

TRABAJO FIN DE GRADO

Sevilla, junio 2021



TÉNICAS Y ESTILOS DE LA NARRACIÓN FUTBOLÍSTICA

José María Villalba Rico

Prof. José Álvarez Marcos

Facultad de Comunicación. Periodismo.

INDICE

1. Introducción	4
2. Justificación del tema	9
3. Objetivos de estudio.....	10
4. Metodología	11
A. Libros de estilo.....	13
B. Principales características.....	15
C. Contextualización de los partidos.....	32
D. Principales diferencias entre las narraciones en televisión y radio	36
E. La mujer narradora	39
F. Nueva forma de narración: plataformas emergentes.	40
6. Bases para realizar un libro de estilo.....	40
7. Conclusiones	42
8. Referencias Bibliográficas.....	43
9. Anexo	

Técnicas y estilos de la narración futbolística

José María Villalba



RESUMEN

La narración deportiva es tan compleja que no existen manuales de estilo para dictaminar una serie de aptitudes necesarias para hacerlo de forma correcta. Por tanto, el objetivo del trabajo es asentar las bases sobre una serie de elementos comunes, amparados por la opinión de grandes periodistas de nuestro país, para paliar la falta de documentos oficiales que existe. Siempre centrados en el fútbol, se encuentran elementos claves que entran en juego dentro de una retransmisión futbolística: lenguaje, ritmo, la forma de narrar en los distintos formatos... Por último, se desgranán los motivos de la falta de mujeres narradoras, así como la formas de narrar en las nuevas plataformas emergentes.

ABSTRACT

Sports narration is such complex that there are not style manuals in order to dictate a row of necessary skills to do it properly. Thus, the aim of this project is to lay down the foundations over a series of common elements, protected by the opinion of the biggest journalists of our country, so as to palliate the lack of official documents that exists right now. Always being focused on football, you could find key elements that come into play in a football broadcast: language, rhythm, the lack of narrating in different formats... Such as the lack of narrator women and the new emergent platforms.

PALABRAS CLAVE

Deporte, Fútbol, Narración Futbolística, Periodismo Deportivo, Manual de Estilo, Periodistas, Narradores, Comentaristas, Televisión, Radio.

KEYWORDS

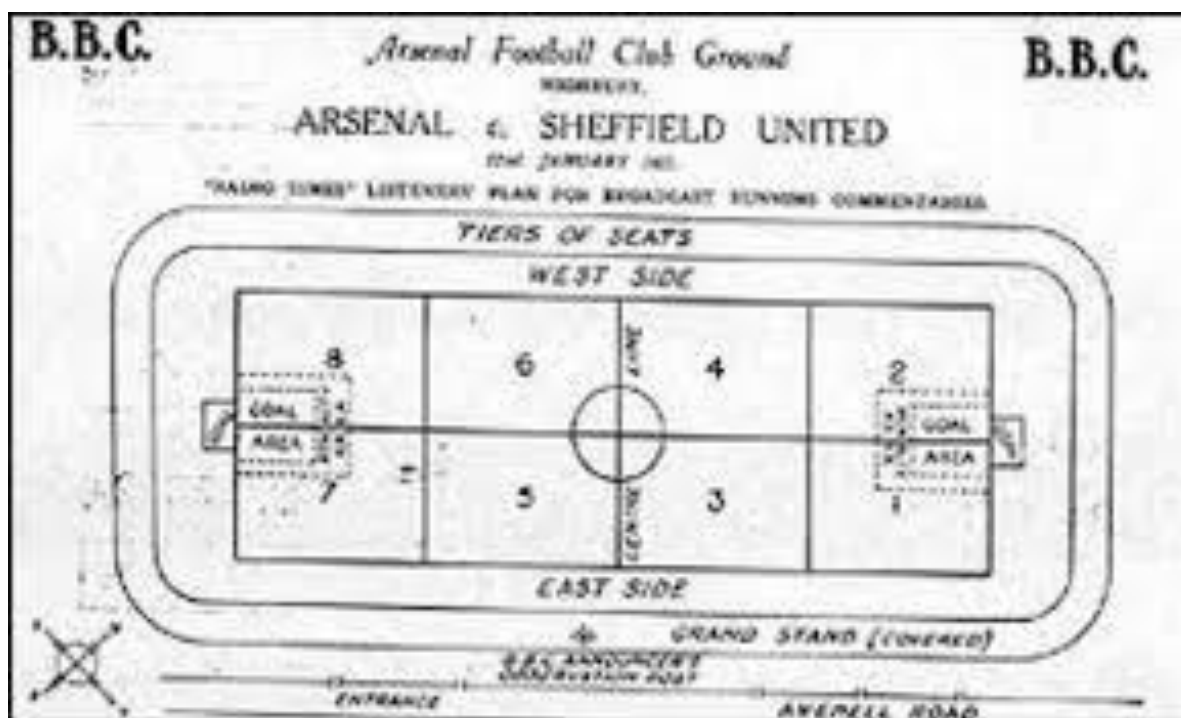
Sport, football, football narration, sports journalism, style manual, jurlanist, narrators, comentator, television, radio.

1. Introducción

“Arranca Maradona, dios del fútbol mundial...” Todos los amantes del fútbol hemos reconstruido en la mente el gol de Diego Armando Maradona al escuchar la que -para muchos- es la mejor narración de un gol. Víctor Hugo Morales supo construir un relato fascinante para describir lo que estaba viendo sobre el terreno de juego. Esa importancia que cobra la narración deportiva dentro de las emociones y los momentos únicos que vive el aficionado al escuchar a un narrador, es el motivo principal de mi trabajo.

Según recoge el artículo: ¿Cuál fue la primera retransmisión de un partido de fútbol en la historia de la radio? del periódico *20Minutos* (31/7/2014), la primera retransmisión futbolística de la que tenemos constancia se dio el 22 de enero de 1927 en la BBC. A través de la voz de Henry Blythe Thornhill (más conocido como Teddy Wakelam) en Radio Times, se contó lo ocurrido en un partido liguero entre el Arsenal y el Sheffield United.

Una propuesta llevada a cabo por George Allison, un periodista que trabajaba para el Arsenal, tuvo que ser rechazada en primera instancia debido a las distintas dificultades administrativas encontradas por la emisora. A pesar de esto, pudieron llevar a cabo la narración apoyada por una plantilla publicada en la BBC por el productor Lance Sieveking para que los oyentes pudieran entender los términos empleados por el narrador.



Plantilla de Lance Sieveking/ Fuente: 20Minutos

Según la RAE, narrar es contar, referir lo sucedido, o un hecho o una historia ficticios. Por tanto, la narración deportiva intenta construir un relato sobre lo que está sucediendo, con el único objetivo de informar y permitir a la audiencia vivirlo como si estuvieran presentes en el estadio. Apoyándonos en la Real Academia Española y en la voz de los periodistas expertos sobre la materia, podemos decir que la narración futbolística es

contar un hecho que sucede en un terreno de juego mediante la construcción de un relato lingüístico, con el objetivo de informar a una audiencia.

En cuanto a los narradores se refiere, hay que diferenciar dos tipos dependiendo del medio para el que realicen la retransmisión. Aunque en el marco teórico desgranaremos de forma perspicaz las principales diferencias entre la televisión y la radio, cabe destacar algunos aspectos importantes sobre este asunto.

El primer tipo de narrador, los de radio, tienen como objetivo principal situar al oyente en el terreno de juego y abarcar el mayor tiempo posible mediante su voz. Por el contrario, el narrador televisivo juega con mayor ventaja, ya que tiene el recurso de la imagen, la cual puede servir de gran apoyo a la hora de construir un relato. Relato que empieza desde los operadores de cámara, pasando por el realizador y terminando en la voz del periodista.

Hay que poner en valor, sobre todo en la radio, que muchas personas no tienen otra opción para poder escuchar el partido de su equipo, ya sea por distintas circunstancias: Conducción de vehículos, problemas visuales o no disponer de señal TV. Por lo que un narrador debe entender e interiorizar que se debe a una audiencia concreta y no dejar de lado la parte sentimental.

La narración deportiva de fútbol es uno de los grandes reclamos de las audiencias. Se ha convertido en uno de los grandes fenómenos de la televisión tanto pública como privada y para mostrar su importancia, cabe poner el valor la tabla de YMedia sobre los datos de espectadores:

TELEVISIÓN

TV privadas	58,2	142	66,7
T5	22,4	23	11,0
A3	24,1	19	9,0
Cuatro	20,7	10	4,9
La Sexta	23,6	15	6,8
8TV	7,1	2	0,9
TRECE	7,3	4	1,9
ATRESERIES	6,9	5	2,2
BEMADtv	4,8	1	0,6
BOING	4,9	2	1,0
DISNEY CHANNEL	3,5	1	0,6
DIVINITY	6,1	4	2,0
DKISS	5,1	2	1,1
DMAX	8,5	4	1,8
ENERGY	7,6	6	2,8
FDF-T5	9,9	5	2,4
GOL	4,0	1	0,5
MEGA	7,5	3	1,5
MOVISTAR LALIGA	1,4	1	0,4
MOVISTAR LIGA DE CAMPEONES	0,7	0	0,2
NEOX	10,0	5	2,4
NOVA	4,8	4	1,7

Datos de TV privada. Fuente: Ymedia (2021)

Si hablamos de audiencias, los partidos de fútbol en televisión se encuentran en la cúspide de la pirámide. Las diez emisiones más vistas de la jornada corresponden a partidos del deporte rey y programas deportivos en Movistar LaLiga, con una media de 1.834.000 espectadores por partido en la temporada 2020/2021. Movistar y Gol TV gozan los

derechos de los partidos más importantes de las principales ligas europeas y, por tanto, es la única forma de ver este tipo de partidos en España. Aunque hay que destacar que para el presente 2021, Mediaset ha adquirido los derechos para emitir la Eurocopa.

Para contextualizar los datos de la gráfica, hay que destacar que estos contenidos son exclusivos y se alcanzan mediante pago. Además, solo ofrecen fútbol. Se encuentran justo por debajo de los principales canales en abierto, con números que superan a Neox o Nova entre otros, cuya temática se basa en el entretenimiento.

Final de la Copa del Rey 2020



Fuente: La Fórmula TV

La final de la Copa del Rey 2020 se ha jugado un año más tarde (05/04/2021), aunque a los aficionados de la Real Sociedad y el Athletic Club poco les ha importado. En un año diferente como es el 2021, -donde hay que poner en valor que no pueden asistir aficionados a los estadios- las audiencias futbolísticas han aumentado.

El derbi vasco por el título fue visto por 4 millones de personas en Telecinco, ocupando un 27,3% de la audiencia total del sábado 3 de abril. A pesar de que se disputó un año más tarde, sus números no se vieron afectados, debido a que estaba en juego el título y el interés por ver a dos rivales directos. Asimismo, los cierres de comunidades autónomas propiciaron la ausencia de aficionados de la Real y el Athletic, sin posibilidad de acudir al Estadio de la Cartuja.

Clásico Real Madrid – F.C. Barcelona

Los enfrentamientos entre dos de los mejores clubes del fútbol mundial son seguidos por la inmensa mayoría de hinchas de todas partes del globo terráqueo. A pesar de que muchos medios internacionales se hacen eco de un partido único, nos vamos a centrar en el medio español que goza de sus derechos: Movistar.

Según los datos de la Fórmula TV, El Real Madrid – Barcelona del pasado abril de 2021 arrasa con un 11,7% en Movistar La Liga. Para poner en contexto el porcentaje de *share* de ‘El Clásico’, fue el programa con más audiencia tras los dos canales referentes en la televisión en abierto. Lo más visto fue el ‘Sábado Deluxe’ de Jorge Javier Vázquez con el 15% de la audiencia total, tras esto, Antena 3 gozó de un 12,7% con la película "Un golpe con estilo".

Por otra parte, los clásicos son los partidos que más expectación levantan y los datos históricos lo avalan, pues en 2011 el enfrentamiento entre merengues y culés tuvo el mejor minuto de oro de la historia de una retransmisión deportiva en España con 16,8 millones de espectadores.

RADIO

Pepe Domingo Castaño (2021) nos hablaba sobre la importancia de entretener en la radio, apelando a que es el medio donde se encuentra la mejor simbiosis entre el entretenimiento y la información propiamente dicha:

“En la radio encontrarás a unos amigos que lo dan todo para que puedas escuchar el fútbol con una cerveza y una tapa de jamón para que no te enfades con tu equipo. Esa pasión y empatía por el oyente solo la puede encontrar en la radio”.

Por su parte, la radio está más viva que nunca. En la primera ola de 2021, el Estudio General de Medios (EGM) ha mostrado datos, los cuales evidencian que la radio sigue siendo uno de los medios de confianza para los amantes del deporte. Las principales emisoras para escuchar fútbol son Cope, Ser y Onda Cero.

La Cope, de la mano de Paco González y Juanma Castaño se han convertido en los líderes de deporte en España. Tiempo de Juego, programa en el que realizan las retransmisiones del fin de semana tiene 1.655.000 oyentes. Repartidos en 1.547.000 los sábados y 1.762.000 los domingos. Su competidor más directo, la Cadena Ser mueve datos bastantes competentes, en su caso, dispone de 1.503.000 personas detrás de la radio en la jornada de sábado y 1.304.000 los domingos. Mientras que el Larguero, programa deportivo entre semana dirigido por Manu Carreño, cuenta con 746.000 oyentes.

La nota negativa viene dada por dos cadenas: Onda Cero y RNE. Un descenso de oyentes, el cual vamos a intentar discernir en las siguientes líneas. Centrándonos en el primero de los ejemplos, hay que hablar de dos tipos de programas en cuanto a las retransmisiones del fin de semana se refiere. En primer lugar, Radio Estadio (sábados y domingos) lleva una línea descendente desde la tercera ola de 2019, no obstante, sus números se encuentran por encima de otro tipo de emisoras. Son 377.000 durante el transcurso del sábado y 339.000 en la del domingo, donde suele estar el mayor grueso de partidos. Sin embargo, ha ocurrido un hecho que ha terminado por poner la puntilla a un programa intersemanal con poco interés: Jose Ramón de la Morena. El veterano periodista decidió

abandonar a la disciplina radiofónica en el fin de la temporada deportiva, un movimiento que ha supuesto una remodelación necesaria dentro del propio espacio. El Transistor ha quedado con 288.000 oyentes, frente a los 256.000 que tuvo durante la tercera ola de 2020. Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021) asegura que:

“La radio tiene muchas virtudes con respecto a la televisión que solo nos aventaja en la imagen. La publicidad es otro arte diferencial junto a la emoción de los partidos y eso le gusta al oyente. Los narradores de tv cada vez se parecen más a los de radio y eso no es casualidad, antes era otra forma de entender la profesión y eran incapaces de competir con la radio, por eso, creo que está muy bien poder cambiar las opciones de audio en los canales de televisión. Se trata de algo mágico y el secreto es que te introduce mucho más en los partidos”.

Para concluir con la introducción, debemos poner en valor los libros de estilos, algo que desarrollaremos en el marco teórico. No tenemos demasiada información sobre los manuales de estilos deportivos, por lo que intentaremos descubrir los entresijos de una vertiente del periodismo donde se debe manejar con mayor minuciosidad el lenguaje empleado. Términos como “tiempo reglamentario” o el uso reiterado de muletillas son cosas a tener en cuenta, sobre todo, para emplearlos de una forma más correcta. Por su parte, encontramos un mayor desarrollo de libros de estilos para las nomenclaturas empleadas en medios escritos y online, pero la televisión y la radio no tiene un sendero claro, más allá de las líneas rojas establecida por los medios.

Desde el punto de vista de los verdaderos protagonistas, los futbolistas, hay una línea personal que no debe ser sobrepasada. He tenido la oportunidad de hablar con Julio Fariña (exfutbolista y CEO de Footters) y Alejandro Pozo (jugador de Primera División) sobre este ámbito y ambos, desde su visión, aseguraban que se trata de un error -por parte de los comunicadores- entrar en valoraciones personales sobre los jugadores. Una delgada línea, que según Fariña (Entrevista personal, 05/2021): “solo son capaces de reconocerla los grandes comunicadores, algo que acaba marcando la diferencia entre los buenos y los mejores”. Según Alejandro Pozo (Entrevista personal, 05/2021), una mala opinión puede llegar a influir en el rendimiento de un futbolista sin preparación psicológica:

“Depende del jugador, si estas bien y eres joven el trato es genial. No obstante, los medios a día de hoy tienen mucha mano y pueden influir en enorme medida en la carrera de un futbolista. Aunque pensamos que no tienen tanta influencia, mi carrera me ha demostrado que es así. No creo que a un futbolista le influyan las opiniones de la prensa, porque a la hora de disputar un partido, estas centrado en jugar. Puede influir para cosas externas, pero no en el propio juego. Al final, en este mundillo te vas a encontrar con críticas de todo tipo, pero saber superarlas es parte de la madurez del futbolista”.

Otro colectivo intrascendente lo vemos desde el punto de vista arbitral, se encuentran expuestos a la opinión pública ya que en la inmensa mayoría de ocasiones son la justificación de la derrota.

En la actualidad las audiencias buscan un perfil de periodistas masculinos, debido a la falta de conocimiento que existe con respecto a los perfiles femeninos en la narración. Es cierto que, en los últimos años, las mujeres están acaparando el foco de los programas deportivos, incluso podríamos afirmar que en muchos ámbitos existe una igualdad

absoluta en cuanto a oportunidades, salario... No obstante, en la narración solo Danae Boronat y Sara Giménez han protagonizado una transmisión al más alto nivel. Eso nos hace reflexionar con respecto a un asunto que desarrollaremos en el marco teórico.

Otro aspecto que se antoja fundamental el apoyo de un comentarista, sin un perfil claro, de hecho, pueden ser exfutbolistas o periodistas especializados en el ámbito deportivo. La sinergia entre ambos actores se antoja clave para terminar de aportar una calidad sublime desde el punto de vista informativo y del entretenimiento.

En último lugar, conoceremos de primera mano la opinión de muchos de los narradores del panorama nacional sobre los ámbitos que debe controlar un periodista deportivo para llevar a cabo la narración, así como la valoración sobre las nuevas formas de trabajo y el papel del locutor en esta nueva vorágine de plataformas que están surgiendo en la última década. Como hemos podido ver en los datos ofrecidos anteriormente, las retransmisiones de fútbol se han convertido en una de las principales fuentes de entretenimiento en la televisión y la radio nacional. Periodistas de la talla de Pepe Domingo Castaño, Miguel Ángel Román o Lluís Izquierdo han opinado respecto a este asunto.

2. Justificación del tema

La narración deportiva es un fenómeno que afecta a un gran número de población. Los niños sueñan con ser Manolo Lama o Carlos Martínez, pero algo está cambiando, ya que las niñas quieren ser Danae Boronat o Susana Guash para gritar los goles de su equipo, aunque el camino no es fácil. Personalmente, fui uno de esos niños y desde edades tempranas he querido estar en contacto con los medios, pero nunca he encontrado un manual o libro de estilo que me permita aprender sobre el tema, ni conocer las pautas básicas para emplearlas en la locución. Por tanto, esa inquietud que tuve ese día como niño, he querido solventarla a las futuras generaciones que se aventuren en esta locura.

Mi idea es sentar las bases de un futuro manual de estilo con el objetivo de ayudar a las futuras generaciones en el camino de ser narrador deportivo, así como, aportar a la profesión una serie de bases teóricas escasas en el ámbito que nos concierne. Puede parecer algo alocado debido a la falta de teoría que existe en una vertiente de la profesión donde prima la espontaneidad y la necesidad de los periodistas de crear su propio sello o estilo para diferenciarse del resto de sus compañeros. Además, los medios de comunicación buscan establecer una serie de parámetros propios que permita ser único en ese proceso de diferenciación en sus 'rivales' por las audiencias.

Al fin al cabo, se trata de una realizar un TFG sobre el ámbito periodístico que más me apasiona, la narración para mi significa trasladar la pasión que vivo como aficionado dentro del micrófono. Siempre apoyado en el buen uso del lenguaje, se intenta contar lo que sucede dentro del terreno de juego y discernir las claves para que el oyente pueda entender lo que está pasando. Es complicado establecer una serie de elementos comunes porque cada uno de los profesionales que desarrolla la profesión tiene su propio estilo, que incluso podría considerarse una gran virtud en lo que a la variedad se refiere. Mediante el uso reiterado de expresiones lingüísticas correctas, hay que ser capaz de expresar la emoción que siente cualquier aficionado a la hora de sentarse a ver a su equipo, la espontaneidad a la hora de soltar

La falta de datos oficiales, de manuales respaldados por la investigación han sido las principales causas de realizar mi TFG, entre otras cosas, con la idea de redactar un futuro libro de estilo estándar. A pesar de la falta de documentación, el amplio y numeroso listado de fuentes permitirá conocer distintas visiones del tema a tratar. Periodistas, árbitros y jugadores han pasado por el micrófono de mi grabadora para conocer los aspectos comunes para llevar a cabo una correcta narración futbolística.

A la hora de buscar información al respecto, me ha llamado la atención la gran vulnerabilidad que existe en grupos minoritarios como las mujeres narradoras o los árbitros, por lo que he visto oportuno dedicarle un espacio necesario para reivindicar su participación. José Luis Rojas (2010), asevera las siguientes palabras acerca de este ámbito:

“La comunicación deportiva está considerada como una de las manifestaciones periodísticas que de forma más clara transmite estereotipos sexistas. Para muchos, esto es debido a que este periodismo flota sobre una actividad que históricamente ha sido dominada por el género masculino y cuestionado para las mujeres. Pese a que la incorporación de la mujer al mundo del deporte ha sido notoria y se ha producido con rapidez en las últimas décadas, los marcos socioculturales hacen que todavía se reflejen ciertas desigualdades en cuanto a la configuración de las identidades y las asignaciones de roles de uno y otro sexo en este tipo de periodismo”.

