



---

**Universidad de Valladolid**

CURSO 2018-2019

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Análisis comparativo de los magazines deportivos en radio y televisión: el caso de *El Partidazo de COPE* y *El Chiringuito de Jugones* de MEGA**

**Alumna: Victoria T. González Sánchez**

**Tutora: Nereida López Vidales**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad**

**Convocatoria: Segunda**

## **Título**

Análisis comparativo de los magazines deportivos en radio y televisión: el caso de *El Partidazo de COPE* y *El Chiringuito de Jugones* de MEGA.

## **Resumen**

Las primeras publicaciones sobre deporte datan del siglo XIX. Desde los primeros periódicos, el periodismo deportivo ha experimentado numerosos cambios, y actualmente los programas de radio y televisión han ganado terreno a los diarios impresos y digitales. Estos espacios dedican casi todo su tiempo a cubrir informaciones sobre fútbol, donde los colaboradores que participan en las tertulias y debates se declaran seguidores de algún equipo. En este trabajo se ha llevado a cabo un análisis de dos de los magazines deportivos más populares entre la audiencia tanto en radio como en televisión: *El Partidazo de COPE*, de la cadena COPE, y *El Chiringuito de Jugones*, del canal de televisión MEGA. En ambos se estudiarán aspectos como cuál es el papel que juegan los presentadores y colaboradores, el lenguaje que usan, y la importancia de la participación de la audiencia, entre otros aspectos relevantes, para así aproximarnos a sus diferencias y ver qué factores contribuyen al éxito de los mismos. Además, se busca llegar a la conclusión de por qué la audiencia elige ver o escuchar un programa u otro y si lo hace con una intención informativa o simplemente para entretenerse.

## **Palabras clave**

Periodismo deportivo, televisión, radio, magazine deportivo, colaboradores.

## **Title**

Comparative analysis of sports magazines on radio and television: the case of *El Partidazo de COPE* and *El Chiringuito de Jugones* of MEGA

## **Abstract**

The first publication about sports date back to the 19th century. From the first newspapers, sports journalism has experienced many changes, and currently radio and tv programs have gained ground to print and digital newspapers. These spaces dedicate most of their time to cover football news, where the collaborators, who participate in discussions and debates, declare themselves followers of a team. In this project, we have made an analysis of two of the most popular sport magazine for the audience, both in radio and television; *El Partidazo de COPE*, from cadena COPE, and *El Chiringuito de Jugones*, from the MEGA television network. In both, it will be studied aspects such as what role presenters and collaborators play, the language they use, or the importance of audience participation, to reveal how they differ, and what factors contribute to their success. In addition, it seeks to reach the conclusion of why the audience chooses one program or another and if it does so with an informative intention or simply to entertain.

## **Keywords**

Sport journalism, television, radio, sport magazine, collaborators.

## Índice

I. INTRODUCCIÓN .....	5
1.1 Justificación .....	6
1.2 Objetivos .....	7
1.3 Hipótesis .....	7
II. METODOLOGÍA .....	8
III. MARCO TEÓRICO .....	11
IV. TRABAJO DE CAMPO .....	22
V. CONCLUSIONES .....	35
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
VII. ANEXOS .....	41

## 1. INTRODUCCIÓN

El periodismo deportivo se ha constituido en las últimas décadas como un producto informativo de éxito social. Los contenidos sobre deportes suelen ser los más consumidos y demandados en prácticamente todo el mundo, mueven pasiones y llegan a todos los tipos de público y, además, se han erigido como pilares de una industria que genera un gran volumen de negocio alrededor de las competiciones y las grandes estrellas mediáticas. (Rojas Torrijos, 2017, p.9)

La importancia que ha adquirido el periodismo deportivo en los últimos años se observa en la proliferación de programas sobre deporte, el aumento del tiempo de duración de los mismos y en la cantidad de espacio que ocupan los eventos deportivos en la parrilla de televisión, cuyos derechos de imagen son objetivo de lucha por parte de las diferentes cadenas. La final de la Eurocopa de 2012, que enfrentó a selección española y a Italia, firmó la mejor cuota de pantalla de la historia de España con más de 15 millones de espectadores, superando, incluso, a la final del Mundial de Sudáfrica de 2010.

