



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Trabajo Fin de Grado

GRADO EN PERIODISMO

Intrusismo laboral en el entorno del periodista deportivo: estudio de las narraciones de fútbol en las plataformas Movistar Plus+ y DAZN

Alumno:

Brooks R. Beall Bernal

Tutor:

José Luis Rojas Torrijos

Sevilla, junio de 2022

Resumen

El intrusismo laboral es, indudablemente, una de las grandes lacras que afectan al periodismo actual. La desinformación y la precariedad laboral se posicionan como las consecuencias más directas de un problema que supone una amenaza para la reputación de la profesión. El presente estudio se ha realizado para conocer la trascendencia del intrusismo laboral en la materia de retransmisiones de partidos de fútbol, donde el asentamiento de exfutbolistas como comentaristas de apoyo ha terminado por afianzar a una figura que, a día de hoy, parece prácticamente inamovible. La realización de un análisis enfocado en el lenguaje y las expresiones empleadas por los locutores de dos plataformas eminentes en la retransmisión de eventos deportivos, Movistar Plus+ y DAZN, así como el estudio realizado en base a una serie de encuestas y entrevistas, ha permitido descubrir que ,en un ámbito que fluctúa entre la información y el entretenimiento como es el fútbol, tratar de establecer una conclusión definitiva sobre la idea de intrusismo laboral es adentrarse en un eterno debate que depende de infinitos matices.

Palabras clave: intrusismo laboral, retransmisión de partidos, exfutbolista, Movistar Plus+, DAZN.

Abstract

Labor intrusiveness is undoubtedly one of the great scourges affecting current journalism. Disinformation and job insecurity are positioned as the most direct consequences of a problem that poses a threat to the reputation of the profession. The present study has been conducted to understand the significance of workplace intrusion in the area of broadcasting football matches, where the settlement of former footballers as support commentators has ended up strengthening a figure who that seems virtually immovable in present time. This analysis focused on the language and expressions used by the broadcasters of two eminent platforms in the broadcasting of sporting events, Movistar Plus+ and DAZN, as well as the study conducted based on a series of surveys and interviews, has allowed us to discover that ,in an area that fluctuates between information and entertainment such as football, to try to establish a definitive conclusion about the

idea of workplace intrusion is to enter into an eternal debate that depends on infinite nuances.

Key words: Labor intusiveness, broadcaster, former footballer, Movistar Plus+, DAZN.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	6
3. MARCO TEÓRICO.....	7
4. METODOLOGÍA.....	12
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	13
5.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	13
5.2. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	16
5.2.1. MOVISTAR PLUS+.....	18
5.2.2. DAZN.....	20
5.3. CUESTIONARIOS.....	22
5.4. ENTREVISTAS.....	27
6. CONCLUSIONES.....	29
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30

1. Introducción

La constante evolución del periodismo en los últimos tiempos ha propiciado la creación de un entorno mediático donde la espectacularidad prima por encima de la información. La apertura de la sociedad a las nuevas tecnologías, la creciente trivialización de los medios, así como la necesidad cada vez más imperiosa de acceder a un público amplio, ha impulsado la entrada en escena de la población como participante activa “en la construcción de la realidad social” (Chillón, 2010:1). Es lo que se conoce como periodismo ciudadano, en el que la relación unilateral del periodista como único emisor en el proceso comunicativo pasa a convertirse en un espacio donde las opiniones e interpretaciones de los consumidores de medios parten como un eslabón fundamental en el tratamiento de la información (García Hernández, 2017:3).

El aumento gradual de la importancia de la sociedad en la producción de contenidos periodísticos, ha llevado a muchos autores a acuñar el término ‘posverdad’ en alusión a la aparición de “circunstancias en las que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que aquellos que apelan a la emoción o la creencia personal” (Rodrigo-Alsina y Cerqueira, 2019: 225). La consolidación de este fenómeno ha terminado por suponer la aparición de un escenario informativo donde “la argumentación basada en medias verdades” y la interpretación superficial de los hechos, prima sobre la búsqueda del rigor informativo (Remiro, 2018:5). Sin embargo, la era de la ‘posverdad’ no solo ha supuesto la pérdida de la credibilidad y la veracidad periodística sino, además, la intromisión de numerosas figuras procedentes de otros sectores en el ámbito comunicativo; lo que ha terminado derivando en uno de los mayores problemas a los que se enfrenta la profesión periodística en la actualidad: el intrusismo laboral.

Los autores Di Filippo, Escrich, Frías y Girbau recogen en su obra *Intrusismo laboral*, una definición de este concepto extraída de la Ley 7/2006, de 31 de mayo, en el apartado referente a el *ejercicio de profesiones tituladas y de los colegios profesionales*:

“La realización de actuaciones profesionales sin el cumplimiento de los requisitos establecidos legalmente para el ejercicio de la profesión, y es actuación profesional irregular la que vulnera las normas deontológicas,

se ejerce sin la debida diligencia profesional o incurre en competencia desleal”.

En el marco del periodismo deportivo, la presencia de exfutbolistas en los equipos de comentaristas es cada vez más habitual, mientras surge el debate de la existencia de intrusismo laboral en torno a la figura del narrador deportivo. Aunque no todas las voces que se posicionan respecto a este controvertido tema confluyen en la misma dirección. Porque, mientras algunas voces defienden esta coexistencia como simbiótica, otros afirman que se pierde la herramienta más valiosa que posee el periodista: su credibilidad. Por este motivo, con objeto de estudiar la existencia de intrusismo laboral en materia de la retransmisión de partidos y sus posibles consecuencias, el presente estudio se ha enfocado en el análisis de dos de las plataformas más influyentes en el ecosistema mediático: Movistar Plus+ y DAZN.

Desde su aparición en julio de 2015, Movistar Plus+ ha experimentado un crecimiento exponencial que le ha llevado a consolidarse, no solo como la plataforma dominante de la televisión de pago en nuestro país sino, además, como el lugar preferido por los telespectadores para disfrutar del fútbol. Un informe publicado por la consultora *Barlovento Comunicación* en 2020, posicionó a Movistar Plus+ a la cabeza del listado de plataformas de pago tradicional más contratadas, amasando un total de 3.043.000 millones de hogares en España. Aún se situaba lejos de DAZN, una plataforma pujante en el servicio de *streaming* por *OTT* desde su lanzamiento en 2019, que alcanzó a un total de 281.000 viviendas, según el citado informe (casi un 91% menos). Pero la apuesta de DAZN por un servicio multidispositivo le ha permitido abrirse paso durante los últimos años, hasta erigirse como una apuesta sólida y convincente para el telespectador que amenaza la hegemonía abrumadora de Movistar Plus+ en el sector deportivo.

2. Objetivos e hipótesis

Los objetivos de este trabajo de investigación son:

1. Comprobar si realmente existe intrusismo laboral en el entorno del narrador deportivo.

2. Estudiar la evolución que ha experimentado el periodismo deportivo durante los últimos años, para conocer las causas que han llevado a las cadenas de televisión a incorporar exfutbolistas, exentrenadores y exárbitros como comentaristas en sus narraciones.
3. Desgranar las diferencias existentes entre las plataformas que han causado mayor impacto en la retransmisión de partidos, como son Movistar Plus+ y DAZN.
4. Analizar las consecuencias del intrusismo laboral en la profesión del narrador deportivo.
5. Comprender la posición de los telespectadores, así como de los periodistas, respecto a la presencia de exfutbolistas o personas no cualificadas en los equipos de comentaristas.

Parte, además, de una hipótesis principal que conducirá hacia la búsqueda de la respuesta a otras cuestiones planteadas:

H- La introducción de personas no cualificadas en los equipos de comentaristas suponen una pérdida de credibilidad a las narraciones y, por tanto, provocan un gran daño a la profesión periodística.

H₁ - La presencia de exfutbolistas en los equipos de comentaristas enriquecen la narración mediante la aportación de su experiencia, pero constituye una barrera para personas que poseen estudios específicos en la materia del periodismo deportivo.

H₂- El auge de las nuevas tecnologías y la prioridad del espectáculo sobre la información han llevado a los medios de comunicación a apostar por personajes conocidos y carismáticos que resultan más atractivos ante los ojos del telespectador.

H₃- Los telespectadores son plenamente conscientes de la existencia de intrusismo laboral en el entorno del narrador deportivo.