3. Objetivos del estudio

El objetivo principal del trabajo es asentar una serie de bases con el objetivo de realizar un libro de estilo sobre la narración futbolística. No obstante, para ello se realizará un repaso por los diferentes ámbitos para tener en cuenta.

Si nos centramos en el primero, tras un exhaustivo estudio sobre los libros de estilos de todos los medios de comunicación de España, he llegado a la conclusión de que no existen una serie de pautas comunes para realizar una buena narración. Hay que poner en contexto, que se trata de un ámbito ambiguo en el que cada periodista tiene su propia visión sobre la forma de realizar su trabajo. Asimismo, las distintas formas que están surgiendo en los últimos tiempos ha incrementado en mayor medida la incertidumbre sobre una vertiente del periodismo fuera de los cánones de la profesión. Andrés Ocaña (Entrevista personal 03/2021), narrador de Cope Sevilla, asegura:

“Como espectador pienso que hay que hablar correctamente, pero no hacer de la narración un libro de sinónimos y expresiones pedantes o palabras rebuscados. No creo que las narraciones deban tener una exaltación del lenguaje y pedante en cuanto al lengua”.

El ritmo, el lenguaje o la emoción son tres de los principios básicos que debemos tener en cuenta a la hora de llevar a cabo una narración futbolística. Esta forma de narrar al estilo radio o televisión, las expresiones mal empleadas o redundantes son algunos de los

aspectos que vamos a tratar a lo largo del marco teórico de nuestra investigación. En concreto, el ritmo es un aspecto tremendamente importante, por lo que tendremos en cuenta los principales aspectos para imprimir un énfasis correcto dentro de la propia retransmisión.

Aunque como normal general el lenguaje es cuidado de forma cautelosa, es importante demostrar si es cierto. Es decir, analizar las formas lingüísticas para desarrollar el relato y demostrar una buena aplicación desde el punto de vista gramático.

No hay un consenso sobre la figura de la mujer como narradora, vamos a indagar sobre el origen del problema mediante la voz de los expertos que participan en el TFG. Por otra parte, el fenómeno de las nuevas plataformas y de Ibai ha provocado una cierta revolución en el sector periodístico que avanza a pasos agigantados. Lo cierto es que, con ellas, han llegado nuevas formas de narración y entretenimiento, las cuales vamos a discernir en el desarrollo del TFG.

Uno de los objetivos principales es poner en valor el trabajo de los propios periodistas, ya no solo cuando se enfrentan a un directo de dos horas, si no cuando hacen un exhaustivo ejercicio de preparación. Para ello, pondremos en valor los diferentes aspectos que se deben cuidar para contextualizar de forma correcta un partido. Por otra parte, la industria de la información ha provocado que las empresas tengan que abaratar costes, por lo que los periodistas se han enfrentado a un hecho inédito: no estar en el foco de la noticia. Vamos a investigar sobre las consecuencias que conllevan las narraciones en los estadios, así como las principales diferencias con las realizadas en los estadios.

4. Metodología

La metodología de este trabajo se emplea mediante un el método Hipotético-Deductivo, con elementos descriptivos. Apoyado por un estudio de casos, basado en el análisis de los principales libros de estilo de los medios de comunicación del país, así como, la forma de narrar de los periodistas dedicados a la materia. Asimismo, he realizado una batería de preguntas que se han repetido a lo largo de todas las entrevistas con el objetivo de encontrar la información.

Siguiendo los pasos de la esencia pura de la ciencia, hemos planteado un problema: la falta de documentación sobre la narración futbolística. Algo que ha dificultado en enorme medida el proceso metodológico. Una hipótesis donde podemos ratificar las distintas características establecidas mediante el respaldo de los expertos, así como, la demostración ratificada en el marco teórico. El profesor Juan Luis Manfredi (Entrevista personal 03/2021) declara “la importancia de la creación de nuevos contenidos con carácter reivindicativo y social, con el que podemos acceder a un nuevo tipo de documentación inexistente hasta la época”.

Debido a que la intención de este TFG es realizar un libro de estilo, lo primero fue acometer un exhaustivo repaso por los principales manuales de los medios de comunicación nacional (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Canal Sur*...) para conocer los métodos utilizados. Además, tuve la oportunidad de dialogar con un especialista sobre el tema como el profesor José Luis Manfredi, así como otro reputado periodista y exdirector de la Radio y Televisión andaluza (RTVA), Joaquín Durán. Ambos me permitieron conocer de primera mano las fórmulas claves para comenzar mi trabajo y desarrollar el índice. Por otra parte, la profesora Aránzazu Román terminó de repuntar el comienzo de mi trabajo.

Con el objetivo de aclarar el concepto de estudio de casos, cabe destacar esta cita de YIN (1998), donde asegura que “una investigación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo en su contexto real, donde los límites entre el fenómeno y el contexto no se muestran de forma precisa, y en el que múltiples fuentes de evidencia son usadas”. Por lo que, tras hablar con el tutor del TFG, el profesor José Álvarez, emprendí mi camino hacia la búsqueda de protagonistas con el objetivo de contrarrestar la falta de documentos oficiales sobre nuestro tema. Sin más, el comienzo fue muy complicado por la poca accesibilidad de los expertos de las principales televisiones y radio nacionales. Por otra parte, la compleja situación sanitaria que estamos atravesando ha provocado que la inmensa mayoría de entrevistas se hayan realizado vía *online* o telefónica. Un hecho que desde el punto de vista informativo no afecta a la resolución del trabajo, pero que en lo personal supone un contraste de sentimientos por lo que podría haber sido, y no fue.

Aunque el esfuerzo de contactar por diferentes vías dio sus frutos, primero fue Fernando Evangelio quien atendió la propuesta sin problemas. Para que más tarde, se produjese el momento más especial desde que empecé la carrera de periodismo. Personalmente, tener la oportunidad de entrevistar a Pepe Domingo Castaño fue como cumplir un sueño, un trozo de anhelo y la sensación de haber hecho algo importante, al descolgar el teléfono y escuchar su mítico “¡Hola, hola!” fue como encender la radio y volver a sintonizar la Cope como cada tarde. Una buena ración de sabiduría para poner el colofón a mi trabajo con una leyenda radiofónica.

Lejos de acabar ahí necesitaba tener la versión de los verdaderos protagonistas: los narradores. Con mucha suerte, tuve la oportunidad de hablar con referentes de la talla de Andrés Ocaña (Cope), Miguel Ángel Román (Movistar), Héctor Ruíz (Gol TV), Lluís Izquierdo (Movistar), Jesús Márquez (Canal Sur) y Joaquín Durán (exCanal Sur). Con los intentos frustrados con Carlos Martínez o Manolo Lama, de los que ni siquiera obtuve respuesta. Mientras que por falta de disponibilidad no pude concretar una cita con Antonio Esteve y José Manuel Oliva. Por otra parte, comentaristas deportivos como el mencionado Fernando Evangelio y Tomás Furest terminaron por completar el proceso de entrevistas en cuanto a las narraciones se refiere.

Aunque este elenco de periodistas me aportaba información necesaria para recopilar la información necesaria, creo oportuno tener todas las visiones relacionadas con los distintos actores que entran en juego dentro del mundo del fútbol. Por tanto, tuve la oportunidad de hablar con Julio Fariña, dueño de una de las 35 mejores empresas de comunicación de este país, Footters, y exfutbolista. Al estar en contacto con dos de los principales aspectos de lo que necesitaba versión, su participación ha sido clave para

conocer las dos vertientes. Otra entrevista necesaria para desarrollar el trabajo ha sido la llevada a cabo con Alejandro Pozo, actual jugador del Sevilla FC.

Un trabajo basado en la claridad y la concisión para que pueda ser legible por todo tipo de públicos, con una amplia documentación en lo que al lenguaje se refiere, ya que se trata de los pocos ámbitos en los que existen documentos escritos. Por tanto, como técnica metodológica se ha realizado una selección de las expresiones mal empleadas en las narraciones (muletillas, anglicismos, machismos...) así como un análisis de las diferentes formas de narrar.

5. Marco teórico

A. Libros de estilo

Para entender el verdadero significado de ‘Libro de Estilo’ debemos entender los dos conceptos que lo componen, según la RAE:

- Libro: Obra científica, literaria o de cualquier otra índole con extensión suficiente para formar volumen, que puede aparecer impresa o en otro soporte.
- Estilo: Modo, manera, forma de comportamiento.

Para Alicia Gerena (31/01/2019): “Un libro de estilo periodístico es un conjunto de normas de uso interno que establece cada medio para la redacción de noticias y la presentación de originales al público con el objetivo de ser más eficaz en la comunicación”.

En este caso, vamos a desgranar las condiciones -de forma general y estándar- que debe recoger un narrador deportivo a la hora de encarar una narración futbolística. Estas instrucciones son genéricas y podrían ser utilizadas por cualquier medio, aunque cada uno debería matizarla dependiendo de sus intereses y sus destinatarios. Ya que no se debe olvidar a la audiencia en la que quiere asentar su horquilla. Con esto queremos asentar las bases y las dificultades que pueden aparecer a la hora de encarar una narración deportiva. Este libro obedece a los patrones de libros de estilo y no está pensado para un medio en particular, sino para todos en general. Cada parte debería ser personalizada con la editorial del medio que quisiera copiar este formato.

Los libros de estilo tienen su origen en el mundo anglosajón y se fue asentando en Estados Unidos. Aunque han entrado relativamente reciente en la comunicación, pasó por el mundo iberoamericano y, posteriormente, el fenómeno se desarrolló en España. A pesar de que su origen no es del todo claro, los historiadores aseguran que copiaron las formas creadas en las universidades, donde los primeros fueron el de la Universidad de Chicago (1906) y Universidad de Oxford (1893).

Centrándonos en el ámbito periodístico lo publicó la Escuela de Periodismo de la Universidad de *Missouri* en 1910, algo que serviría como antesala para que la agencia

United Press Internacional fuese la primera agencia en publicar un libro de estilo, a la que posteriormente se le sumaron *Reuterus Stylebook* (primera en Europa) en 1978 y, en Francia, la *Agence France Press* hizo lo propio en 1982. No fue hasta la década de los 60 cuando los libros de estilo se presentaron al público en un periódico, de la mano de los medios referentes en Europa: *The Guardian* y *The New York Times*.

En España, el fenómeno de los libros de estilo fue tardío, y no fue hasta 1970 cuando se publica el Manual de Estilo de la AP en español. Aunque el diario pionero en España fue El País. Con el primer libro de estilo en un periódico en nuestro país, del que se nutrieron el resto de los medios para conformar el suyo. La primera edición se redactó en 1980 a cargo de Julio Alonso, uno de los fundadores y por aquel entonces, redactor jefe del diario. El periodista Álex Grijelmo (1997), nos resume las bases:

“Al principio el Libro de Estilo albergaba solamente unas reglas de orden interno, y no se publicaron. Su objetivo fue y es dar coherencia a los textos del diario y marcar unas normas de conducta”

Si en algo se caracterizan los libros de estilos es por su continua evaluación a lo largo de los años, y el claro ejemplo es El País, pues ya cuenta con su 40 edición. La riqueza lingüística del castellano hace que los medios de comunicación estén sujetos a cambios continuos, y retocan sus ediciones de forma continuada. Asimismo, dentro del propio manual, encontramos tres partes diferenciadas: tratamiento de temas controvertidos, lenguaje e identidad del medio.

La primera parte tiene que ver con una especie de manual que indica a los redactores como tienen que hacer ciertas cosas, debido al carácter opinable de las cosas. Sirve de marco para tener claras las ideas con las que hay que trabajar. Mediante esta forma de establecer “reglas” no hay sitio para la interpretación sobre asuntos controvertidos, un claro ejemplo lo podemos ver en el mundo del fútbol. Si trabajas en el Diario de Cádiz, lo más importante informar sobre la actualidad del equipo gaditano, a pesar de que haya otras informaciones o el propio periodista tenga otro tipo de preferencias. A modo de resumen, podemos catalogar a esta parte como un diccionario de aspectos comprometidos.

Si algo no se puede descuidar en un medio, es el lenguaje. Dentro de la gran variedad que nos ofrece el mismo, un libro de estilo tiene que servir para que los redactores tengan claro los aspectos para realizar su trabajo. Por ello, la segunda parte tiene como objetivo aclarar dudas gramaticales o expresiones orales en el caso de la radio, las cuales son de obligado cumplimiento para el medio. Para explicar de una forma más clara, nos remitimos a las palabras del experto en la materia, el profesor Juan Luis Manfredi (Entrevista personal 03/2021):

“Nadie te va a decir como tienes que jugar al fútbol, pero los equipos te obligan a jugar con una camiseta, pantalón y medias concreta. Por tanto, esto se puede extrapolar al mundo del periodismo, donde debes adecuar tu forma de escribir o de hablar al medio donde desarrollas tu trabajo”.

En esta tercera parte, se aclaran las características que diferencian al medio del resto. Como pueden ser las instrucciones sobre el diseño del propio medio del que se esté tratando: como hacer la entradilla, titulares... Una especie de descripción de lo que

quieres que sea su medio, y es aquí donde llegamos al punto clave de nuestro trabajo. El País comercializó su primera edición en 1990 y el trabajo fue tan bueno, que los medios españoles lo copiaron. Aunque al pasar un tiempo, se daban cuenta que había puntos en los que no podían abordar, ya que se trata de un libro de estilo personalizado para el medio mencionado. La clave de esta investigación es establecer una serie de bases que identifiquen a la narración futbolística del resto de géneros periodísticos y asentar unos elementos comunes de mano de los expertos mencionados en el punto de la metodología.

Para finalizar con este punto, Eduardo Gil (Entrevista personal, 2021) habla sobre aplicación del libro de estilo en Canal Sur:

“Claro que tenemos presente el libro de estilo, aunque el mayor libro de estilo es el que tenemos en la cabeza, es decir, el sentido común. Me molesta mucho que mis locutores utilicen el dequeísmo o el adverbio como evidentemente. Una persona que lleva a cabo un directo de bastantes horas es normal que cometa errores, la radio antes era así con 8 horas de trabajo para culminarlo en una hora de trabajo, mientras que ahora tienes 8 horas de trabajo y solo una hora para prepararlo. Otro error es mezclar información con opinión, las campañas que se puede llevar a cabo contra una persona, el periodista de bufanda... en definitiva, lo que está por encima del respeto por la propia profesión”.

El libro de estilo de canal sur radio está lejos del periodismo de bufanda, la evolución del periodismo se está viendo en otros canales, donde se opta por la espectacularización de la información más allá de la propia información. Nosotros buscamos avanzar mediante el sentido común queremos no perder el norte”.

Por otra parte, ponemos dos ejemplos de medios convencionales con más repercusión: Movistar y Cope. En el caso de la televisión, Lluís Izquierdo (Entrevista personal 03/2021) afirma:

“No solo no tiramos de libro de estilo, si no que nadie nos ha dicho nada. Creo que es mérito nuestro ya que nos hemos nutrido de las mismas fuentes y nos retroalimentamos en este sentido. Sin tener una referencia escrita, siempre hemos mantenido una línea muy parecida en la narración y somos inteligentes y sabemos para quien trabajamos. No creo que el público de movistar busque este tipo de narración”.

Mientras que en el caso de la cadena Cope, Antonio Ruíz (Entrevista personal 06/2021) nos desgrana la forma particular de trabajar junto a sus compañeros:

“El equipo de Tiempo de Juego tiene una forma particular de hacer radio, tenemos un estilo que no tiene que ver con la empresa que nos contrate. Pero cada uno sabe donde trabaja y para quién trabaja, y no sobrepasar la línea que te marcan. Nadie en la Cope te dice como tienes que hacer tu trabajo, con absoluta libertad siempre respetando los límites”.

B. Principales características de las narraciones futbolísticas

El lenguaje es la principal herramienta empleada por los periodistas para relatar los hechos. En las retransmisiones deportivas cobra más importancia si cabe, mediante el buen uso de sus voces podemos conocer de primera mano lo que ocurre dentro y fuera del terreno de juego. El narrador tiene la obligación de ser lo más descriptivo posible, utilizando recursos lingüísticos para situar al oyente en un contexto comunicativo acorde con lo vive cada persona que se encuentra en el lugar de los hechos. Para poner en valor esta afirmación, cabe destacar el ejemplo de “el Maestro”, José Antonio Sánchez Araújo:

“Si no sabes donde se encuentra la pelota, tira de recursos para describir lo que sucede a tu alrededor: que una mujer viene muy abrigada para la temperatura que hace o que bien se come en la localidad.”

Lo cierto -y me atrevería a decir que lo bonito- de este ámbito es la gran variedad de registros lo caracteriza. No existe un libro de estilo para abordar la narración futbolística exclusivamente, por lo que cada uno tiene su forma personal y única de contar los hechos, lo que provoca la existencia de un sinnúmero de formas para transmitir un encuentro. Existen numerosas características, aunque nosotros -de la mano de expertos en la materia- vamos a desglosar los aspectos esenciales para construir un buen relato futbolístico.

- La voz

No hace falta tener una voz demasiado grave para narrar, de hecho, el narrador por antonomasia, Carlos Martínez, ha aclarado en numerosas ocasiones que su voz puede resultar irritante cuando alcanza tonos altos. No hay voces más o menos aptas, la clave está en aplicar de forma adecuada las técnicas de narración. Sin embargo, debe reclutar una serie de aspectos básicos como la potencia y no se debe caracterizar por ser excesivamente sibilante.

Para alcanzar el punto álgido de nuestras cuerdas vocales, es necesario realizar un ejercicio de calentamiento. De no hacerse, se puede caer en la desintonía donde la propia voz pierde calidad acústica y adquiere mayor suciedad.

La voz es la principal herramienta de trabajo para los periodistas, ya que es la única forma de llegar a la audiencia en radio o televisión. Si un guitarrista rompe la guitarra, puede comprar otra, si un comunicador pierde su voz no podrá trabajar. Por lo que cobra gran importancia el cuidado y mantenimiento de esta.

Para ello, debemos evitar los factores de riesgo. Los principales son el alcohol y el tabaco, los cuales provocan un efecto perjudicial sobre la mucosa de las cuerdas vocales. Por otra parte, es necesario evitar las exposiciones de polvo, vapores irritantes y aire acondicionado con el objetivo de evitar una irritación laríngea que tendrá como consecuencia una pérdida vocal.

- Personalidad

Como dice el refrán popular: “cada maestrillo tiene su librillo”. Cada narrador tiene sus pequeñas argucias para encarar las retransmisiones, con los que tiene que ir creando su estilo personal. Es fundamental tener afán de protagonismo, sin dejar de lado la humildad, para encontrar el visto bueno de la audiencia.

Para crear tu propio estilo, es interesante escuchar a narradores diferentes y quedarte con lo mejor de cada uno para tener rasgos diferenciales sobre el resto y marcar un poco de tendencia sobre tu figura como periodista. Andrés Ocaña (Entrevista personal 03/2021) es claro y tajante sobre este asunto: “Con vergüenza no se puede narrar, lo peor que le puede pasar a un narrador es ser plano”.

Para narrar, a la hora de colocarte delante del micro debes contar a la audiencia lo que ves, cómo lo ves y por qué lo ves así, y todo eso tiene un nexo de unión que es la personalidad. Se trata de una recolecta de todas tus experiencias: tu vida, recuerdos... y todo aplicado a la inmediatez de una retransmisión deportiva, la que te obliga a realizarlo a una velocidad muy exigente. Si hablamos de personalidad en cuanto a la narración se refiere, ese es Héctor Ruíz. La voz de la Liga SmartBank se hizo famoso por su expresión: ¡Te lo canto! ¡Te lo canto! Una forma de enfatizar en los goles y que le ha otorgado de una identidad propia. Héctor Ruíz (Entrevista personal, 03/2021) asevera:

“Es vital en un mundo laboral donde el marketing se ha convertido en un pilar fundamental, y las televisiones pueden poner cortes en las distintas plataformas y en redes sociales. Más allá de la marca o el sello de identidad, fue algo esporádico que me salió de dentro y es fundamental en mis narraciones. Lo utilizo cada vez que considero que un gol es bonito o tiene mayor importancia sobre el juego. Fue una casualidad y se ha convertido en parte de mi”.

Una vez diseñado tu propio patrón narrativo, lo importante es evolucionar con la profesión sin olvidar las formas empleadas. Para Jesús Márquez (Entrevista personal, 03/2021): “Tu estilo personal es donde más cómodo te encuentras”. Esa zona de confort aporta mayor calidad informativa y confianza a la audiencia. Asimismo, podemos encontrarnos casos de personas que escuchan una retransmisión por el mero hecho de que su periodista favorito sea el encargado de dirigirla. Miguel Ángel Román (Entrevista personal, 04/2020) aclara sobre el tema:

“Es cierto que existe una corriente que defiende esto. Para mí es diferente, aunque estés escuchando a un narrador en concreto, igualmente la emoción sigue ahí. Sigues celebrando ese gol independientemente de quien te lo cuente”.

Muchos narradores son capaces de desarrollar una capacidad para entretener y enganchar a la audiencia dentro de unos parámetros personales, y una serie de latiguillos que lo caracteriza por encima del resto, “con una capacidad para enamorar a las personas” (Antonio Ruíz, Entrevista personal 03/2021). Estos registros crean en el oyente la necesidad de conocer la opinión de periodista y como lo cuenta. A modo de conclusión, tu estilo personal crea una relación más personal con el público.

- Improvisación

La improvisación es uno de los factores diferenciales con respecto a otros ámbitos del periodismo. En una época donde la organización es un pilar fundamental, con escaletas exhaustivamente preparadas, este tipo de formatos son tremendamente atractivos para la audiencia, como se diría coloquialmente: se sale del guion.