El éxito del periodismo deportivo también se confirma en la venta de diarios como *Marca*, que nació en 1938, y es, según el EGM (Estudio General de Medios) el periódico más leído en su edición impresa con 1.706.000 lectores, por delante de *El País*, *el As* y *El Mundo*. En el caso de la radio pasa lo mismo, pues a pesar de ser uno de los medios de comunicación más antiguos, sigue cosechando grandes audiencias, sobre todo en los programas deportivos, ya sean de fin de semana, diarios o en horario nocturno. *Tiempo de Juego*, *El Larguero*, *El Transistor* o *El Partidazo de COPE*, lejos de perder oyentes, siguen afianzándose dentro de la programación radiofónica.

En la televisión, los telediarios cada vez dedican más tiempo a la información sobre deportes, creando espacios que llegan hasta casi la hora de duración como son *Deportes 4* o *Jugones*, ambos pertenecientes a los dos grandes grupos del país, Mediaset y Atresmedia. Por otro lado, en la franja nocturna triunfan programas como *Estudio Estadio*, *El Chiringuito de Jugones* o *El Día Después*, donde se mezcla la información, el análisis y la opinión con otros elementos, los cuáles analizaremos a lo largo de este trabajo.

## **1.1. Justificación del tema**

La elección de este tema radica en la importancia que han ido ganando y tienen ahora mismo los espacios y los programas dedicados al deporte. Con el objetivo de intentar entender el éxito de los mismos, se ha llevado a cabo un análisis a dos de los programas más vistos y escuchados en televisión y radio cómo son *El Partidazo de COPE* y *El Chiringuito de Jugones*.

Otro de los motivos de la elección es mostrar cómo se trata la información deportiva en ambos programas. De esta manera, queremos entender que busca la audiencia al ver un programa u otro, pues aunque ambos analizan y debaten la actualidad deportiva, sí existen diferencias a la hora de tratarla.

El fútbol monopoliza casi todos los programas de deportes, dejando a otras modalidades en un segundo plano. Por ello, hemos querido investigar también hasta qué punto llega esa “futbolización” de la información y cuanto espacio se dedica en estos programas, no solo a otros deportes, sino también a otros equipos, pues normalmente la actualidad deportiva se suele centrar en el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona. Así mismo, creemos que es importante analizar de qué manera contribuyen las redes sociales al éxito de estos espacios, donde los usuarios no solo ven y escuchan, sino que participan y opinan.

Por último, hay que incidir en el papel de los directores y presentadores del programa. Estos son periodistas, con un gran número de seguidores, los cuáles generan gran expectación en el público. Es por eso que no se puede hablar del éxito de sus programas sin pararse a analizar el rol que juegan en estos.

## 1.2 Objetivos

El principal objetivo de la investigación es el estudio y análisis de los programas deportivos *El Partidazo de COPE*, de la cadena COPE dirigido por Juan Manuel Castaño, y de *El Chiringuito de Jugones*, emitido en el canal de televisión MEGA, y dirigido y presentado por Josep Pedrerol. Este estudio se realiza con la finalidad de mostrar el tratamiento de la información deportiva a en estos dos *magazines*, que elementos son clave en el éxito de los mismos, mostrando así que diferencias existen entre ambos programas y qué busca la audiencia cuando elige ver uno u otro. Además, se quiere evidenciar que existe una futbolización de la información, esto es que este deporte ocupa casi todo el tiempo de programación.

Además del objetivo general, esta investigación tiene tres objetivos específicos:

2. Analizar los elementos formales y temáticos que caracterizan a *El Chiringuito de Jugones* y a *El Partidazo COPE*.
3. Analizar los elementos extraperiodísticos (humor, ironía, dramatización...) que encontramos en ambos programas y cómo estos contribuyen a la espectacularización de la información.
4. Analizar cómo dirigen los presentadores sus respectivos programas y conocer qué número de los colaboradores que participan son periodistas y cuales no, para saber si esto genera expectación en la audiencia o si repercute a la credibilidad que se le da a los programas.

## 1.3. Hipótesis

A la hora de realizar la investigación nos hemos planteado hasta cinco hipótesis las cuales intentaremos confirmar a lo largo del trabajo:

1. En la televisión se apuesta por programas más enfocados al *infoshow*. Este subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Representa una nueva forma de presencia de la información que se espectaculariza en sus formas y da cabida cómo protagonistas de las historias narradas a gente común, convirtiendo la televisión en el reino de "los cualquiera". (Prado, E., 1999, p.201). Por ello, *El Chiringuito de Jugones* es un claro ejemplo de este tipo de programa, ya que incluye elementos extraperiodísticos como el humor y el chiste, contribuyendo al espectáculo y formando casi un circo mediático (Rojas Torrijos, 2016).