3. Marco teórico

El auge de la televisión como medio informativo en la segunda mitad del siglo XX, llegó

de la mano de las retransmisiones deportivas. El primer partido emitido en directo, que enfrentó al Real Madrid y al Atlético de Madrid el 27 de abril de 1958 (Rojas Torrijos y Pedrero, 2017: 137) marcó el comienzo de un nuevo fenómeno informativo que se consolidó en la década de los 70, “cuando el deporte en directo comenzó a ocupar una posición central en las parrillas televisivas”, lo que supuso un crecimiento cada vez más acelerado en el precio de unos derechos de emisión que, en aquel momento, eran propiedad exclusiva de TVE (Martín Guart, 2017: 1029).

La llegada de la televisión privada a finales de los años 80, significó la disolución del monopolio ejercido hasta el momento por las televisiones públicas y, con ello, la aparición de la competencia entre numerosos canales como Telecinco, Antena 3 y Canal Plus, que comenzaban a dar sus primeros pasos en la industria mediática (García Avilés, 2007: 49). De esta forma, el telespectador pasó a convertirse en protagonista, al tener la libertad de poder elegir entre una amplia variedad de contenidos (Bonaut y Vicent, 2019: 95). La necesidad imperiosa de conquistar a un público cada vez más fragmentado, llevó a muchos medios a apostar por el deporte como enlace para llegar “a grandes audiencias con un producto de calidad” (Martín Guart, 2017: 1030). Fue así como las cadenas televisivas iniciaron una lucha multimillonaria para adquirir los derechos de retransmisión de las principales ligas europeas de fútbol, con el objetivo de reunir a la mayor cantidad de telespectadores posibles y atraer, así, “la publicidad suficiente no solo para cubrir gastos sino también alcanzar cuantiosos beneficios” (Rojas Torrijos, 2012: 3). Las retransmisiones deportivas se erigieron como las “estrellas de la programación” (Paniagua, 2006: 190). Según explica el profesor e investigador, Josep María Blanco Pont:

“A las retransmisiones deportivas televisivas cabe entenderlas como un género periodístico espectacular que, en su empeño por informar en simultaneidad del desarrollo de un acontecimiento deportivo, explota las posibilidades comunicativas del medio con la intención de generar un drama capaz de mantener el interés del espectador. Este espectador puede, de acuerdo con su grado de competencia y de simpatía por el tema o por sus protagonistas, llegar a sentir y manifestar emociones” (Blanco Pont, 1999: 2)

En este pretexto, la profesora Sara Ortells explica cómo empiezan a sentarse las bases de un entorno comunicativo supeditado al anunciante, donde el deseo por aumentar los

índices de audiencia deriva en un abandono progresivo por parte de los medios en la búsqueda de la calidad en los contenidos ofrecidos (Bustamante, 1999). Al hilo de lo anterior, Ortells comenta cómo, desde mediados de los años 90, los medios comienzan a priorizar el componente espectacular sobre el carácter informativo. (Cebrián Herreros, 2004). Surge así un nuevo fenómeno en el tratamiento del contenido televisivo: el infoentretenimiento o *infotainment*. Rafael Díaz Arias define este término en su obra, *La información periodística en televisión*, como “la fusión entre información y entretenimiento, una macrotendencia transversal que ha producido una hibridación de géneros y formatos” (2017:66). Los medios de comunicación comienzan a presenciar una serie de transformaciones inéditas hasta el momento, mediante la renovación de la programación y la experimentación con nuevos métodos, con la intención de unir información y entretenimiento en un mismo espacio televisivo (Ortells, 2009). El profesor e investigador José Luis Rojas da un paso más para tratar de explicar la trascendencia de la introducción de este fenómeno en el panorama comunicativo:

La adopción de este género no solo comporta la elección de un determinado tipo de contenidos, sino sobre todo un peculiar tratamiento de la información caracterizado por una presentación de los hechos más superficial y sensacionalista, el uso de un lenguaje coloquial y un estilo informal, la inclusión del rumor, la anécdota y el morbo del conflicto como categorías pretendidamente noticiosas, la poca calidad y pluralidad de las fuentes consultadas y, en suma, una puesta en escena que a duras penas puede considerarse como puramente periodística (Rojas Torrijos, 2015: 50).

A pesar de que el infoentretenimiento se presenta como un género híbrido capaz de servir como lazo de unión entre dos elementos opuestos, lo cierto es que la información ha terminado cediendo en favor del “entretenimiento como forma de expresión e incorpora elementos sensacionales que proceden de la industria del espectáculo” (Rojas Torrijos, 2011:18). En consecuencia, según explican los profesores Rojas Torrijos y Pérez Curiel (2020:70) las noticias “tienden a ser más llamativas y a explicar menos detalles (Thompson, 2017). El asentamiento de esta nueva tendencia permitió, a su vez, la inserción de nuevas variaciones externas al ámbito periodístico como concursos, producciones musicales o elementos humorísticos, así como la entrada en escena de personajes nativos en el mundo del espectáculo, que pasaron “a constituir el eje central de este tipo de programas” (Rojas Torrijos, 2015: 50). La aparición de estas personas,

que no suelen disponer de una formación académica orientada a labores de comunicación, en la palestra televisiva provoca un daño a la profesión periodística, al ocupar espacios informativos que destinan a la creación de un contenido sensacionalista exento de cuestiones éticas, así como de una responsabilidad social. Es lo que conocemos con el nombre de intrusismo laboral que, unido a la precariedad laboral, la falta de independencia y el alto índice de desempleo, parte como uno de los principales problemas que atraviesa la profesión periodística (Rojas Torrijos y Pérez Curiel, 2020).

Por otro lado, el deporte, que se constituye de manera intrínseca como una actividad recreativa que “encandila, atrapa, y moviliza pasiones entre los ciudadanos” (Rojas Torrijos, 2012: 2), terminó por establecerse como un punto de interés esencial para el infoentretenimiento. Y el fútbol, que concentraba casi el 60% de toda la cobertura televisiva deportiva mundial en el año 2000, según indican los autores Martínez y Mauro, como una herramienta ideal de actuación para confeccionar un periodismo atractivo ante los ojos del espectador (Horne, 2006). El periodismo deportivo, históricamente, siempre se ha movido en la estrecha delimitación entre información y el espectáculo, aunque la instauración del infoentretenimiento terminó por desplazar el enfoque hacia la irrupción de un periodismo mucho más posicionado. La objetividad y el razonamiento crítico pasan a un segundo plano, para dar lugar a un discurso en el que se apelan a las emociones, y a la construcción de un entorno donde prima la rivalidad sobre la información. Este tipo de periodismo no escatima a la hora de expresar “abiertamente su preferencia por un equipo y muestra complicidad con los protagonistas” (Martínez y Mauro, 2020: 905). Es lo que se conoce como periodismo de bufanda o, simplemente, *bufandismo*.

Para entender mejor la transición en la televisión desde el género informativo hacia una creciente espectacularización de los contenidos, podemos analizar el caso de *Maracaná 06*. El programa de Cuatro contaba con la presencia del periodista, Paco González; el comentarista, Michel Robinson; y el humorista, Carlos Latre, como presentadores, que hacían un repaso a la actualidad del fútbol español cada semana, haciendo uso de un estilo cercano y desenfadado. También se estudió la posibilidad de incluir como conductores del espacio a deportistas de élite como el tenista, Rafael Nadal, o el exfutbolista brasileño, Ronaldo, en un intento de contar con figuras mediáticas que pudieran resultar sumamente atractivas ante los ojos del espectador. Finalmente, el programa finalizó las emisiones en 2006 a causa de unas cifras de audiencia muy pobres,

después de menos de un año de duración. (Paniagua, 2006: 192). *No me digas que no te gusta el fútbol* es otro programa de índole similar que acabó con el mismo resultado. Dirigido por el exjugador de baloncesto, Juanma López Iturriaga, y la periodista Cristina Villanueva, este espacio televisivo de información y análisis enfocado al entretenimiento contó con la compañía de célebres exfutbolistas como Jorge Valdano, Kiko Narváez o Albert ‘Chapi’ Ferrer. Los resultados de audiencia cosechados retiraron al programa de la televisión en abril de 2008, tras siete meses escasos de emisiones en La Sexta. El fracaso de estos dos programas nacidos en la era del infoentretenimiento, cuyo tratamiento de la información giraba en torno al deporte más aclamado por la audiencia, terminó de reafirmar a las retransmisiones en vivo como la garantía de éxito principal en la industria de la televisión (Rojas Torrijos y Pedrero, 2017).