Está estrechamente relacionada con el ritmo, ya que debes tener una gran agilidad mental en décimas de segundos, no obstante, hay cierta dependencia con la inspiración o con el estado de ánimo del periodista. Solo los grandes profesionales son capaces de hacer gala de la espontaneidad con cierta normalidad, por lo que en los comienzos es aconsejable evitar este tipo de situaciones. Jesús Márquez (Entrevista personal, 03/2021) asegura:

“Cuando das un partido que no conoces muy bien a los jugadores, te genera mucha desconfianza y son los que más me preparo. Si doy un partido de Sevilla o Betis me encuentro más cómodo y soy capaz de aplicar mi toque personal con improvisación.”.

Cuando encaras una narración de varias horas, donde el único contexto viene dado por las imágenes y datos, debes desarrollar una gran capacidad de improvisación. Desde el punto de vista periodístico, representa una actividad tremendamente compleja, pues llevas los mandos de un suceso en el que puede ocurrir cualquier cosa. Por tanto, los narradores deportivos tienen más facilidad para encarar otros formatos con un tono más sosegado. Lluís Izquierdo (Entrevista personal, 03/2021) nos aporta su opinión al respecto:

“Los presentadores de televisión, por poner un ejemplo, tiene todo bajo control. Todo se encuentra escaletado y no cabe la improvisación, sin embargo, nunca se han enfrentado a dos horas de directo como hacemos los narradores y estoy seguro de que tendrían mayor dificultad”.

Hay que tener claro que la improvisación no es una cualidad innata como si pudiera ser la propia capacidad para narrar. La experiencia a lo largo de los años te otorga las competencias necesarias para improvisar, lo que se trata de un elemento esencial para aportar ritmo. Tiene cierta relación con la preparación de los partidos, pues los datos deben ser abundantes para abarcar más de dos horas de directos, no obstante, los periodistas más contrastados pueden encarar la retransmisión de una forma más sosegada sin tantas referencias. Por tanto, podemos afirmar que es un aspecto que se trabaja con el paso de los años, y otorga mayor fluidez a la propia narración.

- Conocimiento del juego

Es importante conocer el juego para transmitir de una forma coral las cosas que suceden dentro del terreno de juego, aun así, no debes extralimitarte a la hora de utilizar un lenguaje demasiado técnico. Complicar en gran medida el mensaje, el cual puede desvirtuar el código con el que se llega al oyente.

Asimismo, puede caer en la precariedad de adentrarte en el espacio del comentarista, quien debe realizar las apreciaciones o comentarios desde un punto de vista más técnico. Según Héctor Ruíz (Entrevista personal, 03/2021):

“Puedo pecar un poco de anticipación, yo narro como si el que fuese a rematar la jugada fuese yo. Yo lo cuento como lo veo, lo siento y qué haría yo dentro del mismo, por lo que puedo ser más crítico”.

Por otra parte, hay que tener claro el conocimiento con respecto al fútbol femenino. No puedes ejercer juicios de valor hacia futbolistas que no son consideradas profesionales, y que compaginan su trabajo con el deporte. Además, es necesario conocer la fisonomía femenina y las limitaciones biológicas que puedan tener a la hora de encarar algunos

aspectos del juego. Muchos periodistas caen en el error de comparar los dos géneros sin tener en cuenta estos aspectos vitales para entender el Futfem.

Por tanto, concluimos en que el narrador debe tener un gran conocimiento del juego, aunque no debe entrar en valoraciones demasiado complejas ya que podría sonar demasiado técnico para la propia audiencia y, por otra parte, puede introducirse de forma errónea en el papel del comentarista.

- Emoción

Se trata de la premisa principal de una narración, según Eduardo Gil (Entrevista personal, 06/2021): “La radio es transformar una vivencia en imágenes sonoras para que el sonido nos cree esos escenarios en el cerebro que cada uno interpreta en su cabeza”. Por lo que debes transmitir esa emoción para que los oyentes conocer de primer mano de esas emociones. Tanto es así, que el propio Jesús Márquez (Entrevista personal, 03/2021) es capaz de ponerse en la piel de la audiencia que, por diferentes motivos, no puede ver el partido.

“Siempre me imagino que imagino que me está escuchando un enfermo, un taxista o un conductor de camiones que no pueden ver el partido y tengo obsesión por situar siempre el balón, utilizando el mayor número de sinónimos para que no sea repetitivo. Además, es importante transmitir mediante la voz esas emociones que se viven dentro del estadio”.

La emoción es la principal baza para llegar a lo más importante del fútbol: la afición. Los hinchas viven el fútbol de una forma diferente, los sentimientos por los equipos van más allá del deporte, y quieren que esa pasión sea transmitida por los periodistas. No obstante, no hay que confundir la emoción con la imparcialidad ni con el “periodismo de bufanda”. Esta forma de hacer periodismo se trata de una variante encaminada a la faceta más aficionada, con la defensa incondicional de su equipo y enarbolando la bandera de tu propio club por los programas. Un claro ejemplo es el Chiringuito de Jugones de Josep Pedrerol.

Para transmitir este tipo de emociones, la televisión tiene más complicado llegar al ámbito personal ya que debe atravesar numerosas barreras, lo que desvirtúa el mensaje. Sin embargo, en la radio solo encontramos al periodista y el micro con un sinfín de habilidades lingüística para “engatusar” al oyente, donde puede mostrar su versión más personal.

- El lenguaje

Desde el nacimiento del periodismo deportivo, se ha calificado en la profesión como una vertiente antiacadémica con un lenguaje fuera de los cánones, y en las narraciones se agrava este hecho. Y es que el periodista debe acomodar su vocabulario para que no sea demasiado ordinario ni tampoco demasiado técnico para que el aficionado pueda discernir de forma perspicaz aquello que quiere transmitir.

Para poner en valor la riqueza del lenguaje deportivo, hay destacar el nacimiento de los neologismos. Palabras que surgen para enriquecer el lenguaje y aportar un sentido innovador y creativo. Pueden ser de tres tipos:

- ✚ De forma: son aquellas palabras nuevas que proceden de la composición, derivación u otras alteraciones morfológicas de palabras ya existentes en español (ortografía.com; 01/ 2018).
- ✚ De sentido: consisten en nuevos significados que adquieren palabras ya existentes en español (ortografía.com; 01/ 2018).
- ✚ De construcción: Aquellas palabras que aportan un giro nuevo a la lengua.

Durante las retransmisiones deportivas se usa un tono desenfadado, sin necesidad de ser extremadamente pedante. La audiencia busca información, pero con grandes dotes de entretenimiento para crear controversias, debates internos e incluso polémica entre los propios compañeros. La clave se encuentra en adaptar el lenguaje a las distintas circunstancias que se suceden sobre el verde, no es lo mismo hablar cuando hay una tangana o cuando hay una celebración. Para Jesús Márquez (Entrevista personal, 03/2021):

“No hay que hacer las retransmisiones tan rococó, y simplificar más en lo sencillo. Además de contar lo que sucede, hay que tener la capacidad de entretener, intentando utilizar los recursos en el momento adecuado”.

Las narraciones tienen una gran complejidad, por lo que se abusa de frases hechas que se emplean de forma errónea. Tirar de tópicos o emplear términos bélicos son otros de los grandes errores cometidos por los periodistas nacionales en el fútbol y existen expresiones aceptadas mundialmente que no son lingüísticamente correctas. Se busca simplificar lo máximo posible el mensaje, por lo que se utiliza un lenguaje cercano al usado por los entrenadores y que puede resultar irritante en la audiencia.

Por otra parte, durante los comienzos del periodismo en España, se ha evitado que los acentos pocos prestigiosos imploran en los eventos de la televisión y radios nacionales. Con una representación mínima de los periodistas que emplean dialectos propios del vocablo del sur, tenemos un protagonista que destacó sobre el resto: Joaquín Durán.

Joaquín Durán era el narrador de los partidos del Real Betis y del Sevilla para Radio Sevilla desde 1985, cuando pasó a desempeñar la Dirección de programas deportivos de la cadena SER, en paralelo, Joaquim María Puyal comenzaba en Cataluña. El catalán era la principal competencia de José María García en las noches deportivas, por lo que se aventuró a narrar en catalán, por lo que la cadena Ser quería hacer algo parecido. Aquí es donde entra en juego nuestro protagonista, pues se le encargó una retransmisión en andaluz, debido a que el mismo 4 de diciembre (Día Nacional de Andalucía) se disputó un encuentro entre el Cádiz y el Sevilla de Primera División. El propio Joaquín Durán (Entrevista personal, 03/2021) afirma que no tuvo el éxito esperado:

“Tuve la sensación de que cambió poco porque la gente esperaba algo rompedor y muy distinto a lo que estaba oyendo normalmente. Se encontraron al narrador habitual de Radio Sevilla contando lo que estaba sucediendo con acento andaluz, es decir, de la forma en la que hablamos los andaluces cuando estamos en una reunión con amigos”.

Lo que sucedió con Durán es una evidencia de que el acento andaluz es uno de los grandes tópicos de los medios de comunicación de nuestro país. Su narración con la forma de hablar del sur no resultó pedante y fue acunado de una forma normalizada por aquellos que escucharon la narración. Por tanto, el acento no es un impedimento para hacer una buena narrativa de fútbol.

Además, cabe destacar que el propio lenguaje se encuentra en consonancia con lo que quiera transmitir la empresa, los valores más arraigados de la entidad comunicativa. Dos claros ejemplos son Tiempo de Juego y Footters. Antonio Ruíz (Cope) afirma que “nuestro equipo tiene una forma particular de hacer radio, tenemos un estilo que no tiene que ver con la empresa que nos contrate y el lenguaje empleado va siempre con nosotros”. Por otra parte, Julio Fariña (Entrevista personal, 05/2021) nos cuenta su visión empresarial ante este hecho:

“El lenguaje de nuestra empresa va más enfocado al ADN de Footters como empresa, me gusta algo más cerca de lo coloquial que de lo formalista. Le vendes al usuario el entretenimiento, unido a la pasión que cada uno tiene por su equipo, es la mezcla perfecta para enganchar a la audiencia”.

Aunque pueden parecer formas muy parecidas, a continuación, vamos a desglosar las principales diferencias que existen entre el lenguaje utilizado por los periodistas en la radio y la televisión:

➤ Radio

El lenguaje cobra mucha importancia debido a que es la única forma de llegar a la audiencia. Por tanto, debe ser un registro cercano a los oyentes, sin demasiadas florituras y aportando debate y controversia en las opiniones.

En la radio, el lenguaje tiene un denominador común: el entretenimiento. Dependiendo del medio -ya que los canales de las entidades pública son más formales-, podemos encontrar un tono más cercano a lo coloquial.

➤ Televisión

Hay que tener en cuenta que en la televisión los periodistas tienen el apoyo de la imagen por lo que, como hemos visto anteriormente, el ritmo es más lento. En ese proceso rítmico caben más figuras retóricas y un lenguaje mucho más técnico debido a que hay más tiempo para explicar los términos más complejos.

Los periodistas de Mediapro, -grupo de comunicación donde se ubican Movistar o Gol TV en el ámbito deportivo- se caracterizan por transmitir una imagen formal, con un perfil de persona seria, aunque en ocasiones pueden utilizar chascarrillos para romper la monotonía. Una forma de transmitir que aporta confianza a la audiencia, combinado con un excelente trabajo de preparación por parte de sus trabajadores. Lluís Izquierdo (Entrevista personal, 03/2021) aclara:

“Por lo que yo entiendo de TV, me da la sensación de que mis compañeros mantenemos un nivel alto en cuanto a lenguajes y no sobrepasamos la línea”.

➤ Formas de género

Una de las claves para hacer un buen uso del lenguaje es la concordancia, un error bastante habitual en los narradores encargados de cubrir los eventos del fútbol femenino. Tiene más lógica que utilizar términos en femenino como “la futbolista” sin llegar a emplear términos incorrectos.

Un abanico de expresiones, de las que hay que cuidar las formas tratadas para no caer en formas machistas, por ejemplo, si empleas términos como “las chicas” de Maria Pry puede transmitir una falta de profesional por parte de las futbolistas, aunque en el masculino sea tremendamente habitual.

Por otra parte, las muletillas no son grandes consejeras en las narraciones deportivas, y más cuando son mal empleadas. La expresión “se coló hasta la cocina” para referirte a una jugada en la que una futbolista llega hasta las cercanías del área pequeña, -que se emplea de forma habitualmente en el fútbol masculino sin problema- puede ser un poco pedante por lo machista del fútbol.

➤ Argot futbolístico

Una de las bases del periodismo especializado es la existencia de un lenguaje propio. Cada día se incorporan nuevas expresiones y términos al vocabulario futbolístico: desde carrilero a la horterada del balón dividido o el palo largo. Algunos puristas de la profesión achacan al periodismo deportivo de estar fuera de los cánones de la profesión.

El control del lenguaje futbolístico se antoja clave para terminar de conectar con la audiencia en ese proceso de entretenimiento. Debido a la enorme cantidad de expresiones, vamos a destacar las más importantes mediante diferentes fuentes reflejadas en la bibliografía:

- Amonestación: Se refiere al castigo proporcionado por el árbitro, ya sea verbal o por infracción.
- Ariete: Sinónimo de delantero centro.
- Auxiliares: Sinónimo de jueces de línea o árbitros asistentes.
- Asistencia: Se trata del pase que, posteriormente, se convierte en gol.
- Balón dividido: Se les denomina a aquellos esféricos que no tienen un dominador en la posesión.
- Balón parado: Utilizado para nombrar a aquellas acciones donde el balón se pone en juego mientras se encuentra totalmente inmóvil tras la señalización de una infracción.
- Banda derecha/izquierda: Forma de denominar a las dos partes imaginarias del campo, que se corresponde con las zonas más exteriores del terreno de juego.
- Besar las mallas: Frase hecha utilizada para referirse a un gol. Ejemplo: el balón besó el fondo de las mallas.
- Bote neutral: Acción que se lleva a cabo cuando no se conoce el equipo que tiene la posesión de la pelota y el colegiado ha parado el juego por alguna razón.
- Bosque de piernas: Forma de llamar a una jugada donde hay una congestión de futbolista en alguna zona concreta del terreno de juego.
- Borceguíes: Sinónimo de botas.
- Cabezazo: Lanzamiento llevado a cabo con la cabeza.

- Campear en el marcador: Forma de indicar que un equipo se encuentra momentáneamente por delante en el resultado.
- Camisola: Sinónimo de casaca y camiseta.
- Casaca: Sinónimo de camisola y camiseta.
- Centrocampista: Jugador cuya demarcación se produce en las zonas del centro del campo.
- Carrilero: Jugador cuya demarcación se desarrolla por el ancho de alguna de las bandas.
- Cobertura: Jugada que producen los defensores para amparar a sus compañeros. Se lleva a cabo mediante una diagonal a la espalda del jugador de su equipo con el objetivo de frenar al adversario tras driblarlo.
- Contraataque: Como su propio nombre indica, se trata de un ataque que se produce al instante de recuperar la pelota tras una ofensiva rival.
- Cuero: Sinónimo de pelota o esférico.
- Chilena: Recurso utilizado por los jugadores para golpear la pelota -realizando un escorzo- de espaldas a la portería.
- Derbi: Se trata de un enfrentamiento entre rivales directos, ya sea por cercanía o por una rencilla histórica.
- Desmarque: Movimiento que produce el delantero con el objetivo de conseguir una posición óptima en ataque.
- Esférico: Sinónimo de pelota o cuero.
- Echar balones fuera: Frase hecha utilizada para referirse a una estrategia defensiva.
- Equipo de gala: Término empleado para referirse a que el entrenador ha sacado a los mejores jugadores que tiene disponible.
- Esquema: Se refiere a la ubicación que tienen los futbolistas sobre el terreno de juego.
- Flanco derecho/izquierdo: Sinónimo de banda.
- Farolillo rojo: Forma de denominar al último clasificado.
- Goleador: Jugador con facilidad para convertir goles.
- Gol del honor: Se trata de un gol que viene tras recibir una goleada, y sirve para honrar la imagen del equipo.
- Guardameta: Sinónimo de portero.
- Hinchada: Sinónimo de afición.
- Hacer una bicicleta: Regate que consiste en esconder la pelota entre las piernas y salir hacia un lado.
- Hacer un sombrero: Regate que consiste en pasar el balón por encima del adversario.
- Hacer la croqueta: Regate que consiste en cambiar rápidamente el balón de un pie a otro. Se trata de un recurso característico de Andrés Iniesta.
- Hacer la cuchara o vaselina: Definición de cara a portería que consiste en elevar el cuero por encima del guardameta.
- Hacer una pared: Se trata de una combinación al primer toque de dos compañeros para superar a un adversario.
- Hacer un caño: Regate que consiste en pasar la pelota por debajo de las piernas de un rival con la intención de regatearlo.

- Hacer una finta: Regate que consiste realizar un amago para, finalmente, salir hacia otro.
- Hacer una palomita: Parada semicromática realizada por un portero para despejar un disparo complicado.
- Hacer la cama: Acción llevada a cabo por un jugador que coloca la espalda por debajo de un rival para que este caiga al suelo. Se denomina así por la posición del propio futbolista.
- Infracción: Sinónimo de amonestación.
- Jugador número doce: Forma recurrente de llamar a la afición.
- Jugador todoterreno: Característica de un jugador que es capaz de adaptarse a distintas posiciones del campo.
- Jugada maradoniana: Se trata de una jugada donde el jugador es capaz de llegar a la portería rival con la capacidad de regatear a muchos rivales. Su nombre se debe a las innumerables ocasiones que la protagonizó el astro argentino, Diego Armando Maradona.
- Jugar de enganche: Posición que se desenvuelve entre el medio del campo y la delantera, y que como su nombre indica, sirve de enganche entre ambas posiciones.
- Jueces de línea: Se tratan de los auxiliares del árbitro, que tiene como función detectar los fuera de juego y servir como apoyo al colegiado principal.
- Líbero:
- Ley de la ventaja: Acción llevada a cabo por el árbitro para otorgar superioridad al equipo que tiene la posición en caso de cometerse una infracción a su favor.
- Máximo castigo: Sinónimo de penalti.
- Mediapunta: Sinónimo de enganche.
- Meta: Forma de llamar a la portería o al portero. La segunda de ellas proviene de la abreviación de guardameta.
- Pichichi: Es el jugador que ha conseguido más goles en un equipo o competición.
- Punto fatídico: Sinónimo de penalti.
- Presión alta/ media: Forma defensiva en una zona cercana a la portería rival.
- Penalti a lo Panenka: Lanzamiento de una pena máxima mediante un toque sutil con el empeine de la bota, para que el esférico entre mansamente en la portería. Su nombre proviene por su creador, Panenka, quien fue el primero en realizar este chut.
- Respetable: Sinónimo de afición.
- Rompelíneas: Sinónimo de enganche y mediapunta.
- Revulsivo: Jugador que entra cuando el partido está llegando a su fin, con el objetivo de agilizar el juego que se está produciendo.
- Rondo: Forma de entrenamiento, llevada al perfeccionamiento por Johan Cruyff que se trata de combinar numerosos pases con el objetivo de que el rival no pueda arrebatarlo.
- Situación de gol: Fase final de una jugada, que se caracteriza por el estar cerca o terminar en gol.
- Trencilla: Sinónimo de árbitro.
- Trigoleador: Jugador capaz de marcar tres goles en un partido (*hat-trick*).
- Tridente: Se emplea para nombrar a los ataques compuestos por tres futbolistas.
- Testarazo: Sinónimo de cabezazo.

- Ultras: Se trata del lado más radical de la afición.
- Un nueve: Forma coloquial de llamar a un delantero centro.
- Un siete: Forma coloquial de llamar a un jugador de banda
- Un diez: Forma coloquial de llamar a un mediapunta.
- Último pase: Como su propio nombre indica, se trata del pase final antes de marcar un gol.
- Volante: Se trata de un jugador que juega de forma híbrida entre la banda y el centro del campo.
- Zamora: Trofeo o forma de llamar al portero que ha conseguido ser el menos goleado

➤ Uso de extranjerismos

El fútbol llegó a España desde tierras inglesas hasta Huelva (Andalucía) donde comenzó a practicarse el deporte rey. Desde entonces, la jerga futbolística se ha implantado en la sociedad hasta el punto de que la Real Academia ha aceptado muchos términos que en su origen era de carácter inglés. No obstante, también existen dos diccionarios basados en las palabras deportivas como: Diccionario de Términos Deportivos (Recaredo Aguiló) y Diccionario Terminológico del Deporte (Jesús Castellón).

Según la web Siete Blanco (24/04/2007), en el siglo XX comenzaron a darse extranjerismos en forma de lenguaje futbolísticos como, por ejemplo: match (partido), goal (gol), field (campo), teams (equipos), referee (árbitro), shoot (tiro), offside (fuera de juego), goal-keeper (portero), back (defensa), half-back (medio), forward (delantero), penalty y corner (saque de esquina).

Mediante un estudio llevado a cabo por la plataforma efdeportes.com, los anglicismos empleados en el fútbol se nutren de ocho idiomas diferentes, solo por debajo del beisbol, el cual tiene influencia de 37 voces.

Podemos diferenciar cuatro tipos de anglicismos dependiendo de su evolución. En primer lugar, los asimilados son los que han ido evolucionando y se han convertido en términos españolizados como fuera de juego (*offside*) o portero (*keeper*). Por otra parte, los anglicismos crudos que han mantenido su forma debido a su brevedad, como es el caso de *hat-trick* o *penalty*. Asimismo, hablamos otros ejemplos dependiendo de las palabras que contenga: univerbales (solo una) y multiverbales (más de una). Vamos a desglosar los principales extranjerismos empleados en el fútbol, con su correspondiente origen para emplearse de una forma correcta. A través de la información aportada por las diferentes fuentes reflejadas en la bibliografía, podemos establecer los siguientes ejemplos:

- *Average* (inglés): Su significado literal es promedio.
- Árbitro (inglés): Procedente de la palabra *refree*, cuyo origen está en el verbo *to refer*, el cual se traduce por remitir.
- Balón (francés): Proviene del término francés *Ballon*
- Campeón (inglés): Del término *Champions*, que a su vez tiene proviene del latín *campus* y que tiene su origen germánico cuyo significado es campo.

