelota no desborde su rapidez de palabra, sin intentar ningún embuste de los que dejarían sin respiración a los

oyentes. Si acaso dicen que ha salido rozando el larguero un balón que pasó tres o cuatro metros por encima; pero esas aberraciones de perspectiva también suelen sufrirlas los espectadores. No sé hasta qué punto serían censurables esos pequeños fraudes que indico” (Hernández, 1955: 234-235).

Sin embargo, hay quien piensa que ese tipo de situaciones ya no es tan habitual desde hace algunos años: “Puede que antaño fuera viable referir animosamente una jugada, exagerando el detalle o interpretando con fabulosa libertad una hazaña. Hoy ese esfuerzo resulta inútil, pues los telespectadores adivinan cualquier extravagancia en la crónica” (Gozalo, 2002: 14).

Y precisamente debido a que existen televidentes que también son radioyentes, las televisiones también en su día empezaron a tratar de mejorar sus locuciones: “Menos mal que las nuevas cadenas parecen haber desterrado ese soniquete, monótono y hasta melancólico, por una nueva dinámica y con un estilo de retransmisión más ágil, consiguiendo que los televidentes aburridos encuentren una motivación para no cambiar el sonido de la televisión por el de la radio” (Alcoba, 1993: 161). La mejora de las locuciones televisivas puede ser también otro de los motivos por los que no haya tantos “radioyentes” como se preveía inicialmente, así como el retardo televisivo, por el que el sonido radiofónico empezó a llegar antes que la imagen de televisión:

“El problema que, en la década de los 90, se le presentó a las emisoras radiofónicas fue que la aparición de Vía Digital y Canal Satélite Digital –posteriormente refundado en Digital Plus– trajo consigo un contratiempo. La señal recibida por televisión llegaba con un patente retraso: varios segundos. Sin embargo, tal eventualidad no pareció preocupar demasiado a las emisoras radiofónicas. Quizás, porque el fútbol en *pay per view* que se ofrecía entonces pertenecía a las clases más altas – por su alto coste– o a los negocios de la hostelería. Pero el problema empezó a ser considerable cuando se implementó de forma definitiva la TDT (Televisión Digital Terrestre) en 2010. La temporada de ese año (2009/10), en muchos hogares se veía

el fútbol a través de un canal de reciente creación: La Sexta que, en un principio, se veía analógica y digitalmente. De forma analógica, la imagen televisiva y el sonido radiofónico llegaba al mismo tiempo pero, si se sintonizaba a través de la emisión digital, la imagen también llegaba con retardo. Lo mismo seguía sucediendo con la emisión satélite que, al ser más económica que antaño, está al alcance de un mayor número de seguidores. Unido a esta razón, el problema quedó perpetrado cuando se instaló de forma definitiva la TDT.” (Herrero, 2010a).

Este tipo de problema afecta más a unos deportes que a otros, dependiendo del grado de certidumbre e incertidumbre. Contrastando todas estas opiniones de expertos con las respuestas obtenidas en la encuesta, lo cierto es que el principal motivo por el que un receptor seguiría un acontecimiento deportivo de forma simultánea por televisión y radio sería “porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional” (que la televisiva) aunque en un pequeño porcentaje sobre el total de encuestados (11%). Y, además, obtienen una mayor frecuencia cuatro motivos por los que un televidente no sigue un acontecimiento deportivo por radio:

- No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado (36,5%)
- Porque no me apetece o no me gusta (16,5%)
- Porque no tengo transistor en ese momento / o el aparato tecnológico usado habitualmente para tal efecto (16,5%)
- Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión (14,5%)

En cuanto a la hipótesis 4.4, (“El lenguaje empleado en las retransmisiones deportivas radiofónicas, incluidos los errores, influye –positivamente unas veces y negativamente otras– en los receptores de este tipo de género”), la base a esta afirmación se encontraba en la idea de que “de todas las variedades lingüísticas no hay duda de que es la periodística la que más influye en el hablante común; en nuestro caso, en la actuación lingüística de los hablantes españoles” (Romero, 1993: 9-10) y, por otro lado, porque el deporte “es un ámbito cuyo

interés viene siendo creciente desde sus inicios y que está en boca de una sociedad que hace uso de su terminología” (Nomdedeu, 2003: 91); es por todo ello por lo que “los periodistas tienen la responsabilidad de usar bien el idioma, aunque son muchos, y no sólo en el ámbito del español, los que no cumplen con este deber” (Romero, 1993: 12).

En este sentido, se puede destacar que un alto número de encuestados (hasta un 22,7% del total) afirmaba que el lenguaje que escucha en este tipo de programas le influye, y de forma positiva, sobre el lenguaje que emplea en su vida cotidiana. Especialmente es relevante este dato en el género femenino pues un 32,2% de las mujeres encuestadas así lo afirmaban. No obstante, la mayoría de los encuestados (más del 50%) afirmó que era un tipo de lenguaje que no les influía y ése, a fin de cuentas, es el dato que más se puede destacar.

Lo cierto es que el lenguaje deportivo se ha ido expandiendo a otros campos de la vida social y ahí seguramente han jugado un papel importantísimo los medios de comunicación de masas. El deporte “ha invadido numerosas parcelas de la vida cotidiana: la moda, la comida, la manera de ser y de actuar, y la lengua estándar de los países desarrollados. Ello conlleva, cada día más, una presencia abrumadora de voces procedentes de este campo. Así, titulares como estos son frecuentes:

Acabó el debate pidiendo la hora; “el presidente posee dotes de buen *fajador*”; “el candidato careció de *punch*”; “*tarjeta roja* para el representante del partido X”; “*sprint* hacia la presidencia del gobierno”; “su contrincante quedó *contra las cuerdas*”; “está *groggy*”, etc. Todas estas frases, y cientos más, procedentes del ámbito deportivo, han sido trasvasadas de los estadios a gran número de ámbitos sociales. Hoy las sesiones de un consejo de ministros son *maratonianas*; hay personas que están *k.o.*; hay gente que juega sucio; el *fair play* está bien visto y existen decenas de *amateurs* de la pintura o de las artes plásticas, y un *pelotazo* es algo más que lanzar la pelota con fuerza, y si no que le pregunten a muchos políticos, presidentes de clubes de fútbol y constructores” (Aleixandre *et. al.*, 2007: 117).

Esta influencia social del lenguaje deportivo sobre otros ámbitos de la vida no es nada nueva y a pocos debería extrañar si se tiene en cuenta que el lenguaje deportivo es tan antiguo como el propio deporte: “... debe reconocerse que desde aquellos lejanos comienzos de la práctica deportiva existe un lenguaje particularizado y exclusivo de esta actividad, para definir acciones y movimientos, así como de los utensilios requeridos en el ejercicio de cada juego o deporte” (Alcoba, 2005: 113), un razonamiento y una argumentación basados en los propios escritos llegados desde la antigüedad (Alcoba, 2005: 114). Especialmente, esta terminología ha ido adquiriendo su mayor importancia a partir de los últimos años del siglo XX: “Desde finales del siglo XX cerca de setecientas expresiones difundidas por el lenguaje periodístico del deporte se han ido extendiendo a otros ámbitos del periodismo” (Castañón, 2009). Además, dice Castañón también que “además del periodismo, las formas de expresión del deporte también se han extendido de forma generalizada, en el siglo XXI a tres ámbitos: la política, la economía y el turismo” (Castañón, 2009). Por lo tanto, sí podría decirse que existe una influencia del lenguaje deportivo sobre otras realidades sociales; no obstante, los resultados de la encuesta realizada indican que un gran número de personas no tienen esa percepción de que el lenguaje empleado durante las retransmisiones deportivas radiofónicas ejerza una influencia sobre ellos. Los resultados de la hipótesis 4.6 muestran una satisfacción aparentemente adecuada de los receptores de este programa. De forma global a ningún encuestado, fuera cual fuera el programa, otorgó una nota inferior a 4 –en una escala de 0 a 10. El programa mejor valorado resultó ser “Radioestadio”, de Onda Cero (tabla 67); por lo tanto, no existe una correspondencia entre los programas más escuchados y los programas mejor valorados:

Tabla 67. Nota media otorgada a cada uno de los programas

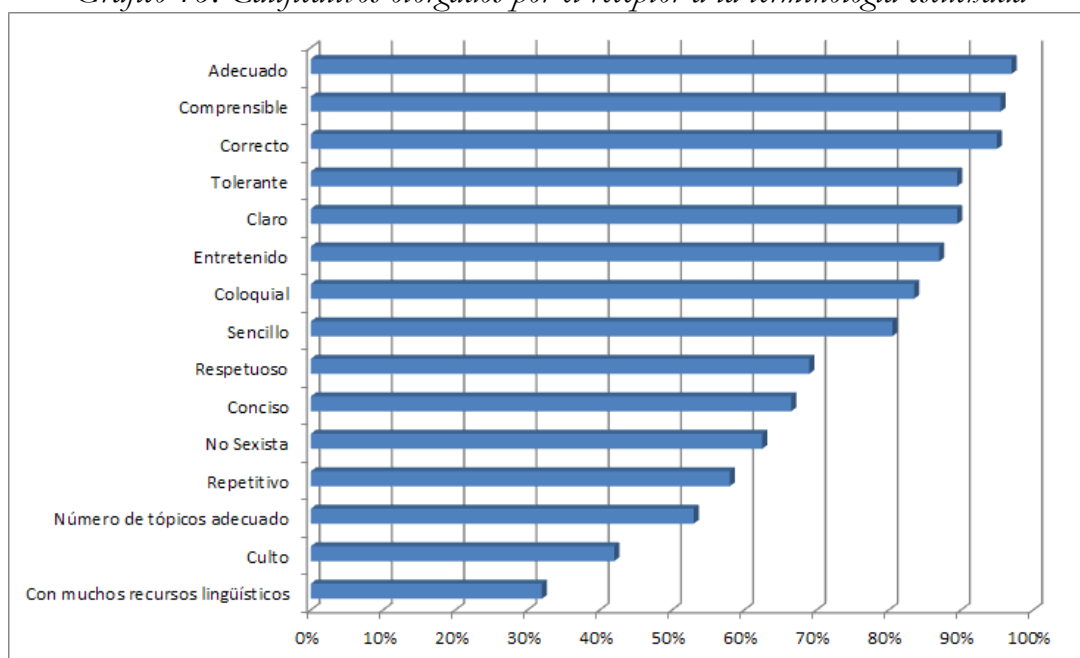
Programa	Nota media
Carrusel Deportivo (Cadena SER)	7,19
Tiempo de Juego (COPE)	7,08
La Liga en Punto (El Mirador de la Liga hasta la temporada 2010/11) (Punto Radio)	6,60
Radioestadio (Onda Cero)	7,60
Tablero Deportivo (RNE)	7,00

Datos: Gather Estudios para esta investigación / Tabla: elaboración propia

Otra parte de esta hipótesis se centró en saber qué tipo de lenguaje percibía el receptor conforme a una doble serie de calificativos y en todos los casos, de la doble alternativa ofrecida, casi siempre se eligió la percepción que se puede considerar como positiva, salvo en dos casos: el de “culto” y un lenguaje “con muchos recursos lingüísticos” (gráfico 16):

No es de extrañar la correlación de un lenguaje deportivo con términos como “adecuado”, “comprensible”, “correcto”, “tolerante”, “claro”, “entretenido”, “coloquial” o “sencillo” (más del 70% lo percibieron así) por todos los motivos que se vienen reseñando en este apartado y porque no han sido pocos los estudios realizados al respecto e incluso encuentros de un gran interés lingüístico (Reigosa *et. al.*, 1994). En cuanto a los errores, lo más destacado es que los encuestados perciben errores durante las retransmisiones deportivas radiofónicas (67,5%) y dichos errores son principalmente percibidos por las personas de 55 o más años de edad.

Gráfico 16. Calificativos otorgados por el receptor a la terminología escuchada



Datos: Gather Estudios para esta investigación / Gráfico: elaboración propia

Se estudió la variable “velocidad de dicción”, para conocer la percepción que tenían los receptores en cuanto a lo que a esta variable respecta (referido a los locutores de acontecimientos deportivos). Es de destacar que más de un 50% de los encuestados afirmó percibir que “generalmente hablan a una velocidad adecuada”

y algo más del 30% afirmó que percibían una velocidad demasiado alta. La adecuación de la velocidad al género vino respaldada por un mayor porcentaje de mujeres que de hombres y, valorando los resultados por grupos de edad, la mayor velocidad (“generalmente hablan demasiado deprisa”) vino percibida por las personas de 55 o más años de edad. También se observaron diferencias en lo que a regiones se refiere, obteniéndose un mayor número de frecuencias acerca de “generalmente hablan demasiado deprisa” en la zona Centro que en la Oeste y la Este.

9.4.2. El emisor

La otra parte contextual estuvo basada en la opinión de una serie de entrevistados pues si con la encuesta se lograba conocer las opiniones del receptor, con la entrevista se conocía la opinión del emisor. En este sentido, en cuanto a la credibilidad que le merece el EGM, la tónica general de los entrevistados fue mostrar credibilidad a dicho estudio. La mayoría basó su respuesta en que éste es el estudio que existe hoy día, no hay otro, y por lo tanto es el estudio por el que se deben valer. Otro tipo de mediciones sería conveniente: ésta es la percepción de la mayoría de los entrevistados, que ven a las redes sociales como un posible medidor de audiencias; sin embargo, los peros también existen ya que las redes sociales quizás no cuenten con la representación real de todos los estratos de la sociedad. Este tipo de mediciones ya fue planteada en un estudio anterior titulado “Los programas deportivos de la radio española en la red social Facebook: espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿medidor de audiencia?” (Herrero, 2011a).

