

LA ESTRUCTURA ACTUAL DE LAS RETRANSMISIONES FUTBOLÍSTICAS EN LOS PROGRAMAS DE RADIO EN ESPAÑA

Manuel Antonio Pacheco Barrio
(IE Universidad)
Manuela.Pacheco@ie.edu

Resumen: Las retransmisiones de los partidos de fútbol levantan un gran interés entre la audiencia como demuestran los resultados que el EGM otorga a estos programas que se emiten cada fin de semana en las cadenas convencionales. La estructura es similar en las diferentes cadenas, aunque cada programa presenta una serie de peculiaridades para intentar atraer la atención de los oyentes a partir de las características de los narradores, la información sobre otros deportes o secciones que no son estrictamente deportivas.

Palabras Clave: fútbol, radio, locutores, programas, estructura.

Abstract: The broadcasting of football matches raise considerable interest among the audience as the results show that the EGM gives these programs that are broadcasted every weekend on conventional channels. The structure is similar in different channels, although each program presents a number of peculiarities to try to attract the attention of the listeners from the characteristics of the narrators, information on other sports or sections that are not strictly sports.

Keywords: football, radio, announcer, structure, programmes.

1. INTRODUCCIÓN

La locución radiofónica se considera una práctica sujeta a unas características y técnicas específicas, a las que con frecuencia se suele recurrir para diferenciar entre los discursos verbales que se ajustan al medio y los que no lo hacen. El profesor Huertas Bailén (1999: 85) destaca lo que él considera como supremacía de la locución informativa respecto al resto de formatos radiofónicos:

La obstinación de muchos radiofonistas por adecuar su discurso verbal a unos patrones acústicos determinados obedece, en gran medida, al mayor grado de credibilidad que tradicionalmente los oyentes han otorgado tanto a los contenidos noticiosos como a la manera de comunicarlos.

100 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

La radio sigue siendo el medio de comunicación que inspira más confianza en la mayoría de la población española según las últimas encuestas de opinión y percepción del público. Quizá como consecuencia de esta buena valoración por parte de los oyentes, la radio es un medio con un ilimitado poder de sugestión para la audiencia. Las emisiones en radio aglutinan los siguientes elementos: la expresión oral o palabras, la música, los efectos sonoros y el silencio. La palabra se dota en la radio de una especial significación, que por una parte es el eje sobre el cual se articula la práctica totalidad de los programas. Por otro lado, es la única herramienta de la que dispone el locutor para transmitir información suplementaria relativa a la imagen.

La radio genera una particular relación emisor/receptor, un contexto comunicativo en el que la expresión sonora del locutor se dota de una especial significación. La especificidad del medio obliga al profesional a convertir su voz en un instrumento de trabajo perfectamente moldeable, capaz de estimular la mente del receptor, la recreación de cualquier imagen, cualquier sensación y emoción. El cometido principal de la radio es la difusión de mensajes que han de llegar hasta el destinatario de la manera más clara posible. Armand Blasebre (1994: 26) ofrece la siguiente definición de lenguaje radiofónico:

Es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de recursos técnicos expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.

Se puede establecer comunicación a través de la simple transmisión del mensaje más común (la palabra), pero es posible también conseguir una comunicación más fácil de percibir por el receptor, más comprensible y más rica en matices expresivos a través de la creación artística. Para hacer del lenguaje radiofónico una obra de arte que permita crear imágenes más precisas e impactantes en la mente del destinatario, es necesario elegir, combinar y emitir los elementos sonoros de la manera más adecuada posible. El oyente percibe un determinado sonido y realiza inmediatamente en su cerebro una asociación de este sonido con una imagen, un sentimiento o una sensación. Cuando escucha las retransmisiones de los partidos de fútbol de la jornada, el oyente recrea en su mente lo que está sucediendo en el terreno de juego a partir de lo que le transmite el narrador a través de las ondas.

2. LAS CLAVES DE LAS NARRACIONES DEPORTIVAS: EL RITMO Y LA MELODÍA

La vertiente musical de la entonación es la responsable de que algunos locutores resulten tediosos y aburridos para el oyente, mientras que otros dan la impresión de que explican las noticias cantando. El ritmo que utilizan los narradores de retransmisiones deportivas se asemeja a una melodía repetitiva.

El locutor “canta” lo que sucede en el terreno de juego para transmitir a través de las ondas el ritmo del encuentro. Por este motivo, cuando más emocionante esté el partido o la carrera, más animada será la melodía del narrador, como si se tratara de una canción de música ligera pegadiza. Cuando el partido está en una fase de aburrimiento, la narración pierde intensidad y se asemejaría a una canción monótona que adormece al oyente y que nunca triunfaría en la lista de los CDs más vendidos.

Los narradores deportivos cuentan cantando, es decir, transmiten lo que está sucediendo en el terreno de juego con una melodía que llega al oyente y que se asocia a una retransmisión deportiva. Cuando el oyente escucha el tono y el ritmo de estos locutores, identifica al momento la transmisión deportiva. Esta rápida identificación también puede darse en los programas musicales de listas de éxitos, en los que los locutores también tienen un tono muy marcado. En menor medida, también puede identificarse la melodía de los locutores de noticiarios, aunque estos ritmos no son tan marcados como en el aspecto deportivo. Si un locutor narrara un partido de fútbol sin darle la entonación adecuada, la melodía musical que llegara al oyente sería como si en el sorteo de Lotería de Navidad los Niños de San Ildefonso no cantaran los números y los premios, sino que se limitaran a leerlos. Si lo hicieran de esa manera, la Navidad ya no estaría precedida por el villancico de la Lotería, del mismo modo que los partidos en radio no habría manera de seguirlos porque se perdería la emoción y el ritmo pegadizo que les caracteriza.