- Chut (inglés): Su traducción literal es disparo, *shoot* en anglosajón.
- Club (inglés): En su origen se empleaba para nombrar a una sociedad secreta con fines políticos.
- *Dribbler* (inglés): Utilizado con fines futboleros, significa regatear.
- Debutar (francés): Proviene de la palabra *débuter*, que en un inicio era empleado en un ámbito teatral.
- Derbi (inglés): De la palabra inglesa *derby*, nació para nombrar a un enfrentamiento entre equipos con enorme rivalidad.
- Equipo (inglés): Es la traducción de *team*.
- Entrenador (inglés): Proviene de *trainer*, cuyo origen se encuentra en el verbo *to train* que significa prepara o entrenar.
- Gol (inglés): Tanto marcado.
- Hat-trick (inglés): Una de las palabras que ha mantenido su forma inglesa para denominar a un triplete de goles. También podemos encontrarlo como triplete.
- Hombre del partido o MVP (inglés): Sus siglas significan *most valuable player*, que quiere decir el jugador más valioso, por lo que su origen se encuentra en la mencionada expresión.
- Linier (inglés): Proviene de la palabra inglesa *linesman*, cuyo significado es juez de línea.
- Míster (inglés): Se trata de un sinónimo de entrenador o coach, aunque su origen viene dado porque a principios del siglo XX, los entrenadores más cotizados eran británicos.
- Penalti (inglés): Procedente de la combinación entre *penalty* (pena) y *to kick* (golpear, dar una patada).
- Paradiña (portugués): De la palabra portuguesa *paradinha*, se corresponde a una forma peculiar de lanzar un penalti con un amago anterior al lanzamiento.
- Play-off (inglés): Se trata de una mezcla entre *play* (juego) y *off* (fuera), y se emplea para nombrar a la fase final de un torneo o liguilla.
- Presionar (inglés): Proviene de la palabra *to press*, y se emplea para indicar una defensa alta.
- Récord (inglés): Se trata de la abreviación de *fasted recorded time*, tiempo más rápido registrado. *Recordman* es un falso anglicismo formado por *record*, pues en inglés es *record-holder*, plusmarquista.
- Sporting (inglés): Su origen se encuentra en la palabra *sport*, y que fue acunado por algunos clubes españoles para su nombre como, por ejemplo, Sporting de Gijón.

➤ Frases hechas o términos bélicos

Llegamos a un punto importante en el ámbito del periodismo deportivo, ya que se trata del principal foco de errores de los periodistas convertidos en impropiedades léxicas. Las impropiedades son palabras o expresiones empleadas de forma incorrecta, aunque no pueden considerarse errores gramaticales u ortográficos, entrarían dentro de la categoría del léxico semántico. Se producen sobre todo en medios escritos, aunque haremos referencia a algunos ejemplos de las retransmisiones deportivas:

- Confusión entre los significados de carecer (no tener) y adolecer (pecar de).
- Utilizar cesar (lo hace uno mismo), en lugar de destituir (el damnificado no decide en absoluto, más bien le dan noticia).
- Mal uso de alegar (antes de que un comité tome la decisión) y recurrir (después del fallo correspondiente).
- Utilizar tiempo reglamentario, en lugar de reglamentado.
- Confundir ostentar (lucir un liderato, con ostentación o sin ella) y detentar (retener uno sin derecho algo que no le pertenece).
- Utilizar enfrentamiento y confrontación como sinónimos de comparación.
- Hablar de partido aplazado (cuando un partido no ha comenzado), cuando lo correcto sería suspendido (que se para una vez ha comenzado).
- Mal empleo de tiempo de prolongación (que se añade) y tiempo de descuento (que se resta -si bien en este caso la Academia ha acabado admitiendo esta expresión por su uso, ya que se refiere a un tiempo que se ha descontado previamente)
- Usar en un empate recuperar y remontar, pues para que haya remontada el equipo ha de superar un resultado adverso y acabar ganando el partido.
- Utilizar señalando en lugar de señalando para una designación arbitral
- De la misma forma, para las normas del juego, se usa infringir (Quebrantar una ley, norma o pacto), mientras que lo correcto sería infligir (Imponer o causar un castigo o un agravio a una persona)
- Para referirse a los acompañantes de un entrenador o un presidente, se emplea de forma incorrecta el término homónimos en lugar de homólogos.

Para seguir enumerando las impropiedades léxicas, cabe describir los “falsos amigos”. Se tratan de palabras que se han copiado de forma literal de otros idiomas, aunque tienen un significado bien diferente en su forma española. Algunos ejemplos son:

- Liga doméstica para referirnos a una liga nacional o local
- Jugador agresivo para hablar de un futbolista agresivo, mientras que el término en inglés se emplea para hablar de alguien enérgico o ambicioso.
- El vocablo consistente, viene del término inglés *consistent* que significa regular, compatible o coherente. Por lo que, hablar de equipo consistente es erróneo.
- Hablar de dramático para el desenlace de un partido como algo negativo, es incorrecto. Ya que *dramatic* en inglés significa drástico o espectacular.
- La mala traducción de lesión seria o severa, ya que lo más correcto sería grave en términos médicos.
- Más que ignorar un penalti, lo más correcto es desestimarlos u obviarlos.
- Confundir asequible (palabra utilizada para obtener algo rápido) con accesible a la hora de referirse a un equipo.
- También se produce la confusión entre errático (que se mueve continuamente sin un rumbo claro) y erróneo (que se equivoca).

Otro de los grandes errores es utilizar formas coloquiales o caer en grandes tópicos que se han ido utilizando en el mundo deportivo de forma errónea durante años y se han aceptado socialmente debido al uso reiterado de estas. Asimismo, vemos -junto a ellas- frases hechas y refranes. Estos son algunos ejemplos:

- El jugador no para de meter la pata

- Se ha metido en un berenjenal
- Hay que tocar madera para que sigan con esta racha
- Este jugador ha costado un ojo de la cara
- Se ha echado al entrenador a las primeras de cambio,
- Ha llegado a la final como el que no quiere la cosa
- El árbitro tiene la sartén por el mango
- Se le ha ido de las manos el partido
- El entrenador echó más leña al fuego con sus declaraciones
- No tuvo pelos en la lengua,
- Cristiano debe mirarse el ombligo,
- En este equipo no está el horno para bollos,
- El portero pagó los platos rotos de una defensa desastrosa,
- El equipo se ha quedado en blanco esta temporada
- Le salió el tiro por la culata
- Es coser y cantar
- La creme de la creme
- Trabajando como un negro
- Está perdiendo los papeles
- Relaciones muy fluidas
- Es un perro viejo
- Queda mucha tela por cortar
- Minutos de basura
- Destellos de calidad
- Maquillar el resultado
- Abrir la lata
- Él se lo guisa, él se lo come
- Tanto va el cántaro a la fuente que al final se rompe
- A cada cerdito le llega su San Martín

Los conectores son esenciales para que una narración no sea repetitiva, por lo que es esencial tener cierta variedad para expresar los lances del propio juego, algunos ejemplos son:

- Juega con
- Toca para
- Combina con
- Cede para
- Deja para que juegue
- Se apoya en
- Encuentra a
- Se asocia con
- Opta por jugar con
- Entrega para
- Dibuja un buen pase
- Abre/hace una apertura
- Adelanta para
- Asiste a
- Engancha

- Encara
- Dribla
- Arrebata/rescata el balón
- Corta/recupera/no acierta en el pase
- Intenta salir
- Distribuye
- Ha ganado los distintos dividendos
- La mata con (el pecho/la bota)

Otro de los grandes errores de los periodistas deportivos es emplear conceptos bélicos que incitan al odio. Y es que se trata de frases hechas que se llevan utilizando durante el comienzo de las retransmisiones y se han asentado en nuestro vocabulario, algunos ejemplos como “el enfrentamiento entre”, “la ofensiva por parte de su contrincante” o “el cañonazo que fusiló al portero...”. En un principio, no parece que tengan mayor influencia en la sociedad, aunque hay que hacer una pregunta... ¿Por qué hay tanto odio en el fútbol? Para terminar de completar la explicación, cabe destacar la visión de Teun Van Dijk (1994):

“El discurso es poder y la persuasión es el mayor controlador de actos lingüísticos en la modernidad. Como lingüista, como analista del discurso, observo que el control mental se da, generalmente, a través del discurso: es decir, el control mental es discursivo”.

Mediante esta apreciación de Teun Van Dijk sobre la persuasión, -y debido al carácter social que tiene el fútbol- el periodista tiene la responsabilidad odontológica de hacer un buen uso del lenguaje, y evitar este tipo de expresiones, al igual que debe evitar las expresiones que denigren al género femenino.

- Énfasis/ritmo

Todos los expertos de la narración futbolística coinciden en que el ritmo y la emoción son los más importantes, aunque no hay que confundir énfasis con aturullarse. Es decir, no decir más cosas de las que eres capaz de transmitir. No debemos olvidar que el principal objetivo que tiene el periodista es llegar de la forma más clara a la audiencia, por tanto, el mensaje no debe complicarse en exceso. Más que buscar la palabra perfecta, lo fundamental es contar lo que sucede dentro del terreno de juego y situar al oyente dentro de un contexto emocional.

El ritmo tiene que ir apareciendo de forma progresiva desde el principio al final de la jugada, -donde alcanza su punto culmen- ya que pueden suceder cosas determinantes. Mediante un juego de palabras empleando recursos de énfasis, puedes colocar numerosas palabras en un espacio reducido de tiempo mientras se hilvana, por ejemplo, el juego entre centrales. Lo más importante es evitar los extremos, ni ser tremendamente plano ni demasiado enfático y aprender a dar su sitio al comentarista. Por dos sencillas razones: no crear situaciones agobiantes para oyente y contribuir al cuidado de la voz. El comentarista tiene un papel fundamental en este sentido, ya que sirven como apoyo para mantener el hilo narrativo, sin excederse en comentarios demasiado largos y evitar que el

narrador se salga de la senda marcada por el partido, ya que debe ser quien marque el propio énfasis. Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021).

“Es fundamental tener un comentarista que no corte el ritmo de la narración, para ello hay que darle un toque de atención y volver a ese ritmo. Q no haya silencios, tenerlo continuamente atento, y tener química”.

El ritmo puede ser relativo dependiendo del medio donde trabajas. Como hemos manifestado anteriormente, la televisión es más sosegada debido a que tienes la necesidad de ubicar el balón sobre el césped provocado por el apoyo de la imagen. Por tanto, el tono debe ser más sosegado y los silencios más prolongados. Por otra parte, en la radio se crea un relato mental, con el que situamos continuamente lo que sucede y todo tiene que ser más rápido. Así, podemos distinguir dos tipos:

➤ Narradores de televisión

En la televisión nos encontramos inmersos en una nueva corriente de preferencias dentro de la audiencia más joven. Los nuevos espectadores buscan que el periodista imprima mucho ritmo a sus narraciones (al viejo estilo de la radio), lo que está provocando un proceso de conversión de los narradores de televisivos. Para Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021):

“Los narradores de televisión cada vez se parecen más a los de radio y eso no es casualidad, antes era otro tipo de entender la profesión y eran incapaces de competir con la radio. Es mágico y el secreto es que te introduce mucho más en los partidos”.

En la televisión se utilizan numerosos saltos para mantener la atención de la audiencia dentro de un proceso claro de entretenimiento. Por tanto, deben tener capacidad para imprimir cierto énfasis complementado con el apoyo de la imagen. Sobre el propio ritmo, Lluís Izquierdo (Entrevista personal, 03/2021) afirma:

“Las nuevas audiencias valoran más positivamente las narraciones con mayor ritmo. Personalmente, no me gusta ser monótono y me gusta hacer saltos como, por ejemplo: ¡Minuto 14 de la primera parte, Valencia 0, Betis 0! Un recurso que usaba mucho cuando hacia la Premier League (liga inglesa), en la que hay un ritmo frenético en cada partido”.

➤ Narradores de radio

La narración radiofónica va de la mano con el ritmo, un segundo de silencio en la radio puede convertirse en una eternidad. Una retransmisión plana puede resultar pedante para la audiencia, la cual busca una mayor fuerza y personalidad en los periodistas que relatan los hechos, para avalar esta afirmación la leyenda, Pepe Domingo Castaño:

“La radio es ritmo. “R” de radio, “r” de ritmo. Debe haber multitud de ingredientes (opinión, polémica, publicidad) para conseguir énfasis, y una transmisión lo tiene. Aunque cada uno tiene su estilo, cada narrador podrá encontrar su propio ritmo”.

Aunque todo esto puede ser relativo, ya que intervienen numerosos factores dentro de los partidos. Las contiendas tienen fases donde se hacen más plomizos y debes tener una riqueza lingüística importante para solventar la situación. La experiencia te hará narrar mejor, ya que te expones continuamente a este tipo de escenarios cada vez que estas delante

del micrófono. Hay diferentes tipos de partidos, más o menos atractivos. Podemos encontrarnos encuentros con poca intensidad dentro del verde, lo que puede dificultar la labor del periodista a la hora de enganchar a la audiencia, y entran en escena diferentes formas de poner énfasis dentro de una misma retransmisión. Cuando el ritmo del propio partido es lento, para poder aportar cierta velocidad, tienes que intentar que intervengan el mayor número posible de voces para crear debates y aportar variedad y emplear otros elementos externos al propio encuentro. Miguel Ángel Román (Entrevista personal, 04/2020) nos pone en valor un ejemplo claro, a la vez que ingenioso con respecto a este asunto:

“Un partido puede ser un Ferrari, un Volkswagen Golf o un Simca 1200. Lo narre quien lo narre, el partido va a seguir siendo un Ferrari (muy bueno), un Golf (que sería un término medio) o un Simca 1200 (con menos atractivo). Lo que puede conseguir el periodista es que, si el encuentro es un Ferrari, tenga mejores complementos y pueda ser algo más cómodo. Pero no va a dejar de ser un Ferrari”.

➤ Capacidad informativa para desarrollar géneros en directo

“La narración es una yuxtaposición de géneros, y ha explotado con la combinación entre lo digital y el papel. El narrador es un reportero de directos, es un analista, un humorista, es periodista y, sobre todo, es generador de emociones”. Eduardo Gil (Entrevista personal, 06/2021).

Si en algo se caracteriza una retransmisión deportiva es por la cantidad de géneros que alberga dentro del propio directo, la capacidad del periodista para ir adaptándolos en apenas décimas de segundo. La gran riqueza comunicativa de las narraciones es complementada por un contexto idóneo para aportar información y entretenimiento. Los géneros que entran en valor son:

- **Crónica:** En las narraciones deportivas se utiliza una crónica periodística o de opinión, ya que reúne todas las características propias de este género. El narrador se encuentra -en la mayoría de partidos- y aporta su opinión al respecto de lo que ha sucedido durante el transcurso del encuentro, con un intento de ser lo más objetivo posible. Se centra en un tema de actualidad inmediata, lo que data de mayor credibilidad y atractivo a las retransmisiones. Por último, cabe destacar que se suelen realizar dos, una durante el descanso y otra al final, por lo que sigue un eje cronológico para situar al oyente.
- **Comentario:** En este ámbito, es clave la figura del comentarista (pág 34). Se trata de una técnica lingüística que se basa en explicar un hecho, en este caso, en interpretar el juego con el objetivo de facilitar la comprensión. Para el comentarista deportivo, la intención es que la audiencia aprenda de lo que está contando y sus intervenciones deben ser rápidas y concisas. Sin entrar en un lenguaje demasiado técnico, y sin llegar a ser un entrenador para facilitar el mensaje. A modo de conclusión, es necesario tener un contexto amplio sobre la actualidad para hablar con propiedad.

- **Noticia:** Supone el género más utilizado durante las retransmisiones. La noticia deportiva es importante para conocer la actualidad de ambos equipos y colocar a los equipos en un marco informativo necesario. Si habláramos del comentarista en el comentario, aquí es clave la figura del pie de campo. Este periodista atento a lo que sucede más allá del terreno de juego. Hablamos de informaciones tales como lesiones, sustituciones, expulsiones, reacciones de los banquillos ante los goles...
- **Análisis:** No existe una teoría como tal del análisis futbolístico, no obstante, tiene cierta similitud con el análisis artístico. Se trata de un género llevado a cabo por un analista (pág X) que, en este caso, suele ser exfutbolistas que ocupan una vertiente más técnica del juego. Se centran en interpretar el juego desde el punto de vista del futbolista: dificultades en el juego, problemas físicos, concentración, diálogos entre la plantilla y el banquillo... En este género encontramos la mayor diferencia entre el fútbol masculino y femenino. Hay que tener en cuenta que el futfem no es del todo profesional, ya que muchas deben compaginar trabajo y deporte. No hay que analizar tanto la táctica, como si el físico que puede variar dependiendo de la capacidad de profesionalización de las futbolistas. Por otra parte, hay que destacar la polivalencia de las jugadoras para adaptarse a las distintas posiciones con el objetivo de ayudar a los entrenadores para solventar las numerosas lesiones físicas que se pueden suceder a lo largo de la temporada.
- **Carrusel:** Un elemento esencial para aportar ritmo. Es un género desarrollado únicamente en la radio, con diferentes partidos en simultáneo donde se encuentran corresponsales. Dirigido por un presentador, va dando paso a los campos para conocer la actualidad. Se trata de un formato tremendamente atractivo para la audiencia debido a que pueden conocer la información de primera mano en una misma frecuencia, y lo dotan de una gran versatilidad.
- **Entrevista:** Las entrevistas pueden ser muy variadas en las retransmisiones deportivas: televisivas, en directo, en diferido... Normalmente se suelen desarrollar en la previa, descanso o final de partido, donde un protagonista analiza -dependiendo de la cronología- lo que ha sucedido o cree que va a suceder. Normalmente, suele ser el pie de campo el encargado de llevar a cabo las preguntas, las cuales deben expresar al máximo las impresiones del entrevistado.

C. Contextualización de los partidos

Llegamos a uno de los puntos más importantes. Puedes usar un vocablo extraordinario, llevar a la perfección los tiempos e incluso tener una agilidad espectacular para imprimir un ritmo frenético. Pero si no tienes un contexto adecuado, con datos relativos para la audiencia (y aficionados de los equipos) y no controlas la actualidad de los equipos, no vale nada de lo anterior. “Tienes que llegar preparado y la espontaneidad tiene que ser utilizada una vez que empiece a rodar la pelota, y no para cometer un error”. Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021).

El narrador debe aprovechar este contexto para aportar emoción con las historias que se desarrollan paralelamente al fútbol y conocer los entresijos de los equipos, por ejemplo: “cuando trabajas estás consumiendo y contrastando información. Si sabes que Joaquín ha marcado el primer hat-trick de su carrera futbolística, es un dato que puedes emplear durante la retransmisión”. Miguel Ángel Román (Entrevista personal, 03/2021).

“El trabajo de preparación es clave. Si sabes qué ha pasado, si conoces la actualidad de esos equipos... puedes recurrir a diferentes temas para establecer pequeños debates que puedan ser de interés. El objetivo es atraer la atención del espectador mediante voz para esconder la poca intensidad que hay dentro del terreno de juego”. Miguel Ángel Román (Entrevista personal, 03/2021).

Con una audiencia tan complicada como la actual, la cual tiene amplios conocimientos sobre el fútbol, los periodistas deben aportar cosas diferentes para aportar una visión diferente sobre lo que sucede sobre el terreno de juego. Para ello, es de vital importancia tener un trabajo previo que complementa todos los aspectos mencionados anteriormente. Una forma de preparar exhaustivamente un partido podría ser la siguiente:

➤ Métodos para la preparación de un partido

1. Conocer la actualidad de ambos equipos, para ello, conoceremos las noticias, escuchando los programas locales, consumiendo la prensa más cercana a los conjuntos. Mediante este proceso conoceremos:

- ✚ Altas y bajas
- ✚ La lista de convocados
- ✚ Sensaciones dentro del vestuario
- ✚ Posibles rumores
- ✚ Declaraciones prepartido de los protagonistas
- ✚ Cómo se siente la afición

2. Una vez conocida la actualidad, es importante tener datos interesantes para ofrecer a la audiencia:

- ✚ Historia del club: año de fundación, títulos, temporadas históricas
- ✚ Nombre del estadio donde se va a jugar el partido, capacidad...
- ✚ Ciudad de ambos equipos, con su correspondiente gentilicio y algún dato sobre la localidad.

- ✚ Enfrentamientos directos a lo largo de la historia (lo más importante es tener el porcentaje, aunque es interesante apuntar algún resultado específico, por ejemplo, primera victoria)
 - ✚ Máximo goleadores y asistentes, jugadores con más partidos, los más amonestados...
3. Para contextualizar el propio partido, debemos conocer la perspectiva con la que llegan ambos conjuntos, estos son algunas claves:
- ✚ Conocer cuánto tiempo llevan sin puntuar o sin ganar, o viceversa
 - ✚ Posición en la tabla
 - ✚ Partidos ganados y perdidos
 - ✚ Goles encajados y marcados
 - ✚ Número de porterías imbatidas
4. Para terminar de apuntalar la actualidad de los equipos, es interesante ver algún partido previo, y con un equipo con características parecidas a las del rival. Con esto conoceremos:
- ✚ Forma de jugar del equipo (más directo, contraataque, juego coral...)
 - ✚ Posibles onces
 - ✚ Cambios habituales
 - ✚ Forma de jugar de los futbolistas
5. Una vez conocido y analizado al equipo, es interesante conocer a los jugadores. Para conocer de forma exhaustiva, tenemos que saber:
- ✚ Nombre completo y apodo
 - ✚ Posición
 - ✚ Dorsal
 - ✚ Lugar de nacimiento
 - ✚ Trayectoria
 - ✚ Número de partidos jugados
 - ✚ Goles y asistencias
- Importancia en la relación narrador – comentarista

Para que una retransmisión tenga calidad es esencial una sinergia entre los dos actores principales: narrador y comentarista. Algunas duplas son parte de la historia de la profesión como Carlos Martínez y Michael Robinson, Manolo Lama y Paco González o Andrés Montes y Julio Salinas. Parejas de profesionales y amigos que creaban una simbiosis perfecta entre entretenimiento e información. Asimismo, debemos destacar que la figura del comentarista, en ocasiones cobra la misma importancia o más que la de su acompañante.

