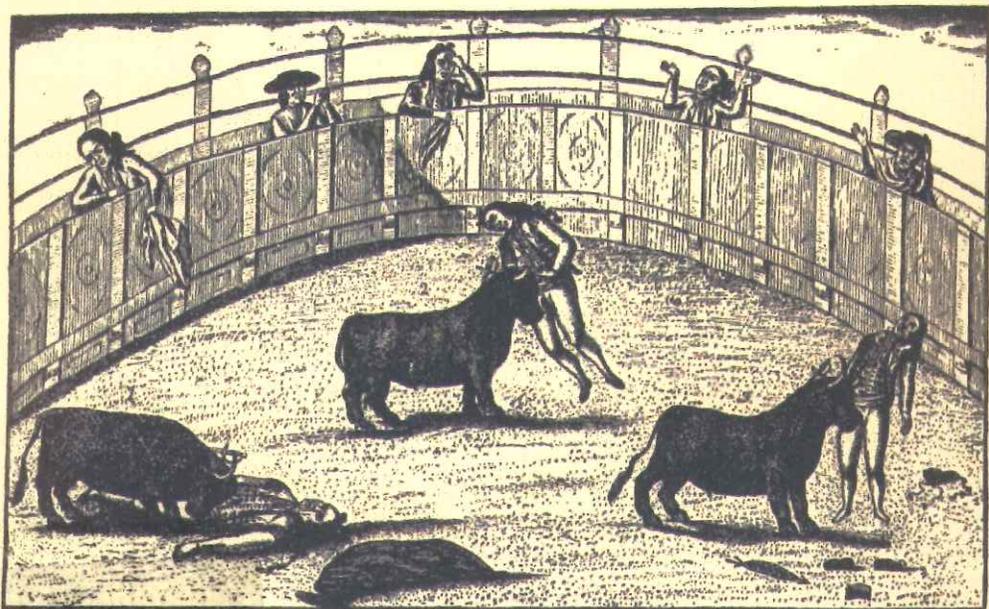


ACTAS DEL SEMINARIO-COLOQUIO SOBRE
LA CRÓNICA TAURINA

PRIMERAS JORNADAS DE COMUNICACIÓN EN LA
REAL MAESTRANZA DE CABALLERÍA DE SEVILLA,
CELEBRADAS DEL 4 AL 6 DE MARZO DE 1998

MANUEL BERNAL RODRÍGUEZ
CARMEN ESPEJO CALA
MARÍA DEL MAR GARCÍA GORDILLO
(EDITORES)



LA RETRANSMISIÓN Y LA CRÓNICA TAURINA EN RADIO

por
CARLOS CRIVELL

Buenas tardes. Quiero comenzar agradeciendo a la Facultad de Ciencias de la Información y a la Real Maestranza que hayan organizado estas jornadas y que me hayan permitido participar en las mismas.

El tema de esta tarde es el periodismo en radio.

La Radio es un medio de comunicación diferente a la prensa escrita y a la televisión. La mayor virtud de la radio es que en la mayoría de las ocasiones se realiza en directo sin necesidad de excesiva complejidad técnica.

Para hacer periodismo taurino en radio se necesitan las mismas condiciones que para hacerlo en cualquier otro medio. Antes que periodista, es preciso ser aficionado; es un periodismo especializado que no puede hacerlo cualquiera. Hay que tener afición y conocimientos.

A los que se dedican al mundo de los toros debería llamárseles informadores taurinos. El término *crítico* me parece reducir la cuestión, lo mismo que *cronista*. La crónica es la gran guinda que a todos nos gusta colocar, pero lo que exige la fiesta es información.

El periodismo cubre tres aspectos que son sobradamente conocidos: información, formación y entretenimiento.

* La información es prioritaria. Todo el que hace periodismo en toros debe atender, por encima de otras cuestiones, a tener informados a sus oyentes.

* La formación es la nota particular que cada periodista aporta a su labor. Es la opinión, que suele complementar a la información. Al dar opinión se toma partido. El oyente, o lector, seguirá al periodista según esté de acuerdo o no con su visión de los hechos. Es prioritario informar, pero lo que hace a un periodista más o menos seguido, porque matiza y le da color a la información, es la opinión. Con ella se debe formar a quienes no conocen de forma amplia una materia.

* El entretenimiento es bueno; una información amena, contada o escrita con personalidad es más atractiva que aquellas otras monótonas y aburridas que tanto nos invaden.

La radio es muy especial. Es directa, fluida, lleva a los personajes con sus voces, sus dudas, sus alegrías. La radio tiene dos parcelas en materia taurina. La informativa, bien de tipo noticias, o bien la retransmisión de corridas.

Son válidos los argumentos expuestos hasta aquí. Tengo pocas, pero agradables, experiencias en retransmisiones. Diría que es una de mis asignaturas pendientes, y lo digo porque, sin ánimo de polémica, lo que conozco no me parece suficiente. Es un reto de futuro. Se exigen conocimientos muy grandes porque se trata de relatar al instante lo que sucede en la plaza de toros.

Paseo histórico

Con relación a la radio y el mundo de los toros, es bueno recordar tiempos pasados, en algunos casos mejores. A todos los aficionados que rondan los cuarenta años no se les puede olvidar el programa de Radio Sevilla *El Toreo*, que hacía Enrique Vila, aunque la voz la ponía Rafael Santisteban.

Otro hito histórico es el programa *Redondel*, que en la Cope realizaba Rafael Moreno. La Cope ha seguido apostando por

los toros y mantiene un programa diario de actualidad.

Es muy importante lo que hace RNE, que emite información diaria.

En otro orden, las emisoras de mayor audiencia, SER y COPE mantienen espacios de toros en la madrugada de los lunes, si bien a horas algo intempestivas.

Programación ideal

Las radios deben mantener programas de toros diariamente, sobre todo en Andalucía. Deben ser espacios de información de breve duración.

Para la opinión, es preferible contar con un programa semanal de treinta minutos de duración, como mínimo, para poder profundizar.

Tienen cabida las tertulias con personajes que puedan aportar sus conocimientos.

Las radios deben entrar de lleno en las retransmisiones de las corridas de toros, más si se televisan, porque puede suceder que se vean por televisión y se escuchen por radio, un fenómeno que ha ocurrido en el mundo del fútbol.

Para lograr todo esto es preciso contar con publicidad, que se ha demostrado que es posible, sobre todo en tiempos de ferias.