Para algunos autores, el ritmo, la vocalización, la entonación y la actitud, son las cuatro variables que intervienen en la locución y en la dicción acústica. Para otros autores, el ritmo es un sinónimo de la velocidad a la que se expresa el locutor. Algunos expertos como Sanabria prefieren hablar de velocidad y no de ritmo. El ritmo de una locución resulta ser crucial para cosas tan sumamente importantes como atraer y mantener la atención de los radioyentes, informar sobre el estado de ánimo del emisor o narrar con la voz los movimientos que suceden en la cancha deportiva. El ritmo puede definirse como la sucesión de sonidos fuertes y débiles.

En el lenguaje hablado, 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. En una retransmisión deportiva ese cambio de ritmo viene determinado por una ocasión de peligro, un gol, etc. A lo largo de la locución en un partido de fútbol se alternarán grupos fónicos de diferente extensión, pero si el periodista adecua sus comentarios al ritmo de los acontecimientos que se desarrollen en el terreno, habrá momentos que se cuenten a mayor o menor velocidad.

El ritmo expositivo está en función de los hechos, ideas y datos, junto con la unidad de pensamiento. Por otro lado, la hora del día condiciona el ritmo de la locución. En la mañana se experimenta un ritmo mayor que durante la tarde y la noche, donde es más pausado. Esto se explica porque al despertarse, se asimilan mejor los contenidos con más variaciones rítmicas. Una investigación

102 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

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. Por norma general, los programas de la tarde y de la noche, sus contenidos y tertulias, tienen ritmo más pausado y reflexivo que los programas matutinos que se emiten de 6 de la mañana a 14 de la tarde. El caso de las retransmisiones deportivas es peculiar porque, aunque se emitan en horario nocturno, se hace imprescindible un ritmo rápido y que enganche como se ha comentado con anterioridad. El formato de la locución depende básicamente del tipo de programa para el que se ponga voz, del género, así como de los asuntos que se vayan a comunicar y del momento del día, de la franja horaria, en que tenga lugar la transmisión.

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.

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, son algunas de las características de los momentos de peligro inminente que comunican la aceleración que se vive en el campo de juego. Sirva de ejemplo el gol de Maradona en el partido Argentina-Inglaterra del Mundial de México 86, narrado por el locutor argentino Víctor Hugo: "Siempre Maradona, genio, genio, genio,... tá, tá, tá... goooooool!". Al contrario, en un momento de tranquilidad del partido, el tono puede semejar al de una conversación interpersonal.

Para que la radio consiga una comunicación eficaz, hay que emplear métodos que concentren la atención del oyente, junto con recursos que propicien asociaciones con experiencias y sensaciones ya vividas, con el fin de que la descodificación del mensaje resulte más completa, cercana y sencilla psicológicamente.

Las retransmisiones deportivas han ido evolucionando progresivamente asociándose a la imagen. Desde que empezaron a emitirse todos los partidos de Primera División por PPV, el oyente no ve solamente el partido a través de los ojos del narrador que se encuentra en la cabina microfónica del estadio y del periodista que está a pie de campo siguiendo las incidencias de los banquillos, sino que el director del programa que está en el estudio central y todos los

comentaristas están viendo el partido a través de la televisión y así se lo hacen llegar al receptor. Todos opinan porque todos lo están viendo, incluso los que están en el estudio de la radio lo ven más pausadamente porque pueden visionar una y otra vez las repeticiones, para corroborar si la decisión del colegiado ha sido correcta o no. En este sentido, se gana en información pero se pierde en intensidad y tensión porque a veces se puede ralentizar el ritmo de la narración y aburrir al oyente. Según diversos estudiosos, el espectador no busca divertimento sino la tensión del momento.

Comunicar un mensaje radiofónico supone que el emisor ha de representar la realidad en toda su extensión: vista, oído, gusto, olfato y tacto, pero sólo se materializan a partir de recursos sonoros. La voz del narrador de un partido de fútbol intenta transmitir las sensaciones y emociones que se viven en el campo, no solamente ubicar la posición de juego de los futbolistas y del balón. Los micrófonos de ambiente captan los gritos, aplausos o pitos del público, la voz desgarrada del locutor intenta trasladar al oyente la emoción que se respira en el estadio. Para el que no sea seguidor o forofo de un equipo de fútbol, es difícil entender lo que suponen esos gritos, ese ambiente, esa emoción, pero puede darse una situación de tensión extrema por el título que está en juego, donde el narrador o el comentarista pueden romper a llorar. Cuando suenan los himnos nacionales en un partido internacional de selecciones, especialmente en determinados campos donde todo el público canta al unísono la letra, al oyente, aunque no sea de ese equipo, “se le ponen los bellos de punta”. Como anécdota para ilustrar esa pasión, cabe destacar que la tienda oficial del Real Betis vende frascos de cristal con “ambiente del estadio Ruiz de Lopera”.