La máxima premisa entre ambos es mantener el ritmo dando a cada uno su sitio dentro de un espacio comunicativo. Se debe notar cierta química a la hora de dar paso, en el caso de hacer bromas internas o a la hora de crear controversia para no ser plano. La función del narrador no es otra que contar lo que está viendo, mientras que el comentarista explica ese relato, gracias a su experiencia o la amplia formación que se han ido forjando a lo largo de los años. Para Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021):

“No consiste solo en dar paso a una persona para descansar la voz, está claro que el narrador debe ser un protagonista, pero el presentador debe ser bueno a la hora de introducir la publicidad, el comentarista debe aportar, el inalámbrico tiene que dar datos y todo eso es un cóctel”.

Como hemos mencionado anteriormente, los comentaristas pueden ser más importantes que el propio narrador porque explican de una forma clara y concisa diferentes aspectos que se desarrollan en el terreno de juego. Con cierto rigor táctico, tiene la obligación de simplificar el mensaje para que la audiencia sea capaz de entender los aspectos más profundos del fútbol (desmarques de ruptura, presión tras pérdida, juego directo...). Tiene la capacidad de asimilar lo que ha sucedido en el terreno de juego y, además hacerlo en un espacio de tiempo reducido porque puede desvirtuarse cronológicamente. Asimismo, sus intervenciones no deben ser cortas y sin excederse en su elaboración. Pepe Domingo (Entrevista personal, 04/2021) muestra su opinión sobre los hechos:

“Tiene que hacer comentarios cortos, que añadan algo a lo que dice el narrador pues corta el ritmo, la interrupción del narrador es parte del ritmo. Engranaje rítmico que las voces de la gente que aportan conocimientos siempre que no sea muy largo y documentado”.

Además, debe ayudar al narrador en su labor para que no se salga de la línea establecida en cuanto a ritmo y tono se refiere. El comentarista puede ser un buen recurso para establecer llamadas de atención a la audiencia, como lo hace Cristóbal Dobarro en Cope con su mítico: ¡EVANGELIO!, ¿cómo estás? o ¿Cuánto queda José Francisco? Asimismo, las bromas son necesarias para romper la monotonía, un claro ejemplo es el Tiempo de Juego (Cadena Cope) en su forma de trabajo, y Fernando Evangelio (Entrevista personal, 05/2021) nos cuenta la forma de trabajo:

“Las bromas internas son claves para mantener enganchados al espectador, si te dedicas solo a contar lo que sucede sobre el campo, el espectador se aburre. La clave está en encontrar herramientas para entretener al espectador (por ejemplo: poner motes a los jugadores, calificar jugadas...). Pintar un poco la radio de entretenimiento”.

- Tipo de comentaristas

Bajo un criterio profesional, podemos argumentar que existen dos tipos de comentaristas dependiendo de su formación académica: exfutbolistas y periodistas especializados. Aunque existe una vertiente que afirma que son figuras compatibles e incluso necesarias, vamos a establecer las principales diferencias.

En primer lugar, los exfutbolistas son mucho más analistas, entiende de una forma más personal lo que ocurre en el transcurso del partido porque ha vivido de primera mano

ese tipo de experiencias. Aunque hay un amplio abanico, la diferencia es clara: la experiencia. Se trata de otra salida profesional que le ofrece el fútbol, y tienen la oportunidad de vivirlo desde “el otro lado”. Alguno de los grandes ejemplos son Álvaro Benito o Fernando Morientes.

Por su parte, el periodista especializado tiene la labor de aportar información, entrar dentro de los límites del código deontológico de la profesión. Se trata de propio periodista cuya labor es explicar lo que sucede con una gran riqueza lingüística, aplicando las características del análisis, aunque a veces puede llegar a ser un reportero. En este caso podríamos poner de ejemplos al propio Antonio Ruíz y a Julio Maldonado, más conocido como Maldini.

Hay razones para postularse en una vertiente u otra, ya que existen una infinidad de razones para argumentar las preferencias personales. No obstante, el que ha sido futbolista puede entender lo que ha sucedido dentro del terreno de juego porque ha estado ahí y llega a sitios que nosotros no controlamos. Aunque habrá periodistas que por su formación tienen la capacidad de transmitir las cosas con cierta ventaja por sus conocimientos. Para Héctor Ruíz (Entrevista personal, 03/2021) se trata de una cuestión de recursos:

“Todo te hace tener una serie de recursos para plasmarlo en la retransmisión y tener una visión global de lo que ocurre, por tanto, el embudo es tan grande para los pocos puestos que hay que a nadie le regalan nada”.

Aunque se tratan de dos figuras que aportan cosas bien diferentes, lo ideal es tener ambas ya que pueden ser complementarias. El claro ejemplo es el de Movistar: tiene un narrador (Carlos Martínez), un analista/exfutbolista (Álvaro Benito) y un comentarista/periodista especializado (Maldini).

D. Principales diferencias entre las narraciones en televisión y radio

Aunque son aspectos que pueden resultar parecidos, hay cierta diferencia entre ambos debido a diferentes razones. No obstante, -como hemos mencionado anteriormente- en los últimos años estamos viviendo una evolución del narrador de televisión que acuna el estilo de la radio, ya que las nuevas audiencias reclaman este estilo de narración. Un periodista debe adaptar los formatos dependiendo del lugar donde trabaje, por lo que vamos a detallar las principales diferencias entre ambos medios de comunicación.

➤ Radio

La radio es ritmo. Tiene muchas cualidades que se encuentran por encima de la televisión, cuya principal premisa es la imagen. Entran en juego otros valores vocales y de entretenimiento mediante la creación de debate y controversia en los distintos contertulios que entran en juego dentro de la retransmisión. Al final, la emoción es la magia y el gran atractivo.

Los relatos radiofónicos consisten en ubicar constantemente al oyente mediante la creación de un relato fónico con el que el oyente pueda imaginar lo que sucede, sin

olvidar la premisa más importante: entretener. Pepe Domingo Castaño (Entrevista personal, 04/2021) afirma:

“En la radio tú eres el dueño porque eres el dueño de la palabra. Puedes hacer que la gente imagine cosas que no está viendo, porque jugar con la imagen está bien, pero jugar con la imaginación tiene mucho poder, y ese es el mayor poder que tiene la radio”.

Durante las retransmisiones de radio entran en el juego más factores como, por ejemplo, la publicidad -lo que ha acabado de convertirse en un arte gracias a Pepe Domingo-. Podemos encontrar la sinergia entre los dos tipos de comentaristas, aunque la principal baza es que el narrador se encuentra de forma presencial en el campo. Esto último permite que se envuelva mejor en el ambiente del propio estadio, puede observar con sus propios ojos lo que está sucediendo dentro y fuera del terreno de juego, sin depender de una cámara o realizador.

Por otra parte, la radio tiene un embudo más amplio en cuanto a la metodología de trabajo se refiere. Se crea una especie de “mesa de debate” en el estudio, donde se van lanzando opiniones sobre temas controvertidos y cada uno muestra su versión más personal. El lenguaje es poco estricto, en algunos programas podemos escuchar tacos en directo, y cada uno manifiesta públicamente el equipo al que apoya y del que es fan. Como he mencionado anteriormente, se trata de la parte más personal del periodista.

Otra de las grandes características es la inmediatez. Las nuevas tecnologías han permitido que todo el proceso se agilice, llegando a límites insospechados hace años. Una conexión puede ser en segundos, mediante cualquier dispositivo móvil y no dependes de las cámaras, realizador o la propia programación. Puedes contar la noticia justo en el momento en el que sucede, y este puede ser uno de los duendes de la radio.

➤ Televisión

La pequeña pantalla tiene en la imagen su gran virtud, y a la vez, su mayor debilidad. La audiencia en general consume la televisión por la posibilidad de ver la imagen de primera mano, sin necesidad de que nadie te lo cuente. Más allá de un relato fónico, es un relato audiovisual donde entran en juego desde el realizador y termina en la voz del narrador o comentarista.

Por otra parte, la imagen provoca que los periodistas no se encuentren en el foco de la noticia, lo que dificulta en enorme medida su función. En este caso, dependes de que otros tengan un buen día para ver lo que sucede en el terreno de juego, un mal realizador puede hacer hasta que dejes de ver un partido. Así que la sinergia y entendimiento entre realizador-locutor enriquece mucho un contenido. Este proceso viene dado para abaratar costes de producción en las grandes empresas, dejando la presencialidad para partidos importantes del Real Madrid y Barcelona, y algunos de la Champions, es decir, un número bastante reducido de partidos. Aunque se ha convertido una práctica habitual para los periodistas de este país, esta es su opinión al respecto:

Héctor Ruíz (Entrevista personal, 03/2021): “He estado en campos como aficionado y en mis comienzos, pero como profesional nunca he narrado en un campo y ojalá pudiera hacerlo. Es muy diferente, y tiene desventajas como que se pierda la señal del campo,

como me ha pasado en alguna ocasión, te deja vendido. Eso en un estadio no pasa. Las empresas han entendido que así se abaratan los costes y es lo que nos está tocando vivir”.

Lluís Izquierdo (Entrevista personal, 03/2021): “Narré el primer tercio de mi carrera en campos, y claro que es mejor. Llevo 13 narrando en cabina y me he acostumbrado tanto que ahora mismo no lo concibo de otra manera, hacemos tal cantidad de partidos que sería imposible viajar a todos ellos, para mí se ha convertido en lo normal. Los medios en general se han decantado por esto para abaratar costes. Te limita en ciertas cosas ya que manda el realizador, aunque hay que ser hábil para detectar ciertos fallos que pudieran darse”

Miguel Ángel Román (Entrevista personal, 04/2020): “Incrementa la dificultad del periodista a la hora de entrar en el ágora que engloba a los estadios durante un partido (ambiente, colorido...). No es lo mismo contar las cosas desde el lugar de los hechos que desde la distancia, obviamente se desvirtúa la información. Cuando estás en el estudio el punto de vista del partido te lo escoge el realizador, no lo eliges tú. En el campo tienes una visión panorámica y en un momento dado ves otras cosas que el realizador no tiene por qué ofrecer. Te pierdes al actor principal de la narración: el público. La forma en la que la gente se levanta cuando hay una ocasión clara de gol, o la forma en la que se celebra te hace entrar, estar dentro de un partido. Además, puedes llegar a distraerte por el continuo flujo de personas que se encuentra dentro del recinto. Ese valor añadido que supone narrar desde el estadio se pierde y, por tanto, puede llegar a dificultar en gran medida el trabajo del periodista. Siempre ha sido un comunicador que le gusta estar en el foco de los hechos. En conclusión, mediante esta forma de contar las cosas, es decir, lejos del punto importante de los hechos, puede llegar a perderse la verdadera esencia que aportan sus aficionados al fútbol”.

En cuanto al lenguaje, los narradores tienen un tono más serio y apenas emplean opiniones. Se dedican únicamente a contar lo que sucede e informar de cosas importantes. Como complemento y, sobre todo, como figuras principales para analizar el juego podemos encontrar al comentarista (quien aporta un rigor táctico más informativo o de opinión), al analista (quien, en la mayoría de las ocasiones, ha sido exjugador y aporta una visión más cercana a lo que puede llegar a sentir el futbolista) y el inalámbrico. Nos centramos en este último debido a que es el único que se encuentra *in situ* en el estadio, y su función es informar de las cosas que suceden a pie de campo (cambios, riñas, sensaciones...).

Sin necesidad de ubicar al espectador porque ya lo está viendo, el ritmo es menos enfático y se permiten más silencios, e incluso el lenguaje puede ser más elaborado. Su tono de seriedad hace que abandonen el entretenimiento para centrarse en lo verdaderamente importante: la información. Debes transmitir una imagen a la audiencia acorde con lo que transmite el propio medio, por lo que no te muestras de una forma real, aunque no quiere decir que haya veces en las se empleen esas bromas internas.

En definitiva, la televisión se cuele en los salones de las casas sin pedir permiso, te los encuentras mientras cambias de canal. Sin embargo, a la radio la busca su audiencia. Tiene un tono desenfadado que crea sinergia entre la gente, y cada periodista es capaz de mostrar su visión más real de los hechos.

E. La mujer narradora

Manoli Chico (Cadena Cope) fue una de las pioneras, ya que se convirtió en una de las primeras mujeres encargadas de cubrir el deporte rey. Hasta el pasado 12 de mayo de 2019, cuando Danae Boronat (primera mujer en hacerlo) narró un partido de Primera División para una televisión de la envergadura de Beins Sport. Asimismo, la radio sigue avanzando hacia la igualdad, durante el encuentro entre Girona y Espanyol (06/04/2019), Sara Giménez fue la primera narradora en Carrusel Deportivo de la Cadena Ser. Tras una investigación por los diferentes medios de comunicación, además de preguntar a los distintos expertos que han participado en este Trabajo de Fin de Grado no podemos sacar ninguna conclusión sobre la poca presencia de mujeres en la narración futbolística, siendo habitual en otros deportes como la gimnasia rítmica o la natación. Ante la falta de respuestas, estas son las valoraciones de los expertos:

Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021): “Creo que tiene que narrar quien narre bien. La elección de ser narrador viene por cuestión de gustos, de todas las chicas que han entrado en prácticas o a trabajar en Cope, ninguna me ha mostrado el más mínimo interés en narrar, pero creo que puede ser por una cuestión de costumbre, y falta de afición en ese sentido”.

Héctor Ruíz (Entrevista personal, 03/2021): “La tradición es una de las principales razones y el diferente trato en otras etapas, donde había mucho tópico en este sentido. Queda mucho camino para que esto sea igualitario pero lo que ha hecho Danae o Sara Giménez de ponerse delante de un micro y narrar fútbol me parece fantástico. Si han demostrado que están capacitada para hacerlo, adelante. Se trata de demostrar que estas preparadas y que el día que te den la oportunidad, todo salga bien. Considero que en el mundo del periodismo deportivo se están dando pasos agigantados para la igualdad y que en mi ámbito me rodean mujeres que están preparadísimas para hacer su trabajo”.

Lluís Izquierdo (Entrevista personal, 03/2021): “El camino está todavía por hacer, durante 50-60 años solo han narrado hombres y no vas a conseguir la igualdad de un día para otro. Es un terreno complicado para la mujer, primero porque hay muchos hombres y es algo que tiene que darse por ambas partes: vocación y empresas”.

Pepe Domingo Castaño (Entrevista personal, 04/2021): “Me encantaría que hubiera más mujeres narradoras. Aunque hay un problema, porque cuando la mujer eleva la voz como lo hace un hombre en la narración, suele gritar y le sale una voz muy desfigurada. Eso no es por ser mujer, es por su condición biológica por lo que tienen ciertas limitaciones en este sentido”.

Julio Fariñas (Entrevista personal, 05/2021): “Hay muchos comunicadores que les gusta el deporte y enfocan su carrera en eso, aunque todavía hay pocas mujeres que apuestan por ello, por ejemplo, si hay 100 locutores puede haber dos mujeres y eso está descompensado. Una vez que la sociedad y el fútbol base vaya cambiando es cuando habrá mayor igualdad. Si una niña decide apuntarse a una escuela en las categorías inferiores, sabe que va a tener que jugar con niños y no se apuntan. Por tanto, hay que empezar a trabajar desde lo más bajo para fomentar en las más pequeñas el amor por el deporte rey”.

Tomás Furest (Entrevista personal, 04/2021): “Puede que estemos acostumbrados a escuchar voces masculinas, por lo que puede sonar extraño. Dentro de un mundo tan machista como es el fútbol no es fácil para la mujer y siempre quedan delegadas a la figura del pie de campo o la chica de las redes”.

Eduardo Gil (Entrevista personal, 06/2021): “Periodistas deportivas ha habido siempre y con un papel fundamental. Silvia Verde, por ejemplo, fue narradora conmigo en Onda Cero. Lo cierto es que no ha habido la evolución necesaria porque las mujeres tienen un papel menor con respecto a los hombres en la profesión. El deporte está masculinizado desde hace décadas y ese es el objetivo que debemos plantearnos para cambiar. La diferencia es que a algunas se le ha dado más oportunidades, y a otras no. Si alguna vez alguien ha interpretado que la narrativa deportiva femenina y masculina es diferente, está cometiendo un error”.

Clara Guillem (Trastornos de la voz, 11/2014): “La voz es un carácter sexual secundario. La laringe femenina depende del estado hormonal, al igual que el tejido uterino, las cuerdas vocales pueden estar congestionadas durante los días de la menstruación, la voz puede estar en estos días más cansada y grave y menos resistente a los esfuerzos vocales”.

F. Nueva forma de narración: plataformas emergentes.

La modernidad ha llegado al periodismo con nuevas plataformas de *streaming* que están ofreciendo contenidos interesantes para la audiencia. Nuevas formas interesantes para el público, más encaminado al puro entretenimiento que a la propia formación en sí. Los ejemplos de Ángel Martín (humorista) con su informativo exprés, Emilio Doménech con las elecciones estadounidenses o Ibai Llanos retransmitiendo la Copa América son tres de los grandes hitos que han conseguido las nuevas plataformas con respecto a los medios convencionales.

Nosotros nos vamos a centrar en nuestro objetivo de estudio: el fútbol. En este ámbito, Ibai Llanos está arrasando debido a su carácter desenfadado y la nueva forma de enganchar a la audiencia. El mensaje del mayor *streamer* es que no quiere ser periodista, aunque por las distintas circunstancias que ha llevado a cabo, ha trabajado como tal. En sus directos, todo es más fácil debido a que no tiene la obligación de seguir unas pautas de lenguaje, las narraciones no son criticadas porque no son profesionales de la información y no tienen ese “miedo al error”. Un tono humorístico que engancha a la audiencia, incluso sin gustarle el fútbol. Para Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021):

“Hay que respetar todo tipo de públicos. Se trata de poner en manos de personas que no son especialistas determinadas retransmisiones de fútbol, pero si hay gente que lo ve quien soy yo para decir que no está bien”.

Como mencionaba anteriormente es una nueva forma de ofrecer contenidos que parece que es la nueva forma de atraer a la audiencia, desde el punto de vista de un exfutbolista y empresario de la comunicación, Julio Fariñas (Entrevista personal, 05/2021) nos aporta esta reflexión al respecto:

“La clave de que Ibai tenga tanta audiencia es atraer a estas personas que no vaya a ver el partido en el canal de televisión con derechos y que se queden con él en su canal. Es decir, su éxito viene dado por el tipo de usuario y la forma de comunicar que por hacer competencia en sí. El reto que tenemos los clubes y las empresas es conseguir crear un MIX entre la forma de comunicar un partido y lo que están haciendo en los EA Sports.

Si somos capaces de adaptar el contenido del fútbol y llevárselo a las nuevas generaciones, podremos solucionar este problema. Te pongo un ejemplo, el otro día estaba viendo el fútbol con mis hijos y yo estaba concentrado en el partido, y mis niños -acostumbrado a la inmediatez que te hablaba- estaban con el móvil porque se aburren con una hora y media de partido.

En el caso de Footters, estamos intentando algo así, alternar un partido de 90 minutos con la inmediatez en el planning de 2021. Mediante formatos como el Multifotters o los *highlight* que sacamos durante la semana. Es decir, una especie de segunda pantalla con la que el usuario pueda ver un contenido de forma inmediata”

Por otra parte, los jugadores se sienten más cómodos concediendo entrevistas a estas plataformas, donde se sienten más cómodos. El objetivo del periodista es obtener información, por lo que debe hacer preguntas para indagar en la propia actualidad, mientras que los *streamer* sacan otros temas más personales sin necesidad de hacer preguntas incómodas. A pesar de que su formato sea el radiofónico, Andrés Ocaña (Entrevista personal, 03/2021) afirma:

“Los futbolistas están contentos con este tipo de profesionales de las redes porque, al no conocer la intrahistoria que lo envuelve, no los ponen en aprietos. Están más seguros y se relajan. Un claro ejemplo fueron Sergio Ramos y Caparrós. Ramos dijo que su mejor entrenador fue Joaquín Caparrós, mientras que en una rueda de prensa eso hubiera sido preguntado hasta la saciedad ya que ha tenido entrenadores mediáticos como Zidane o Capello”.

Para conocer la visión de los propios futbolistas, cabe poner en valor la opinión de Alejandro Pozo (Entrevista personal, 05/2021): “Pienso que los futbolistas se sienten más cómodos porque no se entrar en cuestiones del juego, que puede llegar a incomodar a algún compañero. El trato es más cercano y eso nos gusta”.

Las nuevas audiencias han hablado: este formato gusta. Por lo que la profesión debe adaptarse a los cambios que lleva sufriendo durante los últimos años, con el objetivo de llegar a un punto medio entre las dos formas comunicativas Antonio Ruíz (Entrevista personal, 06/2021), uno de los periodistas con más recorrido en medios de comunicación, lo tienen claro:

“La comunicación univoca tiene limitaciones, darle forma a la verdad solo lo puede hacer un profesional de la comunicación, luego entretener puede hacerlo cualquiera. Por eso, el periodista debe hacerlo todo con rigor. La gente sigue confiando en los grandes medios para contrastar información y guiarse. El periodismo convencional tendrá que adaptarse a las nuevas formas porque la gente necesita creer en algo, y la credibilidad sigue aportándose mejor desde el punto de vista del periodista”.