Según los entrevistados, los principales motivos de la histórica importancia de la radio deportiva española radican en que:

- Actualmente el deporte español vive su época dorada
- España es un país muy futbolero
- España es un país consumista de radio y deporte
- El fenómeno creado en su día por el periodista José María García
- Demanda informativa de deporte
- Se trata de una radio deportiva innovadora, vanguardista

- Utilización de la radio deportiva como válvula de escape
- Se trata de una radio deportiva que conjuga espectáculo, información y entretenimiento
- Inmediatez y pasión que transmite la radio deportiva
- Calidad de la radio deportiva

En cuanto al elemento fundamental con el que cuenta el locutor dentro de una locución deportiva radiofónica, las respuestas también fueron múltiples:

- Que la del narrador no sea la única voz de una retransmisión sino que se englobe dentro de la retransmisión coral
- El lenguaje que utilice
- La capacidad de contar para quien no ve
- El ingenio
- La capacidad de improvisación
- La voz
- La combinación de los elementos para ser lo más creíble posible y demostrar pasión

La mayoría de los locutores afirmó creer que se comete el error de que en muchas ocasiones se retransmite para radioyentes que son también televidentes (“radiovidentes”) aunque la mayoría afirmó que tratan de no cometer tal equivocación. En este mismo sentido, en cuanto a por qué existe la figura del receptor que simultáneamente ve un acontecimiento deportivo por televisión y escucha ese mismo acontecimiento con el sonido de la radio, los motivos dados por los entrevistados se pueden simplificar en términos como “emoción”, “pasión”, “sentimiento”, “dinamismo” y “entretenimiento” y son retransmisiones que generan “estimulación de la imaginación”. Además, el receptor puede elegir a “su narrador radiofónico” mientras que esa “oferta” radiofónica no es tan evidente en televisión, donde los derechos de retransmisión suelen ser en exclusiva.

Dado el éxito que siempre han tenido las retransmisiones deportivas radiofónicas, la mayoría de los entrevistados coincidió en señalar que en la primera década del siglo XXI las locuciones televisivas de acontecimientos deportivos han tendido más a lo radiofónico. Sin embargo, muchos señalan que es un error realizar

una retransmisión deportiva con tintes radiofónicos en televisión puesto que los televidentes que escuchan el acontecimiento deportivo por ese mismo receptor buscan una narración diferente a la que podrían obtener en la radio. Por lo tanto, según las respuestas obtenidas, en televisión lo ideal sería una locución híbrida, con pasión y emoción –alejadas de las insulsas narraciones televisivas de épocas atrás, salvo contadas excepciones– pero no radiofónica sino que las televisivas deberían ser narraciones reposadas, con silencios y dejando que el sonido ambiente juegue también su papel. Algunos entrevistados ponen como ejemplo más claro a Carlos Martínez y las retransmisiones televisivas que viene realizando este periodista en Canal + desde mediados de los 90.

En otro orden de cosas, que hacen referencia a la percepción del lenguaje deportivo radiofónico, según los entrevistados, las características por las que se deben definir este lenguaje son: sencillez, lenguaje directo, comprensible, llano, directo, no soez, correcto, creativo, que se hable en la calle y alejado de tópicos. Los entrevistados coinciden en señalar que el locutor ha de cuidar siempre su lenguaje ya que, aunque su misión esencial no sea la de “formar”, sí son conscientes de su capacidad de influencia, en mayor o menor medida. La mayoría cree que el lenguaje deportivo empleado en radio puede llegar a influir sobre los receptores aunque no existe consenso sobre el tipo de influencia: positiva, en unos casos; negativa, en otros y depende del locutor es otro tipo de opción mencionada.

Siguiendo en lo lingüístico, en cuanto al interrogante sobre las diferencias del lenguaje entre los roles que participan en una retransmisión, entre los entrevistados no existe consenso acerca de si hay o no diferencias: unos opinan que sí –y lo justifican afirmando que son diferencias obvias– y otros defienden la idea de que no existen tales diferencias o que incluso la expresión oral de un comentarista puede ser mejor que la de un locutor, aun cuando la hipótesis de partida fuera la contraria; en este último tipo de opinión, siempre según los entrevistados, no habría tales diferencias y dependería del tipo de locutores, comentaristas y demás integrantes de una retransmisión. Por último, casi todos coinciden en apuntar que el mundo profesional está muy alejando de la Academia.

Conclusiones

10.1. Generales

UNA VEZ hallados los resultados y discutidos éstos, se puede concluir que se rechaza la primera hipótesis (1.1) ya que cada vez con más frecuencia las retransmisiones se producen a lo largo de los 12 meses del año, con mayor o menor frecuencia. Igualmente se rechaza la segunda hipótesis (1.2) pues durante el periodo en el que se han ido obteniendo los resultados para esta tesis (2008-2012), las franjas horarias han sido muy cambiantes, existiendo retransmisiones en horarios de mañana, de mediodía y de diversos días entre semana, diferentes a los previstos.

La tercera hipótesis (1.3) se acepta ya que todas las retransmisiones se producen en directo; el diferido no tiene cabida en las retransmisiones deportivas radiofónicas. No obstante, las nuevas tecnologías han permitido la aparición del *podcast* y las emisoras lo han utilizado para facilitar al receptor la descarga y segundas y sucesivas escuchas de retransmisiones deportivas radiofónicas o fragmentos de ellas –es muy habitual que, por ejemplo, se “cuelguen” las narraciones de goles, cuando no programas completos.

Los principales acontecimientos deportivos radiofónicos son narrados por hombres por lo que se acepta la hipótesis 1.4. Rara es la vez en la que una mujer participa en la narración como tal. Sí es más frecuente la aparición de mujeres ocupando otros roles diferentes a la narración, como el locutor complementario, comentarista, etc.

Es difícil rebatir la idea de que el fútbol es el “deporte rey” en España. Y las emisoras radiofónicas, conscientes de ello, lo

aprovechan al máximo para retransmitir en “cantidades industriales” partidos de fútbol. Ciertamente que otras disciplinas deportivas también tienen su presencia, en mayor o menor medida; por todo ello, se acepta la quinta hipótesis (1.5).

10.2. Acerca de la locución

Una vez vistos los resultados y después de su postrera discusión, se puede afirmar que en el género de las retransmisiones deportivas radiofónicas se utiliza una altísima velocidad de dicción: el empleo de 190 o más palabras por minuto en casi tres cuartas partes de los fragmentos analizados así lo corroboran. Pero, igualmente como se viene señalando, esa alta velocidad de dicción no repercute en una ineficaz comunicación del mensaje pues es un género en el que el contexto tiene especial protagonismo y es ese contexto el que ayuda al propio entendimiento, aun cuando el radioyente sea incapaz de escuchar todas y cada una de las palabras o incluso no percibir un buen porcentaje de éstas. En consonancia con lo anterior, la codificación muestra una percepción de ritmo elevada, congruente con la alta velocidad de dicción en lo que a palabras / minuto respecta. Se corrobora así la hipótesis 2.1.

En otro orden de cosas, y haciendo referencia al locutor principal, los cinco principales estados anímicos con los que es percibido son: emoción, tensión, euforia, alegría y tranquilidad. No se corrobora en su totalidad la hipótesis 2.2. El principal motivo del rechazo venía dado porque se preveía un estado anímico triste, planteado inicialmente por la posibilidad de la presencia de narraciones de acontecimientos deportivos en los que los resultados no favorecieran los intereses del locutor o de parte de los radioyentes para los que retransmite. Aunque era lo esperado no se consideraba como lo aconsejado y por lo tanto es un factor positivo que se rechace la hipótesis por este motivo. El planteamiento inicial era el presentado porque aunque la retransmisión se produzca a nivel nacional, generalmente la tendencia histórica había sido que, a través de la voz, el locutor siempre había transmitido estados anímicos particulares no deseados. En menor medida también influye al rechazo de la hipótesis el que la tranquilidad ocupe la quinta posición en la escala marcada, si bien esto es más entendible pues diversas

acciones del juego invitan más a la tranquilidad que a estados anímicos opuestas a ella.

Igualmente queda rechazada la hipótesis 2.3, relacionada con el locutor principal del acontecimiento deportivo; no se puede aceptar porque hay diversas premisas dentro de ella que no se cumplen. La intensidad percibida por el locutor es media o alta pero no sólo alta, como se había previsto. *A posteriori*, no es de extrañar pues al igual que en algunos estados de ánimo influye la acción del juego, lo mismo sucede a la hora de emplear una u otra intensidad: no siempre existe una alta intensidad. Por el contrario, hay otras premisas que sí se cumplen, como el empleo de un tono agudo o un timbre abierto; y sobre todo la identificación del timbre del locutor como agradable: la presencia de un timbre desagradable hubiera sido cuanto menos extraño pues es de suponer que las emisoras seleccionan a sus mejores voces, dentro de las redacciones de deporte, para retransmitir los acontecimientos que se emiten a nivel nacional. De la misma manera se corrobora que emplea diferencias tonales y enfatiza palabras, algo muy deseable para evitar la monotonía durante la retransmisión. La abrumadora no presencia de silencios y la sí existencia en un gran porcentaje de pausas vendría dada por las propias características del género: sí se pueden utilizar pausas, entendiéndolas como signos de puntuación o por la propia respiración del locutor, pero bajo ningún concepto estaría justificada la presencia de silencios; de hecho, en el propio medio radiofónico este elemento no tiene cabida salvo por cuestiones estilísticas, no presentes en este objeto de estudio. Por último, extraña que el locutor pronuncie adecuadamente en más de un 85% de los casos analizados ya que lo previsible era que una alta velocidad de dicción hubiera repercutido en una pronunciación no siempre acertada; si bien, como antes se dijo, una posible defectuosa pronunciación no influiría negativamente en el entendimiento del mensaje en su conjunto: el contexto ayuda a la eficacia en la comunicación radiofónica, en la retransmisión deportiva en este caso.

10.3. Acerca de la lingüística

El mayor empleo de oraciones personales, con un porcentaje mucho mayor que el de oraciones impersonales, resulta apropiado para este

tipo de género: narrar deporte es sinónimo de tener que pronunciar de forma casi constante nombres de deportistas, equipos y una gran serie de nombres propios relacionados con el deporte. Además, en las oraciones hay una gran cantidad de sustantivos que hacen de sujeto en la muy empleada construcción sintáctica: sujeto – verbo – objeto. Todo ello justifica el sustancial empleo de oraciones personales. Con ello, se acepta la hipótesis 3.1.

El mayor empleo de oraciones simples, con un porcentaje muy superior al empleo de oraciones compuestas, hace pensar que en las retransmisiones deportivas radiofónicas se busca la sintaxis menos enrevesada posible, atendiendo a los principales manuales de redacción periodística en radio –pero teniendo en cuenta que este género no es un texto redactado sino improvisado. De tal manera, queda aceptada la hipótesis 3.2.

En tercer lugar, se puede decir que retransmitir una prueba deportiva es sinónimo de narrar una serie de acontecimientos: qué sucede. Por ello, no es de extrañar la abrumadora presencia de oraciones enunciativas. No obstante, este género tiende a que se logre una máxima expresividad por parte del locutor –algo que queda patente en el estudio de los elementos de locución– y que, en el apartado lingüístico también se refleja con el empleo de oraciones exclamativas. Con estos resultados, se acepta la hipótesis 3.3.

En lo que se refiere al empleo de la distinta terminología, el mayor uso de nombres propios y sustantivos va en consonancia con la mayor presencia de oraciones personales y vendría justificada por cuestiones ya reseñadas, como la necesidad de nombrar continuamente a deportistas, árbitros, entrenadores, equipos de fútbol... (nombres propios) o distinta terminología relacionada con el deporte (sustantivos). También se observa un gran empleo de verbos y no así de perífrasis verbales –se evitan circunloquios innecesarios (Luque y Alcoba, en Alcoba, 1999: 36)–lo que queda relacionado con las construcciones sintácticas poco enrevesadas y simples, cercanas al radioyente y que impiden que el receptor desconecte o pierda el hilo de la narración. Los adjetivos también tienen una presencia considerable si bien no era previsible, ya que esta terminología estaría más cercana al género de opinión, que no es el que en este trabajo se estudia. Por el contrario, apenas se emplean los adverbios y la

presencia de motes y sobrenombres es nula ya que no llega a representar ni el 1% de los términos estudiados. Por todo ello, no se acepta en su totalidad la hipótesis 3.4.

Las palabras-clave más empleadas son los nombres propios y, en segundo lugar, los sustantivos. Entre estos dos grupos de palabras casi se alcanza el 50% de las principales palabras-clave y, en su mayoría, hacen referencia a términos relacionados con el deporte, premisa que se cumple especialmente en lo que a los nombres propios respecta. Los verbos y adverbios, con el mismo porcentaje, son los otros dos grupos de palabras más empleadas y, en cambio, la presencia de los adjetivos no supera el 10%, lo que contrasta con lo visto anteriormente. Las perífrasis verbales y los motes o sobrenombres no tienen presencia y, en su conjunto, no llegan ni al 1% de la terminología clave. Vistos los resultados logrados, es difícil dilucidar si se acepta o no la hipótesis 3.5 al entenderse que podría haber existido cierta ambigüedad en su planteamiento. Lo que sí parece evidente es que el empleo de palabras-clave está relacionado con términos que giran en torno al deporte y muy especialmente con nombres de deportistas, entrenadores, árbitros, equipos de fútbol...

La localización de un gran número de tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y palabras provenientes de otros campos de la semántica ajenos al deporte (hipótesis 3.6) es un hecho palpable aunque dado que en la hipótesis no se cuantificó el número previsible, no es posible saber si se acepta o se rechaza dicha hipótesis. No obstante, los neologismos son los términos más empleados, sin tener en cuenta otra serie de palabras que en principio formaron parte de la recolección pero para los que finalmente sí había acepciones de la RAE en las que se hacía referencia al deporte. No es de extrañar la enorme presencia de neologismos si se considera que el campo del lenguaje del periodismo deportivo es un “ámbito que genera más neologismos que otros y los incorpora al imaginario colectivo [...] Puede considerarse una punta de lanza de innovaciones lingüísticas”⁹⁶. El siguiente grupo de palabras, en número, es el

⁹⁶ Conclusiones del VII Seminario Internacional de Lengua y Periodismo “El español en el periodismo deportivo” organizado por la Fundación del Español Urgente (Fundéu) y la Fundación San Millán de la Cogolla y celebrado en el Monasterio de Yuso los días 10 y 11 de mayo de 2012.

compuesto por las que provienen semánticamente de otro campo, especialmente las de origen bélico / militar / violento / de lucha. Si bien el campo de origen bélico es el que obtiene una mayor presencia, no es el único empleado en el deporte, como reconocen algunos estudiosos: “Por ejemplo, junto con el léxico bélico, encontramos otros campos metafóricos distintos en este discurso mediático (el de la sexualidad, el de la economía, el de la aeronáutica...) [...]” (Labrador, 2007: 11). El tercer grupo de palabras con más representación en la muestra es el de los préstamos, con predominio de galicismos y anglicismos. También son bastante los tópicos empleados, la frase hecha y a la que se suele recurrir con facilidad. La terminología menos detectada ha sido la que engloba a los extranjerismos. Quizás, porque a lo largo de la historia los extranjerismos más empleados han sido finalmente aceptados por la RAE y han pasado a ser préstamos. Y, quizás, los extranjerismos utilizados a día de hoy serán préstamos en no mucho tiempo.