El objetivo final del locutor es seducir, persuadir, convencer al oyente para que permanezca en una escucha activa, condición imprescindible para la eficacia de la comunicación. La principal función de la radio es contar la realidad de manera que el oyente forme imágenes mentales a partir de lo que oye y así llegue a la comprensión. Para esto es preciso que el emisor tenga claro qué es lo que quiere contar y cómo va a hacerlo. El emisor quiere que el oyente comprenda su mensaje y para ello ha de emitirlo de la mejor manera posible, algo que no podría hacer adecuadamente si él mismo no ha comprendido los datos y su significado en el contexto del relato. Para ejemplificar esta explicación, cabe destacar que los locutores de las cadenas de radio nacionales que siguen a los grandes equipos del fútbol español, Real Madrid y Barcelona, son siempre los mismos. De esta manera conocen a la perfección todos los detalles de esos equipos y pueden tener una mayor complicidad con los oyentes y seguidores.

3. LA ESTRUCTURA DE LOS PROGRAMAS

Las retransmisiones deportivas en la radio española tienen diferente estructura en función de si se trata de una jornada de liga con varios partidos que se disputan a la vez, o de las citas europeas entre semana en las que, como mucho,

104 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

se disputan dos partidos con equipos españoles. Sobre este tema, cabe destacar que las cadenas nacionales emiten programas especiales para las jornadas de la Liga de Campeones de martes y miércoles, siempre y cuando haya equipos españoles, algo que ocurre al menos hasta las eliminatorias, ya que en la liguilla de la primera fase juega al menos un equipo español cada día. Los partidos con equipos españoles de la Copa de la UEFA de los jueves no se retransmiten para todo el territorio nacional exceptuando las últimas eliminatorias como pudieran ser cuartos de final, semifinal o final, siempre y cuando haya algún equipo de la Liga española.

Los programas que se emiten con motivo de las competiciones europeas o de los compromisos de la selección española tienen el mismo nombre que los programas del fin de semana en cada una de las cadenas radiofónicas. Onda Cero, RNE, SER y Punto Radio cortan su programación diaria, el programa informativo de la noche ("La Brújula", "Hora 25" y "De Costa a Costa"), para emitir el programa deportivo con el fútbol en directo. La cadena COPE es la única que no suspende la emisión de su programa diario, "La linterna", que se sigue emitiendo a través de las emisoras de FM repartidas por todo el territorio, mientras que la retransmisión del fútbol, el "Tiempo de Juego", se puede seguir a través de las emisoras de OM, excepto en los partidos de la selección española que se simultanea por FM y OM. La audiencia a la que no le interesa el fútbol puede seguir de este modo escuchando la radio convencional con su programa diario de información.

Las retransmisiones de competiciones europeas, al tener como máximo la disputa de dos encuentros con participación española, no tienen el mismo ritmo y estructura que los fines de semana, primero porque no se puede dar el mismo dinamismo con dos partidos que con quince, y segundo, porque el tiempo de estos programas es considerablemente menor que los habituales de sábados y domingos. Comienzan su emisión quince minutos antes de que empieza el partido, a las 20:45h., y terminan unos quince minutos después de que el partido llegue a los 90 minutos de juego. Esta reducción de tiempo es para alterar lo menos posible la programación habitual de la cadena, ya que el programa diario habitual mantiene su estructura aunque con un paréntesis de dos horas y media.

Ante esta estructura encorsetada, no hay mucho tiempo para incorporar las secciones no puramente deportivas que son habituales en estos espacios, es decir, los concursos, las bromas, los comentarios extradeportivos, etc. Lo que se refiere al desarrollo de la narración del partido es muy similar a cualquier otro día, un locutor desde la cabina del estadio narra lo que sucede en el campo, otro periodista a pie de campo hace lo que se denomina vestuarios y ambiente. Por otro lado, desde el estudio central, el director del programa comparte micrófono con los comentaristas, uno o dos ex futbolistas o ex entrenadores, junto con un árbitro. Las cadenas de radio tienen un amplio abanico de comentaristas, entre seis y diez, que se alternan en función de los equipos que disputan partidos. Suelen escoger a jugadores o entrenadores que tienen algún vínculo con el

equipo grande que juega ese día, Real Madrid, Barcelona, Valencia, Atlético de Madrid, Sevilla, etc.

La estructura del programa también es idéntica a la del resto de días. Cada quince minutos se hace una ronda de resultados. Lo que sucede en estos programas es que solamente hay despliegue de la cadena de radio en dos estadios, donde están los equipos españoles, por lo que queda un poco deslucido. Para dar más atractivo a esta ronda, se incluyen los marcadores del resto de partidos de la competición europea, aunque como no hay narrador en cada campo, en lugar de conectar con el estadio, uno de los periodistas que está en el estudio se encarga de dar esos resultados que obtiene a través de Internet. También se puede incorporar a esta ronda los partidos de baloncesto si hay jornada en juego ese día.

Los programas de los fines de semana, tienen una estructura más dinámica, aunque esto se escenifica mejor en la jornada del domingo que es cuando se suele desarrollar el grueso de la competición, aunque en los últimos años con la aparición del PPV los horarios de los partidos cada vez están más diversificados. El sábado se disputan al menos dos encuentros de Primera, uno a las 20h. y otro a las 22h. A las 18:30h. se disputan varios partidos de Segunda División, en función de los que retransmitan las cadenas autonómicas. En lo que se refiere a otros deportes, se disputan varios partidos de la liga ACB de baloncesto, de la liga ASOBAL de balonmano y de la liga de fútbol sala, horarios que varían entre las 18 y las 20 horas.