Asimismo, Pepe Domingo (Entrevista personal, 04/2021) asevera al respecto: “Vendrá gente joven haciendo cosas más bonitas y mejores para cambiar el mundo, y no solo en el ámbito del periodismo. Si Ibai es capaz de hacer transmisiones deportivas, pues me alegro mucho, a mí me gusta la competencia en igualdad de condiciones. Si ganan ellos, habrá ganado la gente joven y si ganamos nosotros, ganaremos los de siempre”.

Para terminar de completar la visión de los periodistas con mayor trayectoria en los medios de comunicación, Eduardo Gil (Entrevista personal, 06/2021) afirma: “El periodismo lleva cambiando mucho tiempo, pero se ha acelerado. El mercado de la audiencia lo marca el propio oyente y tendrá que valorar quien lo dice o como se dice. Ibai Llanos ha cambiado la forma de decir las cosas, ha roto una serie de estándares y no importa la profesionalidad. Ahora es el público quien decide si quiere un rigor, profesionalidad o la credibilidad, que es lo que sostiene a los medios convencionales”.

Debemos contextualizar este punto, debido a que ambos formatos no disponen del mismo sistema de medición de audiencias. Mientras que la televisión recoge cuantas personas que ven una emisión a través de un televisor, en Twitch se estipulan datos de la gente que hay en cada momento en una misma retransmisión. La gran diferencia viene dada por sistema de audiometría, el cual hace varias distinciones entre invitados y segundas residencias, según un artículo Pedro Zárata en un artículo de: *VerTele!* (30 de mayo de 2021).

A pesar de ello, estos números son historia, lo que ha llevado a los grandes medios a contar con los servicios de estos comunicadores. Se han producido una fusión entre ambos en mediante la figura del propio Ibai Llanos y Movistar Plus (cadena con la mayoría del fútbol en España). El 24 de enero de 2021, el *influencer* llevó a cabo una retransmisión -a través de su canal- del partido entre Atlético de Madrid y Valencia CF. Lo extraordinario viene dado en que ese audio de Twitch, fue una de las opciones de audio de la potente cadena de televisión junto a otros medios de comunicación importantes como la Cope o Ser.

Lo cierto es que el famoso youtuber tiene audiencias con millones de espectadores, pero ¿cuál es el perfil de los seguidores que ven fútbol? Se trata de gente joven con poca afición al deporte rey, que busca entretenimiento por encima de la propia información futbolera. Lo podemos resumir mediante una reflexión, pues los amantes del balompié no se despegan de los medios más convencionales pues le gusta su forma de transmitir, el contraste de la información y la seriedad de los periodistas. Es un hecho de que la forma de hacer periodismo, y todo cabe, aunque es clave la capacidad de adaptación de nuestra profesión.

6. Bases para realizar un libro de estilo

Aunque puede parecer que la narración futbolística es un ámbito tremendamente heterogéneo, lo cierto es que existen numerosos patrones que se repiten en los narradores de nuestro país, y que han servido como base para abordar unos aspectos

comunes. Desde un punto de vista general, estas son las grandes características que no deben faltar:

1. Aunque debe desarrollarse en pequeñas dosis, -sobre todo, cuando esas empezando- la improvisación se convierte en un actor primordial para mantener la atención del público. Este aspecto va de la mano con la preparación, por lo que si haces un buen trabajo previo puedes sentirte más seguro y, por tanto, agrandar la capacidad para improvisar.
2. La figura del comentarista surge para explicar lo que sucede dentro del terreno de juego y tiene mayores conocimientos que le propio narrador. No obstante, el narrador debe conocer los entresijos del fútbol para aportar veracidad a lo que introduce en el propio relato. Debe tener una nociones básicas sobre el deporte rey y terminar de apuntalar algunos aspectos que el analista no controle o corregir un posible error.
3. El fútbol es sus aficionados. Sin ellos, nada podía ser posible, por lo que la emoción deber ser una premisa principal en las narraciones. Sin esa forma de sentir el deporte rey es imposible llegar al corazón del oyente, quien quiere escuchar lo que siente a través de las ondas o la pantalla.
4. Damos por sentado que los periodistas cuidan el lenguaje, aunque hay veces que no es así. Debemos huir de frases hechas o expresiones incorrectas que se comenten durante las retransmisiones y que se han ido aceptando con el paso de los años. A pesar de que vienen detalladas en el marco teórico, los aspectos principales son:
 - Uso de argot: Debemos conocer su origen y no caer en impropiedades léxicas en su uso durante el relato.
 - Empleo de extranjerismos: Es clave conocer su origen para no errar en los llamados ‘falsos amigos’, no traducir de forma literal y consultar su correcta aceptación en la RAE. Algunos ejemplos son referirte a dramático como un final trágico o calificar a un jugador de agresivo.
 - Las frases hechas: Se trata de expresiones que se usan desde la existencia del fútbol, aunque la mayoría son impropiedades léxicas. Es importante evitar el uso de estas formas como, por ejemplo: ‘El jugador no para de meter la pata’ o ‘Se ha metido en un berenjenal’.
 - Expresiones bélicas o formas de género: Debemos eliminar frases que inciten al odio utilizadas en la guerras como ‘fusiló al portero en el área’ o ‘batalla campal’ o aquellas que pueden ofender la figura femenina como ‘se coló hasta la cocina’.
5. Lo peor que le puede pasar a un narrador es ser plano. Por tanto, el énfasis es clave para hacer una buena retransmisión. Aunque no debes decir más palabras de las que eres capaz de desarrollar, es importante aumentar la rapidez conforme llega el fin de la jugada y de forma progresiva. Asimismo, hay que desarrollar en un espacio reducido los diferentes géneros periodísticos que se pueden desarrollar dentro de una propia retransmisión. Por último, la relación narrador – comentarista debe ser lo más fluida posible para no cortar el ritmo.
6. El trabajo de un narrador empieza buscando datos y termina una vez que apaga el micrófono tras la despedida. De cara a la audiencia tenemos que poner en

valor ese trabajo previo a las horas del directo que deber ser lo más exhaustivo posible. Con el conocimiento de la actualidad de ambos equipos, el conocimiento de sus datos más interesantes, perspectiva con la que llegan donde también es interesante ver algún partido previo y conocer a fondo a los jugadores (edad, nombre completo, trayectoria...).

7. La adaptación se convierte en un actor principal en los tiempos que corren, donde los periodistas son más camaleónicos que nunca. Por tanto, debe controlar los aspectos más importantes en las nuevas formas de narración que tienen mayores dosis de entretenimiento. Ibai se han convertido en el ejemplo a seguir de las nuevas generaciones con narraciones desenfadadas y con un tono informal que gusta a la gente.
8. Por último, hay que tener en que no existen voces más o menos actas, aunque lo cierto es que el cuidado deber ser cauteloso, ya que se trata de nuestra principal herramienta de trabajo. Evitando posibles riesgos como el alcohol, tabaco o productos excesivamente fríos podemos mantener nuestras cuerdas vocales óptimas. Asimismo, es importante realizar ejercicios de calentamiento con el objetivo de tener en pleno rendimiento el sistema vocal una vez que encendemos el micro.

7. Conclusiones

Tras el cumplimiento de los objetivos planteados para llegar a la hipótesis, hemos desarrollado siete conclusiones generales que sintetizan el trabajo y representan los aspectos más importantes del trabajo.

1. La primera conclusión planteada, viene dada desde el punto de vista de los libros de estilo. Tras preguntar a todos los expertos sobre el tema, he llegado a la conclusión de que la mayoría no tienen en cuenta la versión en papel. No obstante, todos saben la línea roja que no deben sobrepasar en su medio y tiene que ver con el sentido común. Asimismo, tenemos que reconocer que este tipo de escritos tienen más sentido en la versión en papel de los medios. Un ejemplo muy sonado es *El País*, donde tienen gente contratada para velar por el cumplimiento de las normas establecidas en su manual.
2. En las narraciones futbolísticas existe un sinfín de expresiones y frases hechas que se utilizan de forma errónea. Tras hacer un repaso por los diferentes ejemplos me encuentro con que los principales periodistas de este país las utilizan para sus retransmisiones. Se tratan de formas empleadas durante muchos años y nadie ha reflexionado por su aplicación en un registro comunicativo alto, por lo que se han ido aceptando socialmente.
3. La mujer sigue teniendo una participación menor desde el punto de vista de la narración. Es cierto que la situación ha mejorado con el paso de los años, con la participación de estas en la mayoría de los programas informativos de deportes, con grandes entrevistadoras con Mónica Marchante, pero sin afición por la narración futbolística. Y es que en otros deportes como la gimnasia rítmica o la natación son rápidamente identificables con voces femeninas, y ¿por qué no es así en el fútbol? Ya sea por un aspecto vocal, el propio machismo o la falta de costumbre, no hay un consenso claro y muchas opiniones al respecto.
4. Las nuevas plataformas han llegado para quedarse, Ibai Llanos ha roto la barrera entre las nuevas plataformas y los medios convencionales, por lo que el periodismo debe reinventarse en este aspecto con el objetivo de atraer a la audiencia más joven. No obstante, se trata de una vertiente ligada al entretenimiento y el público sigue teniendo como preferencia el trabajo de los periodistas y su credibilidad a la hora de mostrar los hechos.
5. El ritmo es un aspecto primordial en las retransmisiones, todos los expertos entrevistados coinciden en que ser plano es el mayor defecto de un narrador. Este aspecto sirve como nexo de otros aspectos que llegan al público como la emoción. Sobre todo, en la radio, es primordial imprimir énfasis para aportar ¿
6. Aunque hay mucha diferencia, los periodistas se han acostumbrado a narrar desde estudios. Las empresas periodísticas quieren abaratar costes y esta es una de las grandes medidas. No estar en el foco de la noticia es un hecho que dificulta enormemente la labor del periodista pues se encuentra fuera del clima que envuelve al propio estadio y se pierde cosas que podría ver desde una cabina. No obstante, los principales canales televisivos muestran su trabajo mediante esta fórmula por lo que sus periodistas se han acostumbrado a esta forma de trabajo.

7. La preparación de los partidos es una de las grandes características de la narración con el objetivo de aportar credibilidad y frescura a la retransmisión. Es importante hacer un exhaustivo trabajo para conocer todas variantes que se pueden desarrollar en un partido. A pesar de ello, los periodistas con más experiencias son los que menos ejercicio de conocimiento hacen debido a que conocen a la perfección a los equipos y sus jugadores tras hacerlo durante la inmensa mayoría de su carrera profesional. Su contextualización es más profunda en el momento realizan la narración de un equipo desconocido para ellos.

8. Referencias Bibliográficas

- Blanco, Josep María; Boet, Eduart, pro. (2002). Las retransmisiones deportivas: técnicas de narración radiofónica. Barcelona : CIMS 97.
- Recaredo Aguiló. (2003). *Diccionario de Términos Deportivos*. ESPASA CALPE SA.
- Jesús Castellón. (2005, abril). Diccionario Terminológico del Deporte. Ediciones Trea, S.L.
- Alicia Gerena. (2019, 31 enero). "Libros de estilo, concepto y origen". *Prezi*. <https://prezi.com/pwtlilxh1vbl/libros-de-estilo-concepto-y-origen/>
- Pequeocio. (2021). "20 ejemplos de frases hechas y su significado". *Pequeocio*. <https://www.pequeocio.com/frases-hechas/>
- Ramón Sánchez. (2007, 20 abril). "El léxico deportivo: Jerga futbolística". *sieteblanco.com*. <https://elsieteblanco.wordpress.com/2007/04/20/el-lexico-deportivo-jerga-futbolistica/>
- Enciclopedia de Ejemplos (2019). "Jergas Deportivas". Recuperado de: <https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-jergas-deportivas/>
- Carolina García. (2016, 5 febrero). "Esta sí es la biblia del periodismo". *El País*. <https://aniversario.elpais.com/libro-de-estilo/>
- Jorge LO. (2020, 8 julio). "Anglicismos en el fútbol y el baloncesto". *teopalacios.com*. <https://teopalacios.com/anglicismos-en-el-futbol-y-el-baloncesto-deshazte-de-ellos-de-una-vez/>
- Kirenia Triana Hernández. (2012, septiembre). "Anglicismo en la prensa deportiva y su influencia en el idioma español". *efdeportes.com*. <https://www.efdeportes.com/efd172/anglicismo-en-la-prensa-deportiva.htm>
- El uso de anglicismos en el idioma español. (2016, julio). *eli.es*. <https://www.eli.es/blog-eli/consejos-para-aprender-ingles/uso-anglicismos-idioma-espanol>
- José Luis Rojas. (2014, 13 mayo). "Impropiiedades léxicas, falsos amigos y otros errores". <https://www.spherasports.com/>. <https://www.spherasports.com/impropiiedades-lexicas-falsos-amigos-y-otros-errores/>
- Javier Silvestre. (2021, 25 enero). "El debut de Ibai Llanos como narrador de La liga no defrauda". *lavanguardia.com*.

- <https://www.lavanguardia.com/television/20210125/6195662/debut-ibai-llanos-narrador-liga-futbol-movistar.html>
- Sebastián Rodríguez. (2021, 19 enero). "Ibai Llanos ficha por Movistar para narrar como en Twitch los partidos de LaLiga". *elgoldigital.com*.
<https://www.elgoldigital.com/ibai-llanos-ficha-por-movistar-para-narrar-como-en-twitch-los-partidos-de-laliga/>
 - Clara Guillém. (2014, noviembre). Trastornos de la voz.
<https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2014-11-27-Tema%2015.%20Trastornos%20de%20la%20voz.pdf>
 - Ignacio Abad. (2020). FÚTBOL, MUJER Y NARRACIÓN: EL PRINCIPIO DEL CAMBIO. Universidad de Sevilla.
 - Thamíris Luisa Soares Mitte. (2020). TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA FOLHA DE SÃO PAULO DURANTE LA CRISIS PENITENCIARIA BRASILEÑA DE 2017. Universidad de Sevilla.
 - Rafael Aleixandre Benavent. (2007, abril). TERMINOLOGÍA Y LENGUAJE DEPORTIVO DEL FÚTBOL. Universidad de Valencia.
 - J Álvarez Marcos, M Capelo Hernández, J I Álvarez Ortiz (2019): "La madurez digital de la Prensa española. Estudio de caso". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 499520.<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1342/25es.html>
 - William Zambrano. (2011). Las metáforas bélicas del fútbol: un fenómeno cultural y discursivo. Pontificia Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5667/tesis733.pdf?sequence=1>
 - Maribel González Román. (2015). CARACTERÍSTICAS VOCALES Y FONATORIAS DE LOS ENTRENADORES DEPORTIVOS. Universidad del Tobaró. <https://gurabo.uagm.edu/sites/default/files/uploads/Health-Sciences/Thesis/2016/Katiuska-Vazquez-Carla-L-Rivera-Luis-Laporte-PHL-2016.pdf>
 - Sara Quintero Ramírez. (2019, noviembre). Hipérboles en crónicas futbolísticas: rasgos sintáctico-semánticos y discursivos. Universidad de Guadalajara.
https://www.researchgate.net/publication/337227957_Hiperboles_en_cronicas_futbolisticas_rasgos_sintacticosemanticos_y_discursivos_Hyperboles_in_football_narrations_syntactic-semantic_and_discourse_characteristics
 - María Vázquez. (2014, marzo). Los anglicismos en la lengua española a través de la prensa de la mitad del siglo XIX. Universidad de Cádiz.
<https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17952/224031-791111-1-SM%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - Pablo Torreglosa Segura. (2020). La narración de fútbol en televisión en España. Análisis comparativo con las retransmisiones de baloncesto. Universidad de Sevilla.https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102613/PER_TORREGLOSA_SEGURA_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 - ROMÁN, M.A. (04/2020)
 - OCAÑA, A. (03/2021)
 - RUÍZ, H. (03/2021)
 - IZQUIERDO, L. (03/2021)
 - DURÁN, J. (03/2021)

- MÁRQUEZ, J. (03/2021)
- DOMINGO, P. (04/2021)
- FUREST, T. (04/2021)
- EVANGELIO, F (05/2021)
- POZO, A. (05/2021)
- FARIÑA, J. (05/2021)
- RUÍZ, A. (06/2021)
- GIL, E. (06/2021)

ANEXO

A lo largo de este anexo, se podrán leer todas las entrevistas personales (citadas en la bibliografía) con distintos periodistas y exjugadores realizadas durante el Trabajo de Fin de Grado. Mediante una detención entre sus funciones, podemos observar todo lo aportado al proyecto.

Narradores

ANDRES OCAÑA

1. Características que no pueden faltar en una narración.

La voz es un aspecto principal, hay que tener potencia o personalidad en la voz para poder narrar. Aspecto importante: ritmo. Más que intentar buscar la palabra o el acento neutro, lo fundamental es el ritmo, que va de la mano de la emoción.

Hay que enfatizar en las jugadas de peligro y situar la jugada, que va de la mano con el énfasis. Por ejemplo, el toque entre centrales. Ese narrador debe tener afán de protagonismo, con toda la humildad, pero tienes que intentar gustar a la gente y hacer tu propia narración. Coger lo mejor de cada uno.

Puedes hablar con mucho ritmo, pero no tiene por qué ser la final de la jugada, manejando distintos recursos de énfasis. Los aficionados creen que hay dos extremos: tremendamente contento o triste, y hay que tener una cierta monotonía complementada con jugadas más peligrosas.

Lo peor que le puede pasar a un narrador es ser plano, no tener rasgos diferenciales que te distinguan del resto y marcar un poco de tendencia sobre tu propia figura. Con vergüenza no se puede narrar.

2. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Al principio cuando empiezas, preparas muchas cosas. Para la persona que no se encuentra totalmente segura de sí misma, lo mejor es llevar cosas preparadas: altas y bajas, estadísticas, nombre y apodos... Ahora llevo dos datos en una hoja porque me encuentro totalmente seguro.

Yo suelo estar pendiente de la actualidad de los equipos horas antes, con los posibles onces. Con el lugar de nacimiento, nombre completo y procedencia para no ser repetitivo con los futbolistas. Tienes que llegar preparado y la espontaneidad tiene que ser utilizada una vez que empiece a rodar la pelota, y no para cometer un error.

3. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Yo soy bastante antiacadémico, no creo que las narraciones deban tener una exaltación del lenguaje y pedante en cuanto al lenguaje. Como espectador pienso que hay que

hablar correctamente pero no hacer de la narración un libro de sinónimos y expresiones pedantes o palabras rebuscadas. El que te escucha no busca que le hagas una novela, si no que le cuentes lo que estás viendo.

Es cierto que, en la televisión como tienes la imagen, sí que puedes hacer un mejor uso del lenguaje. Caben más florituras. En la radio creo que hay que ser más políticamente incorrecto para llegar al oyente, no creo que haya un mal uso del lenguaje, de hecho, creo que es todo mucho más rápido y que hay menos tiempo para contar las cosas. En una narración se multiplica solo esto.

En España, tenemos los mejores narradores del mundo junto a Argentina.

4. ¿Alguna vez ha recurrido al libro de estilo para tratar temas controvertidos?

Nunca me han dicho nada sobre el libro, en la prensa escrita o digital cobra más importancia. En un radio es complicado que te salga del código deontológico del medio, más allá de un mal uso del lenguaje.

5. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

Es fundamental tener un comentarista que no corte el ritmo de la narración. Por ejemplo: hay esta Gonzalo de Laza dormido... para darle un toque de atención y volver a ese ritmo. Que no haya silencio. Otra cosa clave es tener química, incluso para discutir hace falta ese *feeling*.

Q no haga comentarios planos que aporte un rigor táctico a lo que está sucediendo. No consiste solo en dar paso a una persona para descansar la voz, está claro que el narrador debe ser un protagonista, pero el presentador deber ser bueno a la hora de introducir la publicidad, el comentarista debe aportar, el inalámbrico debe aportar también y todo eso es un cóctel.

6. ¿Cuáles son las principales diferencias entre las narraciones llevadas a cabo en un estudio y el estadio?

Nosotros hemos debido adaptarnos a una situación complicada para el periodista: no estar en el foco de la noticia. Hacerlo conforme a lo que vez en la pantalla supone un esfuerzo extra, las distintas formas que tienes de entrar en el partido tienes que generártelo tú mismo porque no la tienes, al final llegas y enciendes la televisión. No hay comparación.

7. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Hay que respetar todo tipo de públicos. Se trata de poner en manos de personas que no son especialistas determinadas retransmisiones de futbol, pero si hay gente que lo ve quien soy yo para decir que no está bien.

Los futbolistas están contentos con este tipo de profesionales de las redes porque, al no conocer la intrahistoria que lo envuelve, no los ponen en aprietos. Están más seguros y se relajan. Un claro ejemplo fueron Sergio Ramos y Caparrós. El público que consume

ese tipo de cosas no es muy futbolero porque piensan más en la emoción, que en la propia información.

8. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

Creo que tiene que narrar quien narre bien. La elección de ser narrador viene por cuestión de gustos, de todas las chicas que han entrado en prácticas o a trabajar en mi empresa, no me ha mostrado el más mínimo interés en narrar, pero creo que puede ser por una cuestión de costumbre, y falta de afición en ese sentido.

La mujer que quiere narrar tiene que hacerlo como los hombres, escuchar mucho y pegar voces. En Cope, durante muchos años tuvimos a una gran narradora: Manoli Chico.

9.- Principales diferencias tv y radio

La radio tiene muchas virtudes con respecto a la televisión, que solo nos aventaja en la imagen. La publicidad es otro arte diferencial de la radio, la emoción de los partidos, por eso creo que está muy bien poder cambiar las opciones de audio.

Los narradores de televisión cada vez se parecen más a los de radio y eso no es casualidad, antes era otro tipo de entender la profesión y eran incapaces de competir con la radio. Es mágico y el secreto es que te introduce mucho más en los partidos.