Como han demostrado los resultados, no son muchos los errores detectados y la mayor parte de ellos suele pasar desapercibidos. La mayoría de esos errores se debe a una mala pronunciación de palabras –quizás, por la excesiva velocidad de dicción– la omisión de artículos y preposiciones –algo que habría que tratar de evitar (Casado, 2000: 75)–, el acortamiento o fusión de palabras de forma incorrecta, las frases mal construidas o con dudoso sentido semántico, el mal empleo de determinadas formas verbales, errores semánticos y otras incorrecciones de diversa índole. Vistos los resultados, se acepta la hipótesis 3.7.

En términos generales, a partir de los resultados obtenidos no se puede afirmar que las retransmisiones deportivas radiofónicas compongan un género pobre en recursos lingüísticos –más bien todo lo contrario– por lo que se rechaza la hipótesis 3.8. Tal afirmación puede ser avalada por Encuentros sobre la comunicación deportiva; así es que en el VII Seminario Internacional de Lengua y Periodismo “El español en el periodismo deportivo”, las conclusiones hacían referencia a que “el periodismo deportivo no empobrece la lengua, ni los periodistas que ejercen su profesión en esta especialidad desatienden el idioma”⁹⁷. Durante ese mismo seminario en el que se

⁹⁷ Id. nota anterior.

examinaba el lenguaje del periodismo deportivo, se afirmaba igualmente:

“Hay que olvidarse de los tópicos de que el periodismo deportivo empobrece la lengua y de que los periodistas deportivos no prestan atención al idioma. El periodismo deportivo muestra su preocupación por el buen uso del idioma con la exaltación de la relación entre cultura y deporte y también mediante cuestiones de orientación, reflexión y formación especializada. [...] El rango alcanzado por el deporte en los medios ha aumentado, entre otras cosas, por su gran poder de atracción. La información ha dejado de estar regulada por la demanda y ha pasado a estar regida por la sobreoferta, y a la vez el periodista está ahora sujeto a un examen constante, a través de las redes sociales, en el que el lenguaje desempeña un papel muy relevante: el espectador tiene más herramientas que nunca para contrastar la información, también la lingüística. Los peligros del periodismo deportivo son muy parecidos a los del periodismo general [...]”⁹⁸.

Es un lenguaje que, como cualquier otro, se puede mejorar, ¿pero hasta qué punto? Es más: ¿sería conveniente mejorarlo? Vistos los resultados, parece que existe un punto de equilibrio entre el lenguaje deportivo transmitido por el emisor y el reclamado por el receptor. Por ello, cualquier tipo de mejora o de cambio se debería introducir de forma paulatina, sin que afectara a la actual estructura léxica, sintáctica, gramatical, semántica y estilística que se emplea. Dentro de esta misma hipótesis no ha sido posible averiguar si existen evidentes diferencias entre el lenguaje empleado por las diferentes personas que integran un equipo de retransmisión (director del programa, locutores principales, locutores secundarios, comentaristas). Por todo ello, se rechaza la hipótesis de partida.

A modo de resumen, según la muestra analizada, los resultados invitan a pensar que en las retransmisiones deportivas radiofónicas se emplean las oraciones más apropiadas para la correcta eficacia comunicativa del mensaje. La terminología examinada responde a las

⁹⁸ Ib.

expectativas del género. Además, es un lenguaje deportivo que se nutre de un buen número de recursos lingüísticos y tiene una potente capacidad de innovación así como ayuda a crear nuevos giros lingüísticos, cuando no la aparición de nuevos términos. Hay que tener presente el apadrinamiento de nuevas palabras –los préstamos– procedentes de diferentes idiomas, con predominancia de anglicismos y galicismos. Por otra parte, no han sido demasiados los extranjerismos encontrados; por lo tanto si el habla común adopta un nuevo término extranjero, cada vez con más frecuencia, aunque quizás no con la rapidez deseada por algunos, ese extranjerismo pronto pasará a convertirse en un préstamo y a formar parte del vocabulario castellano. El empleo de tópicos no parece que supere al porcentaje que se pueda emplear en el lenguaje deportivo presente en otros soportes y parece desterrada la idea de que el locutor deportivo radiofónico vaya en busca de la frase hecha. Las principales palabras-clave más empleadas son las que sirven para nombrar a deportistas (nombres propios) o equipos (sustantivos). Por otra parte, es relevante la presencia de palabras con origen semántico en el campo del belicismo o la violencia, idea ya reseñada en bastantes ocasiones por otros autores. Es de destacar la no muy abundante presencia de errores. Además, y aunque no formó parte de las hipótesis iniciales, también es de reseñar la presencia de muchos términos o frases con los que se busca la metáfora.

10.4. Contextuales

Se valida la hipótesis 4.1 ya que los resultados de la encuesta reflejan que “Carrusel Deportivo” es el programa más escuchado por los radioyentes castellanoleoneses de entre los cinco programas que formaban parte de la muestra. El segundo programa más escuchado sería “Tiempo de Juego”, de la COPE. A continuación, se situarían los programas, por este orden, de Onda Cero, Punto Radio (Abc Punto Radio desde octubre de 2011) y RNE.

No se puede tomar como válida la hipótesis 4.2 pues más del 50% de los encuestados afirmó que nunca habían seguido un acontecimiento deportivo simultáneamente por radio y por televisión.

Igualmente, no se cumple la premisa planteada en la hipótesis 4.3 por dos motivos. El primero de ellos, consecuencia del anterior,

porque no existe un alto número de receptores que puedan ser considerados como “radiovidentes”. Y, en segundo lugar porque, referido a aquellos radioyentes que también afirman ser televidentes de forma simultánea, no se puede destacar un motivo concreto a pesar de que sí es cierto que la opción más escogida fue “porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional”.

De la misma manera, tampoco se puede validar la cuarta hipótesis⁹⁹ porque la mayoría de los oyentes piensa que el lenguaje empleado durante las retransmisiones deportivas radiofónicas no ejerce ninguna influencia sobre ellos. Este resultado contrasta con las entrevistas realizadas: los locutores creen que han de cuidar su lenguaje puesto que consideran que, ya sea en mayor o menor medida, pueden llegar a influir sobre el receptor. No obstante, futuras líneas de investigación y otro tipo de herramientas y pruebas podrían permitir conocer la correspondencia entre la percepción de los oyentes con una situación real y analizar su correspondencia. En cualquier caso, parece difícil desarrollar una herramienta con la que se pueda graduar tal pretensión; se propone la fórmula de un *focus group*: una primera aproximación ya fue realizada en el año 2012 en Ecuador para calibrar las diferencias del lenguaje deportivo entre España y un país sudamericano –en este caso Ecuador– sin haber logrado conclusiones relevantes.

Se corrobora la hipótesis 4.5 pues los locutores entrevistados afirmaron tener la percepción de que en muchas ocasiones retransmiten para radioyentes que a la vez son televidentes. Consideran que es un error retransmitir con esa percepción pues el fin último del locutor ha de ser retransmitir para radioyentes que, en teoría, no ven el acontecimiento que están escuchando por radio. Esta respuesta contrasta con los resultados obtenidos para resolver la hipótesis 4.2.

⁹⁹ Sería conveniente profundizar en las conclusiones referentes a las hipótesis 4.4 y 4.5 debido a que éstas están basadas en un número de entrevistas aleatorias aunque bien es cierto que pueden marcar el camino para futuros estudios, incluso más allá de estas dos hipótesis sino teniendo también en cuenta el resto de resultados obtenidos a partir de esta técnica, presentados en el apartado correspondiente de esta tesis.

En último lugar, se acepta la hipótesis 4.6 ya que los resultados mostraron un alto grado de satisfacción: los encuestados otorgaron una nota media igual o superior a 6,6 sobre 10 para cada uno de los cinco programas estudiados; además, los encuestados afirmaron percibir un lenguaje que se asemeja con términos positivos –si bien también afirmaron percibir errores– y, por último, en más de un 50% de los casos los encuestados afirmaron apreciar una velocidad adecuada de dicción por parte de los locutores de las retransmisiones deportivas radiofónicas.

10.5. Consideraciones finales

Reflexionar científicamente sobre la comunicación deportiva no ha sido norma muy habitual en España históricamente. Quizás, la principal razón se encuentre en que todos los universitarios e investigadores interesados en esta materia han visto generalmente su futuro o han mostrado un mayor interés en el ámbito profesional de los medios de comunicación, entendiendo por “interés profesional” el retransmitir un partido de fútbol o redactar una crónica deportiva. Pero la Academia también debe interesarse por esta materia. Principalmente por un motivo al que nos invita a reflexionar las conclusiones generales: la cada vez más creciente información deportiva que existe en España. Y más si cabe si lo llevamos al objeto de estudio aquí tratado: la radio. Un medio que deportivamente se nutre de la información y de las retransmisiones en directo; es especialmente el deporte en forma de retransmisión, y gracias a los nuevos avances tecnológicos, el que está presente en casi todo momento: porque las veces que no se retransmite un acontecimiento deportivo en formato analógico para todo el territorio español –raras veces– sería extraño no poder sintonizar ese mismo acontecimiento *online* en alguna emisora local o, algo que empieza a ser más habitual, a través de algún programa emitido *ad hoc* exclusivamente *online*.

Lo que sí parece claro es que en la radio deportiva –referida a las retransmisiones– no tiene cabida el diferido o el falso directo. Aunque este sistema tampoco suele ser ya habitual en televisión a día de hoy, quizás sí tuvo cierto seguimiento en algún momento dado de la España de los 80 y los 90. Por el contrario, sí cabe el diferido, si así se quiere llamar, en lo referente a los programas deportivos de

información (los que contienen crónicas, tertulias, entrevistas...). Por otra parte, no cabe duda de que los principales acontecimientos –en España, la concentración futbolística es irrefutable– y un elevado porcentaje de los “no principales” son narrados por el género masculino. El receptor sigue una tendencia cambiante: si antes eran deportes narrados por hombres y dirigidos a hombres, ese público receptor ya no es tan definitivamente masculino pues el género femenino parece mostrar desde hace varios años un mayor gusto, no sólo por la práctica, sino también por la comunicación deportiva.

Entrando a valorar en sí lo que es la retransmisión deportiva radiofónica en directo, quizás la principal característica de la locución sea su velocidad de dicción y su ritmo. Si por algo se caracteriza el género es por emplear un alto ritmo y si algo tienen en común los locutores es emplear una elevada velocidad de dicción. La velocidad, trepidante en el mayor número de las veces, no hace sino plasmar en la mente del oyente la velocidad a la que se desarrolla la prueba deportiva; de ahí que los vacíos sonoros no tengan apenas presencia y las pausas sirvan como simples signos de puntuación. Y, aun a pesar de todo, la pronunciación detectada es adecuada. Son locutores que, además, por su forma de hablar, desprenden emoción, tensión, euforia... un conjunto de estados anímicos sin los que sería posible transmitir sentimiento y hacer sentir al oyente, mediante palabras, lo que, en un recinto, un conjunto de deportistas está transmitiendo a la hinchada. Si bien puede existir cierta heterogeneidad en características tales como la intensidad, el tono o el timbre del locutor, ello se compensa con la normalidad existente a la hora de enfatizar vocablos o de que se produzcan diferencias tonales que, de alguna forma, sirven de guía al oyente para ubicarse y escuchar con mayor o menor atención.

La lingüística utilizada al ser simple, que no vulgar, es una característica obvia si se tiene en cuenta que en el *target group* de la radio caben todo tipo de personas. Además, no se le puede achacar al género como un contenedor de errores, ni mucho menos; más bien, todo lo contrario. Y los resultados han demostrado que, aunque no existan excesivas reglas escritas, los locutores que retransmiten deporte radiado se guían por determinados patrones en cuanto al empleo de oraciones y de terminología pactados tácitamente por el

denominado *consuetudo* que lleva a la concisión del lenguaje por la rapidez que debe conllevar el mensaje emitido. Otros ítems sobre los que se alcanzan ciertas relevantes conclusiones –como la medición de tópicos, neologismos, extranjerismos, préstamos y palabras provenientes de otros campos de la semántica ajenos al deporte– son sin duda un vasto campo de estudio. Sí han sido más frecuentes las investigaciones realizadas sobre la lingüística deportiva en medios escritos pero no tanto en medios audiovisuales a pesar de que estos últimos tienen incluso un público mayor, cuantitativamente hablando. De ahí que los estudios académicos deban ser mayores en este sentido.

Por último, del estudio realizado mediante encuesta (receptor) y entrevistas (emisor), resalta que el programa “Carrusel Deportivo”, de la Cadena SER, es el más demandado en Castilla y León, dato respaldado porque históricamente fue, y ha sido, uno de los espacios pioneros. Pero lo interesante es que, en términos generales, las valoraciones otorgadas por los radioyentes, sea cual sea el programa que escuchen, son positivas.

Igualmente de forma genérica, los radioyentes no cumplen el rol de “radiovidente” –así al menos lo determina la encuesta realizada– como se había previsto inicialmente; y cuando sí lo cumplen, no se descubre un motivo en particular. Estos datos contrastan con que el propio emisor reconoce o percibe que en ciertas ocasiones retransmite para esa figura del “radiovidente”, lo que fundamentaría *a posteriori* esa hipótesis de partida sobre una mayor existencia de “radiovidentes”. La futura tendencia será sin duda un importante objeto de estudio.

Por último, cabe destacar que el principal contraste emisor/receptor se encuentra en la influencia que el lenguaje empleado por el emisor puede llegar a ejercer sobre el receptor: el emisor cree que ejerce cierta influencia –resultado logrado mediante la realización de entrevistas– mientras que el receptor no percibe dicha influencia o no cree que exista.

Bibliografía

11.1. Libros

- AA. VV. (1992): *El ejercicio físico y la práctica deportiva de las mujeres: seminario “Mujer y Deporte” 17 al 19 de mayo 1990*. Madrid: Consejo Superior de Deportes: Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaría de Estado de Educación.
- AGULLÓ ALBUIXECH, Recaredo (2003): *Diccionario Espasa de términos deportivos*. Madrid: Espasa Calpe.
- ALCOBA LÓPEZ, Antonio (2005): *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.
- (2000): *La expresión oral*. Barcelona. Ariel Practicum.
- (1993): *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Paraninfo.
- ALONSO PASCUAL, José (1996): *Anglicismos deportivos: uso y abuso en la información española*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- ÁVILA BELLO, Alejandro (2000): *Manual práctico para iniciarse como locutor de radio. Reglas, normas y técnicas de gran utilidad para ser locutor de radio*. Barcelona: CIMS.
- BALSEBRE TORROJA, Armand (2002): *Historia de la radio en España (1939 – 1985)*. Madrid: Cátedra.
- (2001): *Historia de la radio en España (1874 – 1939)*. Madrid: Cátedra.
- (1999) (coord. y redacc.): *En el aire: 75 años de radio en España*. Madrid: Promotora General de Revistas.
- (1994): *La credibilidad de la radio informativa*. Barcelona: Feed-Back Ediciones.
- (1994): *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.