Los programas deportivos del sábado empiezan a las 18h., ya que los encuentros de Segunda empiezan media hora más tarde. La primera parte del programa, hasta las 19:30h., aproximadamente, lo dedican a repasar otros deportes como el baloncesto americano, la NBA, las ligas de fútbol europeas, junto con espacios más distendidos como concursos, participación de los oyentes, etc. Alternan estas secciones con las conexiones esporádicas, cada quince minutos más o menos, con los estadios. Cuando quedan unos treinta minutos para que comience el choque de Primera División, se empieza a caldear el ambiente conectando con el estadio en cuestión para conocer la última hora, las alineaciones, las opiniones de los protagonistas, etc.

Desde las 20 horas de la tarde, comienza la narración como tal del partido o partidos en juego, con la estructura ya señalada, alternando lo que cuenta el locutor desde la cabina microfónica del estadio, con los comentarios de los que están en el estudio central. A las 22 horas solamente se disputa un partido que es televisado en abierto para toda España. Hasta las doce de la noche, cuando finalizará el programa, se alterna la narración del partido, más o menos intensa en función del peso de los equipos que lo disputan y de lo que se jueguen, con las conexiones con los estadios en los que ya han finalizado los partidos para conocer las opiniones de los implicados y el balance del partido.

En lo que se refiere al domingo, el programa comienza a las cuatro de la tarde, una hora antes de que empiecen los partidos. Esa hora sirve como previo a los

106 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

encuentros, también para hacer balance y recuento de la jornada del sábado no sólo de fútbol, sino de otros deportes. Entre las 5 y las 7 discurre el grueso de la jornada. Al menos se suelen disputar seis partidos de Primera y otros tantos de Segunda División. Las cadenas eligen un partido estrella, en el que juega alguno de los grandes, al que llaman el partido de la jornada. Se da más peso a ese partido aunque se alternan conexiones con todos los campos de Primera. Con los estadios de Segunda se conecta cuando hay alguna incidencia, gol, penalti o alguna situación poca habitual que sea noticiable, como varias expulsiones simultáneas, o algún suceso destacable. Cada quince minutos se hace ronda de resultados con todos los partidos en juego. Por norma general, se da más peso a los partidos de Segunda que se disputan el sábado, ya que en ese horario no hay encuentros de Primera y, por lo tanto, hay poco que contar, mientras que el domingo, la importancia de la Primera se come a la Segunda División.

Cada cadena puede estructurar las conexiones con los campos de una manera diferente, aunque por norma general cuando hay un gol en un estadio de Primera, el locutor entra directamente cantando el gol, interrumpiendo lo que se esté diciendo en ese momento, sin necesidad de que el director del programa le dé paso. En cambio, en los partidos de Segunda es el director del programa, o la segunda voz, el que tiene que dar paso al locutor que está en el estadio para cantar un gol. Por línea interna, el narrador comunica la incidencia, el técnico de sonido se lo transmite a los periodistas del estudio, y estos dan paso al estadio.

La estructura de algunos programas varía en función de la importancia del choque. En los denominados derbis de máxima rivalidad, ya sea Real Madrid-Barça, Sevilla-Betis, Deportivo-Celta, la tensión se carga de una manera más destacada ya que el partido se está caldeando desde unos días antes del choque. El combate entre dos fuerzas también se enfatiza en los partidos en los que está en juego un título, una eliminatoria copera, la permanencia o el ascenso de categoría. Los locutores afirman en estos casos que los “equipos se están jugando la vida”, especialmente en aquellos que luchan por mantener la categoría o salvar una temporada nefasta con un título. Lo épico en el fútbol no está en este deporte como tal, en su aspecto técnico o formal, sino en su discurso, en la acuñación lingüística con que se adorna y recubre. Lo épico es un lenguaje que han proporcionado los medios de comunicación, especialmente la radio, para hablar sobre el fútbol.

En las finales de la Copa del Rey, que lógicamente disputan dos equipos españoles, el narrador no puede tomar partido por ninguno de los equipos pero la narración se adorna con sonidos de ambiente previo porque es un partido especial con el que se disputa un título. En la final de la Copa de 2008, el “Radioestadio” de Onda Cero comenzó mezclando la sintonía del programa con las grabaciones de los goles que habían marcado cada uno de los equipos implicados, Getafe y Valencia, en las semifinales disputadas semanas antes. Después de escuchar esas grabaciones con la música de fondo, entró saludando el presentador del

programa conectando con el palco del estadio para ofrecer la llegada del Rey, el ambiente y las opiniones de las aficiones. Al ser un partido muy importante, hay que ir caldeándolo para poner en situación a la audiencia. En este tipo de partidos, en los que está en juego un título, es habitual también animar la retransmisión con las notas del himno de los equipos implicados antes de que comience el partido y una vez que termina y se conoce al ganador, poniendo su himno como reconocimiento al triunfo. Aunque se trate de una cadena de radio nacional que no debe tomar partido por ninguno de los equipos, el himno en antena es un reconocimiento al triunfo sin que tenga que suponer agravio para los perdedores.