Canal+, rebautizado desde el año 2015 como Movistar Plus +, supo entender el poder de las retransmisiones deportivas en directo desde el comienzo, convirtiéndolas en “uno de los principales ingredientes de su programación” (Rojas Torrijos y Pedrero, 2017). Conocida como una de las primeras plataformas en apostar por la televisión de pago, Canal+ introdujo en los operadores de telecomunicaciones la novedad del IPTV (Televisión por Protocolo de Internet) como sistema de distribución en las señales de televisión. Estos canales, que introdujeron el deporte como contenido premium, “se ofertan conjuntamente con el acceso al teléfono y el acceso a Internet, configurándose como elemento importante en las estrategias de marketing de las compañías” (Díaz Arias, 2017:87). El modelo instaurado por Movistar Plus+ ha cosechado un éxito abrumador a lo largo de los últimos años. Los autores Medina, Herrero y Etayo ya vislumbraron el camino que recorrerá el mercado audiovisual en los próximos años, a través de un estudio publicado en 2015. “La mayoría de los contenidos populares gratuitos, especialmente los deportes y las películas, se convertirán en contenidos premium, por lo que la televisión de pago crecerá en los próximos años” (Gascón, 2020: 179). En 2020, Movistar Plus+ contaba con cuatro millones de suscriptores, de los 6.780.268 abonados a la televisión de pago en España, según un estudio desarrollado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Gascón, 2020). Movistar Plus+ es, indudablemente, el gran dominador de las retransmisiones de partidos de fútbol en la actualidad. La plataforma posee los derechos de la Primera División y la Segunda División española, así como de la UEFA Champions League y la UEFA Europa League, además de un amplio abanico de fútbol extranjero, que incluye

competiciones como la Bundesliga alemana, la Ligue 1 francesa o la Serie A italiana, entre muchas otras (Rojas Torrijos y Pedrero, 2017).

En la temporada 2021-22, Movistar Plus + perdió los derechos de la Premier League inglesa, una de las ligas más seguidas alrededor del planeta, en favor de una plataforma que, paulatinamente, ha comenzado a despuntar hasta convertirse en una alternativa más en la industria de la retransmisión de eventos deportivos. DAZN posee, actualmente, los derechos exclusivos de la primera división del fútbol británico, así como de la Copa del Rey española, la Copa Libertadores sudamericana, la Fórmula 1, o la Euroliga de baloncesto, entre otras múltiples competiciones deportivas. El éxito de esta plataforma emergente, estrenada en nuestro país en 2019, se debe a la introducción de un nuevo modelo basado en la distribución de contenidos conocido como servicio OTT (over the top content) que, sin necesidad de utilizar un decodificador o un operador tradicional, es capaz de distribuir videos de cualquier duración, “de cualquier temática o para cualquier uso” (Díaz Arias, 2017:87). La pluralidad de contenidos que ofrece, así como la capacidad para adaptarse a las exigencias de una audiencia versátil, han impulsado el crecimiento de DAZN en los últimos años. Lo cierto es que la plataforma de streaming se encuentra en auge. De momento, ha llegado a un acuerdo con Movistar Plus+ para el reparto de los derechos de LaLiga, que ha supuesto un punto de inflexión en el negocio de la retransmisión de partidos. Pero, más allá, ha terminado de certificar la consolidación del éxito de dos modelos bien diferenciados que, a buen seguro, marcarán el presente y el futuro de la televisión en nuestro país.

4. Metodología

El presente estudio de investigación se encuentra enfocado en el análisis de la praxis periodística empleada en el entorno del narrador deportivo, a través de las plataformas televisivas más influyentes en la materia de retransmisión de partidos: Movistar Plus+ y DAZN.

Comenzaremos sometiendo el estudio a un proceso de observación y análisis que se desarrollará durante seis meses (desde el 21 de octubre de 2021 hasta el 15 de abril de 2022) donde se procederá a la visualización de distintos partidos de fútbol. Se tratarán de extraer distintas variables que, posteriormente, se detallarán en cuatro tablas comparativas (número de exfutbolistas que actúan como comentaristas en relación a la cantidad de

periodistas, investigación acerca de la relación académica de cada locutor con el periodismo, el lenguaje empleado, el cumplimiento de la ética periodística, la inclinación de los comentaristas hacia un equipo determinado...) Los datos recabados permitirán confeccionar una encuesta que será transmitida a una audiencia masiva a modo de cribado, con objeto de conocer la opinión pública. Del mismo modo, se procederá a la realización de entrevistas a un grupo reducido de periodistas, que permitirán vislumbrar hasta qué punto puede influir la inserción de exfutbolistas como comentaristas deportivos en la profesión periodística. Los periodistas participantes han sido: Ricardo Reyes (Mediaset), Jordi Domínguez (Gol Televisión), Jaume Naveira (Movistar Plus+), así como Alberto Montoya y Fran Guillén (DAZN).

5. Análisis de los resultados

5.1. Análisis cuantitativo

Con el propósito de profundizar en el objeto de estudio, se ha procedido a la realización de un análisis cuantitativo. La aplicación de este método permitirá conocer el grado de importancia de la formación periodística en la labor de la transmisión de partidos. Para ello, se han confeccionado dos tablas comparativas, correspondientes a cada una de las plataformas estudiadas, donde las funciones del narrador y el comentarista aparecen claramente distinguidas. La intención de este análisis es extraer, en datos numéricos, una aproximación de la cantidad de profesionales instruidos académicamente en materia de periodismo.

Tabla 1. Locutores de Movistar Plus +

MOVISTAR PLUS +						
¿Es periodista?						
NARRADORES	SÍ	NO	COMENTARISTAS	SÍ	NO	¿Por qué es conocido?
Adolfo Barbero	✓		Ángel 'Pichi' Alonso		✓	Futbolista
Raúl Benito	✓		Pablo Alfaro		✓	Futbolista
Rafa Cervera	✓		Bruno Ballesté	✓		
Óscar de Castro	✓		Álvaro Benito		✓	Futbolista
Juanma de la Casa	✓		José Antonio Cacho		✓	YouTube
Dani Fernández	✓		Diego Campoy ²	✓		YouTube
Sergio Ferra ¹	✓		Santiago Cañizares		✓	Futbolista
Sergio García ¹		✓	Javier Casquero		✓	Futbolista
Sergio González Pulgar	✓		Andrea De Pauli	✓		

Lluís Izquierdo	✓		Juan Eduardo Esnáider		✓	Futbolista y entrenador
Axel Martínez		✓	Abelardo Fernández		✓	Futbolista y entrenador
Carlos Martínez	✓		Alberto García		✓	Futbolista
Jaime Mellado ¹	✓		Jorge Graells		✓	Streamer
Jaume Naveira	✓		Álex Gutiérrez	✓		
Pedro Nieto ¹		✓	Sergi Hernández	✓		
Enrique Pastor	✓		Luis Miguel Hinojal	✓		
Edu Pino ¹	✓		Gerard López		✓	Futbolista
Josean Redondo	✓		Gustavo López		✓	Futbolista
Miguel Ángel Román	✓		Marcos López		✓	Analista táctico
Antonio Sánchez	✓		Alberto López Frau	✓		
José Sanchís	✓		Julio Maldonado 'Maldini'	✓		
Eduardo Téllez	✓		Alberto Manga		✓	Futbolista
			Javi Márquez		✓	Futbolista
			Marc Mayola Huguet	✓		
			Miguel Ángel Moyà		✓	Futbolista
			Borja Nanclares		✓	Streamer
			Toni Padilla	✓		
			Antonio Pinilla		✓	Futbolista
			Albert Osuna ²	✓		YouTubeur
			Roberto Carlos		✓	Futbolista
			Oriol Ruiz Padullés	✓		
			Santiago Segurola	✓		
			Miquel Soler		✓	Futbolista
			Fermín Suárez	✓		
			Àxel Torres	✓		
			Guille Uzquiano	✓		
			Jorge Valdano		✓	Futbolista y entrenador
			Alain Valnegri	✓		

¹ Desempeña la función de narrador principalmente, aunque también puede actuar como comentarista.