2. Los presentadores no son meros conductores de ambos programas, sino que son protagonistas, participando activamente en el programa al igual que el resto de colaboradores.
3. Candau (1992) señalaba que algunos de los errores del lenguaje deportivo son el abuso de palabras de otras lenguas, el exceso de opinión y el uso de un vocabulario bélico. Estos errores los encontramos en algunos programas como *El Chiringuito de Jugones*, donde, por tanto, se puede afirmar que no se está haciendo un uso correcto de ese lenguaje deportivo.
4. Encontramos menos colaboradores que no sean periodistas en *El Chiringuito de Jugones* que en *El Partido de COPE*.
5. Existencia de un periodismo de “bufanda”, es decir, que los tertulianos y periodistas se identifican con un equipo de fútbol y lo defienden bajo cualquier circunstancia, dejando de lado, en ocasiones, la objetividad, y provocando un enfrentamiento entre ellos.

## 2. METODOLOGÍA

Este trabajo consiste en el estudio y análisis de los programas deportivos *El Chiringuito de Jugones* y *El Partido de Cope* y de cómo estos tratan la información deportiva. Para poder realizar este trabajo vamos a utilizar tanto la perspectiva cualitativa como cuantitativa, basada en el análisis del contenido.

En primer lugar tenemos que definir el modelo de programa que son tanto *El Chiringuito de Jugones* como *El Partidazo de COPE*. Para ello, debemos observar los elementos que caracterizan a ambos programas y las herramientas que utilizan. De esta manera, podemos afirmar que estos son magazines deportivos, un formato periodístico que según Cebrián (1994) puede definirse como una modalidad en la que se combina la información y la opinión con el entretenimiento y el espectáculo. Por tanto, no es un programa exclusivamente informativo, y no se define tanto por la homogeneidad de sus contenidos, sino por la estructura que los encierra y organiza.

Atendiendo a las técnicas cualitativas, del total de programas que hay en *El Chiringuito de Jugones* en una temporada (entendiendo una temporada como el periodo entre septiembre y junio), y en *El Partidazo de Cope*, que emite durante todo el año, hemos elegido una muestra aleatoria de cinco emisiones, las del 1, 2, 3, 4 y 9 de abril en el caso de el primero, y las del 1, 3, 4, 11 de abril en el caso del segundo. De cada uno de esos programas se analizarán los elementos formales que les

caracterizan y realizará una comparación para ver en qué aspectos son similares y en cuáles se diferencian. Para seleccionar las muestras de estudio, se ha hecho uso de las páginas web de <https://www.atresplayer.com/> y <https://www.cope.es>, donde los programas fueron colgados por las respectivas cadenas.

Teniendo en cuenta lo analizado, y nuestros objetivos de investigación, se realizará una batería de preguntas a José Luis Rojas Torrijos, periodista y profesor de periodismo por la Universidad de Sevilla, a dos colaboradores de *El Partidazo de COPE*, Daniel Senabre y Hugo Ballester, y a un redactor de *El Chiringuito de Jugones*, Fermín Casas, con el objetivo de conocer su punto de vista y ayudarnos a confirmar nuestra hipótesis de investigación.

Para poder analizar las audiencias de ambos programas utilizaremos una perspectiva cuantitativa. Para ello, acudiremos a los resultado del Estudio General de Medios (EGM) y al Informe Barlovento del año 2019, que son los últimos estudios de audiencia de los que disponemos.

La siguiente ficha es la que hemos elaborado para llevar a cabo el análisis:

<b>Programa</b>		
Duración		
Presentador		
Colaboradores		
Secciones		
Noticias		
Fuentes		
Protagonistas de la información		
Videos		
Entrevistas		
Participación de la audiencia		
Animaciones		

En cuanto a las limitaciones del estudio, hay que destacar la dificultad para encontrar algunos de los programas. Por ejemplo, en el caso de *El Chiringuito de Jugones* subían todas las emisiones, pero a los 15 días las eliminaban de la plataforma, y por otro lado, en la página web de *El Partidazo de COPE*, no se encontraban todos los podcast, y es por eso que no se han podido analizar todos los programas de una misma semana. Otra limitación ha sido el acceso al EGM, ya que solo se puede acceder a unos determinados datos, y para poder encontrar información sobre audiencias se ha tenido que recurrir a otras páginas o artículos de periódicos.