HECTOR RUIZ

1. Características que no pueden faltar en una narración.

Hay que tener personalidad, cuando te pones delante del micro debes contar lo que ves, como lo ves y por qué lo ves así, y todo eso tiene un nexo de unión que es la personalidad. Se trata de una recolecta de todas tus experiencias: tu vida, recuerdos... todo aplicado a la inmediatez de una retransmisión deportiva, te obliga a una velocidad exigente. La veracidad es otro aspecto esencial ya que todo el mundo lo ve, seguramente dos opiniones exactas no existen, pero sí que se ve bajo un mismo prisma y ese debe ser lo más parecido a lo que está sucediendo.

Por último, cada uno tiene sus trucos y cada uno tiene su estilo, lo que lo hace más interesante todavía. Los partidos tienen fases donde se hacen más plomizos y tienes una riqueza lingüística importante y, además, tienes experiencia te hará narrar mejor. Eso en un momento dado es importante y estoy convencido en que estamos en continua evolución y vamos cambiando desde los inicios teniendo en cuenta quién eres.

2. Hablando de personalidad, su famoso: ¡Te lo canto!, ¡Te lo canto! Se ha convertido en un sello de identidad.

En un mundo laboral donde el marketing se ha convertido en un pilar fundamental, y las televisiones pueden poner cortes en las distintas plataformas y en redes sociales. Más allá de la marca o el sello de identidad, fue algo esporádico que me salió de dentro y se ha convertido en parte de mi narración. Lo utilizo cada vez que considero que un gol es bonito o tiene mayor importancia sobre el juego.

3 ¿Cómo crees que debe preparar un narrador los partidos?

Tengo la costumbre de mirar la prensa de proximidad, que es la más verídica. Soy bastante consumidor de radio y me escucho programas locales de los sitios donde voy a narrar, y me sirve más que los nacionales.

A partir de ahí, yo tengo un comentarista que va sobrado de sabiduría futbolística y lo explica tremendamente bien. Puedo pecar un poco de anticipación, yo narro como si el que fuese a rematar la jugada fuese yo. Yo lo cuento como lo veo, lo siento y qué haría yo dentro del mismo, por lo que puedo ser más crítico.

Todas esas premisas vienen dadas porque te has preparado el partido o porque vives el periodismo las 24 horas. Si no, es muy complicado que estés en una profesión con mucha competitividad, no sirve para estar relajado. Tienes que estar dispuesto a conocer la mayor actualidad, escuchar a otro tipo de compañeros, viendo cómo trabaja la gente en este ámbito para saber qué es lo que te gusta y que no. Esa democratización de la narración sin que haya un estilo único, le da mucha riqueza complementada con la improvisación y conjugando varios géneros al momento sin darte cuenta. Una retransmisión te da para muchas cosas más allá de decir quien le ha pasado la pelota a quien.

3. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Cada uno habla de una forma dependiendo de las situaciones a la que te enfrentes, así como hay gente que se dedica a otro tipo de comunicación, creo que en el deportivo no es así. Nadie debe emprender juicios de valor para decir que un periodista habla con suficiente pulcritud en los deportes, pues cada uno tendrá su forma de pensar.

En mi caso me caso, puedo tener más riqueza o menos que otro compañero, pero al final, cuando te plantas delante del micro eres un fiel reflejo de lo que eres realmente, cada uno es diferente. No creo que haya dos narradores iguales, hay gente que utiliza un lenguaje más depurado, pero si hay una forma de hablar más cerca del vestuario, me sirve para comunicar. Si un narrador se siente menospreciado por las críticas, creo que debe dedicarse a otra cosa ya que hay que tener seguridad en lo que haces y convivir con las críticas.

4. ¿Alguna vez ha recurrido al libro de estilo para tratar temas controvertidos?

Nadie ha venido nunca a decirme te has pasado de la raya o te has quedado corto, cada uno tiene su propio lenguaje y tienes que adaptar tu registro a las situaciones. Tenemos que ser muy profesional y ser tú mismo el que pone tus límites. Estoy seguro de que, si pasas del límite, la dirección tomaría medidas más drásticas, la autogestión con gente madura satisface lo que pone en los libros de estilo sin necesidad de recurrir a él.

6. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

El comentarista es tan importante o más que el narrador, ya que explica el porqué de las cosas. Tiene que asimilar lo que ha ocurrido, contarlos de forma que lo entienda todos los tipos de públicos, y además hacerlo en un espacio de tiempo reducido porque el partido te atropella. Es una importancia capital tener sintonía con el narrador para darse paso, y si -como es en mi caso- es tu amigo, todavía mejor porque es un gozo y se nota.

Hay razones para defender a los exfutbolistas y los periodistas especializados, donde hay de todo tipo. Aunque el que ha sido futbolista puede entender lo que ha sucedido dentro del terreno de juego porque ha estado ahí y llega a sitios que nosotros no controlamos. Aunque habrá periodistas que por su formación tienen la capacidad de transmitir las cosas con cierta ventaja por sus conocimientos. Eso te hace tener una serie de recursos para plasmarlo en la retransmisión y tener una visión global de lo que ocurre, por tanto, el embudo es tan grande para los pocos puestos que hay que a nadie le regalan nada.

7. ¿Cuáles son las principales diferencias entre las narraciones llevadas a cabo en un estudio y el estadio?

Narrar en el estudio es lo que llevo haciendo desde que llegué a Mediapro. He estado en campos como aficionado y en mis comienzos, pero como profesional nunca he narrado en un campo y ojalá pudiera hacerlo. Es muy diferente, y el estudio tiene desventajas como que se pierda la señal del campo, como me ha pasado en alguna ocasión, te deja vendido. Eso en un estadio no pasa. Las empresas han entendido que así se abaratan los costes y es lo que nos está tocando vivir.

8. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

La tradición es una de las principales razones y el diferente trato en otras etapas, donde había mucho tópico en este sentido. Queda mucho camino para que esto sea igualitario pero lo que ha hecho Danae Boronat o Sara Giménez de ponerse delante de un micro y narrar fútbol me parece fantástico. Si han demostrado que están capacitada para hacerlo, adelante. Se trata de demostrar que estas preparadas y que el día que te den la oportunidad, todo salga bien. Considero que en el mundo del periodismo deportivo se está dando pasos agigantados para la igualdad y que en mi ámbito me rodean mujeres que están preparadísimas para hacer su trabajo.

LLUÍS IZQUIERDO

1. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

El proceso de preparación es sencillo ya que solo hay que estar pendiente de lo que sucede en la actualidad. Me gusta tener la perspectiva de los partidos, para mí, lo más importante es conocer cuánto tiempo llevan sin puntuar, sin ganar... me gusta partir de una base estadística sobre los resultados. Por ejemplo: los equipos de la parte baja llevan muchas jornadas sin ganar.

2. Características que no pueden faltar en una narración.

Mi narración ha cambiado mucho con el paso de los tiempos. Para mí el aspecto más importante es el comentarista porque una narración enriquece mucho todo.

Buena dicción y que la gente te entienda, más allá de la voz que cada uno tiene la suya propia. No hay que tener una voz bonita/grave, si eres capaz de dar una buena técnica de narración. El ritmo, aunque en tv es más relativo, aunque en los últimos años hay una tendencia a imprimir mayor ritmo. Las nuevas generaciones/audiencias valoran más positivamente ese tipo de narraciones. Una persona que no sea monótona me gusta hacer saltos (ej: min 14...)

La improvisación es fundamental, agilidad mental para describir situaciones. Tener una buena relación con el comentarista y saber dirigir la propia retransmisión (cuando dar paso o exigirle). Depende mucho de la inspiración y variar el lenguaje

3. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

Por muy poco que seas de fútbol, al final haces tanto fútbol, algo sabes. Tampoco es necesario que el narrador haga el papel del entrenador, y colarse en el papel del comentarista. Que la parte más técnica la comenten los comentaristas, aunque hay veces que pasa.

No todos los exfutbolistas hablan bien, ni todos los periodistas especializados saben tanto. Aunque lo mejor es que se puedan complementar los dos.

4. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

La narración es compleja y por naturaleza siempre hemos tirado de tópicos o metáforas que se han convertido en parte de nuestro propio lenguaje. Utilizamos una serie de palabras que están mal aplicadas y puede ser criticado. Por lo que yo entiendo de televisión, me da la sensación de que mis compañeros y yo mantenemos un nivel alto en cuanto a lenguajes y no sobrepasamos la línea. No creo que el periodista deba utilizar tacos en el directo y me corta mucho. El periodismo está bastante mal, aunque el lenguaje, lo respetamos bastante.

5. ¿Alguna vez ha recurrido al libro de estilo para tratar temas controvertidos?

No solo no tiramos de libro de estilo, si no que nadie nos ha dicho nada. Creo que es mérito nuestro ya que nos hemos nutrido de las mismas fuentes y nos retroalimentamos en este sentido. Sin tener una referencia escrita, siempre hemos mantenido una línea muy parecida en la narración y somos inteligentes y sabemos para quien trabajamos. No creo que el público de movistar busque este tipo de narración.

6. Capacidad del periodista para adaptar esa velocidad a los diferentes géneros periodísticos que entran en valor a un narrador

Cuando te enfrentas a tres horas delante de las imágenes con 4 datos que puedas tener y todo por pasar, ese ejercicio es tan grande que debes tocar todos los palos. Llevas los mandos un suceso con 90 minutos por delante, por lo cual, los narradores cuando hemos tenido que enfrentarnos a otro tipo de formato más sosegado nos desenvolvemos mejor que el resto. Yo soy muy romántico y me gusta lo serio o lo convencional. Lo otro es más entretenimiento.

7. ¿Cuáles son las principales diferencias entre las narraciones llevadas a cabo en un estudio y el estadio?

Yo narré el primer tercio de mi carrera en campos, y claro que es mejor. Llevo 13 narrando en cabina y me he acostumbrado tanto que ahora mismo no lo concibo de otra manera. Hacemos tal cantidad de partidos que sería imposible viajar a todos ellos, para mí se ha convertido en lo normal. Los medios en general se han decantado por esto para abaratar costes. Te limita en ciertas cosas ya que manda el realizador, aunque hay que ser hábil para detectar ciertos fallos que pudieran darse.

8. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

El camino está todavía por hacer, durante 50-60 años han narrado hombres y no vas a conseguir la igualdad de un día para otro. Es un terreno complicado para la mujer, primero porque hay muchos hombres y es algo que tiene que darse por ambas partes: vocación y empresas.

9. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Es para un público más joven, no creo que sea nuevo periodismo. EN el momento en el que un youtubers empieza a entrevistar futbolistas, están haciendo periodismo, aunque la gente más preparada está ejerciendo el periodismo más convencional y el que atrae a más gente.

JOAQUÍN DURÁN

1. Anécdota sobre su narración con acento andaluz

Creo que cambio poco, tuve la sensación de que se esperaba una cosa muy distinta a lo que se estaba oyendo anteriormente. Se encontraron con que el narrador de los partidos

de Radio Sevilla del Betis y Sevilla contaba lo que estaba sucediendo, pero con acento andaluz, es decir, como hablo con un amigo. Entonces, tiene una historia:

Cuando aquello se planteó es porque había empezado en Cataluña, Joaquim María Puyal que le hacía la competencia todas las noches a José María García. Era un tipo sereno, sensato y pausado, mientras que García era todo lo contrario y atacaba todo lo que veía. Empezó a retransmitir en catalán y queríamos hacer algo en Andalucía con nuestro propio dialecto, y llame a José María Valdesoto, (un acérrimo lingüista) que ya había publicado algún libro por aquella época, para conocer las principales características del acento andaluz.

Tras una reunión en la radio para ver cómo iban a hacer esas cosas, y al escucharme hablar, me dijo: “habla así, tal y como lo estás haciendo conmigo”. Lo cierto es que a la hora de llevarlo a cabo no fue para nada rompedor, aunque ahí queda la anécdota

JESÚS MÁRQUEZ

1. Características que no pueden faltar en una narración.

La principal característica es el ritmo, aunque no hay que confundirlo con aturullarse. Es decir, no querer decir más cosas de las que somos capaces porque puede provocar que te bloques. Se tiene que entender todo lo que estás diciendo.

2. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Hay que tener mucha variedad y lenguaje, para eso es importante empaparse de otros narradores y coger lo mejor de cada uno. Recurrir a la variedad es uno de los máximos atractivos: sinónimos.

Para mí es muy importante situar el balón, aunque eso puede ser malo en la tv. Siempre me imagino que me está escuchando un enfermo, un taxista o un conductor de camiones que no pueden ver el partido y tengo obsesión por situar siempre el balón, utilizando el mayor número de sinónimos para que no sea repetitivo.

La riqueza del lenguaje es esencial, para ello hay que tener una buena preparación: nombre completo, edad, trayectoria... hay que aprender a simplificar y no recargar la retransmisión. Hay que intentar que sea todo muy coral, es decir, no sentirse el mayor protagonista y hacer pausas para que entren los comentaristas. Y no creerte el eje de atención donde la importancia es la radio. Formas parte de un equipo de gentes que hacen que todo vaya bien.

Es cierto que cada vez cuidamos más lenguaje, pero intentamos ser originales y caemos en equivocaciones. No hay que hacer las retransmisiones tan Rococó, y simplificar más en lo sencillo. Además de contar lo que sucede, hay que tener la capacidad de entretener, intentando utilizar los recursos en el momento adecuado.

Cuando das un partido que no conoces muy bien a los jugadores, te genera mucha desconfianza y son los que más me preparo. Si doy un partido del Betis o del Sevilla me siento más cómodo y soy capaz de dar mi toque personal. Tu estilo personal es donde más cómodo te sientas.

Decir tacos, tal y como se dice en La Cope, no me gusta. No debe estar bien vistos en la radio y trato de evitar los términos vulgares. Hay que encontrar el punto medio entre la audiencia más joven y la más veterana siempre busco meterme en el papel del que me escucha.

MIGUEL ÁNGEL ROMÁN

1. Características que no pueden faltar en una narración.

No hay un libro de estilo para abordar este asunto. Cada uno tiene su forma personal y única de contar los hechos, lo que lleva a que exista un sinnúmero de formas para relatar un encuentro. Hay tres elementos claves para confeccionar una buena narración: el ritmo, tono y lenguaje. El tono y el volumen tienen que ser adecuados hasta el punto de que sea agradable para el oyente o telespectador aquello que estas contando. Debes desarrollar la capacidad para adaptar esos aspectos al partido y al momento dentro del mismo. Asimismo, ser adecuado para el medio en el que estés trabajando.

2. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Desde el punto de vista lingüístico, el periodista debe acomodar su vocabulario para que no sea demasiado ordinario ni tampoco demasiado técnico para que el aficionado pueda discernir de forma perspicaz aquello que quieres transmitir. “Esos tres aspectos bien puestos van a determinar si una narración es buena o no”.

Hay diferentes tipos de partidos, una contienda con poca intensidad dentro del verde puede dificultar la labor del periodista a la hora de enganchar a la audiencia. Entran en escena diferentes tipos de ritmos dentro de una misma retransmisión. Cuando el ritmo del propio partido es lento, para poder aportar cierta velocidad y, por consiguiente, atractivo para el público tienes que intentar que intervengan el mayor número posible de voces.

3. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Asimismo, la preparación es clave para poder saber qué decir o que puede pasar en el transcurso del encuentro. El trabajo de preparación es clave. Si sabes qué ha pasado, si conoces la actualidad de esos equipos... puedes recurrir a diferentes temas para establecer pequeños debates que puedan ser de interés. El objetivo es intentar atraer la atención del espectador mediante voz para esconder la poca intensidad que hay dentro del terreno de juego.

En una época donde los espectadores saben mucho de fútbol, la labor de comunicador debe ser exhaustiva para tratar de aportar cosas diferentes. Por tanto, es conveniente elaborar una preparación que te permita controlar todo lo que pasa dentro del terreno de juego. Nosotros desde Movistar recibimos un planning que nos envían semanalmente, sobre lo que vamos a narrar durante la semana. No obstante, también realiza un análisis íntegro sobre los equipos. Para explicar la preparación fuera las cámaras, hay un ejemplo claro: Cuando trabajas estás consumiendo y contrastando información. Si sabes

que Joaquín ha marcado el primer hat-trick de su carrera futbolística, es un dato que puedes emplear durante la retransmisión.

Conocer la actualidad futbolística -como vemos- es clave, pero es cierto que hay muchos compañeros de profesión que siguen el día a día de cada equipo, y que pueden servir de mucha ayuda a la hora de preparar un partido: “Si por ejemplo tengo un partido del Betis o del Sevilla, llamo a Antonio Callejón y le pregunto cómo ha ido la semana o lees periódicos, sigues ruedas de prensa... Todo te permite tener el contexto necesario para poder interpretar en todo momento lo que puede pasar en el encuentro”.

4. Características que no pueden faltar en una narración.

Lo importante realmente de la retransmisión es el partido y no el narrador, llegando incluso a estropearlo con un mal trabajo. Nosotros no hacemos que sea emocionante, en todo caso, si estamos bien podemos aumentarla un puntito. Es un poco recordar el ABC del periodismo, lo importante es el hecho y contárselo a alguien y estamos ahí en medio.

Para poner un ejemplo de esta faceta de la narración, siempre utilizo esta metáfora: “Un partido puede ser un Ferrari, un Volkswagen Golf o un Simca 1200. Lo narre quien lo narre, el partido va a seguir siendo un Ferrari (muy bueno), un Golf (que sería un término medio) o un Simca 1200 (con menos atractivo). Lo que puede conseguir el periodista es que si el encuentro es un Ferrari tenga mejores complementos y ser algo más cómodo, pero no va a dejar de ser un Ferrari. Para mí eso es diferente, aunque estés escuchando a un narrador en concreto, igualmente la emoción sigue ahí. Sigues celebrando ese gol independientemente de quien te lo cuente.

5. ¿Cuáles son las principales diferencias entre las narraciones llevadas a cabo en un estudio y el estadio?

Incrementa la dificultad del periodista a la hora de entrar en el ágora que engloba a los estadios durante un partido (ambiente, colorido...). No es lo mismo contar las cosas desde el lugar de los hechos que desde la distancia, obviamente se desvirtúa la información. Cuando estás en el estudio el punto de vista del partido te lo escoge el realizador, no lo eliges tú. En el campo tienes una visión panorámica y en un momento dado ves otras cosas que el realizador no tiene por qué ofrecer. Te pierdes al actor principal de la narración: el público. La forma en la que la gente se levanta cuando hay una ocasión clara de gol, o la forma en la que se celebra te hace entrar, estar dentro de un partido.

Asimismo, es bastante más fácil llegar a distraerse por el continuo flujo de personas que se encuentra dentro del recinto. Ese valor añadido que supone narrar desde el estadio se pierde y, por tanto, puede llegar a dificultar en gran medida el trabajo del periodista. Siempre he sido un comunicador que le gusta estar en el foco de los hechos y echo de menos poder ir a los estadios y disfrutar del ambiente que podemos apreciar en los alrededores de un estadio, o la pasión con la que niños y mayores se dirigen a su asiento para poder ver cada fin de semana a su equipo.

En conclusión, mediante esta forma de contar las cosas, es decir, lejos del punto importante de los hechos, puede llegar a perderse la verdadera esencia que aportan sus aficionados al fútbol.

COMENTARISTAS

TOMÁS FUREST

1. Características que no pueden faltar en una narración deportiva

Para mí un narrador tiene que hacerte ver lo que tú no ves, lo que pasa que hoy en día está escuchando la radio y viendo la tele a la vez, pero lo realmente importante es que un narrador te cuente como si tu realmente estuvieras viendo el partido, ahora muchas veces el narrador lo que haces es acompañar la imagen o exagerarla, lo principal es que tenga agilidad, credibilidad y personalidad y que te entretenga (tenerte en tensión)

2. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Matías Prats llegaba un tiempo antes al estadio y bajaba al césped para analizar las características de los narradores para poder narrar. Hay que tener una buena preparación sobre los jugadores y equipos con el objetivo de amenizar la narración.

Aunque esto no solo es para el deportivo, sino para todos los ámbitos de la profesión y tener una buena preparación para aportar credibilidad

2. ¿Hasta qué punto cree que es importante que un narrador conozca el juego?

Para mí es lo más importante, aunque el comentarista tiene más peso. Aunque cada uno tiene su sitio, el narrador debe tener un amplio conocimiento para situar realmente al oyente o incluso para corregir a su propio compañero en caso de equivocarse.

4. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Hay narradores de todo tipo, aunque siempre hay que saber utilizar el lenguaje. Se sigue utilizando el tiempo reglamentario cuando la forma correcta es reglamentario o reparto de punto cuando no es una partición equitativa. El narrador debe ser culto y no utilizar demasiado las muletillas ni frases hechas.

5 ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

Los comentaristas deben aportar cosas, y son personas que entienden de fútbol y saben transmitirlo de forma clara y sencilla, todo eso crea un ambiente necesario para enganchar a la audiencia. Pienso que los dos tipos de comentaristas son aceptables

siempre que aporten cosas. A mí me gusta que me digan cosas que no he sido capaz de percibir. Otro aspecto clave es la objetividad y hacer comentarios sesgados.

Aunque no siempre los exfutbolistas tengan que ser buenos comentaristas a pesar de que lleguen a ver cosas que no controlan los periodistas por haberlo vivido de primera mano.

6. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

Puede que estemos acostumbrados a escuchar voces masculinas, por lo que puede sonar extraño. Dentro de un mundo tan machista como es el fútbol no es fácil para la mujer y siempre quedan delegadas a la figura del pie de campo o la chica de las redes.

7. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Yo no uso redes sociales, aunque reconozco que son los nuevos tiempos. Hay que adaptarse a las nuevas formas de comunicación, aunque no todo vale. Ibai ha sabido hacer algo nuevo y ha dado con la tecla para tener una buena audiencia, pero no soy el mayor fan de este tipo de retransmisiones.

PEPE DOMINGO CASTAÑO

1. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Una narración debe tener ritmo. La “R” de radio es también de ritmo.