² Tiene una licenciatura en periodismo, aunque es conocido entre el gran público por realizar una función distinta.

Movistar Plus + contabiliza la participación de 61 profesionales en la retransmisión de partidos, de los cuales 22 centran su función principal en la narración (36'07%) y 39 (63'93%) ejercen como comentaristas. El hecho de que el número de comentaristas supere ampliamente al de narradores, se explica en que, mientras en todas las retransmisiones aparece un solo narrador, la tarea de los comentarios se encuentra repartida, en ocasiones, entre dos o incluso tres personas. La posición estática del narrador frente a un puesto cambiante como es el del comentarista, abre aún más la participación a numerosos profesionales en la retransmisión de partidos, donde algunos colaboran de manera regular y otros aparecen de manera más esporádica, limitándose al tratamiento de una competición o equipo en particular. Por ejemplo, Jorge Valdano suele comentar los partidos del Real Madrid y Abelardo Fernández los del FC Barcelona.

De los 22 narradores contabilizados, 19 tienen una licenciatura enfocada en periodismo (86'36%) y han desarrollado una extensa carrera profesional en los medios de comunicación. Los únicos profesionales dedicados a la narración que cuentan con una formación académica enfocada en otro ámbito o son conocidos por una faceta externa al periodismo, son Axel Martínez y Sergio García (streamers), así como el exfutbolista Pedro Nieto. Por el contrario, de los 39 comentaristas, 18 tienen una licenciatura en periodismo (46'15%), de los cuales dos son reconocidos por su trabajo en otros ámbitos: Diego Campoy y Albert Osuna (youtubers). Los 22 comentaristas restantes (53'85%) corresponden a personas conocidas por su vinculación con el mundo del fútbol, ya sea como jugadores, entrenadores, analistas tácticos e, incluso, streamers de contenidos deportivos.

Tabla 2. Locutores de DAZN

DAZN						
¿Es periodista?						
NARRADORES	SÍ	NO	COMENTARISTAS	SÍ	NO	¿Por qué es conocido?
David Fernández	✓		Jesús Capitán 'Capi'		✓	Futbolista
Antonio Fuentes	✓		Àlex De Llano	✓		
Fran Guillén	✓		Julien Escudé		✓	Futbolista
Jon Hernández	✓		David Fernández	✓		
Arturo Herrera	✓		Nacho González	✓		
Jesús López	✓		Aitor López Rekarte		✓	Futbolista
Sonia Lus	✓		Rodrigo Marciel	✓		
Rubén Martín	✓		Roberto Martínez		✓	Entrenador
Juan Pablo Montero	✓		Diego Plaza	✓		
Alberto Montoya	✓		Irati Prat	✓		
Guillermo Moreno	✓		Sandra Riquelme	✓		
Fer Muñoz	✓		Gaizka Toquero		✓	Futbolista
Sergio Perela	✓					
David Sánchez	✓					
Andrea Segura	✓					
Julio Suárez	✓					
David Vidales	✓					

DAZN cuenta con 29 profesionales en la retransmisión de partidos de fútbol, que han participado con más o menos asiduidad a lo largo de la presente temporada. La plantilla está compuesta por 17 narradores (58'62%) y 12 comentaristas (41,38%). A diferencia de Movistar Plus +, observamos que en este caso el número de personas que se dedican a la labor de la narración es ligeramente mayor al número de comentaristas. Esto se explica

porque muchos partidos son retransmitidos mediante un solo narrador, que es quien lleva a cabo la locución sin la compañía de un comentarista de apoyo. Dicho esto, los encuentros que generan mayor atención sobre la base, son retransmitidos de manera conjunta entre las figuras del narrador y el comentarista. Todos los narradores de DAZN cuentan con una formación académica orientada al periodismo, o cuentan con una dilatada trayectoria en los medios de comunicación a sus espaldas. El número de comentaristas, por su parte, aparece algo más fragmentado en este sentido: 7 profesionales que participan en las retransmisiones tienen una licenciatura en periodismo (58,33%), lo que supone más de la mitad. El 41'67% restante corresponde a cinco personas que, pese a ejercer como comentaristas en la plataforma (casi todos de forma esporádica), son conocidas entre el gran público por desarrollar su actividad en otros sectores externos a la comunicación, especialmente, en el mundo del fútbol.

5.2. Análisis cualitativo

Cuidar el lenguaje y la expresión parte como una responsabilidad primordial para cualquier periodista. La realización de un análisis cualitativo permitirá estudiar la oratoria empleada por los narradores y los comentaristas durante la retransmisión de partidos, para conocer en qué medida se cumplen las directrices marcadas por el estilo periodístico. Asimismo, también se tratará de dilucidar si existen diferencias notorias entre la oratoria empleada por los comentaristas que cuentan con una formación académica enfocada al periodismo, y los que han desarrollado una función en un sector externo al mundo de la comunicación.

En primer lugar, se ha comenzado sometiendo 10 partidos de cada una de las dos plataformas que centran el objeto de nuestro estudio a un análisis exhaustivo. El proceso de observación se prolongó, aproximadamente, durante seis meses (desde el 21 de octubre de 2021 hasta el 15 de abril de 2022). Las pautas que se han seguido para desarrollar el estudio del lenguaje y la expresión utilizadas durante la retransmisión de partidos, han sido extrapoladas del manual de estilo de la revista mexicana 'Proceso', en la que su autor, Sergio Loya, expone las ocho cualidades de estilo que debe reunir todo contenido periodístico para aspirar a la obtención de la eficacia en el mensaje (Rojas Torrijos, 2012). Las cualidades de estilo que aparecen recogidas en esta obra son las siguientes:

- Claridad: Consiste en hacer llegar el mensaje al receptor de la forma más nítida posible. Se debe evitar, en la medida de lo posible, hacer uso de oraciones largas y enrevesadas, que puedan llevar a confusiones, imprecisiones o ambigüedades.

- Propiedad: Indica que debemos atenernos firmemente al cumplimiento de las normas gramáticas y sintácticas. El empleo de un vocablo inadecuado para un contexto comunicativo o un fallo en la construcción semántica, también supone una violación al principio de la propiedad.

- Precisión: Estrechamente ligada a los conceptos de claridad y propiedad, responde a la búsqueda de las palabras exactas para construir una unión de oraciones que consigan reflejar una idea, lo más exacta posible, de lo que queramos transmitir mediante nuestro mensaje.

- Brevedad: El periodista debe esforzarse por sintetizar el mensaje en la medida de lo posible. Este principio es fundamental en un género donde el tiempo del que dispone el locutor para cada intervención, se encuentra altamente condicionado por el ritmo del juego. El empleo de frases cortas es la clave para obtener la concisión en el mensaje.

- Sencillez: Se busca la naturalidad y la fluidez. La tendencia a engrandecimientos innecesarios y adornos superfluos puede alterar el mensaje, transmitiendo un concepto impreciso e incluso engañoso de la realidad.

- Vigor expresivo: El entusiasmo y la energía con la que el locutor retransmita cada partido, conseguirá no solo crear una fuerte conexión con el espectador, sino que, además, contribuirá a la construcción de un estilo propio, distinguido y original.

- Armonía: Es el equilibrio resultante de una elección certera de palabras, una confección apropiada de las oraciones y una combinación melódica de estructuras semánticas, que suscita una sensación de complacencia en el espectador. El uso correcto de la acentuación y la pausa es fundamental para aspirar a la obtención de la armonía.

- Abundancia: La riqueza léxica es indispensable para garantizar una comprensión adecuada de lo que queremos transmitir. Un vocabulario enriquecedor aportará brillantez, finura y elegancia al mensaje que deseamos retransmitir.

De este modo, también se ha utilizado como referencia la obra de José María Villalba Rico, 'Técnicas y estilos de la narración futbolística' (2021). Aunque el autor explica que "no existe un libro de estilo para abordar la narración futbolística exclusivamente",

subraya una serie de conceptos que orientan la labor del narrador, así como del comentarista, durante la retransmisión de un evento deportivo:

- Emoción: El locutor debe tratar de establecer una conexión con la audiencia, para mantener la atención del espectador en todo momento. Aunque debe evitar la exacerbación de los sentimientos y la intromisión plena en la opinión para no caer en malas prácticas como el bufandismo.