- BALSEBRE TORROJA, Armand; RICARTE BESCÓS, José María; PERONA PÁEZ, Juan José; ROCA CORREA, David;
- BARBEITO VELOSO, Mari Luz y FAJULA PAYET, Anna (2006): *Los mitos de la publicidad radiofónica: Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española*. Madrid: Cátedra.
- BAREA MONGE, Pedro y MONTALVILLO GÓMEZ, Roberto (1992): *Radio: redacción y guiones*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- BETTETINI, Gianfranco (1984): *La conversación audiovisual*. [Traducción de Vicente Ponce]. Madrid: Cátedra.
- BLANCO PONT, Josep María (2002): *Las retransmisiones deportivas. Técnicas de narración radiofónica*. Barcelona: CIMS.
- BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique (2006): *Radio y televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- (2002) (coord.): *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- CAGIGAL, José María (1981): *Deporte: espectáculo y acción*. Barcelona: Salvat.
- CASTAÑO, José Domingo (2006). *Carrusel Deportivo. Diario de un año*. Madrid: Aguilar.
- CASADO, Manuel (2000): *El castellano actual: usos y normas*. Navarra: Eunsa.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ (2011): *La comunicación deportiva y la lengua española*. Valladolid: Jesús Castañón.
- (2004): *Diccionario terminológico del deporte*. Gijón: Ediciones TREA.
- (1993): *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones Universidad de Valladolid.
- CASTELLO ROVIRA, Juan (1977): *La radio amordazada*. Madrid: Sedmay.
- DE LA MORENA, José Ramón; LAMA, Manuel; ALCALÁ, Juan Antonio y BUSTILLO, Carlos (2000): *Diario 2000 de El Languero*. Madrid: El País Aguilar.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1994): *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Editorial Síntesis.

- CERNY, Jiri (2002): *Introducción al estudio de la lengua*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- CHOMSKY, Noam (1971): *Aspectos de la teoría de la sintaxis*. Madrid: Aguilar.
- DÍAZ MANCISIDOR, Alberto (1986): *La nueva radio*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- (1984): *La empresa de radio en USA*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- DÍAZ SÁNCHEZ, Lorenzo (1992): *La radio en España, 1923 – 1993*. Madrid: Alianza.
- ESCRIBANO, Asunción (2006): *Lengua y medios de comunicación*. Salamanca: Librería Cervantes.
- FAUS BELAU, Ángel (2007): *La radio en España (1896-1977): una historia documental*. Madrid: Taurus.
- (1974): *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido*. Madrid: Guadiana de Publicaciones.
- FERNÁNDEZ SANDE, Manuel (2006): *Los orígenes de la radio en España. Volumen II: La competencia entre “Unión Radio” y “Radio Ibérica” (1925-1927)*. Madrid: Fragua.
- (2005): *Los orígenes de la radio en España. Volumen I: Historia de “Radio Ibérica” (1916-1925)*. Madrid: Fragua.
- GARCÍA, Manuel (1982): *Deporte y sociedad: Las bases sociales del deporte en España*. Madrid: Ministerio de Cultura, Dirección General de Juventud y Promoción Sociocultural.
- GARRIDO MEDINA, Joaquín (1994): *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- GÉRTRUDIX BARRIO, Manuel (2003): *Música y narración en los medios audiovisuales*. Madrid: Laberinto Comunicación.
- GIDDENS, Anthony (1998): *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GIL FERNÁNDEZ, Juana (1990): *Los Sonidos del Lenguaje*. Madrid: Editorial Síntesis.
- GONZÁLEZ CONDE, María Julia (2001): *Comunicación radiofónica. De la radio a la universidad*. Madrid: Editorial Universitas.
- GRIJELMO GARCÍA, Alejandro (2008): *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- (1998): *Defensa apasionada del idioma español*. Madrid: Taurus.

- GUEVARA, Alejandro (2003): *Locución: el entrenador personal*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, Begoña (2006): *Teoría de la narración audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- HERNÁNDEZ CORONADO, Pablo (1955): *Las cosas del fútbol*. Madrid: Editorial Plenitud.
- HUERTAS BAILÉN, Amparo y PERONA PAEZ, Juan José. *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.
- IGARTUA PEROSANZ, Juan José (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- LAVRIC, Eva; PISEK, Gerhard; SKINNER, Andrew y STADLER, Wolfgang (eds.) (2008): *The Linguistics of Football*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.
- LÁZARO CARRETER, Fernando (1999): *El dardo en la palabra*. Barcelona: Galaxia Gutenberg – Círculo de Lectores.
- MALVAR, Luis (2005): *La radio deportiva en España: 1927 – 2004*. Madrid: Pearson Alhambra y Marca.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1992): *Curso general de redacción periodística: lenguajes, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo.
- MERAYO PÉREZ, Arturo (1998): *Curso práctico de técnicas de comunicación oral*. Madrid: Tecnos.
- (1992). *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- MERAYO PÉREZ, Arturo y PÉREZ ÁLVAREZ, Carmen (2001): *La magia radiofónica de las palabras. Aproximación a la lingüística en el mensaje de la radio*. Salamanca: Librería Cervantes.
- MORALES DEL MORAL, Antonio y GUZMÁN ORDÓÑEZ, Manuel: *Diccionario temático de los deportes*. Málaga: Editorial Arguval.
- NAVARRO TOMÁS, Tomás (1982): *Manual de pronunciación española*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto Miguel de Cervantes, publicaciones de la Revista de Filología Española.
- NEWMAN, John F. (1991): *Periodismo radiofónico*. México D. F.: Editorial Limusa.

- NOMDEDEU RULL, Antoni (2009): *Diccionario de fútbol*. A Coruña: Servicio de Publicaciones de la Universidad de A Coruña.
- (1991): *Manual para periodismo: veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona: Ariel
- ORTIZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús (1994): *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*. Barcelona: Paidós.
- ORTIZ, Miguel Ángel y VOLPINI, Federico (1995): *Diseño de programas en radio: guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona: Paidós.
- PANIAGUA SANTAMARÍA, Pedro (2003): *Información deportiva: especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.
- PÊCHEUX, Michel (1969): *Hacia el análisis automático del discurso*. Madrid: Editorial Gredos.
- PRADO, Emilio (1985): *Estructura de la información radiofónica*. Barcelona: Editorial Mitre.
- REIGOSA, Carlos G.; GÓMEZ FONT, Alberto; GARCÍA DOMÍNGUEZ, Pedro; GARCÍA TURZA, Claudio y MURO, Miguel Ángel (coordinadores) (1994): *El idioma español en el deporte*. Madrid: Gobierno de La Rioja (Consejería de Cultura, Deportes y Juventud) y Agencia EFE.
- RIFFE, Daniel; LACY, Stephen y FICO, Frederick G. (1998): *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum.
- RODERO ANTÓN, Emma (2005): *Producción radiofónica*. Madrid: Cátedra.
- RODERO ANTÓN, Emma; ALONSO GONZÁLEZ, Carmen María y FUENTES ABAD, José Ángel (2004): *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*. Barcelona: Editorial Ariel.
- RODRÍGUEZ BORGES, Rodrigo Fidel (2006): *Radio e información. Elementos para el análisis de los mensajes radiofónicos*. La Laguna (Santa Cruz de Tenerife): Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.
- RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel (1998): *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ OSUNA, Jacinto (1991): *Métodos de muestreo*. Madrid: CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas).

- ROJAS TORRIJOS, José Luis (2011): *Periodismo deportivo de calidad*. Madrid: Editorial Fragua.
- ROMERO GUALDA, María Victoria (1993): *El español en los medios de comunicación*. Madrid: Arco Libros.
- SALKIND, Neil J. (1998): *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- SANTOS ORTEGA, Antonio; BALIBREA MELERO, Enriqueta; LÓPEZ YESTE, Alicia; CASTRO LARGO, Rose y ARANGO CALA, Victoria (2005): *Mujer, deporte y exclusión: experiencias europeas de inserción por el deporte*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- SAUSSURE, Ferdinand de (2002): *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- SEIJAS CANDELAS, Leopoldo (2003): *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Madrid: Editorial Universitas.
- SHINGLER, Martin y WIERINGA, Cindy (1998): *On air: methods and meanings of radio*. London, New York: Arnold.
- SOENGAS, Xosé (2003a): *Informativos radiofónicos*. Madrid: Cátedra.
- (2003b): *El tratamiento informativo del lenguaje audiovisual*. Madrid: Laberinto Comunicación.
- STOFER, Kathryn T.; SCHAFFER, James R. y ROSENTHAL, Brian A. (2010): *Sports Journalism: An introduction to reporting and writing*. Lanham, Boulder, New York, Toronto, Plymouth, UK: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
- TERRÓN BLANCO, José Luis (1992): *El silencio en el lenguaje radiofónico*. Barcelona: Publicaciones de la Universitat Autònoma.
- TIRADO RUIZ, Juan Antonio, RUIZ DEL ÁRBOL FERNÁNDEZ, María y ALBAR DE CALA, María Isabel (2003): *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión*. Barcelona: Bosch.
- TUBAU, Iván (1993): *Periodismo oral. Hablar y escribir para radio y televisión*. Barcelona: Paidós.
- VAN DIJK, Teun A. (2000): *Estudios del discurso: una introducción multidisciplinaria. El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- (1993): *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.

- (1990): *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona [etc.]: Paidós Comunicación.
- VÁZQUEZ GONZÁLEZ, Modesto (1974): *Oratoria radial*. México: Editores Mexicanos Unidos.
- VENTERO VELASCO, Manuel (2010): *Los mensajes de Navidad del Rey*. Madrid: La Ley. Grupo Wolters Kluwer.
- VERDÚ, Vicente (1980): *El fútbol: mitos, ritos y símbolos*. Madrid: Alianza Editorial.
- VIVAS HOLGADO, Jesús (1998): *El fútbol. Léxico, Deporte y Periodismo*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- WILBY, Pete y CONROY, Andy (1994): *The radio handbook*. London and New York: Routledge.
- WILSTEIN, Steve (2002): *Sports writing handbook*. New York: Ediciones McGraw-Hill.
- WIMMER, Roger D. y DOMINICK, Joseph R. (1996): *La investigación científica en los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

11.2. Capítulos de libros

- ALCOBA, Santiago (1999): “El léxico: condiciones de uso”. En ALCOBA, Santiago (coordinador). *La oralización*. Barcelona: Ariel Practicum, pp. 63-107.
- AGUILAR, Lourdes (2000): “La prosodia”. En ALCOBA, Santiago (coordinador): *La expresión oral*. Barcelona: Ariel Practicum, pp. 89-113.
- CASTAÑOS MARTÍNEZ, Ángel J. (2009): “Periodismo deportivo en España: Más que fútbol, por fin”. En FERNÁNDEZ SANZ, Juan José; SANZ ESTABLES, Carlos y RUBIO MORAGA, Ángel Luis (coord.): *Prensa y Periodismo Especializado*. IV Congreso Internacional Prensa y Periodismo Especializado. Volumen 2/2. Guadalajara: Editores del Henares / Asociación de la Prensa de Guadalajara, pp. 37-51.
- FRANQUET, Rosa (2002). “La radio en el umbral digital: concentración versus diversificación”. En BUSTAMANTE, Enrique (coord.): *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

- GARCÍA CANDAU, Julián (1990): “El lenguaje en la información deportiva”. En GARCÍA DOMÍNGUEZ, Pedro y GÓMEZ FONT, Alberto (compiladores): *El idioma español en las agencias de prensa* [I Seminario internacional “El idioma español en las agencias de prensa”, celebrado en Madrid del 2 al 6 de octubre de 1989]. Madrid [etc.]: Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Agencia EFE, pp. 123-131.
- HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier (2011b): “La nueva era radiofónica con programas emitidos exclusivamente online. Estudio de caso: los programas deportivos en las emisoras Ser y Cope”. En SIERRA SÁNCHEZ, Javier (coordinador): *La tecnología audiovisual al servicio de la sociedad*. Madrid: Editorial Fragua.
- LÁZARO CARRETER, Fernando (1994): “El español en el lenguaje deportivo”. En REIGOSA, Carlos G.; GÓMEZ FONT, Alberto; GARCÍA DOMÍNGUEZ, Pedro; GARCÍA TURZA, Claudio y MURO, Miguel Ángel (coordinadores): *El idioma español en el deporte*. Madrid: Gobierno de La Rioja (Consejería de Cultura, Deportes y Juventud) y Agencia EFE, pp. 19-35.
- LÁZARO CARRETER, Fernando (1990): “El idioma del periodismo, ¿lengua especial?”. En GARCÍA DOMÍNGUEZ, Pedro y GÓMEZ FONT, Alberto (compiladores): *El idioma español en las agencias de prensa* [I Seminario internacional “El idioma español en las agencias de prensa”, celebrado en Madrid del 2 al 6 de octubre de 1989]. Madrid [etc.]: Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Agencia EFE, pp. 25-44.
- LEGORBURU, José María (2004): “La radio generalista: las técnicas de programación”. En MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar y MORENO MORENO, Elsa (Coords.): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Editorial Ariel, pp. 47-69.
- LUQUE, Susana (2000): “La lengua como instrumento de comunicación”. En ALCOBA, Santiago (coordinador): *La expresión oral*. Barcelona: Ariel Practicum, pp. 15-33.
- LUQUE, Susana y ALCOBA, Santiago (1999): “Comunicación oral y oralización”. En ALCOBA, Santiago (coordinador): *La oralización*. Barcelona: Ariel Practicum, pp. 15-44.