La estructura habitual de un programa puede verse alterada por hechos inesperados. Cuando el espectador está en el terreno de juego, vive unas sensaciones irrepetibles que no pueden transmitir los micrófonos, pero se le escapan muchos detalles que con la velocidad del juego el ojo humano no puede captar con nitidez, especialmente cuando se trata de sucesos anormales que se salen de la lógica semanal de los partidos de fútbol. El narrador radiofónico sirve para ilustrar aquellos detalles que se escapan al espectador, tanto en el terreno del juego como en las gradas o las dependencias interiores del estadio. Se puede recordar la situación que se vivió en el partido de Liga Real Madrid-Real Sociedad en el Estadio Santiago Bernabéu cuando una amenaza de bomba de ETA obligó a desalojar el campo rápidamente. Por megafonía se anunció que se suspendía el partido y que el público fuera desalojando el estadio, pero para evitar que cundiera el pánico no se mencionó la amenaza de bomba. La radio, concretamente los transistores, informaron a los espectadores de lo que estaba sucediendo, y los aficionados que llevaban el auricular incorporado, actuaron como periodistas reporteros transmitiendo las últimas noticias y datos sobre el motivo de la suspensión y el desalojo.

Casi todas las situaciones que precisan un discurso espontáneo son previsibles, por lo que la mejor recomendación que se le puede dar al locutor es que esté preparado para poder controlarlas. Hay que estar listo para evitar un discurso totalmente improvisado, aunque se produzcan imprevistos como un apagón en un estadio de fútbol, la caída de una portería u otras cosas. En estos casos extremos, que no se refieren a lances del juego que se puedan dar en un estadio, la narración la compartirían por igual el locutor desde la cabina radiofónica, el redactor que está a pie de campo y el director del programa junto con los comentaristas que están en el estudio, ya que este tipo de situaciones atípicas merecen un análisis y reflexión detallada, especialmente cuando se trata de situaciones extradeportivas. En las semifinales disputadas en el Estadio Santiago Bernabéu, correspondientes a la semifinal de la Copa de Europa de la temporada 1997-1998, unos minutos antes de comenzar el encuentro la portería del fondo sur se desplomaba después de que un nutrido grupo de Ultras Sur se subieran a las vallas y comenzaran a zarandearlas, vallas a las que estaba sujeta la portería por lo que los postes cedieron y se partieron. El inicio del partido se retrasó algo más de una hora porque en el estadio no había otra portería y tuvieron que ir

108 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

a buscarla a la Ciudad Deportiva. ¿Cómo se rellena una hora de radio cuando no se está disputando el partido? Las emisoras de radio improvisaron tertulias con sus comentaristas para analizar la situación, los responsables, si se pudo haber evitado y el motivo de la tardanza en sustituir la portería. Los miles de espectadores que estaba en el terreno de juego permanecieron atentos a sus transistores porque era la única manera de saber lo que estaba sucediendo, ya que muchos no entendían que se retrasara tanto el inicio del partido. La llegada de la portería al estadio se retransmitió como si de la antorcha olímpica se tratara. El recorrido fue transmitido metro a metro por los locutores de las diferentes cadenas que siguieron su paso desde la Ciudad Deportiva por el Paseo de la Castellana hasta el Estadio. La radio supo suplir perfectamente este imprevisto erigiéndose como protagonista de la noche ya que mantuvo informados a los aficionados puntualmente, paso a paso.

3.1. Originalidad de los locutores

Aunque la estructura de estos espacios suele ser más o menos homogénea, 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.

Cada narrador suele tener una fórmula establecida para cantar los goles, algo que le diferencie del resto de narradores y que sirva para que el oyente identifique al locutor en cuestión. La narración del gol debe ser idéntica tanto si marca el equipo local como el visitante, exceptuando los partidos internacionales con participación española en los que puede y debe tomar partido por estos equipos. Cada cadena suele tener dos narradores estrella que dan siempre los partidos del Madrid y del Barça. Al margen de estos equipos, los narradores suelen dar también otro partido de la misma jornada. Si el Madrid juega el sábado, el locutor que sigue al equipo blanco, podrá narrar otro encuentro que se dispute el domingo, ya que estos narradores llevan el peso del programa deportivo.

En la Cadena SER, Manolo Lama sigue los partidos del Madrid, mientras que Manolo Oliveros ofrece los del FC Barcelona. En Onda Cero, Alfredo Martínez sigue al Barça y Alejandro Romero al Real Madrid. Estos últimos han pasado también por la Cadena COPE durante los años que José M^a García estuvo al frente de los deportes en esta emisora. En lo que se refiere a las narraciones de los goles de estos locutores cabe destacar las peculiaridades de cada uno.

Alejandro Romero, narrador de los partidos del Real Madrid en Onda Cero: “¡Gooooool!, ¡Raúl, Raúl, Raúl, Raúl, Raúl, Raúl, Raúl, Raúl! ¡Gol (unos diez segundos), del Real Madrid, gol de Raúl!”. En este caso se caracteriza porque cita en reiteradas ocasiones al autor del gol antes de decir el nombre del equipo. Alfredo Martínez, tiene también su peculiar estilo: “¡Gooool!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol!, ¡Gol del Barcelona, Gol de Messi, Barcelona 1- Español 0!”. En este caso, repite varias veces la palabra gol de manera muy corta, en lugar de alargar la palabra en el tiempo como hace Romero. Cambiando de emisora,

la narración de Oliveros en la SER se puede resumir así: “¡Gol, Gol, Gol, Gol, Gol, Gol, Gol, de Xavi! ¡Gol (varios segundos) de Xavi!”. En este caso, Oliveros tiene un estilo similar al de Alfredo Martínez, aunque en lugar de decir el nombre del equipo dice el del jugador que marca, como Alejandro Romero. Repite de manera reiterada la palabra gol en una primera fase, para después cantar durante varios segundos un largo gol. Por último, cabe destacar que Manolo Lama no tiene un estilo prefijado tan característico como los narradores anteriores, ya que suele alternar reiteradas repeticiones de la palabra gol citando después el autor del tanto, pero otras veces canta un largo gol de varios segundos terminando con el nombre del equipo. En función de la importancia del gol y de la belleza y dificultad del mismo, lo canta con más o menos intensidad.