- Conocimiento del juego: Tener nociones sobre todo lo que pueda suceder sobre el terreno de juego, es un requisito indispensable para locutar un partido. Explicar la causa o consecuencia de una determinada acción desde el plano táctico enriquece la retransmisión más aún, aunque se debe evitar en la medida de lo posible utilizar un lenguaje demasiado técnico que pueda poner en riesgo la comprensión del mensaje por parte del espectador.

- Improvisación: Estrechamente vinculada con el concepto de emoción, la improvisación es una habilidad que permite al locutor mantener el interés de la retransmisión, independientemente de las circunstancias inesperadas que puedan suceder. Recurrir a anécdotas, apelar al humor o contextualizar las acciones en el tiempo, suelen ser las técnicas de improvisación más utilizadas a la hora de retransmitir un partido de fútbol.

- Personalidad: Existen infinitas formas de retransmitir un encuentro, tantas como locutores existen. No se trata de imitar un modelo, sino de mostrar naturalidad y tratar de moldear un estilo propio. La búsqueda de la zona de confort aportará mayor confianza al espectador y dotará a la retransmisión de un salto de calidad significativo.

- La voz: Es la herramienta esencial del periodista. Jugar con el ritmo, el tono y la intensidad, permitirá al locutor adaptarse a las distintas fases del partido. Una correcta utilización de la voz contribuirá, en gran medida, a cumplir con los principios anteriormente citados.

5.2.1. Movistar Plus +

La primera plataforma que se analizará es Movistar Plus +, donde la labor del comentarista suele recaer, mayoritariamente, en la figura de una persona reconocida en el mundo del fútbol. Los diez partidos analizados han sido disputados en el periodo de tiempo comprendido entre octubre de 2021 y abril de 2022. La elección de los encuentros ha atendido a numerosos criterios claramente definidos, con la intención de optimizar el

análisis y obtener un resultado lo menos desvirtuados de la realidad posible, como la diversidad de equipos y competiciones, la inclusión de equipos extranjeros o la participación de distintos perfiles en la retransmisión de los partidos.

Tabla 3. Partidos analizados de Movistar Plus +

MOVISTAR PLUS +			
FECHA	PARTIDO	NARRADOR	COMENTARISTA/S
21-10-21	Bodo Glimt- 6-1- AS Roma (Fase de grupos UEFA Conference League)	Lluís Izquierdo	Andrea De Pauli
19-11-21	FC Augsburg- 2-1- Bayern Múnich (Jornada 12 Bundesliga)	Enrique Pastor	Guille Uzquiano
24-02-22	Dinamo Zagreb- 1-0- Sevilla FC (Partido de vuelta octavos de final UEFA Europa League)	Miguel Ángel Román	Guille Uzquiano
05-03-22	CD Tenerife- 1-4- Real Valladolid (Jornada 30 LaLiga Smartbank)	Juanma de la Casa	Juan Eduardo Esnáider
15-03-22	Manchester United- 0-1- Atlético de Madrid (Partido de vuelta octavos de final UEFA Champions League)	José Sanchís	Julio Maldonado 'Maldini' Gustavo López
20-03-22	Real Madrid- 0-4- FC Barcelona (Jornada 29 LaLiga Santander)	José Sanchís	Álvaro Benito Jorge Valdano Abelardo Fernández
03-04-22	FC Barcelona- 1-0- Sevilla FC (Jornada 30 LaLiga Santander)	Carlos Martínez	Álvaro Benito Abelardo Fernández
07-04-22	Eintracht Frankfurt- 1-1- FC Barcelona (Partido de ida cuartos de final UEFA Europa League)	Carlos Martínez	Abelardo Fernández
12-04-22	Real Madrid- 2-3- Chelsea FC (Partido de vuelta cuartos de final UEFA Champions League)	Carlos Martínez	Álvaro Benito Jorge Valdano
12-04-22	Bayern Múnich- 1-1- Villarreal CF (Partido de vuelta cuartos de final UEFA Champions League)	Adolfo Barbero	Julio Maldonado 'Maldini' Miguel Ángel Moyà

La amplia variedad de perfiles que ejercen como comentaristas en Movistar Plus +, nos permite desgranar una serie de diferencias existentes entre las figuras procedentes del mundo del fútbol y los profesionales formados académicamente en el ámbito periodístico. La disimilitud más evidente radica en el tratamiento de la información: el periodista, impulsado por la doctrina de su profesión, aporta un enfoque donde predomina la información, ofreciendo datos de contexto y haciendo continuas referencias a hechos externos al partido, pero que permiten al espectador obtener una comprensión más completa del mismo.

La función del futbolista, por el contrario, presenta una tendencia claramente inclinada hacia la interpretación. Al igual que el periodista, intenta ampliar la información expuesta

por el narrador principal, que es quien lleva el peso de la retransmisión. Trata de encontrarle una explicación a todo lo que sucede sobre el terreno de juego, pero lo hace enfocado en el plano táctico o, lo que es lo mismo, realiza la labor de “traductor” del juego. Del mismo modo, no recurre a la exposición de datos como una herramienta principal, sino que muestra la experiencia cosechada a lo largo de su carrera deportiva como su mejor virtud. Cuentan anécdotas y vivencias que enriquecen y amenizan la narración para contribuir a mantener el interés del espectador a lo largo de la retransmisión.

Tanto el periodista como el futbolista, por lo general, ofrecen una información veraz. No escatiman a la hora de elogiar una buena acción, al igual que no dudan en condenar una jugada infructuosa, independientemente del equipo que la protagonice. En acciones polémicas suelen mostrar su opinión, pero nunca desde el bufandismo, sino desde el rigor táctico. Ofrecen explicaciones y argumentos para apoyar su posicionamiento, pero, sobre todo, para ayudar al espectador a clarificar el suyo. Porque, aunque periodistas y futbolistas presentan múltiples diferencias en la manera de abordar la retransmisión, confluyen en un punto que se presenta como la misión fundamental de cualquier persona que utiliza los medios de comunicación para difundir una información periodística: la objetividad. Únicamente en los partidos que enfrentan a equipos españoles con clubes extranjeros, los comentaristas (periodistas y futbolistas) emplean expresiones como “es una lástima” haciendo referencia a una ocasión de gol fallada por el equipo español, o “malas noticias” cuando el equipo foráneo se acerca con asiduidad a la portería contraria. Incluso emplean pronombres personales en primera persona del singular (ej.: “nuestro Xavi Hernández) o hablan de “sufrir” cuando el equipo español se encuentra en situación de desventaja, para crear un clima de patriotismo y sentimiento compartido del que también es partícipe el narrador principal. Ricardo Reyes, periodista deportivo en Mediaset, sitúa el origen de esta práctica tan habitual en los partidos de la selección española, donde “nadie duda de la profesionalidad del periodista, porque todo el mundo está situado en el mismo lado”.

5.2.2. DAZN

El análisis cualitativo de DAZN se ha llevado a cabo mediante el estudio de diez partidos disputados en el periodo de tiempo comprendido entre el 2 de marzo y el 15 de mayo de 2022. La selección de los encuentros analizados se ha realizado atendiendo,

especialmente, a la necesidad de contar con numerosos perfiles. También se ha tenido en cuenta la pluralidad de competiciones con la intención de analizar las posibles diferencias entre la retórica empleada en las retransmisiones de la Copa del Rey, donde la función del comentarista suele pertenecer a una persona destacada en el mundo del fútbol, y la Premier League inglesa, donde la narración es llevada a cabo únicamente por personas licenciadas en periodismo.