- MARTÍ MARTÍ, Josep María (2004): “La programación radiofónica”. En MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar y MORENO MORENO, Elsa (Coords.): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Editorial Ariel, pp. 21-45.
- MERAYO, Arturo (1990): “Radio: sonidos para la comunicación”. En DAVARA, F. J. *et. al.* (1990): *Introducción a los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas, pp. 205-244.
- PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel (2004): “La radio especializada: las técnicas de programación de la radio temática”. En MARTÍNEZ-COSTA, M^a Pilar y MORENO MORENO, Elsa (coords.): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Editorial Ariel, pp. 71-100.
- PONS, José Félix (1999): “El fútbol. Del receptor familiar al advenimiento del transistor”. En BALSEBRE TORROJA, Armand (1999) (coord. y redacc.): *En el aire: 75 años de radio en España*. Madrid: Promotora General de Revistas.
- POUSA, Xosé Ramón (2005): “Sentir la radio”. En RODERO ANTÓN, Emma (2005): *Producción radiofónica*. Madrid: Cátedra, pp. 9-12.
- RODRÍGUEZ ADRADOS, Francisco (1994): “Características de la lengua deportiva”. En REIGOSA, Carlos G.; GÓMEZ FONT, Alberto; GARCÍA DOMÍNGUEZ, Pedro; GARCÍA TURZA, Claudio y MURO, Miguel Ángel (coordinadores): *El idioma español en el deporte*. Madrid: Gobierno de La Rioja (Consejería de Cultura, Deportes y Juventud) y Agencia EFE, pp. 141-163.

11.3. Artículos científicos

- ALEIXANDRE-BENAVENT, Rafael; AGULLÓ ALBUIXECH, Recaredo; AGULLÓ CALATAYUD, Víctor y VALDERRAMA-ZURIÁN, Juan Carlos (2007): “Terminología y lenguaje deportivo del fútbol”. En *CCD: Cultura, Ciencia y Deporte*, año 4, número 6, volumen 2, pp. 117-123. Disponible en: http://repositorio.ucam.edu/jspui/bitstream/10952/219/1/pag117_123.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- ARBOLEDAS, Luis (2009): “Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 909 a 925. La

- Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 6 de junio de 2011 de
http://www.revistalatinacs.org/09/art/870_UGR/71_107_Luis_Arboledas.html DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-870-909-925
 [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- BENITO, Ángel (1997): “La Teoría general de la Información, una ciencia matriz”. En *CIC: Cuadernos de información y comunicación*. N° 3, pp. 13-24. Disponible en Internet:
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC9797110013A/7419>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- BRECHT, Bertolt (1932): “Teorías de la Radio (1927-1932)”. Recuperado de la publicación realizada en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. 2, número 2, mayo-agosto de 2003, pp. 5-16. Disponible en:
<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/0321e7d5fcb81eb22db997cf7c64b09.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, Jesús: (2009a): “Guía práctica de Hinchas del idioma”. *Idioma y deporte* [en línea]. 15 de noviembre de 2009, número 111. [Consultada: 7 de junio de 2009]. Disponible en Internet:
<http://www.idiomaydeporte.com/hdiguia.htm>ISSN: 1578-7281. [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- (2009b): “Recursos lingüísticos en la radio deportiva”. *Idioma y deporte* [en línea]. 15 de julio de 2009, número 108. [Consultada: 15 de julio de 2009]. Disponible en Internet:
<http://www.idiomaydeporte.com/articulos/recursos-linguisticos-en-la-radio-deportiva.php>ISSN: 1578-7281. (Texto de la ponencia presentada en el curso de verano La radio deportiva: lenguaje y formatos. Universidad Complutense de Madrid, El Escorial, 2009).[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- (2008): “Bibliografía mundial sobre la lengua del deporte”. *Idioma y deporte* [en línea]. 15 de noviembre de 2008, número 100. ISSN: 1578-7281.
- (2001): “El estudio científico del idioma del deporte en España”. *Idioma y deporte* [en línea]. 15 de octubre de 2001, número 22. ISSN: 1578-7281.

- DE PABLOS COELLO, José Manuel (2001): “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre Internet”. En *Estudios sobre el mensaje periodístico*, número 7, pp. 57-67. Disponible en Internet en http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periodI/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-04.htm[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- (1998): “El fenómeno comunicativo de la solidaridad informativa”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 2. Recuperado el 1 de marzo de 2013 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/febrero.98.depablos.htm>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- DE PABLOS COELLO, José Manuel y MATEOS MARTÍN, Concha (2004): “Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV. Patologías y tabla de ‘mediación’ para recuperar la calidad en prensa”. En *Ámbitos*, número 11-12, 1^{er} y 2^o semestre de 2011, pp. 341-365. Disponible en <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos11-12/coello.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- GONZÁLEZ CONDE, M. Julia y SALGADO SANTAMARÍA, Carmen (2009). “Redes de participación e intercambios en la radio pública: los podcasting”. En *Comunicar*, 33, 45-54. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-06&mostrar=comocitar#comocitar>(DOI: 10.3916/c33-2009-02-004). [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- GOZALO, Juan Manuel (2002): “El periodismo deportivo en la radio”. En *Cuadernos Hispanoamericanos*, número 630, pp. 11-16.
- GUARINOS, Virginia (2000): “Géneros publicitarios y radiofónicos: últimas tendencias”. En *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, número 8, pp. 26-35. Disponible en Internet en: http://www.maecei.es/pdf/n8/articulos/generos_publicitarios_radiofonicos_ultimas_tendencias.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, Begoña; RODRÍGUEZ FIDALGO, María Isabel y GALLEGO SANTOS, M. del Camino (2010): “El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad

contemporánea española”. En *Signo y Pensamiento*, 57, volumen XXIX, julio – diciembre de 2010, pp. 268-285. Disponible en <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2521/1791> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

HERRERA DAMAS, Susana (2005): “El antes y el ahora de la participación de los oyentes en los programas de radio”. En *Sphera Publica*. N° 5, pp. 293-308. Disponible en Internet:

<http://www.ucam.edu/sphera/numeros/numero-5/sphera5.pdf> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier (2013): “El radioyente castellanoleonés de retransmisiones deportivas. El fútbol como reclamo y la incidencia del ‘radiovidente’ en esta región de España”. En *Razón y Palabra*, número 81, noviembre de 2012 – enero de 2013. Disponible en Internet en

http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/23_Herrero_V81.pdf [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

--- (2011a): “Los programas deportivos de la radio española en la red social Facebook: espacio de promoción, lugar de encuentro... ¿medidor de audiencia?”. En *Área Abierta*, número 28, marzo de 2011, 20 pp. Disponible en Internet en:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1111130003A/4028> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

--- (2011c): “España gana el Mundial 2010 de fútbol. El triunfo visto por la prensa española: aspectos deportivos y extradeportivos”.

En *Comunicación y Hombre*, número 7, pp. 159-171. Disponible en http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/07_i_fcojavierherrero.pdf [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

--- (2010a): “La figura del ‘radiovidente’ en España”. *Idioma y Deporte* [en línea]. 15 de octubre de 2010, número 121. [Consultada: 15 de octubre de 2010]. Recuperado de

<http://www.idiomaydeporte.com/radiovidente.htm> ISSN: 1578-7281. Disponible *online* en

<http://radioydeporte.blogspot.com.es/2011/02/la-figura-del-radiovidente-en-espana.html> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

- (2010b): “La final de la Eurocopa 2008 de fútbol: estudio de las estructuras de los equipos de retransmisión y análisis comparativo de la locución entre un medio televisivo, Cuatro, y uno radiofónico, la Cadena SER”. En *Área Abierta*. Nº 25, 17 p. Marzo de 2010. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1010130005A/4096>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- (2009b): “Una aproximación para una propuesta metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las retransmisiones deportivas en la radio española”. En *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. Volumen V – Año V, nº 15, abril de 2009, pp. 46-63. Disponible en Internet: <http://www.cafyd.com/REVISTA/ojs/index.php/ricyde/article/view/231/147>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- (inédito): “El radioyente castellanoleonés de retransmisiones deportivas de la radio generalista. Estudio de cinco variables: sus preferencias, fidelización, satisfacción, motivaciones y medio de escucha”. Inédito a marzo de 2013.
- 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*, vol. 4, nº 2, 5-33. DOI: 10.14198/MEDCOM2013.4.2.01
- HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier; ÁLVAREZ NOBELL, Alejandro y LÓPEZ ORNELAS, Maricela (2011): “Revista Latina de Comunicación Social in the social network Facebook”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 526 a 548. La Laguna (Tenerife, Islas Canarias): Universidad de La Laguna, consultado el 16 de noviembre de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/11/art/944_Salamanca/23_Javier_EN.html DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-944-526-548-EN / CrossRef link [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier y RODRÍGUEZ RAMOS, David (2009): “La locución de los narradores deportivos radiofónicos en España”. En *Revista Latina de Comunicación Social*. Nº 64, Universidad de la Laguna (Tenerife), pp. 968-987. DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-874-968-987. Disponible en Internet:

- http://www.revistalatinacs.org/09/art/874_Salamanca/75_101_Herrero.html[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier y ROMERO BEJARANO, Hilario José (2011): “Formatos publicitarios en la radio deportiva: de la tradicional cuña publicitaria a la importancia de la figura del animador”. En *Pensar la Publicidad*, volumen 5, número 2, pp. 233-254. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/37871/36639>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- LABRADOR MÉNDEZ, Germán (2007): “Cuando ataca Ronaldo ataca una manada. El discurso del fútbol en los *media* actuales como discurso épico (estructuras, formas y funciones comparadas)”. En *Culturas Populares. Revista Electrónica* 4 (enero – junio de 2007, 50 pp.
- MARÍN MONTÍN, Joaquín M. (2000): “La crónica deportiva: José S. Sánchez Araujo”. En *Ámbitos*, número 5, 2º semestre, pp. 241-257. Disponible en Internet en: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos05/montin.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- MEDINA CANO, Federico (1995): “Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas”. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Volumen 1. Número 002, pp. 69 – 106.
- MONTORO FRAGUAS, Antonio (1996): “La Circular 95/42. Un documento singular en la censura de la radio española”. En *Revista General de Información y Documentación*. Volumen 6. Número 1, pp. 263-277. Disponible en Internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID9696120263A/11269>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- MORENO, Elsa (2005): “Las “radios” y los modelos de programación radiofónica”. En *Comunicación y Sociedad*, volumen XVIII, número 1, pp. 61-111. Disponible en Internet en http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=65[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- NOMDEDEU RULL, Antoni (2003): “La terminología del deporte en los diccionarios generales del español”. En *Revista de Lexicografía*, 2002-2003, 9, pp. 58-95. Disponible en Internet en

- http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/5474/1/RL_9-3.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PACHECO BARRIO, Manuel Antonio (2009): “La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España”. En *Revista Ámbitos*, número 18, pp. 99-115. Disponible en: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos18/07pacheco.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PANIAGUA SANTAMARÍA, Pedro (2006): “Deporte en televisión: el pseudo periodismo como espectáculo”. En *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Número 12, pp. 185-193. Disponible en Internet en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110185A/12306>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PEINADO MIGUEL, Fernando (1998): “La radiodifusión sonora en España: Evolución jurídica”. En *Revista General de Información y Documentación*. Volumen 8, nº 2, pp. 173-192. Disponible en Internet: <http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/view/RGID9898220173A/10748>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PÉREZ YUSTE, Antonio (2006): “De la Cierva y la primera Ley de Telecomunicaciones de España”. En *Bit*, nº 157, pp. 87-90. Disponible en Internet: <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit157/recordandolahistoria.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PERONA PÁEZ, Juan José y BARBEITO VELOSO, Mariluz (2008): “El lenguaje radiofónico en la publicidad del prime time generalista. Los anuncios en la “radio de las estrellas”. En *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, número 77, octubre – noviembre de 2008, pp. 115-124. Disponible en Internet en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulodocumento.asp?idarticulo=1&rev=77.htm>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- PLAZA MARTÍN, Diana (2009): “Podemos y queremos. La construcción discursiva de la nación durante el fenómeno Eurocopa 2008 en España”. En *Razón y Palabra*, número 69: Deporte, cultura y comunicación, año 14, julio-septiembre. Disponible en Internet:

<http://www.razonypalabra.org.mx/PODEMOS%20Y%20QUEREMOS%20LA%20CONSTRUCCION%20DISCURSIVA%20DE%20LA%20NACION%20DURANTE%20EL%20FENOMENO%20EUROCOOPA%202008%20EN%20ESPANA.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

RODERO ANTÓN, Emma (2008): “Publicidad en radio: publicidad sí, pero no radiofónica”. En *Área Abierta*, n° 20, julio de 2008, 16 pp. Disponible

en:<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0808230001E/4139>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

--- (2007): “Caracterización de una correcta locución informativa en los medios audiovisuales”. En *Estudios sobre el mensaje radiofónico*, n° 13, 2007, pp. 523-542, ISSN: 1134-1629. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110523A/12196>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

RODERO ANTÓN, Emma y SÁNCHEZ SERRANO, Chelo

(2007): “Radiografía de la radio en España”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, 2007, pp. 170-181. Disponible en

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200714RoderoySanchez.htm>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

SIERRA SÁNCHEZ, Javier (2010): “Estudio de la oferta de programación de las radios autonómicas en España”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 368 a 378 recuperado el 10 de diciembre de 2012, de

http://www.revistalatinacs.org/10/art2/906_UAO/28_Sierra.html DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-906-368-378 [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

SOENGAS, Xosé (2005): “El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora”. En *Revista Prisma.Com*. Número 1 de 2005, pp. 101-127. Disponible en

<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/588/540> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

11.4. Otros artículos

Efe y elmundo.es (2004): “Matías Prats, el gran maestro de la radio española”. En www.elmundo.es. Disponible en

- <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/09/09/obituarios/1094682569.html>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- CADENA SER (2010): “Laura Martínez, directora de Deportes de la Cadena SER”. En www.cadenaser.com. Disponible en http://www.cadenaser.com/deportes/articulo/laura-martinez-directora-deportes-cadena/csrrsrrpor/20100721csrrsrrdep_1/Tes[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- CASTAÑO, Pepe Domingo (2008): “Vicente Marco, el sonido inconfundible del domingo”. En [elpais.com](http://www.elpais.com). Disponible en http://www.elpais.com/articulo/Necrologicas/Vicente/Marco/sonido/inconfundible/domingo/elpepinec/20080831elpepinec_2/Tes[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- ELPAIS.COM (1985): “Antonio de Rojo, jefe de informativos de Radio Bilbao”. En www.elpais.com. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/agenda/Antonio/Rojo/jefe/informativos/Radio/Bilbao/elpepiagen/19850131elpepiage_1/Tes[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- FOZ, Xavier (2007): “Historias de RNE-Catalunya”. En www.elperiodico.com.
- GONZÁLEZ, Enric (2008): “Locución”. En www.elpais.com. Disponible en http://www.elpais.com/articulo/Pantallas/Locucion/elpepugen/20081205elpepirtv_4/Tes[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- MILLÁN, José Antonio (2001): “La lengua que era un tesoro. El negocio digital del español y cómo nos quedamos sin él”. Última versión: 28 de marzo de 2001. Disponible en: <http://jamillan.com/tesoro.htm>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- SÁBATO, Ernesto (2001): “La indomable energía del idioma”. En *El Cultural* de “El Mundo”, 18 de abril de 2001, p. 3. Disponible también en Internet en http://www.elcultural.es/version_papel/OPINION/322/La_indomable_energia_del_idioma/[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

SAHAGÚN, Felipe (1997): “El decano del periodismo deportivo”.
En “El Mundo”. 20 de abril de 1997.