En las grandes cadenas nacionales, un mismo locutor suele seguir a un equipo de fútbol en todas sus retransmisiones. En el caso de los equipos grandes, Real Madrid y Barcelona, el periodista se desplaza siempre con el mismo equipo y retransmitirá los partidos que dispute en casa y fuera de su estadio salvo alguna excepción, como cuando se enfrenten entre ellos, cuando el encargado de narrar será el locutor del equipo local. En lo que se refiere al resto de equipos, el periodista de la ciudad en cuestión es el encargado de retransmitir los partidos de casa cada dos semanas. En ambos casos, el narrador es normal que sienta predilección y afinidad por esos colores ya que los sigue cada fin de semana y es más que probable que sea de la misma ciudad y desde pequeño sea seguidor del equipo en cuestión. Aunque esto es comprensible, cuando narran para toda España un partido de Liga deben dejar de lado sus colores y transmitir de la manera más neutral posible para evitar que los seguidores del otro equipo se sientan ofendidos por el partidismo que toma el periodista contra su equipo preferido. Lógicamente, cuando se trata de partidos que se emiten solamente para el circuito local o regional de la cadena, el locutor toma partido por el equipo local ya que el público receptor del programa es de la misma localidad que el equipo y se supone que la mayoría son seguidores del mismo.

Para ilustrar esta situación, cabe destacar la retransmisión que se produjo en el “Radioestadio” de Onda Cero el 12 de abril de 2008 con el partido Las Palmas-Tenerife, derby de máxima rivalidad. El narrador del partido es el redactor de deportes de Onda Cero Las Palmas. En el último minuto, el equipo gran canario empató el partido y el locutor no pudo contener la emoción y dio rienda suelta a sus sentimientos. Al margen de cantar el gol de manera efusiva, hizo una serie de comentarios partidistas sobre el partido: “el gol hace justicia al partido, Las Palmas se lo ha merecido...”. El director del programa, Javier Ares, de manera sutil le apuntó en antena la parcialidad de sus comentarios y le dijo, “el próximo fin de semana vas al estadio del Tenerife para ver cómo te reciben”. El narrador intentó justificarse diciendo que no se refería a sus sentimientos, sino que el equipo local se había merecido empatar por el juego desplegado. Por este tipo de situaciones, incluso por algunas mucho menos agravantes como la intensidad con que se canta un gol, la duración del mismo, etc., han llegado a las emisoras correos de los oyentes quejándose porque a su juicio el narrador de turno no es

110 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

imparcial o tiene manía a su equipo. Hay que tener mucho cuidado con estos temas relativos a las pasiones y los sentimientos, porque la gente es muy sensible y se puede crear un problema entre una determinada afición y una cadena de radio, con las consecuencias negativas que tiene para los profesionales del medio, especialmente para los que trabajan en la emisora local y deben enfrentarse cada día con la gente de su propia ciudad. A pesar de estas connotaciones, no hay que olvidar que en función de la importancia del gol y, sobre todo, de la plasticidad, es normal que el locutor lo cante con más o menos entusiasmo con independencia de sus colores. No es lo mismo un gol de penalti que es algo previsible, que el gol del Messi con el Barça después de golpear 50 metros.

3.2. El humor en la radio deportiva

En los últimos años, el humor se ha convertido en una pieza indispensable en la estructura de los programas radiofónicos deportivos. Al incorporar alguna nota de humor, se consigue arrancar la sonrisa del oyente y su atención, no tanto por lo que sucede en el campo sino porque lo que están contando resulta divertido y entretiene.

Esta variación se está extendiendo bastante en los últimos años por las radios españolas, para mantener el interés de la audiencia y ofrecer un plus sobre las narraciones televisivas, ya que son muchos los seguidores que ven el partido por la televisión y lo escuchan por la radio. Cuando no se retransmitían todos los partidos por la pequeña pantalla, la única manera de estar al tanto de lo que sucedía en el estadio era a través de la radio. Actualmente las radios buscan nuevas fórmulas para evitar la huída de oyentes a la televisión.