Tabla 4. Partidos analizados de DAZN

DAZN			
FECHA	PARTIDO	NARRADOR	COMENTARISTA/S
02-03-22	Valencia CF- 1-0- Athletic Club (Partido vuelta semifinal Copa del Rey)	Jon Hernández	Gaizka Toquero David Fernández
03-03-22	Real Betis- 1-1- Rayo Vallecano (Partido vuelta semifinal Copa del Rey)	Alberto Montoya	Jesús Capitán ‘Capi’ Àlex De Llano
23-04-22	Real Betis- 1-1- Valencia CF (Final Copa del Rey)	Rubén Martín	Jesús Capitán ‘Capi’ Roberto Martínez
07-05-22	Chelsea FC- 2-2- Wolverhampton (Jornada 36 Premier League)	David Fernández	Diego Plaza
07-05-22	Brighton- 4-0- Manchester United (Jornada 36 Premier League)	Guillermo Moreno	Rodrigo Marciel
07-05-22	Liverpool FC- 1-1- Tottenham Hotspur (Jornada 36 Premier League)	Alberto Montoya	Nacho González
11-05-22	Juventus FC- 2-4- Inter de Milán (Final Coppa Italia)	Julio Suárez	Irati Prat
12-05-22	Tottenham Hotspur- 3-0- Arsenal FC (Jornada 22 Premier League)	Guillermo Moreno	Àlex De Llano
14-05-22	Chelsea FC- 0-0- Liverpool FC (Final FA Cup)	Fran Guillén	Nacho González
15-05-22	Manchester City- 2-2- West Ham United (Jornada 37 Premier League)	Alberto Montoya	Nacho González

La función de los comentarios en DAZN que, como hemos dicho, suele correr a cargo de periodistas, discurre por la línea de la información y la presencia casi nula de la opinión. No emiten juicios de valor apenas. Los comentaristas tienen un gran conocimiento acerca del partido, basado en un estudio previo, que tratan de transmitir a la audiencia en forma de estadísticas, historias, curiosidades y datos de contexto. Tratan, además, de desentrañar el planteamiento táctico esbozado por los entrenadores, aunque sin demasiada profundidad. Transmitir el aspecto táctico del juego no parte como una prioridad. Los comentaristas, que suelen responder a perfiles jóvenes y dinámicos, recurren a otros mecanismos para conectar con la audiencia, como los juegos de palabras y la interacción con los espectadores a través de las redes sociales, haciendo uso de un lenguaje ingenioso y ameno que se sincroniza a la perfección con el estilo desenfadado de los narradores. Por

ejemplo, emplean fórmulas como “aún tiene dientes” haciendo referencia a la capacidad de un equipo para reponerse de un resultado adverso, o “ese zapato se puede marchar al Támesis” para explicar una acción derivada de un lanzamiento que se marcha por encima del larguero.

La retransmisión de los partidos de Copa del Rey en DAZN trajo consigo el acompañamiento de personas reconocidas en el mundo del fútbol, aunque sin apenas experiencia en los medios de comunicación. La realización de este análisis ha permitido comprobar que los futbolistas dedican más tiempo al tratamiento de la información circundante al equipo que defendieron durante sus carreras deportivas, pero siempre desde la objetividad y el rigor. No incurren en el bufandismo aunque, en algunos casos individuales, no dudan en posicionarse e incluso referirse al equipo como suyo. Las aportaciones de los futbolistas a la retransmisión se centran, como en Movistar Plus +, en la búsqueda de una explicación a lo sucedido sobre el terreno de juego desde el punto de vista táctico y en la interacción con el narrador mediante la exposición de anécdotas y vivencias personales que enriquecen la narración, pero, sobre todo, contribuyen a mantener despierto el interés del espectador en momentos donde el ritmo de juego puede decaer.

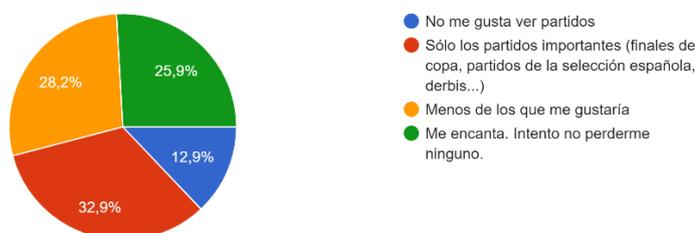
5.3. Cuestionarios

La sociedad siempre ha constituido un eslabón fundamental en el proceso comunicativo, especialmente en las retransmisiones deportivas en televisión, que continúan partiendo como el medio más eficaz para “seguir interpelando a grandes audiencias” (Martín Guart, 2017:1028). Para conocer la opinión pública acerca de la inclusión de profesionales externos al ámbito de la comunicación en las retransmisiones de partidos de fútbol, así como su repercusión sobre la imagen de la profesión periodística, se ha elaborado una encuesta a modo de cribado que, posteriormente, servirá para extraer posibles conclusiones.

La encuesta se realizó a 85 personas, pertenecientes a distinto género (53 hombres y 32 mujeres), así como a cuatro tramos de edad claramente diferenciados (entre 12-19, 20-25, 26-60 y 61 o más), con la intención de efectuar un análisis de resultados lo más exacto posible, que sirviera para representar a todos los grupos de la sociedad polarizada actual.

Gráfico 1. La retransmisión de partidos de fútbol como producto de interés

¿Suele ver partidos de fútbol por televisión?
85 respuestas

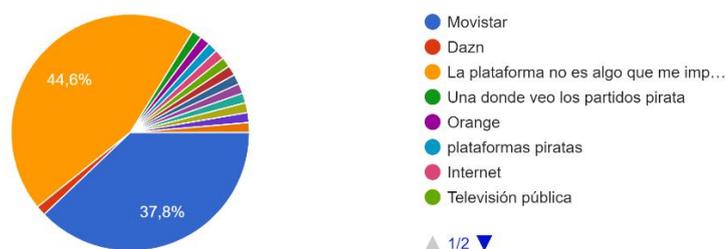


Fuente: elaboración propia

La encuesta comienza con la exposición del gráfico 1, donde se pregunta a los participantes por la frecuencia con la que suelen visionar partidos de fútbol por televisión. Los resultados obtenidos responden a una fragmentación de respuestas realmente reseñable. “Sólo los partidos importantes (finales de copa, partidos de la selección española, derbis...)” terminó como la opción más votada con un 32’9% del total, aunque seguida de cerca por la segunda respuesta “Menos de los que me gustaría” y la tercera “Me encanta. Intento no perderme ninguno”, que obtuvieron un 28’2% y un 25’9%, respectivamente. La opción “No me gusta ver partidos” fue la respuesta menos votada, representando a tan solo un 12’9% del total.

Gráfico 2. La plataforma dominante

En caso afirmativo, ¿qué plataforma elige normalmente para ver los partidos?
74 respuestas

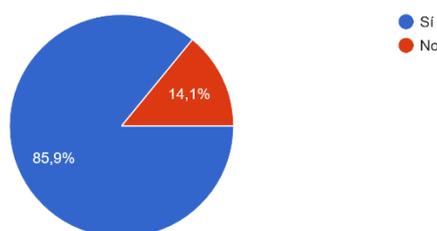


Fuente: Elaboración propia

El gráfico 2 plantea a los encuestados la pregunta “¿Qué plataforma elige normalmente para ver los partidos?”. Las respuestas parecen decantarse por Movistar Plus + como plataforma preferida para disfrutar del fútbol (37’8%), aunque, sorprendentemente, no es la opción más elegida. “La plataforma no es algo que me importe” obtiene la mayoría de los votos, amasando un 44’6% del total. DAZN, la otra plataforma que centra nuestro objeto de estudio, ha sido elegida como opción preferente solo por una persona (1’4%), situándose por detrás de otras alternativas como Orange TV (2’8%), canales en abierto (4,2%) o páginas piratas (7%).

Gráfico 3. Exfutbolistas como comentaristas: ¿un hecho desapercibido?

¿Conoce el hecho de que, en muchas ocasiones, el periodista o locutor narra partidos junto a ex futbolistas?
85 respuestas



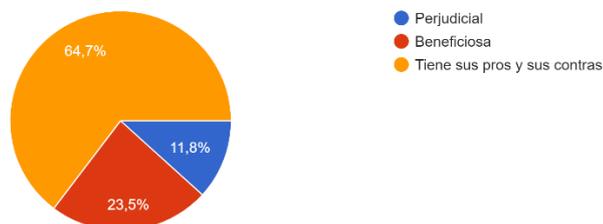
Fuente: Elaboración propia

La confección del gráfico 3 ha permitido descubrir que, aunque la gran mayoría de los encuestados saben que en muchas ocasiones los periodistas o locutores narran partidos con la compañía de personas reconocidas en el mundo del deporte (85,9%), existe un grupo reducido de personas que seleccionó la respuesta “No” como opción preferente (14,1%).

Gráfico 4. ¿Beneficio o perjuicio?