11.5. Tesis y tesinas

BLANCO, Josep M^a (1999). *Las retransmisiones deportivas televisivas como género periodístico, espectacular y dramático*. Armand Balsebre (director). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Tesis doctoral.

HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier (2009a): *Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Una aproximación a un triple nivel: textual, locutivo y contextual*. Directora: Begoña Gutiérrez San Miguel. Universidad de Salamanca: Dpto. de Sociología y Comunicación – Área de Comunicación. Trabajo de Grado.

NOMDEDEU RULL, Antoni (2004): *Terminología del fútbol y diccionarios: elaboración de un diccionario de especialidad para el gran público*. Garriga Escribano, Cecilio (director). Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Tesis doctoral. Disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/4872> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

TERRÓN BLANCO, José Luis (1991). *El silencio en el lenguaje radiofónico*. Emili Prado (director). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Tesis doctoral. Disponible en <http://ddd.uab.es/record/99991?ln=ca> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

11.6. Ponencias y contribuciones a congresos y seminarios

CELA, Camino José (1997): “Aviso de la defensa de nuestra lengua común: el español”. I Congreso Internacional de la Lengua Española (Zacatecas, México, 7-11 de abril de 1997). Discurso pronunciado el 7 de abril de 1997 durante la inauguración del Congreso. Disponible en Internet: <http://congresosdelalengua.es/zacatecas/inauguracion/cela.htm> [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

DE LA SERNA, Víctor (2001): “El español en la Sociedad del Conocimiento”. II Congreso Internacional de la Lengua Española (Valladolid, España, 16-19 de octubre de 2001). Discurso

- pronunciado el 16 de octubre de 2001 durante la celebración de una de las mesas redondas. Disponible en Internet: http://congresosdelalengua.es/valladolid/mesas_redondas/serna_v.htm[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- DEL OLMO, Luis (2001): “La radio: un idioma apasionado”. II Congreso Internacional de la Lengua Española (Valladolid, España, 16-19 de octubre de 2001). Ponencia pronunciada el 17 de octubre de 2001. Disponible en Internet: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/2_la_radio_en_espanol/olmo_l.htm[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (2001): “La radio y la lengua”. II Congreso Internacional de la Lengua Española (Valladolid, España, 16-19 de octubre de 2001). Ponencia pronunciada el 17 de octubre de 2001. Disponible en Internet: http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/2_la_radio_en_espanol/diaz_b.htm[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, Begoña; RODRÍGUEZ FIDALGO, Maribel; GALLEGO SANTOS, Camino y HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier (2010): “La publicidad en radio, la no publicidad en TVE, ¿algo a diferenciar?”. En BALSEBRE, Armand y PERONA, Juan José (Eds.): *El poder creativo de la palabra. Actas del I Congreso Publlirradio*. Madrid: Icono 14, pp. 337-351. Disponible en http://www.icono14.net/files/actas_1congreso_publlirradio.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- FRIGOLA, Joan; GRANÉ, Mariona y BARTOLOMÉ, Antonio (2008): “Distribuyendo información bajo demanda, el Podcasting”. *Investigar la Comunicación. Actas y memoria final: Congreso Internacional Fundacional AE-IC*, Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008, 2008, pp. 1-17. Disponible en Internet: <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/348.pdf>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]
- HELGUERA CASTRO, M^a. A. (2001): “Sociolingüística en textos deportivos. Preparativos del Deportivo Alavés a la Copa de la

UEFA”, Seminario virtual Expresiones comunicativas del deporte. Villa Mercedes, San Luis, 2001.

LAFUENTE, Fernando R. (2001): “La cultura en español en Internet”. II Congreso Internacional de la Lengua Española (Valladolid, España, 16-19 de octubre de 2001). Discurso pronunciado el 17 de octubre de 2001 durante la celebración de una de las mesas redondas. Disponible en Internet: http://congresosdelalengua.es/valladolid/mesas_redondas/rlafuente_f.htm[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

MARTÍN MAYORGA, Daniel (1997): “El idioma español y la sociedad de la información”. I Congreso Internacional de la Lengua Española (Zacatecas, México, 7-11 de abril de 1997). Ponencia pronunciada el 8 de abril de 1997. Disponible en Internet: <http://congresosdelalengua.es/zacatecas/plenarias/tecnologias/dmayorga.htm>[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

RODRÍGUEZ FIDALGO, Maribel; GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, Begoña; GALLEGRO SANTOS, Camino y HERRERO GUTIÉRREZ, Francisco Javier (2010): “Las nuevas formas de anunciarse en radio. Formatos publicitarios en la radio tradicional Vs sitios web radiofónicos”. En BALSEBRE, Armand y PERONA, Juan José (Eds.): *El poder creativo de la palabra. Actas del I Congreso Publiirradio*. Madrid: Icono 14, pp. 371-387. Disponible en http://www.icono14.net/files/actas_1congreso_publiirradio.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

11.7. Congresos y seminarios

Conclusiones del VII Seminario Internacional de Lengua y Periodismo “El español en el periodismo deportivo” organizado por la Fundación del Español Urgente (Fundéu) y la Fundación San Millán de la Cogolla y celebrado en el Monasterio de Yuso los días 10 y 11 de mayo de 2012. Disponible en http://www.fsanmillan.es/sites/default/files/page/docs/conclusiones_2012.pdf[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

Textos de inauguración y clausura, mesas redondas, sesiones plenarias, paneles y ponencias del I Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Zacatecas (México) entre el 7 y el 11

de abril de 1997 (obtenidos en <http://congresosdelalengua.es/zacatecas/default.htm>) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

Textos de inauguración y clausura, mesas redondas, sesiones plenarias, paneles y ponencias del II Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Valladolid entre el 16 y el 19 de octubre de 2001 (obtenidos en <http://congresosdelalengua.es/valladolid/default.htm>) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

I Congreso Internacional sobre el español como valor y recurso cultural turístico y económico, celebrado en Salamanca entre el 24 y el 26 de noviembre de 2008.

11.8. Gramática

RAE (2010): *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa.

11.9. Legislación

[Leyes consultadas en línea en

<http://www.boe.es/legislacion/gazeta.php> y

http://www.boe.es/diario_boe/][Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

Ley de 26 de octubre de 1907, que autoriza al gobierno para que proceda a plantear o desarrollar los servicios de radiotelegrafía, cables y teléfonos. “Gaceta de Madrid”. Número 301. Lunes, 28 de octubre de 1907. Página 359.

Real Decreto de 24 de enero de 1908, para aprobar las Bases y Reglamento para el establecimiento del servicio radiotelegráfico. “Gaceta de Madrid”. Número 25. Sábado, 25 de enero de 1908. Páginas 333 – 335.

Real Decreto de 24 de enero de 1908, que dispone que se consideren de interés general la construcción de las estaciones radiotelegráficas que se expresan. “Gaceta de Madrid”. Número 26. Domingo, 26 de enero de 1908. Página 357.

Real Orden de 9 de marzo de 1914, que dispone que se desmonten sus estaciones en un plazo de quince días a aquéllos que tengan instalaciones radioeléctricas no autorizadas, sea cual sea el uso al

- que estén destinadas. “Gaceta de Madrid”. Número 85. Jueves, 26 de marzo de 1914. Página 744.
- Real Decreto de 8 de febrero de 1917, que establece la inspección del Gobierno en todas las estaciones radiotelegráficas civiles. “Gaceta de Madrid”. Número 40. Viernes, 9 de febrero de 1917. Páginas 322 – 324.
- Real Decreto de 13 de enero de 1920, que autoriza por tiempo limitado el uso de instalaciones radiotelegráficas y radiotelefónicas dedicadas solamente a estudios o ensayos científicos. “Gaceta de Madrid”. Número 18. Domingo, 18 de enero de 1920. Página 194.
- Real Decreto de 27 de febrero de 1923, relativo a las instalaciones radioeléctricas. “Gaceta de Madrid”. Número 60. Jueves, 1 de marzo de 1923. Páginas 766 – 767.
- Real Orden de 14 de junio de 1924, que aprueba el Reglamento para establecimiento y régimen de estaciones radioeléctricas particulares, presentado por la Conferencia Nacional de Telegrafía sin hilos. “Gaceta de Madrid”. Número 167. Domingo, 15 de junio de 1924. Páginas 1.325 – 1.328.
- Real Decreto de 26 de julio de 1929, que dispone la reorganización de la Junta Técnica e Inspectoría de Radiocomunicación. “Gaceta de Madrid”. Número 208. Sábado, 27 de julio de 1929. Páginas 688 – 691
- Real Decreto de 26 de julio de 1929, que crea el Servicio Nacional de Radiodifusión. “Gaceta de Madrid”. Número 208. Sábado, 27 de julio de 1929. Páginas 691 – 693.
- Real Decreto de 19 de diciembre de 1930, por el que se aprueban las Bases que han de servir de norma en el régimen transitorio para el establecimiento y explotación de estaciones radiodifusoras. “Gaceta de Madrid”. Número 354. Sábado, 20 de diciembre de 1930. Páginas 1819 – 1820.
- Decreto de 25 de abril de 1931, que deroga el Real Decreto de 26 de julio de 1929, que reorganizaba la Junta Técnica e Inspectoría de Radiocomunicación, y el de la misma fecha que creó el Servicio Nacional de Radiodifusión. “Gaceta de Madrid”. Número 116. Sábado, 26 de abril de 1931. Página 338.
- Decreto de 8 de abril de 1932, que autoriza al Ministerio de la Gobernación para que, por medio de la Dirección General de

- Telecomunicaciones, saque a concurso el suministro e instalación de las estaciones radioeléctricas que han de construir la red nacional de radiodifusión del Estado. “Gaceta de Madrid”. Número 106. Viernes, 15 de abril de 1932. Página 346.
- Decreto de 8 de diciembre de 1932, que autoriza al Ministro de este Departamento para que por medio de la Dirección general de Telecomunicación, contrate, mediante concurso público, el suministro e instalación de los elementos para la implantación de un sistema de comunicación múltiple de alta frecuencia entre Madrid y Barcelona con estación de amplificadores de lámparas en Zaragoza. “Gaceta de Madrid”. Número 345. Sábado, 10 de diciembre de 1932. Página 1.772.
- Decreto de 10 de enero de 1934, que declara que las estaciones radiodifusoras de pequeña potencia y carácter local que puede autorizar la Dirección general de Telecomunicación, no serán concedidas en lo sucesivo, siempre que su emplazamiento esté a menor distancia de 30 kilómetros de cualquier otra emisora, salvo el caso que se demuestre que el funcionamiento de la que se solicite puede coexistir a menor distancia sin perturbar a otras emisoras. “Gaceta de Madrid”. Número 13. Sábado, 13 de enero de 1934. Página 405.
- Orden de 9 de febrero de 1934, que dicta las reglas que se indican sobre la utilización de los medios de radiodifusión mientras dure el estado de prevención. “Gaceta de Madrid”. Número 41. Sábado, 10 de febrero de 1934. Página 1.144.
- Ley de 26 de junio de 1934, relativa al Servicio de Radiodifusión Nacional. “Gaceta de Madrid”. Número 179. Jueves, 28 de junio de 1934. Páginas 2011 – 2012.
- Decreto de 26 de julio de 1934, que dispone que el Ministerio de Comunicaciones anunciará en el plazo más breve posible mediante las formalidades legales y con todas las garantías necesarias, pero con carácter de urgencia, el concurso para el suministro e instalación de las estaciones de radiodifusión que han de constituir la Red nacional del Estado. “Gaceta de Madrid”. Número 209. Sábado, 28 de julio de 1934. Páginas 979 – 981.
- Orden de 5 de diciembre de 1934, que dispone que sigan en vigor las cuotas establecidas para el uso de aparatos radiorreceptores desde

1926. “Gaceta de Madrid”. Número 341. Viernes, 7 de diciembre de 1934. Páginas 1.971 – 1.972.
- Orden de 5 de diciembre de 1934, que declara que la Dirección General de Telecomunicación podrá otorgar la concesión de autorizaciones a personas o entidades españolas que soliciten establecer una estación receptora o radiocentral. “Gaceta de Madrid”. Número 341. Viernes, 7 de diciembre de 1934. Página 1.972.
- Decreto de 16 de septiembre de 1935, que dicta normas relativas a la defensa del orden y de la seguridad pública. “Gaceta de Madrid”. Número 260. Martes, 17 de septiembre de 1935. Páginas 2.146 – 2.150.
- Decreto de 22 de noviembre de 1935, por el que se aprueba el Reglamento que se inserta, del Servicio Nacional de Radiodifusión. “Gaceta de Madrid”. Número 346. Jueves, 12 de diciembre de 1935. Páginas 2.189 – 2.194.
- Orden de 18 de diciembre de 1936, que dicta las normas sobre el funcionamiento de las estaciones Radioeléctricas. “Boletín Oficial del Estado”. Número 61. Sábado, 19 de diciembre de 1936. Página 431.
- Decreto de 14 de enero de 1937, por el que se crea la Delegación de Prensa y Propaganda. “Boletín Oficial del Estado”. Número 89. Domingo, 17 de enero de 1937. Páginas 134 – 135.
- Ley de 20 de enero de 1938, que organiza la Administración Central del Estado. “Boletín Oficial del Estado”. Número 467. Lunes, 31 de enero de 1938. Páginas 5.514-5.515.
- Ley de 30 de diciembre de 1938, que modifica la Ley de 20 de enero de 1939. “Boletín Oficial del Estado”. Número 183. Sábado, 31 de diciembre de 1938. Páginas 3.216 – 3.217.
- Orden de 6 de octubre de 1939, relativa a la regularización de emisiones radiofónicas. “Boletín Oficial del Estado”. Número 280. Viernes, 7 de octubre de 1939. Página 5.628.
- Ley de 20 de mayo de 1941, por la que se transfieren los Servicios de Prensa y Propaganda a la Vicesecretaría de F.E.T. y de las J.O.N.S. que se crea por la presente Ley. “Boletín Oficial del Estado”. Número 142. Jueves, 22 de mayo de 1941. Páginas 3.636 – 3.637.