La Cadena SER fue la pionera en este aspecto. Mientras las otras cadenas hacían un programa serio sobre los partidos de fútbol, como José M^a García en la COPE, Paco González y su equipo de la SER ofrecían otra imagen del fútbol, contando lo que sucedía en los terrenos de juego pero con toques de humor, con secciones más o menos entretenidas sobre otros deportes con un toque divertido. En los últimos años, se han producido dos circunstancias que han provocado ese cambio en la radio española: la retirada de José M^a García y el fútbol en PPV. García ha sido el pionero del periodismo deportivo en España, el impulsor de este género, concretamente de los programas nocturnos de información deportiva, ya que los carruseles de los partidos de fin de semana se vienen desarrollando desde hace varias décadas en RNE y la SER. Tras la marcha del veterano periodista, las emisoras de radio se estandarizan en un estilo menos serio que el establecido anteriormente, en el que tienen cabida el fútbol, secciones divertidas y en algunos casos comentarios sobre todo tipo de temas no relacionados estrictamente con el fútbol. Eduardo García ha sido una de los responsables de este cambio, ya que ha ido dejando huella con su estilo desenfadado en primer lugar por Onda Cero, posteriormente en COPE y en la actualidad en Radio Marca.

Actualmente, José Antonio Abellán en COPE, Paco González en la SER, Josep Pedrerol en Punto Radio y Javier Ares en Onda Cero se caracterizan por hacer programas entretenidos donde el hilo conductor es el fútbol pero salpicado con otros deportes. Radio Nacional de España, tras la marcha hace unos meses de Juan Manuel Gozalo y la llegada de Juan Yeregui, también ha seguido la línea marcada por las otras cadenas imponiendo un tono más distendido de complicidad con los oyentes a los que dan cabida a través de correos electrónicos y SMS, como el resto de programas de fin de semana de fútbol. La retroalimentación con la audiencia también puede escenificarse a través de concursos en los que participan los oyentes para conseguir algún premio: Jamón de Guijuelo (“Carrusel” de la SER), camiseta de algún jugador (“Radioestadio” de Onda Cero) etc.

Algunos espacios como el de Onda Cero destacan por dar cabida a otros temas y comentarios al margen de la narración pura y dura desde el terreno de juego. Parece que esta fórmula resulta a tenor de los resultados del EGM, ya que en 2008 ha aumentado el número de oyentes con esta apuesta programática. Esta apuesta sirve para enganchar a los oyentes que no son muy aficionados al fútbol y que no soportarían una narración permanente desde el estadio. La desventaja de Onda Cero es que puede perder oyentes entre los más acérrimos seguidores de los equipos de fútbol que quieren saber cómo va su equipo y a veces no se pueden enterar porque se pasan excesivo tiempo sin conectar con los estadios, ya que se desvían con comentarios y bromas de toda índole. Los programas pueden potenciar la imagen de algunos de los colaboradores para buscar la complicidad con la audiencia, incluyendo secciones llamativas y originales. En el “Radioestadio” de Onda Cero cabe destacar dos apartados que han tenido mucho éxito entre la audiencia y han servido para enganchar a aquellos oyentes que no son apasionados de este deporte. “El minuto 69” es un concurso puesto en marcha por este programa en el que los oyentes tienen que acertar qué jugador, de cualquiera de los partidos de Primera División que se disputan en esa jornada va a marcar un gol en ese minuto del encuentro. El oyente que lo acierte, suponiendo que haya gol en ese minuto en alguno de los estadios, se lleva una camiseta. Esta sección tiene sintonía propia, una música con marcados tintes eróticos que ilustra la narración del locutor de alguno de los partidos en juego cuando el cronómetro llega a ese punto. La broma, la complicidad con el oyente, el significado erótico del número 69, ha tenido muy buena acogida del oyente por la originalidad.

Otros concursos más serios también tienen cabida en el mismo “Radioestadio”, “Carrusel” de la Ser o “Tiempo de Juego” de la COPE. En este caso, se trata de una especie de apuesta o reto a los oyentes que tienen que contestar correctamente a alguna de las cuestiones que plantean locos del fútbol y de la estadística como “Mr. Chip”, Alexis Martín, en Onda Cero o “Maldini”, Julio Maldonado, en la SER. Estos colaboradores han creado un personaje que se caracteriza por saber prácticamente todo sobre el fútbol, las preguntas más rebuscadas siempre tienen respuesta en estos periodistas, que si no saben la respuesta en el momento, la buscarán y durante el programa responderán a esa

112 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

duda. En la SER, el concurso se denomina “El Reto”, un oyente plantea una difícilísima cuestión a “Maldini” que durante el programa tiene que responderla.

A pesar de estos espacios más o menos originales o entretenidos, todas las cadenas llevan a cabo una ronda de resultados cada 15 minutos para conocer lo que se denomina en el argot, minuto y resultado en cada estadio, baloncesto y a veces balonmano, fútbol sala y fútbol internacional.

4. CONCLUSIÓN

Aunque la estructura de los programas que retransmiten partidos de fútbol es similar en todas las cadenas de radio, cada una tiene una serie de peculiaridades para diferenciarse de las demás y atraer a un mayor número de oyentes. Todas las cadenas mantienen conexiones, de manera más o menos habitual, con los locutores que se encuentran en los diferentes estadios. Del mismo modo, la totalidad de los programas de retransmisiones deportivas incluyen lo que se denomina ronda de marcadores, cada quince minutos aproximadamente conectan con los estadios para saber el minuto de juego y el resultado del partido en cuestión.

A partir de estos elementos que suponen una estructura común para los programas de los fines de semana sobre el fútbol, surgen una serie de variaciones para diferenciarse de los demás. La estructura de los programas de radio, tanto de deportes como de información general, es muy similar. Los programas estrella de las cadenas de radio, que se emiten cada mañana de 6 a 12h., están perfectamente definidos; de 6 a 10 información con repaso de noticias y tertulias, de 10 a 12 entretenimiento con contenidos diversos. A partir de este esquema, cada director del programa incluirá una serie de aspectos diferenciadores en función de sus características, de los colaboradores que tenga, etc.