¿Considera que la inclusión de ex futbolistas en los equipos de comentaristas es perjudicial o beneficiosa para la profesión periodística?

85 respuestas



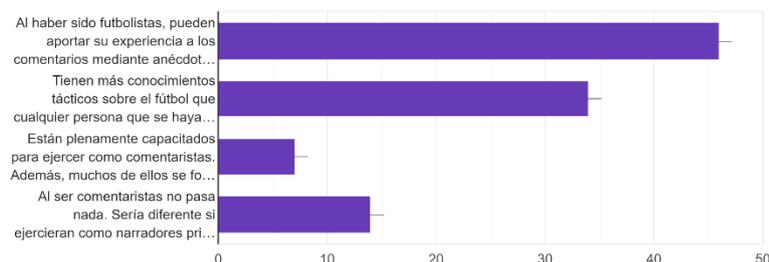
Fuente: Elaboración propia

“¿La inclusión de exfutbolistas en los equipos de comentaristas es perjudicial o beneficiosa para la profesión periodística?” es, posiblemente, una de las preguntas más trascendentales para entender el objeto de estudio de esta investigación. De las 85 personas que participaron en el cuestionario, 20 respuestas (23’5%) se inclinaron hacia la opción “beneficiosa”, mientras que una cifra algo más reducida de 10 personas (11’8%), sostuvieron que es “perjudicial”. No obstante, esta pregunta pareció sembrar dudas entre la mayoría de los encuestados: 55 personas (64’7% del total) eligieron “tiene sus pros y sus contras” como respuesta predilecta.

Gráfico 5. ¿Por qué es beneficiosa la inclusión de exdeportistas como comentaristas en la retransmisión de partidos?

En caso de que haya elegido la opción “beneficiosa” o “tiene sus pros y sus contras”, explique a continuación el motivo de su respuesta.

65 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El gráfico 5 solicitaba un motivo de su respuesta a los encuestados que eligieron la opción “beneficiosa” o “tiene sus pros y sus contras” en la pregunta inmediatamente anterior. La opción más seleccionada correspondía a la respuesta “Al haber sido futbolistas, pueden aportar su experiencia a los comentarios mediante anécdotas, que ayudan a amenizar la

narración y hacerla más atractiva para el espectador”, que reunió, con 46 unidades, más del total de los votos (70’8%). Muchos encuestados también se decantaron por seleccionar la repuesta “Tienen más conocimientos tácticos sobre el fútbol que cualquier persona que se haya formado en la materia”, que contabilizó un total de 34 votos (52’3%). Aunque no fueron las únicas respuestas seleccionadas por los encuestados. Un 21’5% de las personas participantes prefirió decantarse por la opción “Al ser comentaristas no pasa nada. Sería diferente si ejercieran como narradores principales, pero no es el caso”, mientras que el 10’8% restante defendió la idea de que los deportistas “Están plenamente capacitados para ejercer como comentaristas. Además, muchos de ellos se forman para desarrollar este tipo de actividades, por lo que no existen diferencias demasiado evidentes entre el exfutbolista y el periodista”.

Gráfico 6. ¿Por qué es perjudicial la inclusión de exdeportistas como comentaristas en la retransmisión de partidos?

En el caso de que en la pregunta anterior haya elegido la opción "perjudicial" o "tiene sus pros y sus contras", explique a continuación el motivo de su respuesta.

66 respuestas



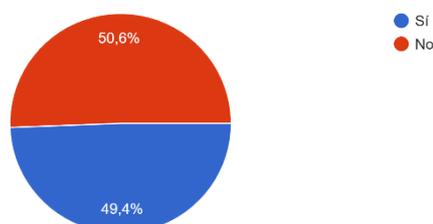
Fuente: Elaboración propia

Si en la pregunta anterior se le pedía a los encuestados un motivo que defendiera la selección de “beneficiosa” o “tiene sus pros y sus contras” como respuesta preferente, en el gráfico 6 se persiguió la misma finalidad. Aunque, esta vez, con una clara distinción: se animó a los encuestados que eligieron “perjudicial” o “tiene sus pros y sus contras”, a señalar las causas principales que motivaron la selección de su respuesta. 39 encuestados (59’1% del total) defendieron la existencia de intrusismo laboral, al afirmar que los exfutbolistas “le quitan el puesto de trabajo a personas que realmente están preparadas profesionalmente para ejercer esa labor”. El 39’4% también señaló la pérdida de la objetividad como uno de los perjuicios principales a la profesión periodística. La posibilidad de cometer más errores al no estar formados en el ámbito de la comunicación, fue la tercera respuesta que contó un mayor número de votos, al constituir un 37’9% del total.

Gráfico 7. Exfutbolistas como comentaristas de partidos, ¿sí o no?

¿Le gustaría que los ex futbolistas fuesen sustituidos por personas que realmente se hayan formado profesionalmente como periodistas?

85 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El gráfico 7 de la encuesta recoge las respuestas que se obtuvieron a la última pregunta, donde se cuestionó a los espectadores si preferirían eliminar a la figura del exfutbolista como comentarista de partidos, para poner en su lugar a personas formadas académicamente en materia de retransmisión deportiva. Los resultados cosechados mostraron dos posicionamientos claramente diferenciados, pero sorprendentemente equilibrados: 43 votantes (50'6%) defendieron la preservación de la labor del deportista como comentarista de partidos al elegir la opción "No", mientras que los 42 encuestados restantes (49'4 %) se decantaron por seleccionar "Sí" como su respuesta, para velar por retransmisiones de partidos de fútbol llevadas a cabo exclusivamente por periodistas especializados.

5.4. Entrevistas

Los resultados recabados en la encuesta mostraron una marcada pluralidad de opiniones, que no terminó de canalizar en la construcción de una conclusión final. Por ello, con la finalidad de continuar ahondando en el objeto de estudio, se procedió a la realización de una serie de entrevistas en las que participaron profesionales reconocidos por desarrollar su labor en materia de retransmisión deportiva. Las opiniones recogidas en la presente investigación partieron de un denominador común, a la hora de establecer una comparativa entre la función realizada por periodistas y agentes externos a la comunicación en un mismo espacio compartido.

Explican que una retransmisión deportiva debe entenderse como una tarea colaborativa, que reúne una serie de aportaciones con la intención de mejorar el producto final que recibe el espectador. Ricardo Reyes, periodista deportivo en Mediaset, afirma que el exjugador “permite conocer algo que nosotros no somos capaces de entender”. Jordi Domínguez, narrador en Gol Televisión, resalta este valor añadido que aporta el exfutbolista, pero esgrime que su aportación “no puede quedar simplemente en anécdotas y experiencias personales”, sino que “debe ser una persona formada, que sepa explicar los conceptos de una manera clara para que el espectador entienda lo que está pasando sobre el terreno de juego”.

Sin embargo, Fran Guillén, narrador en DAZN, sostiene que los medios de comunicación tienden a “sobreevaluar a los exjugadores, colocándoles en demasiadas ocasiones de manera casi automática por delante de periodistas que son mejores que ellos delante de un micrófono”, aludiendo a la popularidad de los deportistas como principal atractivo para ocupar posiciones a las que aspira teóricamente el periodista, a lo que Jordi Domínguez añade que un exfutbolista debe ser “mucho más que una cara reconocida”.

Jaume Naveira, narrador en Movistar Plus+, asegura que contar con un exfutbolista como comentarista en una retransmisión “te puede ofrecer cierto lustre”, pero lo que verdaderamente importa, es que esté capacitado para desarrollar la función que, presumiblemente, va a ocupar. Asevera que el periodismo “debe dar voz a la gente que sabe, independientemente de cuál sea su origen o lo que haya estudiado”. Ricardo Reyes corrobora esta afirmación al defender que “todo el mundo tiene cabida en el periodismo”.

Al hilo de esto, Alberto Montoya (DAZN) explica que hablar de intrusismo laboral “en un bosque tan abierto como es el periodismo” no es fácil, menos aún en el tratamiento periodístico de un deporte que “se encuentra en la frontera entre la información y el entretenimiento”. Afirma que el periodismo es un ámbito del conocimiento donde la experiencia prima sobre cualquier tipo de conocimiento teórico, apuntando al “talento personal de cada uno” como la clave para asentarse en los medios de comunicación. Argumenta su posicionamiento exponiendo el ejemplo de los streamers o creadores de contenido en Internet que, sin necesidad de contar con una carrera orientada en el ámbito de la comunicación, saben “transmitir de una forma atractiva para captar la atención del espectador”.