Debe haber multitud de ingredientes (opinión, polémica, publicidad) para conseguir ritmo, y una narración lo tiene. Aunque cada uno tiene su estilo, cada narrador debe tener su propio ritmo. Tiene los suficientes ingredientes para que haya ritmo. Los narradores tienen que aprovechar el ambiente para crear controversia, situar perfectamente el balón dentro del terreno de juego.

Una transmisión plana no vale, debe tener fuerza y esa fuerza se la da el ritmo. Fuerza, personalidad, estilo propio. Crear frases, latiguillos y tener variedad para crear controversia. El ritmo lo impone el narrador, y si el partido no tiene ritmo se lo debe dar mediante el abuso de otros elementos que no tengan que ver con el partido.

2. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Creo que hay un buen nivel de lenguaje, veo que los narradores utilizan un buen lenguaje. Una narración completa debe tener información y opinión, que la gente vea que te mojas y que te involucras en el juego. Gente que transmiten muy bien y se enteran de detalles que no necesariamente deben ser de fútbol

Abusamos muchos de frases hechas o de palabras que no dicen nada como “percutir”, muchos adverbios como “prácticamente”. De tantas decirlas, la decimos mal y se aceptan.

3. ¿Cuáles son las principales diferencias televisión y radio?

La radio es un medio mucho más personal. Para que la tv llegue al ámbito personal debe atravesar muchas barreras, como por ejemplo la del estudio donde estas solo y eso empobrece el mensaje, ves una pantalla y depende del realizador o de los cámaras que te muestran lo que pueden.

En la radio tú eres el dueño porque eres el dueño de la palabra, te encuentras en el campo. Puedes hacer que la gente imagine cosas que no está viendo, porque jugar con la imagen está bien, pero jugar con la imaginación tiene mucho poder, y ese el mayor poder que tiene la radio.

4. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

No hay distinción, porque es bueno que haya variedad. Siempre que haga comentarios cortos, que añadan algo a lo que dice el narrador pues corta el ritmo, la interrupción del narrador es parte del ritmo. Engranaje rítmico que las voces de la gente que aportan conocimientos siempre que no sea muy largo y documentado.

5. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Vendrá gente joven haciendo cosas más bonitas y mejores para cambiar el mundo, y no solo en el ámbito del periodismo. Si Ibai es capaz de hacer transmisiones deportivas, pues me alegro mucho, a mí me gusta la competencia en igualdad de condiciones. Si ganan ellos, habrá ganado la gente joven y si ganamos nosotros, ganaremos los de siempre.

6. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

Me encantaría que hubiera más mujeres narradoras. Aunque hay un problema, porque cuando la mujer eleva la voz como lo hace un hombre en la narración, suele gritar y le sale una voz muy desfigurada. Eso no es por ser mujer, es por su condición biológica por lo que tienen ciertas limitaciones en este sentido.

7. Como una gran leyenda de la radio, ¿cuál crees que es la magia que engancha de este medio?

No hay nada más bonito en el mundo que pasarlo bien, no hay nada más hermoso en el mundo que ser feliz. No hay nada que se pueda equiparar a pasar una tarde de fútbol en la radio porque vas a tener un montón de amigos que solo piensan en entretenerte, para que escuches a tu equipo sin enfadarte con una cerveza y oyendo lo que, en ese momento, cada uno saca de su corazón. Al menos, yo cuando digo el ¡Hola! ¡Hola!,

tengo el objetivo de llegar al corazón de cada uno de los oyentes que están en sus casas. Con lo mejor que tengo: mis ganas de hacer feliz a la gente.

FERNANDO EVANGELIO

1. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Conocimiento del juego y una gran preparación para obtener el contexto en el que están (tabla, racha, ver partidos en un contexto parecido). Conocer las noticias previas, convocados con ausencias importantes, datos interesantes (que aporten cosas a la narración) y aptitudes: el tono adecuado a cada plataforma o categoría. Adecuar niveles de tono y dicción, para aclimatar y dar su espacio al comentarista, intentar no pisar su labor... Todo conforma un abanico de aptitudes y trasladar la emoción y el conocimiento.

2. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

Los tonos son diferentes, hay momentos del partido en los que debes variar el tono (ej: Cuando hay un gol). El comentarista debe tener herramientas para seducir al espectador, a parte del conocimiento, hay que intentar que el espectador aprenda con los que estas contando. Necesidad de quitar hierro al partido, ir con el narrador con los cerros de Úbeda, al final entenderse y complementarse debe ser clave.

Las bromas internas son claves para mantener enganchados al espectador, si te dedicas solo a contar lo que sucede sobre el campo, el espectador se aburre. La clave está en encontrar herramientas para entretener al espectador (Por ejemplo, poner motes a los jugadores, calificar jugadas). Pintar un poco la radio de entretenimiento.

3. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Hay un abanico muy amplio a la hora de hacer periodismo deportivo. Es un ámbito tan grande que generalizar es un error, pero al final cada uno quiere tener contra más audiencia posible. La mayor parte de los periodistas deportivos con los que trabajo son rigurosos, quieren ser honestos y no quieren engañar al oyente con mentiras.

Dobarro utiliza siempre la expresión: ¡EVANGELIO!, ¿cómo estás? Algo que mantiene atento al oyente.

6. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Hay cosas distintas que distinguir. DAZN o Footers son plataformas de contenidos profesionales, mientras que Twitch es una red social, donde solo había gente y ahora hay todo tipo de gente que hace entretenimiento. Entre ellos, Ibai Llanos, tiene mucho

mérito lo que hace y ha hecho de su figura una sombra muy larga. El hace contenido de entretenimiento que es lo que hacemos los periodistas, pero salvando las distancias ya que hay que cumplir una serie de rigores. Ha sabido conectar muy bien con la gente de su generación,

ANTOÑITO RUIZ

1. ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

La narración debe tener cierta fluidez para contar lo que está sucediendo. Conocimiento del juego, porque hay que saber lo que está sucediendo dentro del juego. Preparación previa de un partido, con datos y sabiendo como juega cada jugador.

Algo que facilita mucho la labor del periodista es repetir retransmisiones con los mismos equipos, lo que permite conocer con mayor exactitud las características de los equipos.

2. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

El lenguaje, por sistema, es sencillo que llegue fácilmente a la audiencia, para que el proceso sea lo más fluido posible. La nomenclatura técnica de algunos narradores no me gusta, porque no hay que inventar léxico y las expresiones que se reconocen internacionalmente, son las buenas. Cuando se complica en exceso el mensaje, la manera de expresarlo, se está incurriendo en un grave error.

El que te escucha no tiene por qué ser entrenador, no tiene que conocer el lenguaje excesivamente técnico que se emplea en el mundo del fútbol. Soy muy clásico para el lenguaje del fútbol y los nuevos narradores se complican mucho a la hora de contarlo.

3. Características que no pueden faltar en una narración.

Más allá de contarlo fácil y sencillo, lo más importante es el enganche y lo manifiesta y lo transmite tu toque personal, que enamora. La idea es que la gente este deseando escuchar un partido que narrar su periodista favorito. Al final, marcan la forma en la que el oyente te recibe, lo peor es la indiferencia del que está en el otro lado. El que te escucha quiere escuchar cómo lo cuentas y cuál es tu opinión al respecto.

4. ¿Alguna vez ha recurrido al libro de estilo para tratar temas controvertidos?

El equipo de Tiempo de Juego tiene una forma particular de hacer radio, tenemos un estilo que no tiene que ver con la empresa que nos contrate. Pero cada uno sabe donde trabaja y para quién trabaja, y no sobrepasar la línea que te marcan. Nadie en la Cope te dice como tienes que hacer tu trabajo, con absoluta libertad siempre respetando los límites.

5. ¿Cómo valora la figura del comentarista/analista dentro de la propia retransmisión?

Son dos modelos diferentes, el periodista especializado tira de oficio trayendo información, buscando protagonistas a pie de campo... Mientras que el exjugador es una salida profesional para el final de su carrera, una vez que acaba el fútbol, sigue hablando de fútbol. Se enfrentan al otro lado del que han vivido durante toda su vida, con una posición natural con respecto a la hora de transmitir el fútbol. Son figuras compatibles y necesarias.

6. ¿Cuáles son las principales diferencias televisión y radio?

La radio te enamora desde el primer momento en el que haces radio. Es inmediatez, un chasquido, te permite contar los hechos en el mismo momento en el que ocurre. Ahora puedes hacer radio con un móvil, antes era mucho más complicado porque no había medios. La radio tiene el veneno de poder contarlo ya. La televisión es un medio más elaborado que necesita más ingredientes para llegar a la audiencia: las imágenes, las cámaras, luces ... No puedes hacer tv si no estás enganchado a un programa en directo o tienes preparada la conexión.

Yo hago radio con mis amigos donde cada uno es como es, sin filtro y me muestro como soy realmente.

EDUARDO GIL

1. Características que no pueden faltar en una narración.

Lo primero es la emoción, pues sin capacidades vocales puedes transmitir emoción. radio es transformar una vivencia en imágenes sonoras para que el sonido nos cree imágenes en el cerebro que cada uno interpreta en su cabeza. Capacidad vocal, herramienta sonora. Sobre todo, el conocimiento del propio deporte que narras y el contexto de actualidad. El conocimiento del propio deporte que estás narrando, la trascendencia y la repercusión que pueda tener, así como la parte técnica.

2. En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Hace 30-40 años no existía la profesión de periodista deportivo. La comunicación era un oficio que se aprendía comunicando, por lo que hay mucho desconocimiento, pero esto ha cambiado, y ahora el periodista deportivo lo tiene todo ya que combina el conocimiento de la noticia y la atención de su público: la verdad y el conocimiento.

Hay que contar lo que pasa desde varias perspectivas, tenemos que ponernos en el punto de vista del oyente y se pone el disfraz del oyente para transmitir esa vivencia. Si no eres capaz de sumergirte, no vas a saber lo que siente alguien debajo del agua. Con un

léxico más reducido con muchas frases hechas y tópicos, nos puede dar la impresión de que los periodistas deportivos tienen menos capacidad que el resto, o que es un periodismo menos. Pienso que el deportivo es capaz de identificar la noticia y hacerla sentir a la audiencia, y es mucho más polivalente que los demás.

3. Capacidad del periodista para adaptar esa velocidad a los diferentes géneros periodísticos que entran en valor a un narrador

La narración es una yuxtaposición de géneros, y ha explotado con la combinación entre lo digital y el papel. El narrador es un reportero de directos, es un analista, un humorista, es periodista y, sobre todo, es generador de emociones. Todo esto se convierte en un cóctel donde caben muchos de estos géneros.

4. ¿Alguna vez ha recurrido al libro de estilo para tratar temas controvertidos?

Claro que tenemos presente el libro de estilo, aunque el mayor libro de estilo es el que tenemos en la cabeza, es decir, el sentido común. Me molesta mucho que mis locutores utilicen el dequeísmo o el adverbio como evidentemente. Una persona que lleva a cabo un directo de bastantes horas es normal que cometa errores, la radio antes era así con 8 horas de trabajo para culminarlo en una hora de trabajo, mientras que ahora tienes 8 horas de trabajo y solo una hora para prepararlo.

Otro error es mezclar información con opinión, las campañas que se puede llevar a cabo contra una persona, el periodista de bufanda... en definitiva, lo que está por encima del respeto por la propia profesión.

El libro de estilo de canal sur radio está lejos del periodismo de bufanda, la evolución del periodismo se está viendo en otros canales, donde se opta por la espectacularización de la información más allá de la propia información. Nosotros buscamos avanzar mediante el sentido común queremos no perder el norte.

5. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración?

Periodistas deportivas ha habido siempre y con un papel fundamental. Silvia Verde, por ejemplo, fue narradora conmigo en Onda Cero. Lo cierto es que no ha habido la evolución necesaria porque las mujeres tienen un papel menor con respecto a los hombres en la profesión. El deporte está masculinizado desde hace décadas y ese es el objetivo que debemos plantearnos para cambiar. La diferencia es que a algunas se le ha dado más oportunidades, y a otras no. Si alguna vez alguien ha interpretado que la narrativa deportiva femenina y masculina es diferente, está cometiendo un error.

Las audiencias también han cambiado gracias al fútbol femenino y ahora prácticamente el 50% de nuestra audiencia son mujeres y eso ha cambiado.

6. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

El periodismo lleva cambiando mucho tiempo, pero se ha acelerado. El mercado de la audiencia lo marca el propio oyente y tendrá que valorar quien lo dice o como se dice. Ibai Llanos ha cambiado la forma de decir las cosas, ha roto una serie de estándares y no

importa la profesionalidad. Ahora es el público quien decide si quiere un rigor, profesionalidad o la credibilidad, que es lo que sostiene a los medios convencionales.

La comunicación univoca tiene limitaciones, darle forma a la verdad solo lo puede hacer un profesional de la comunicación, luego entretener puede hacerlo cualquiera. Por eso, el periodista debe hacerlo todo con rigor. La gente sigue confiando en los grandes medios para contrastar información y guiarse. El periodismo convencional tendrá que adaptarse a las nuevas formas porque la gente necesita creer en algo, y la credibilidad sigue aportándose mejor desde el punto de vista del periodista.

JUGADORES

ALEJANDRO POZO

1. ¿Qué es lo que no puede faltar en una narración deportiva?

Considero que los periodistas deben tener todos los aspectos controlados para saber de lo que está hablando, pienso que para los jugadores es importante que los periodistas conozcan lo que sucede dentro del terreno de juego y conocer las historias que hay detrás de ellas.

2 ¿Cómo cree que debe preparar un narrador los partidos?

Dentro de toda esa contextualización, me fijo mucho en Maldini ya que tiene controlado todos los aspectos de los futbolistas. Otro al que admiro es Álvaro Benito tiene una capacidad de explicar cosas con claridad, y eso demuestra su sabiduría futbolística. Yo busco un tipo de narrador que sea lo más objetivo posible, entiendo que cada uno pueda ser de un equipo u otro, pero -para mí- lo más importante es que tenga una visión global de todo lo que sucede.

3 ¿Cree que la prensa puede influir en el rendimiento de un futbolista?

Depende del jugador, si estas bien y eres joven el trato es genial. No obstante, los medios a día de hoy tienen mucha mano y pueden influir en enorme medida en la carrera de un futbolista. Aunque pensamos que no tienen tanta influencia, mi carrera me ha demostrado que es así.

No creo que a un futbolista le influyan las opiniones de la prensa, porque a la hora de disputar un partido, estas centrado en jugar. Puede influir para cosas externas, pero no en el propio juego. Al final, en este mundillo te vas a encontrar con críticas de todo tipo, pero saber superarlas es parte de la madurez del futbolista.

4. ¿Piensa que la repercusión es la misma dependiendo del estatus de cada equipo?

La repercusión mediática es muy diferente dependiendo de cada equipo. En el Sevilla se vive el fútbol de otra manera, tanto para los aficionados como los periodistas. En el Sevilla haces un partido normal y la gente no está contenta contigo, debes hacer un 10

para que la gente muestre su gratitud. Sin embargo, en Mallorca o Eibar la repercusión es menor y ni el seguimiento es tan exhaustivo.

Por suerte, he pasado por los tres tipos de equipos. El Sevilla es como lo máximo y el nivel de exigencia es tremendo, mientras que en el Eibar te dejan ser tú mismo y no debes demostrar tanto en los partidos. Y quizás, el Mallorca es el término medio entre ambos.

5 ¿Cuál cree que es la prensa dónde deben nutrirse los periodistas a la hora de recopilar información?

La prensa local es la que suele estar más al tanto de la actualidad de los equipos, al igual que los corresponsales de Movistar en el norte, quienes se dejan ver de vez en cuando. Eso se nota en las retransmisiones, y la presión es menor, aunque tal y como está el equipo actualmente puede ser bueno.

6. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

No hay muchos espacios para ver a las categorías inferiores, aunque la realidad es que el fútbol no es tan diferente. Lo estamos viendo en la propia copa del rey donde equipos muy humildes son capaces de ganar a Barcelona y real Madrid. Lo cierto es que hay pocas cámaras en este tipo de partidos, quizás si eso fuese así conoceríamos nuevos talentos. Desde mi experiencia personal, pienso que no hay tanta diferencia ya que yo salté del juvenil A del Sevilla a Segunda División.

Pienso que los futbolistas se sienten más cómodos porque no se entran en cuestiones del juego, que puede llegar a incomodar a algún compañero. El trato es más cercano y eso nos gusta.

JULIO FARIÑA

1. ¿Qué es lo que no puede faltar en una narración deportiva?

Lo más importante debe ser la pasión para transmitirla a la gente que te escucha. No debe faltar el conocimiento, sin necesidad de haber sido futbolista profesional, los periodistas tienen que saber de fútbol. El que es narrador deportivo es porque le gusta o ha visto lo ha visto mucho, por lo que los conceptos los tienes en la cabeza.

Otro tema importante es el respeto, no pasar el límite de la crítica. Entrar en una parte más personal creo que es el gran fallo de los periodistas actuales, bajo mi punto de vista, los jugadores -sobre todo en mi caso- no aceptamos bien la crítica, pero es cierto que debe haber distancia. La autocrítica no es el fuerte de los jugadores, en mi caso, yo pensaba que en el 99% de ocasiones estaba en mejor forma que mi compañero y le echaba la culpa al entrenador cuando no jugaba, y eso suele pasar con el periodista. En la narración, la crítica pasa el límite de la opinión y los mejores saben dónde se encuentra ese límite.

El periodismo evoluciona y hay que adaptarse lo que consume la audiencia. Con las nuevas formas de hacer periodismo en algunos programas prime time, es complicado no

sobre pasar este límite. No obstante, creo que hay periodistas como Paco González que realizar esa crítica desde la opinión sin necesidad de excederse en lo personal, y ahí es donde está la diferencia entre los buenos y los mejores.

2 En los últimos años, se ha tachado al periodista deportivo de emplear un lenguaje más coloquial, fuera de los cánones que marca la profesión ¿Cree que es así? ¿Se hace un buen uso del lenguaje en las retransmisiones deportivas?

Antes analizar en lenguaje en sí, creo que hay otro aspecto más importante: el acento. Pienso que es algo tan arraigado y personal que no tienen por qué esconderlo, me gusta la diversidad y lo potenciamos en la empresa. Es tan auténtico, engloba a tantas provincias de España, que me gusta tener variedad de dialectos en ese sentido.

En nuestro caso, el lenguaje va más enfocado al ADN de Footters como empresa, me gusta algo más cerca de lo coloquial que de lo formalista. Le vendes al usuario el entretenimiento, unido a la pasión que cada uno tiene por su equipo, es la mezcla perfecta para enganchar a la audiencia. Por ejemplo, el MultiFootter es un formato que me encanta porque es un programa que va más allá de lo que es el conocimiento en sí, aunque la clave está en tener ambas cosas.

A modo de conclusión, creo que el lenguaje debe ir de la mano con los valores que quiere vender al público la marca o la empresa.

3. ¿Qué valor le da al papel de la mujer en las retransmisiones? ¿A qué cree que se debe el poco peso de la mujer en la narración

En la sociedad en general hay campos que han ido evolucionando mucho más rápido, pero en el fútbol no. Hay que tener en cuenta que nuestro deporte ha sido muy masculino, y se encuentra en un proceso de evolución. No obstante, también puede ser un tema de vocación, si te das cuenta, la mayoría de las escuelas deportivas tienen una mayoría de niños.

Hay muchos comunicadores que les gusta el deporte y enfocan su carrera en eso, aunque todavía hay pocas mujeres que apuestan por ello, por ejemplo, si hay 100 locutores puede haber dos mujeres y eso está descompensado. Una vez que la sociedad y el fútbol base vaya cambiando es cuando habrá mayor igualdad. Si una niña decide apuntarse a una escuela en las categorías inferiores, sabe que va a tener que jugar con niños y no se apuntan. Por tanto, hay que empezar a trabajar desde lo más bajo para fomentar en las más pequeñas el amor por el deporte rey.

Hay periodistas muy preparadas como Danae Boronat o Susana Guach que estarían capacitadas para narrar y locutar partidos, y hay que fomentar la demanda de esto. Solucionar este problema en los cimientos más bajos, no puede ser que las niñas jueguen con niños hasta prácticamente la edad juvenil y no se sienten del todo integrada.

4. ¿Cómo valora la irrupción de las nuevas plataformas?

Para mí la clave del fútbol está en atraer a la gente más joven, una generación acostumbrada a consumir contenidos inmediatos y rápidos que un partido de 90 minutos

se les hace un mundo. Los clubes tienen el reto de atraer a los chavales de 13-14 años, que no tienen del todo arraigado este sentimiento futbolístico desde casa. Por ejemplo, si tu padre no te lleva de la mano a ver al Cádiz, Betis o Sevilla es muy difícil que por tu cuenta te hagas socio de un club o tengas ese sentimiento por tu equipo.

La clave de que Ibai tenga tanta audiencia es atraer a estas personas que no vayan a ver el partido en el canal de televisión con derechos y que se queden con él en su canal. Es decir, su éxito viene dado por el tipo de usuario y la forma de comunicar que por hacer competencia en sí. El reto que tenemos los clubes y las empresas es conseguir crear un MIX entre la forma de comunicar un partido y lo que están haciendo en los EA Sports.

Si somos capaces de adaptar el contenido del fútbol y llevárselo a las nuevas generaciones, podremos solucionar este problema. Te pongo un ejemplo, el otro día estaba viendo el fútbol con mis hijos y yo estaba concentrado en el partido, y mis niños -acostumbrado a la inmediatez que te hablaba- estaban con el móvil porque se aburren con una hora y media de partido.

En el caso de Footters, estamos intentando algo así, alternar un partido de 90 minutos con la inmediatez en el planning de 2021. Mediante formatos como el Multifotters o los highlights que sacamos durante la semana. Es decir, una especie de segunda pantalla con la que el usuario pueda ver un contenido de forma inmediata.