- Decreto de 4 de agosto de 1944, que determina las funciones que corresponden a la Vicesecretaría de Educación Popular en orden a los Servicios de Radiodifusión. “Boletín Oficial del Estado”. Número 222. Miércoles, 9 de agosto de 1944. Páginas 6.057 – 6.058.
- Orden de 23 de octubre de 1944, por la que se dictan las normas para la organización y funcionamiento del servicio de radiodifusión. “Boletín Oficial del Estado”. Número 299. Miércoles, 25 de octubre de 1944. Página 8.032.
- Decreto-ley de 27 de julio de 1945, por el que se organiza la Subsecretaría de Educación Popular en el Ministerio de Educación Nacional. “Boletín Oficial del Estado”. Número 209. Sábado, 28 de julio de 1945. Página 686.
- Decreto-ley de 19 de julio de 1951, por el que se reorganiza la Administración Central del Estado. “Boletín Oficial del Estado”. Número 201. Viernes, 20 de julio de 1951. Página 3.446.
- Decreto de 15 de febrero de 1952, orgánico del Ministerio de Información y Turismo. “Boletín Oficial del Estado”. Número 55. Domingo, 24 de febrero de 1952. Páginas 851 – 853.
- Decreto de 14 de noviembre de 1952, sobre regulación de estaciones radiodifusoras comarcales de onda media. “Boletín Oficial del Estado”. Número 331. Miércoles, 26 de noviembre de 1952. Página 5.605 – 5.606.
- Orden de 14 de junio de 1957, sobre el régimen de suministro de energía eléctrica a las emisoras de radiodifusión de sonidos e imágenes. “Boletín Oficial del Estado”. Número 196. Jueves, 1 de agosto de 1957. Página 664.
- Decreto de 3 de octubre de 1957, por el que se regula el funcionamiento de la Administración Radiodifusora Española (A.R.E.). “Boletín Oficial del Estado”. Número 285. Miércoles, 13 de noviembre de 1957. Páginas 1.079 – 1.080.
- Decreto de 8 de agosto de 1958, sobre transformación de las emisoras locales de onda media en emisoras de frecuencia modulada. “Boletín Oficial del Estado”. Número 240. Martes, 7 de octubre de 1958. Página 1.728.
- Decreto 2620/1962, de 11 de octubre, por el que se reorganiza la Dirección General de Radiodifusión y Televisión. “Boletín Oficial

- del Estado”. Número 257. Viernes, 26 de octubre de 1962. Páginas 15.172 – 15.173.
- Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad. “Boletín Oficial del Estado”. Número 143. Lunes, 15 de junio de 1964. Páginas 7.804 – 7.808.
- Decreto 4133/1964, de 23 de diciembre, sobre plan transitorio de ondas medias para la Radiodifusión española. “Boletín Oficial del Estado”. Número 313. Miércoles, 30 de diciembre de 1964. Páginas 17.484 – 17.486.
- Orden de 12 de abril de 1965, por la que se relacionan las emisoras de radiodifusión de instituciones y empresas autorizadas a prestar servicio con sujeción al Plan Transitorio de Ondas Medias aprobado por Decreto de 23 de diciembre de 1964. “Boletín Oficial del Estado”. Número 94. Martes, 20 de abril de 1965. Páginas 5.767 – 5.768.
- Decreto 1876/1965, de 24 de junio, relativo al régimen jurídico del ejercicio de la función radiodifusora en frecuencia modulada. “Boletín Oficial del Estado”. Número 165. Lunes, 12 de julio de 1965. Página 9.801.
- Real Decreto 2664/1977, de 8 de octubre, sobre libertad de información general por las emisoras de radiodifusión. “Boletín Oficial del Estado”. Número 255. Martes, 25 de octubre de 1977. Página 23.386.
- Real Decreto 2648/1978, de 27 de octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. “Boletín Oficial del Estado”. Número 268. Miércoles, 9 de noviembre de 1978. Páginas 25.636 – 25.637.
- Real Decreto 2808/1978, de 27 de octubre, por el que se autoriza la organización y estructura de Radio Cadena Española, encuadrada en RTVE. “Boletín Oficial del Estado” Número 289. Lunes, 4 de diciembre de 1978. Páginas 27.429 – 27.430.
- Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio, por el que se establece el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia. “Boletín Oficial del Estado”. Número 145. Lunes, 18 de junio de 1979. Páginas 13.500 – 13.501.

- Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. “Boletín Oficial del Estado”. Número 11. Sábado, 12 de enero de 1980. Página 844 – 848.
- Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. “Boletín Oficial del Estado”. Número 303. Sábado, 19 de diciembre de 1987. Páginas 37.409 – 37.419.
- Real Decreto 169/1989, de 10 de febrero, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia. “Boletín Oficial del Estado”. Número 44. Martes, 21 de febrero de 1989. Páginas 5.043 – 5.059.
- Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte. “Boletín Oficial del Estado”. Número 249. Miércoles, 17 de octubre de 1990. Páginas 30.397 – 30.411.
- Ley 11/1991, de 8 de abril, de organización y control de las emisoras municipales de radiodifusión sonora. “Boletín Oficial del Estado”. Número 85. Martes, 9 de abril de 1991. Páginas 10.607 – 10.608.
- Real Decreto 1273/1992, de 23 de octubre, por el que se regula el otorgamiento de concesiones y la asignación de frecuencias para la explotación del servicio público de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia por las Corporaciones locales. “Boletín Oficial del Estado”. Número 288. Martes, 1 de diciembre de 1992. Páginas 40.561 – 40. 562.
- Real Decreto 765/1993, de 21 de mayo, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Medias (hectométricas). “Boletín Oficial del Estado”. Número 139. Viernes, 11 de junio de 1993. Páginas 17.894 – 17.898.
- Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las emisiones y retransmisiones de competiciones y acontecimientos deportivos. “Boletín Oficial del Estado”. Número 159. Viernes, 4 de julio de 1997. Páginas 20.742 – 20.744.
- Real Decreto 1388/1997, de 5 de septiembre, por el que se aprueba un incremento de frecuencias para gestión indirecta de emisoras, dentro del Plan técnico nacional de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. “Boletín Oficial del Estado”. Número 220. Sábado, 13 de septiembre de 1997. Páginas 27.154 – 27.183.

- Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones. “Boletín Oficial del Estado”. Número 99. Sábado, 25 de abril de 1998. Páginas 13.909 – 13.940.
- Real Decreto 1287/1999, de 23 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la radiodifusión sonora digital terrenal. “Boletín Oficial del Estado”. Número 177. Lunes, 26 de julio de 1999. Páginas 27.771 – 27.776.
- Ley Orgánica 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. “Boletín Oficial del Estado”. Número 134. Martes, 6 de junio de 2006. Páginas 21.207 – 21.218.
- Real Decreto 920/2006, de 28 de julio, por el que se aprueba el Reglamento general de prestación del servicio de difusión de radio y televisión por cable. “Boletín Oficial del Estado”. Número 210. Sábado, 2 de septiembre de 2006. Páginas 31.532 – 31.538.
- Real Decreto 964/2006, de 1 de septiembre, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. “Boletín Oficial del Estado”. Número 223. Lunes, 18 de septiembre de 2006. Páginas 32.718 – 32.719.
- Mandato-Marco de la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, aprobado por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado. “Boletín Oficial del Estado”. Número 157. Lunes, 30 de junio de 2008. Páginas 28.833 – 28.843.
- Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. “Boletín Oficial del Estado”. Número 210. Lunes, 31 de agosto de 2009. Páginas 74.003 – 74.014.
- Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. “Boletín Oficial del Estado”. Número 79. Jueves, 1 de abril de 2010. Páginas 30.157 – 30.209.

11.10. Páginas web

<http://www.abc.es/radio/> (Página web de Abc Punto Radio)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.academiadelaradio.es> (Página web de los Premios de la Academia Española de la Radio) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.aimc.es> (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) [Fecha de última consulta: 26 de abril de 2013]

<http://www.barloventocomunicacion.com/> (Barlovento Comunicación) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.boe.es> (Boletín Oficial del Estado) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.cadenaser.com> (Página web de la Cadena SER) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.cope.es> (Página web de la COPE)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.formulativ.com/> (Web dedicada a informar sobre noticias sobre televisión y datos de audiencia)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.idiomaydeporte.com> (Página especializada en el idioma en el deporte)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.introl.es/>(Web de Información y Control de Publicaciones) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.ojd.es> (Oficina de Justificación de la Difusión) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.ojdinteractiva.es/>(Web de la OJDinteractiva) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.ondacero.es> (Página web de Onda Cero) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.premiosondas.com> (Página web de los Premios Ondas)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.prisa.com> (Página web del grupo PRISA)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.puntoradio.com> (Página web de Punto Radio)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013, que reconduce a la web de Abc Punto Radio]

<http://www.academiadelaradio.es/> (Página web de la Academia de las Artes y las Ciencias Radiofónicas de España)[Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.rae.es/rae.html> (Diccionario de la Real Academia Española) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.radioydeporte.com> (Blog destinado a la información deportiva) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

<http://www.rtve.es> (Página web de Radio Televisión Española) [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

11.11. Periódicos

- *El País*

- Miércoles, 12 de diciembre de 2001
- Miércoles, 10 de abril de 2002
- Viernes, 28 de junio de 2002
- Miércoles, 11 de diciembre de 2002
- Miércoles, 9 de abril de 2003
- Miércoles, 2 de julio de 2003
- Jueves 11 de diciembre de 2003
- Miércoles, 14 de abril de 2004
- Miércoles, 7 de julio de 2004
- Viernes, 10 de diciembre de 2004
- Viernes, 15 de abril de 2005
- Martes, 28 de junio de 2005
- Jueves, 30 de junio de 2005
- Miércoles, 14 de diciembre de 2005
- Miércoles, 26 de abril de 2006
- Miércoles, 12 de julio de 2006
- Miércoles, 13 de diciembre de 2006
- Miércoles, 25 de abril de 2007
- Miércoles, 4 de julio de 2007
- Miércoles, 12 de diciembre de 2007
- Miércoles, 30 de abril de 2008
- Jueves, 3 de julio de 2008
- Viernes, 12 de diciembre de 2008
- Jueves, 23 de abril de 2009
- Miércoles, 8 de julio de 2009
- Viernes, 11 de diciembre de 2009

- *Abc*
 - Domingo, 14 de mayo de 2006
 - Lunes, 15 de mayo de 2006

- *El Mundo*
 - Martes, 6 de octubre de 2009
 - Miércoles, 7 de octubre de 2009

11.12. Otros

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2010):
Universos 2010.

--- (2010): *Navegantes en la Red.* En
línea: http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=697&cle=5bb3df4d431c33f040cf2a43b6916f4aaf6835e4&file=pdf%2Fmacro2009.pdf [Fecha de última consulta: 19 de abril de 2013]

Anexos

Anexo 1: Libro de códigos (*codebook*) para el análisis de los fragmentos de las retransmisiones deportivas radiofónicas

1. Datos identificativos del fragmento radiofónico y aspectos formales
 - 1.1. Codificador
 - 1.2. Fecha de emisión: señalar la fecha en la que fue emitida la grabación por primera vez. Formato: día/mes/año
 - 1.3. Hora: Señalar la hora en la que comenzaba la competición deportiva de la que se extrajo el fragmento. Formato: hora.minuto (24 h.)

1.4. Tipo de emisión: señalar si se trata de una emisión en directo o en diferido:

1 = En directo

2 = En diferido

1.5. Género del locutor principal: señalar si el locutor principal es hombre o mujer

1 = Hombre

2 = Mujer

1.6. Emisora: Indicar la emisora de la que se extrajo la grabación:

1 = Cadena SER

2 = COPE

3 = Radio Nacional de España

4 = Onda Cero

5 = Punto Radio / Abc Punto Radio

1.7. Programa: Indicar el programa del que se extrajo la grabación

1 = Carrusel Deportivo

2 = Tiempo de Juego

3 = Tablero Deportivo

4 = Radioestadio

5 = El Mirador de la Liga / La Liga en Punto

1.8. Deporte radiado: Indicar el deporte radiado

1 = Fútbol

2 = Baloncesto

3 = Tenis

4 = Ciclismo

5 = Atletismo

6 = Automovilismo

7 = Otros

1.9. Duración del fragmento analizado: Indicar la duración total del fragmento grabado. Expresar tal magnitud en segundos.

2. Análisis de locución:

2.1. Duración – Velocidad: A partir de la escucha del fragmento radiofónico, contar el número de palabras por minuto y señalar el

número de minutos que se englobarían en cada apartado según la escala siguiente:

- A1) Menos de 125 palabras por minuto
- A2) Entre 125 y 190 palabras por minuto
- A3) Más de 190 palabras por minuto

Total de minutos analizados

2.2. Ritmo: Tomando como base el total del fragmento analizado, caracterizarlo con un ritmo alto, medio o bajo. Esta característica estaría en consonancia con la velocidad de dicción de todas las personas que concurren en la narración. Una alta velocidad de dicción se asemejaría con un ritmo alto y viceversa:

- 1 = Alto
- 2 = Medio
- 3 = Bajo

2.3. Estado emocional: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal, señalar los estados emocionales a los que se puede asemejar:

- A1) Alegría
- A2) Emoción
- A3) Tensión
- A4) Euforia
- A5) Enfado
- A6) Tristeza
- A7) Tranquilidad
- A8) Depresión
- A9) Sensualidad
- A10) Dulzura

2.4. Intensidad: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, identificar la intensidad –volumen de su voz. A la hora de clasificar este aspecto, se asemejará la intensidad alta al chillido y la baja al término opuesto (Guevara, 2003; Rodero, 2005). Una tercera posibilidad permitirá señalar la intensidad media:

- 1 = Alta
- 2 = Media
- 3 = Baja

2.5. Tono: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, se clasificará el tono en grave –“grueso”, “bajo”– o agudo –“finito” o “chillón” (Guevara, 2003: 30). La posibilidad de un tono intermedio permitirá englobar los que no sean del todo graves ni del todo agudos. La voz grave se asemeja a los calificativos de “serio”, “seguro” o “adulto”; y la aguda a “infantil”, “chillona”, “dulce”, “familiar” o “alegre” (Huertas y Perona, 1999: 90):

1 = Agudo

2 = Medio

3 = Grave

2.6. Timbre (doble clasificación): Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, por un lado, se dividirá la clasificación del timbre en abierto (correlacionado con un tono agudo), cerrado (correlacionado con un tono grave) o intermedio. Por otro lado, se identificará como un tono agradable o desagradable:

1 = Abierto

2 = Medio

3 = Cerrado

1 = Agradable

2 = Desagradable

2.7. Diferencias tonales: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, señalar si, dentro de su tonalidad, se aprecian o no diferencias tonales, “cambios de voz”:

1 = Sí

2 = No

2.8. Énfasis de palabras: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, señalar si enfatiza o no determinadas palabras:

1 = Sí

2 = No

2.9. Empleo de silencios: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, señalar si emplean silencios o existe una

carencia de éstos. Se diferenciará a los silencios de las pausas al considerar al silencio como un espacio más prolongado de tiempo sin hablar (3 segundos o más) y la pausa como un pequeño instante necesario para que el locutor pueda coger aire (menos de 3 segundos) y mantener un adecuado ritmo de la locución:

1 = Sí

2 = No

2.10. Empleo de pausas: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal del acontecimiento deportivo dentro del fragmento analizado, señalar si emplean o no pausas (según el mismo criterio que el del apartado 2.9):

1 = Sí

2 = No

2.11. Pronunciación: Atendiendo al nivel de locución del narrador principal, señalar si pronuncia bien y si se le entiende correctamente, pero atendiendo al plano de dicción, no de léxico:

1 = Sí pronuncia bien

2 = No siempre

3 = No

3. Análisis textual del fragmento de la retransmisión radiofónica:

3.1. Sintaxis: A partir de la transcripción textual del fragmento, indicar el número total de oraciones que aparecen y subdividirlas en:

A1) Número de oraciones personales

A2) Número de oraciones impersonales

Total Oraciones Grupo A

B1) Número de oraciones simples

B2) Número de oraciones compuestas

Total Oraciones Grupo B

C1) Número de oraciones enunciativas

C2) Número de oraciones exhortativas / imperativas

C3) Número de oraciones exclamativas

C4) Número de oraciones interrogativas

C5) Número de oraciones dubitativas

C6) Número de oraciones optativas / desiderativas
Total Oraciones Grupo C

3.2. Léxico: A partir de la transcripción textual del fragmento, indicar el número total de palabras que aparecen y subdividir las según las siguientes categorías:

- A) Nombres propios
- B) Motes / sobrenombres
- C) Sustantivos
- D) Verbos
- E) Perífrasis verbales
- F) Adjetivos
- G) Adverbios
- H) Resto de partículas

Total Palabras

3.3. Los 3 vocablos más empleados y frecuencia: Localizar los 3 vocablos más empleados en cada texto y su frecuencia

3.4. Errores: A partir de la transcripción textual del fragmento, señalar el número total de incorrecciones encontradas

3.5. Tópicos: Número de tópicos encontrados en el fragmento. Señalarlos

3.6. Neologismos: Número de neologismos encontrados en el fragmento. Señalarlos

3.7. Extranjerismos: Número de extranjerismos encontrados en el fragmento. Señalarlos

3.8. Préstamos: Número de préstamos encontrados en el fragmento. Señalarlos

3.9. Proviene de otro campo de la semántica: Número de términos provenientes de otro campo semántico encontrados en el fragmento. Señalarlos.

Anexo 2: Ficha de análisis (*coding form*) para el análisis de los fragmentos de las retransmisiones deportivas radiofónicas

Criterios de codificación	Nº codificación
1. Datos identificativos del fragmento radiofónico y aspectos formales	
1.1. Codificador	
1.2. Fecha de emisión	Formato: día/mes/año
1.3. Hora de emisión	Hora.minuto (24 h.)
1.4. Tipo de emisión	Directo / diferido
1.5. Género del locutor	Hombre / Mujer
1.6. Emisora	SER / COPE / RNE / Onda Cero / Punto Radio (Abc Punto Radio)
1.7. Programa	Carrusel Deportivo / Tiempo de Juego / Tablero Deportivo / Radioestadio / El Mirador de la Liga (La Liga en Punto)
1.8. Deporte radiado	Fútbol / Baloncesto / Tenis / Ciclismo / Atletismo / Automovilismo / Otros
1.9. Duración (en segundos)	SS
2. Análisis de locución	
2.1. Duración / Velocidad (fragmento global)	A1) Menos de 125 palabras por minuto A2) Entre 125 y 190 palabras por minuto A3) Más de 190 palabras por minuto Total analizados
2.2. Ritmo (fragmento global)	Alto / Medio / Bajo
2.3. Estado emocional (sólo locutor principal)	A1) Alegría A2) Emoción A3) Tensión A4) Euforia A5) Enfado A6) Tristeza A7) Tranquilidad A8) Depresión A9) Sensualidad A10) Dulzura
2.4. Intensidad (sólo locutor principal)	Alta / Media / Baja
2.5. Tono (sólo locutor principal)	Agudo / Medio / Grave
2.6. Timbre (sólo locutor principal)	Abierto / Medio / Cerrado
	Agradable / Desagradable
2.7. Diferencias tonales (sólo locutor principal)	Sí / No
2.8. Énfasis de palabras (sólo locutor principal)	Sí / No
2.9. Empleo de silencios (sólo locutor principal)	Sí / No
2.10. Empleo de pausas (sólo locutor principal)	Sí / No

2.11. Pronunciación (sólo locutor principal)	Sí pronuncia bien / No siempre / No
3. Análisis textual del fragmento de la retransmisión radiofónica	
3.1. Sintaxis	A1) Número de oraciones personales A2) Número de oraciones impersonales Total Oraciones Grupo A B1) Número de oraciones simples B2) Número de oraciones compuestas Total Oraciones Grupo B C1) Número de oraciones enunciativas C2) Número de oraciones exhortativas / imperativas C3) Número de oraciones exclamativas C4) Número de oraciones interrogativas C5) Número de oraciones dubitativas C6) Número de oraciones optativas / desiderativas Total Oraciones Grupo C
3.2. Léxico	A) Nombres propios B) Motes / sobrenombres C) Sustantivos D) Verbos E) Perífrasis verbales F) Adjetivos G) Adverbios H) Resto de partículas Total Palabras
3.3. Vocabulario	3 vocablos más empleados
3.4. Errores: número y señalarlos	
3.5. Tópicos: número y señalarlos	
3.6. Neologismos: número y señalarlos	
3.7. Extranjerismos: número y señalarlos	
3.8. Préstamos: número y señalarlos	
3.8. Palabras provenientes de otros campos semánticos: número y señalarlos	

Anexo 3: Modelo de entrevista para realizar a los locutores deportivos radiofónicos

- 1.- ¿A usted que credibilidad le merece el EGM?
- 2.- ¿Cabría la posibilidad de realizar algún otro tipo de medición alternativa?
- 3.- La radio deportiva tiene a día de hoy una gran acogida en la sociedad española, ¿cuáles son los motivos?
- 4.- En un programa deportivo en sí, y en concreto una retransmisión, ¿cuál es la herramienta más importante?
- 5.- Los locutores, ¿a veces pierden la noción de que a veces no se retransmite para radioyentes que son sólo eso: radioyentes y no televidentes?
- 6.- Sabiendo que hay muchos radioyentes que a veces son televidentes, ¿cuáles cree que son los motivos por lo que existe esa figura?
- 7.- La locución deportiva en televisión, ¿es hoy día más radiofónica?
- 8.- ¿Cuál es su percepción acerca del lenguaje deportivo radiofónico?
- 9.- ¿Cree que el lenguaje empleado por los distintos roles que participan en una retransmisión es diferente (entre el director, locutor, comentarista...)?
- 10.- ¿Cree que el lenguaje que usted emplea influye sobre el receptor?
- 11.- (En caso de respuesta afirmativa a la pregunta número 10) ¿Esa influencia es positiva o negativa?
- 12.- ¿Cuál es su percepción entre la Academia y el mundo laboral en relación al periodismo deportivo?

Anexo 4: Encuesta utilizada para el análisis contextual

Género: Hombre / Mujer

Edad: ____ años

Provincia: Ávila / Burgos / León / Palencia / Salamanca / Segovia / Soria / Valladolid / Zamora

1.) De los siguientes programas que se emiten para retransmitir acontecimientos deportivos, ¿cuál escucha? (En caso de escuchar más de uno, escoja aquél que escuche más asiduamente)

“Carrusel Deportivo” de la Cadena SER

“Tiempo de Juego” de la COPE

“La Liga en Punto” de Punto Radio (“El Mirador de la Liga” hasta junio de 2011)

“Radioestadio” de Onda Cero

“Tablero Deportivo” de Radio Nacional de España

No sé cuál escucho

NS-NC

2.) ¿Desde cuándo escucha ese programa de forma habitual?

Hace menos de 6 de meses

Hace más de 6 meses y menos de 1 año

Hace más de 1 año y menos de 2

Hace más de 2 años y menos de 5

Hace más de 5 años

3.) ¿A través de qué medio escucha habitualmente ese programa? (señalar sólo una opción, la que más utilice)

Transistor

Aparato de radio

Cadena

Minicadena / Similar

Aparato de música del coche

Televisión / TDT

Internet

Teléfono móvil

Podcast

Otro. Indicar

4.) ¿Cuáles son los motivos por los que suele escuchar ese programa?

Señalar todas las respuestas que sean necesarias

Porque siempre he escuchado este programa y no me apetece cambiar

Porque nunca cambio el dial

Porque es el único que tiene cobertura donde vivo

Porque es el que mejor se oye en la localidad que vivo

Porque es el más asentado desde el punto de vista histórico

Por los presentadores y locutores

Por todo el equipo que trabaja en esa emisora

Por la ideología de la emisora

Porque el programa que escucho me parece mejor que los otros

Porque el programa que escucho me gusta más que los otros

Porque en mi casa siempre se ha escuchado esta emisora

Porque en mi casa siempre se ha escuchado este programa

Porque este programa defiende los intereses de mi equipo

Porque es el más humorístico, más allá del propio deporte

Porque a los integrantes del programa los considero parte de mi familia

Porque prefiero escuchar retransmisiones nacionales y no locales

Por un determinado director / animador / locutor

Por otro motivo. Indicar

NS/NC

5.) Respecto a ese programa que usted escucha habitualmente ¿cuál sería su grado de satisfacción en una escala del 0 al 10? (siendo 0 negativo, 5 aceptable y 10 muy positivo/inmejorable)

6.) ¿Qué deportes son los que le motivan a escuchar las retransmisiones radiofónicas de ese programa? Señalar todas las respuestas que sean necesarias

Fútbol --- Baloncesto --- Tenis --- Ciclismo --- Atletismo --- Fórmula 1 --- Otro. Indicar --- NS/NC

7.) Referido al programa que usted escucha, le parece que durante las retransmisiones radiofónicas se emplea un lenguaje... (elegir un calificativo de cada alternativa)

Correcto / Incorrecto --- Adecuado / Inadecuado --- Claro / Difuso
--- Conciso / Extenso --- Culto / Vulgar --- Entretenido / Aburrido -
- Sencillo / Complejo --- Comprensible / Incomprensible ---
Coloquial / Técnico --- Respetuoso / Irrespetuoso --- Con muchos
recursos lingüísticos / Pobre en recursos lingüísticos --- Número de
tópicos adecuado / Con demasiados tópicos --- Tolerante / Racista --
- Repetitivo / No repetitivo --- Sexista / No sexista --- Otra
característica que desee añadir. Indicar

8.) ¿Cree que se cometen errores en el lenguaje empleado por los locutores y comentaristas?

Sí, muchos

Sí, a veces

No

NS/NC

9.) ¿Cree usted que en su vida cotidiana, su forma de hablar puede estar influida en algún aspecto por el lenguaje deportivo que escucha en las retransmisiones deportivas radiofónicas?

Sí. Me influye de forma positiva

Sí. Me influye de forma negativa

Sí. Pero no me influye de forma positiva ni negativa

No me influye

NS/NC

10.) En cuanto a la velocidad a la que normalmente hablan los locutores (no directores de programas ni comentaristas, sólo el locutor que retransmite el acontecimiento) durante la narración de un acontecimiento deportivo, ¿qué opina?

Generalmente hablan demasiado despacio

Generalmente habla a una velocidad adecuada

Generalmente hablan demasiado deprisa

NS/NC

11.) ¿Los acontecimientos deportivos que escucha por radio, ¿los ve también por TV?

Sí, siempre → Pasar a la pregunta 12 y no realizar la 13

Siempre que puedo → Pasar a la pregunta 12
Habitualmente sí pero no siempre → Pasar a la pregunta 12
A veces → Pasar a la pregunta 12
Casi nunca → Pasar a la pregunta 12
Nunca lo he hecho en mi vida → Pasar a la pregunta 13
NS/NC → Fin de encuesta

12.) Cuando decide seguir un acontecimiento por radio y televisión al mismo tiempo, ¿por qué lo hace? Señalar todas las respuestas que sean necesarias

Simplemente porque me apetece o me gusta

Porque así no es necesario que esté delante del televisor todo el tiempo

Porque, al mismo tiempo que la radiofónica, también escucho la televisiva y así tengo dos puntos de vista distintos

Porque mi televisor tiene una opción de audio para escuchar el sonido radiofónico al mismo tiempo que veo el acontecimiento deportivo

Porque me parece que los locutores de radio están más preparados

Porque los locutores de radio me gustan más que los de televisión

Porque en la televisión hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta

Porque me gusta que me estén narrando continuamente lo que veo

Porque la locución radiofónica me parece más intensa y pasional

Porque la retransmisión en radio me parece más entretenida

Porque la retransmisión en radio me parece más seria y formal

Porque en la locución radiofónica participa un mayor número de comentaristas

Porque así sigo otros acontecimientos deportivos al mismo tiempo

Porque en la radio me ofrecen más datos

Porque en la radio el sonido llega antes

No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado

Otro motivo. Indicar

13.) Cuando ve un acontecimiento deportivo por televisión pero no lo sigue por radio ¿A qué es debido? Señalar todas las respuestas que sean necesarias

Porque no me apetece o no me gusta
Porque no tengo transistor en ese momento / o el aparato tecnológico usado habitualmente para tal efecto
Por el retardo del sonido televisivo (el sonido radiofónico llega antes que el de la televisión)
Los acontecimientos deportivos que veo por TV no se retransmiten por radio
Porque me parece que los locutores de televisión están más preparados
Porque los locutores de televisión me gustan más que los de radio
Porque en la radio hablan demasiado lento / rápido y eso no me gusta
Porque la locución televisiva me parece más intensa y pasional
Porque la retransmisión en TV me parece más entretenida
Porque la retransmisión en TV me parece más seria y formal
Porque en la televisión me ofrecen más datos
Nunca he escuchado la radio al mismo tiempo que la televisión
No tengo ningún motivo en particular o no me lo he planteado
Otro motivo. Indicar