Las opiniones de todos los profesionales entrevistados apuntan en la misma dirección: “La formación académica no ofrece demasiado para retransmitir un partido” expresa Jaume Naveira en el intento de buscarle una explicación a una problemática que atañe directamente al periodismo deportivo. Alberto Montoya, por su parte, trata de llegar al fondo de la cuestión. “Quizás es que la carrera periodística en España no está bien enfocada a la práctica del oficio en sí”, advierte el narrador de DAZN.

6. Conclusiones

El proceso de análisis permitió reunir una serie de ideas a modo de conclusión, con la finalidad de responder a las cuestiones planteadas al inicio de la presente investigación.

La idea de la existencia de intrusismo laboral es incuestionable, componiendo, además, una de las grandes lacras que ha contribuido al deterioro de la profesión periodística a lo largo de los últimos años. Aunque, en demasiadas ocasiones, se concibe erróneamente a los medios de comunicación como un espacio destinado únicamente al desarrollo de la labor periodística, lo que alimenta, aún más si cabe, la idea de intrusismo laboral. Los medios de comunicación deben ser entendidos, en su plena entereza, como un entorno en el que coexiste una amplia variedad de contenidos, así como distintos perfiles profesionales, con la intención de crear un producto final capaz de satisfacer las necesidades y exigencias de la sociedad polarizada en la que vivimos.

La retransmisión de partidos de fútbol, un género en el que convergen la información y el entretenimiento, implica la apertura a personas procedentes de otros campos del conocimiento, sin que necesiten disponer de una formación académica orientada específicamente en el ámbito de la comunicación. Demostrar una buena capacidad comunicativa, es la principal aptitud- y casi única- que requiere ocupar un espacio en el que la experiencia prima sobre cualquier fundamento teórico. Los deportistas abarcan un nicho importante en los medios de comunicación, aunque también tienen una presencia importante deportistas, entrenadores e incluso streamers y creadores de contenido en internet.

Los exfutbolistas, avalados por el cartel de ser figuras públicas, continúan colaborando asiduamente con los medios de comunicación, desempeñando la función de comentarista en la retransmisión de partidos. Aportan conocimientos específicos sobre la táctica o la

estrategia del juego que el periodista no conoce: entienden la psicología de los jugadores y aportan vivencias cosechadas a lo largo de sus carreras profesionales que contribuyen a hacer la narración más amena y anecdótica. Aunque, hoy en día, desde los medios de comunicación también se les exige otras aptitudes. Actuar con rigor, demostrar fluidez a la hora de expresar ideas, tener espontaneidad o huir de todo tipo de parcialidades, parten como fundamentos primordiales para retransmitir un partido de fútbol. No podemos afirmar con certeza de que los exfutbolistas siempre cumplen con un perfil adecuado para retransmitir un partido en los medios de comunicación dado que, en casos muy concretos, se encuentran adscritos a un equipo determinado y no dudan en mostrar sus preferencias, pero no suele ser lo habitual. Los exjugadores, por lo general, responden adecuadamente a la función del comentarista. No escatiman a la hora de criticar o destacar una determinada acción, con independencia del equipo que la protagonice, siempre tratando de mostrar una perspectiva distinta a la que pueda exponer el narrador principal.

El cargo que desempeñan los deportistas como comentaristas no debe entenderse como una forma de intrusismo laboral, sino como la ocupación de un nicho complementario que apoya- y mejora- la calidad de la retransmisión. El periodista, a su vez, presenta otras virtudes claramente definidas: presenta una visión más analítica de lo que es el fútbol, que trata de transmitir haciendo uso de una capacidad natural para expresar ideas. Ofrece datos, estadísticas y curiosidades, enfocados en un plano más teórico, que unidos a las aportaciones de los futbolistas, desembocan en la creación de un producto rico, variado y atractivo ante los ojos del espectador.

La retransmisión es, a fin de cuentas, una forma de trabajo colaborativo en la que todos los participantes deben unir sus fortalezas para armar el discurso. La clave se encuentra en la coordinación. Es importante que periodistas y futbolistas sumen sus conocimientos para hacer llegar a la audiencia un producto informativo a la vez que didáctico, elaborado desde la responsabilidad y el rigor, pero, sobre todo, desde el respeto hacia la profesión periodística.

7. Referencias bibliográficas

Blanco Pont, J. (1999). *Las retransmisiones deportivas televisivas como género periodístico, espectacular y dramático*. Bellaterra (Barcelona): Publicacions de la

Universitat Autònoma de Barcelona, p.2. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=802399>

Bonaut Iriarte, J. y Vicent Ibáñez, M. (2019). *Los contenidos deportivos en la programación televisiva española (1993-2010: un análisis desde la perspectiva de los índices de audiencia*. *Communication and Society*, p. 95. Recuperado de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/57809>

Bustamante, E. (1999). *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa

Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.

Chillón, J.M. (2010). *Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada*. *Eikasia Revista de Filosofía*, 31. p.1. Recuperado de <https://www.revistadefilosofia.org/31-16.pdf>

Di Filippo, L., Escrich, E., Frías, I. y Girbau, E. (2014). *Intrusismo laboral*. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/142708>

Díaz Arias, R. (2017). *La información periodística en televisión: la construcción del mundo en imágenes y sonidos*. Madrid: Editorial Síntesis, pp. 66-87

García Avilés, J.A (2007). *El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura. N.35. Universitat Autònoma de Barcelona, p. 49. Recuperado de <https://ddd.uab.cat/record/20861>

García Hernández, M. D. (2017). *La repercusión del periodismo 3.0: los medios sociales, le periodismo ciudadano y el intrusismo laboral*. Universidad de La Laguna

Gascón Vera, P. (2020). *El infoentretenimiento en la televisión de pago, Movistar+ y el canal #0. El uso transmedia de sus contenidos de humor*. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 49. p.179. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/100299>

Horne, J. (2006). *Sport in consumer culture*. London: Palgrave Macmillan UK.

Martín Guart, R; López González, H; Fernández Cavia, J. (2017). *El deporte como antídoto contra la fragmentación de audiencias: un estudio exploratorio de los*

programas más vistos de la televisión en España (1989-2016). Revista Latina de Comunicación Social, pp. 1029-1030.

Martínez Corcuera, R y Mauro, M. (2020). *Periodismo de bufanda y discursos de odio machistas en el periodismo deportivo radiofónico*. Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Universitat de Vic. Universitat Central de Catalunya, p. 905. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042393>

Ortells Badenes, S. (2009). *La mercantilización de la información: La nueva era informativa en televisión*. Universidad de La Laguna (La Laguna): RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, pp. 341-353. Recuperado de <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-827-341-353>

Paniagua Santamaría, P. (2006). *Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, pp. 190-192. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110185A>

Remiro, L.M. (2018). *La posverdad y las nuevas tecnologías*. Universidad de Barcelona

Rodrigo-Alsina, M y Cerqueira, L. (2019). *Periodismo, ética y posverdad*. Cuadernos. Info (44), p. 225. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2019000100225&script=sci_arttext&tlng=en

Rojas Torrijos, J.L (2012). *Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos*. Universidad de Sevilla. IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social: Comunicación, control y resistencias, pp. 2-3.

Rojas Torrijos, J.L (2015). *La creciente banalización de los contenidos deportivos*. Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, 31, p.50.

Rojas Torrijos, J.L (2017). *El lenguaje de los periodistas deportivos: de la jerga a la especialización*. Periodismo deportivo de manual. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 257- 273.

Rojas Torrijos, J.L y Pedrero, L. (2017). *La programación deportiva en televisión. Periodismo deportivo de manual*. Valencia: Tirant Humanidades, pp. 135-153

Rojas Torrijos, J.L y Pérez Curiel, C. (2020). *Nuevos espacios para la redefinición de la profesión periodística. El periodismo en tiempos de realidad virtual*. Comunicación Social, pp. 70-77

Thompson, M. (2017). *Sin palabras: ¿Qué ha pasado con el lenguaje de la política?* Edición Kindle. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

Villalba Rico, J.M. (2021). *Técnicas y estilos de la narración futbolística*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.