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1 El periodismo deportivo: aproximación al concepto periodístico

El periodismo deportivo se puede definir como una especialización “cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuánto sucede en el mundo del deporte” (Alcoba, 1999, p.23). Hay que destacar también que con la aparición de la televisión el tratamiento que reciben los deportes es diferente. Para Antonio Alcoba (2005) “la televisión ha pasado de ser un medio informativo a considerarse más como medio relacionado con el espectáculo” (p.172) .

Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral (1999) hablan de algunas de las funciones del periodismo deportivo: potenciar la práctica del deporte, fomentar el espíritu deportivo, desterrar las prácticas violentas en el deporte y hacer posible el diálogo y la comunicación. Estos mismos autores hablan también de las disfunciones que podemos encontrar dentro del periodismo deportivo: promover el enfrentamiento y la violencia, fomentar el deporte-espectáculo, propiciar el elitismo o la politización del deporte.

#### 3.2 El periodismo deportivo en España

El periodismo deportivo como lo entendemos hoy en día ha cambiado mucho desde su aparición. Antes de centrarnos en los programas que analizaremos en este trabajo, tenemos que hablar de las primeras informaciones sobre deportes, las cuales surgen a mediados del siglo XIX.

*El Cazador* fue la primera publicación sobre deportes. Era una revista ilustrada que nació en Barcelona en 1856 y trataba informaciones relacionadas con la caza. Diez años después nació *El Pedal*, que informaba acerca del ciclismo. Llama la atención que ambas revistas trataban temas que hoy en día es poco frecuente ver en la prensa deportiva.

En 1890 comienzan a editarse publicaciones que trataban varias modalidades deportivas como *La Crónica del Sport*, que aunque solo publicó durante tres años, fue una referencia, ya que incluía noticias de varios deportes como hípica, gimnasia, boxeo, atletismo, natación o fútbol, entre otros.

*Los Deportes* ha sido considerada como la publicación deportiva decisiva de finales del S. XIX y principios del S. XX. “Sirvió como plataforma de lanzamiento de diversas entidades deportivas y se

caracterizó por el rigor de los contenidos y por la labor efectuada en defensa de los valores del deporte” (Berasategui, 2000, p.158). Esta era de publicación quincenal y llegó a publicar 546 números. La causa principal de la desaparición fue en nacimiento en 1906 de *El Mundo Deportivo*, diario catalán que actualmente tiene una tirada de más de 360.000 lectores.

En Madrid surgió *Gran Vía*, una revista especializada en deporte que pasó de ser de periodicidad mensual a publicarse semanalmente. Destacaba por la abundancia de fotografías y dejó de publicar en 1936, coincidiendo con el inicio de la Guerra Civil. *Marca*, el diario con más tirada en España, nació en 1938 en San Sebastián. En 1940 se trasladó a Madrid pero no sería hasta 1942 cuando salió el primer número. ( Sainz de Baranda, 2013, p. 43)

Con el fin de la dictadura, el periodismo deportivo español vivió un gran crecimiento. En los años 90 la radio y la televisión vivieron un gran desarrollo, desbancando a la prensa que, aunque sigue manteniendo lectores, ha sido relegada. Ambos medios de comunicación cuentan con audiencias que superan el medio millón incluso en horarios de *late night*.

### **3.3. Televisión y periodismo deportivo**

"Las retransmisiones deportivas son uno de los acontecimientos más reconocibles de la televisión desde su nacimiento e identifican por antonomasia a este género en una pequeña pantalla que hoy se extiende a cuantos dispositivos permita visualizar su señal” (Pedrero Esteban, 2016, p135). Deporte y televisión siempre han ido de la mano, y prueba de ello es que el acontecimiento más visto de la historia de España fue la final de la Eurocopa de 2012 que siguieron 15.481.000 espectadores, es decir, un 83,4% del *share*, un récord histórico que supero incluso a la final del Mundial de 2010 que se quedó en los 14.582.000.