Partiendo del esquema básico, cada programa de retransmisiones deportivas incluye una serie de diferencias. En primer lugar, cabe destacar a los narradores como elemento diferenciador, tanto en la forma de narrar, cantar los goles, junto con el ritmo y la melodía de cada uno. Del mismo modo que un futbolista celebra el gol de una manera determinada (dando volteretas, besándose el dedo, señalando al cielo, etc.), el narrador radiofónico también tiene su estilo propio de contar los goles como se ha indicado en este estudio.

Por otro lado, el estilo del director del programa también imprime mucho carácter al espacio radiofónico. El tono serio o distendido que pueda imprimir al mismo se refleja en diferentes estilos de programas. Desde la marcha de José M^a García y la llegada de periodistas más jóvenes, la mayoría de estos programas están impregnados de toques de humor, que en función de la cadena se utilizará como un recurso esporádico o como hilo conductor del programa en su conjunto, como sucede con el caso de “Radioestadio” en Onda Cero.

Junto con el humor, la importancia que se da a otros deportes al margen del fútbol, es una seña de identidad fundamental a la hora de clasificar los programas de retransmisiones deportivas. Aunque todas las cadenas ofrecen conexiones más o menos esporádicas con los pabellones donde se está disputando la jornada de baloncesto, balonmano o fútbol sala, algunos programas como “Carrusel” de la SER, debido al carácter de su director, Paco González, minimiza la repercusión del deporte de la canasta en beneficio del deporte rey. Por el contrario, “Radioestadio” de Onda Cero, dirigido por Javier Ares, gran aficionado a otros deportes como el ciclismo o el baloncesto, da más cancha y minutos a estos deportes en antena.

Como resumen final, podemos destacar que el humor y el peso que se da a otros deportes son los elementos diferenciadores principales en la estructura de los programas de retransmisiones deportivas que ofrecen las cadenas de radio los fines de semana, aunque sin olvidar que todos ellos tienen unos parámetros comunes para informar en todo momento de lo que está sucediendo en los terrenos de juego.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARNHEIM, R. (1980): *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BALSEBRE, A. (1994): *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- BLANCO, J. M.: “Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático”. *Revista Zer*. 2005. [Consulta: 4 abril 2008]. <<http://www.ehu.es/zer/numero11.htm>>
- BLANCO ALFONSO, I.; y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, P. (2004): *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Madrid: Fragua.
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, J.: “Magia y fiesta en el lenguaje deportivo”. *Efdeportes*, nº 67, 2003. [Consulta: 2 abril 2008]. <<http://www.efdeportes.com/efd67/idioma.htm>>
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1994): *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.
- FERNÁNDEZ DE LA TORRIENTE, G. (1975): *La comunicación oral*. Madrid: Playor.
- GARCÍA GONZÁLEZ, A: El uso publicitario de la palabra radiofónica. En BLANCO ALFONSO, I.; y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, P. (2004): *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Madrid: Fragua, pp.120-135.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1994): *La imagen narrativa*. Madrid: Paraninfo.
- GRINVALD, R. C.: “Agresión y violencia en el deporte”. *Revista de Educación Física y Deportes*, nº 8 (diciembre 1997), pp.18-24.
- HAYE, R. (2004): *El arte radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.
- HUERTAS BAILÉN, A. (1999): *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.

114 *La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España*

LABRADOR MÉNDEZ, G. (2007): "Cuando ataca Ronaldo una manada. El discurso del fútbol en los media actuales como discurso épico". *Culturas populares*, nº 4. [Consulta: 1 abril 2008]. <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=237607>>

LAVILLA URIEL, M. J.: La magia del fútbol 'en vivo' en la red. En BLANCO ALFONSO, I.; y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, P. (2004): *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Madrid: Fragua, pp.30-42.

LÁZARO CARRETER, F. (1998): *El dardo en la palabra*. Madrid: Galaxia Gutenberg.

MARTÍ, J. M. (1990): *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feed-back ediciones.

McLEISH, R. (1985): *Técnicas de creación y realización en radio*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y TV.

MERAYO, A.; y PÉREZ, C. (2001): *La magia radiofónica de las palabras*. Salamanca: Cervantes.

RIVENBURGH, N. K. (2002): "Televisión y movimiento olímpico". *Revista TELOS*. [Consulta 8 abril 2008]. <http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_038/cuaderno_central8.html>

RODERO ANTÓN, E.: Sensaciones radiofónicas. Cómo combinar los elementos del lenguaje radiofónico para provocar distintas sensaciones. En BLANCO ALFONSO, I.; y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, P. (2004): *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Madrid: Fragua, pp.156-169.

RODRÍGUEZ, A. A. (1998): *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós.

Breve semblanza biográfica del autor

Manuel Antonio Pacheco Barrio es Doctor en Ciencias de la Información por el Departamento de Historia de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, lleva trabajando diez años en los medios de comunicación, primero en televisión y posteriormente en la radio. Los últimos tres años compagina esta función profesional con la universitaria, impartiendo clases en las titulaciones de Periodismo y Comunicación Audiovisual en IE Universidad. Actualmente es Director de ONDA CERO Segovia.

(Recibido el 12-05-2008, aceptado el 27-02-2009)