Otros datos que confirman esa relación entre el medio televisivo y las retransmisiones deportivas es que Estados Unidos dedicó su primera emisión a un partido de beisbol, Alemania difundió los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, Francia el *Tour*, e Inglaterra la primera jornada de Wimbledon. En España, Roger Monzó (2015) explica que entre 1956 y 1969 el fútbol comenzó a dominar la parrilla de TVE (Televisión Española) y que posteriormente resultaría decisivo para el desarrollo técnico de las retransmisiones y la consolidación del medio televisivo en todo el país.

En esos primeros años destaca el primer partido que fue emitido en directo el 27 de abril de 1958 y que enfrentaba al Atlético de Madrid y el Real Madrid en el estadio del equipo rojiblanco. Ya en los años 70 los partidos se comenzaron a retransmitir en color, había hasta cinco cámaras y se empezó a usar la repetición para que los espectadores pudieran volver a ver las jugadas dudosas. El Mundial de 1982 marcó un antes y un después, ya que para poder emitir los 52 partidos usaron seis cámaras diferentes, una de ellas a pie de campo, algo que hasta entonces nunca se había hecho.

Además de retransmitir partidos, a partir de 1958 comienzan a emitirse los primeros programas sobre deporte. Estos tenían una duración breve y en ellos se ofrecían información de actualidad deportiva del fin de semana, sobre todo de fútbol. Algunos de estos fueron *Mañana fútbol*, que hacían previas de los partidos del domingo; *Pantalla deportiva* que incorporaba más imágenes, o *Hablando con Di Stefano*, donde el entonces futbolista opinaba sobre la actualidad deportiva.

También nacieron programas educativos como *Las reglas del fútbol* o *El arte de nadar*, los cuáles ahora no tienen cabida en la parrilla televisiva. Otros como *Noticiero Deportivo*, con un corte más informativo o *La Quiniela*, que se centraba en la promoción de las apuestas -llama la atención puesto que actualmente algunos programas de deporte dedican un espacio a la promoción de estas- también se estrenaron a finales de los años 50.

En los años 60 se presta bastante atención a otras modalidades más minoritarias. Destacan *A toda plana*, que emitía reportajes al estilo *Informe Robinson*, o *Torneo*, que fomentaba el deporte en edades infantiles. En 1970 el fútbol dominaba casi todos los espacios deportivos. Se estrenaron programas como *Los goles del Domingo*, que en apenas 15 minutos que repasaba los partidos jugados esa misma tarde, o *Ayer Domingo*, que analizaba las jugadas más polémicas.

En 1972 se estrena *Estudio Estadio*, programa que, aunque ha sufrido modificaciones y desapareció de la parrilla televisiva entre 2005 y 2009, actualmente continua en emisión en el canal Teledeporte. Dirigido en ese entonces por Miguel Ors y presentado por Pedro Ruíz, incorporó por primera vez una sección que repetía algunas jugadas de los partidos a cámara lenta.

A partir de los años 80 comenzarían los conflictos entre las cadenas por hacerse por los derechos televisivos. En 1981 se acordó que estos deberían pagar cuatro millones de pesetas a los clubs por

cada programa semanal en el que emitieran imágenes de sus partidos. Se iniciaría así una guerra entre TVE, las televisiones autonómicas y posteriormente privadas. Mientras tanto, en estos años también comenzaron ganar peso otros deportes como el tenis (*El mundo del tenis*), el motor (*Fórmula tv*), o la hípica (*Al galope*).

A pesar del nacimiento de otras cadenas, TVE confirmó su absoluto monopolio con la emisión en exclusiva de acontecimientos como el Mundial de Italia, el Campeonato de F1 que ganó Ayrton Senna, la Liga de fútbol o el Mundial de Baloncesto que ganó Yugoslavia. Por su parte, las cadenas autónomas como TV3 (Cataluña) o ETB (País Vasco) se hicieron con los derechos de los partidos de liga del FC Barcelona, RCD Espanyol y Real Sociedad y Athletic Club de Bilbao, respectivamente; y en 1989 se firmó un acuerdo entre estas y la Liga de Fútbol Profesional que dejó a TVE sin los derechos para poder emitir los partidos.

En los años 90 nacen las primeras cadenas privadas con programación generalista, Antena 3, Telecinco y Canal +, aunque esta última aglutinaba contenidos en abierto y de pago. En el caso de la primera, presidida entonces por Javier de Godó, no incluyó contenido deportivo en los primeros meses, pero fue la primera en emitir un partido de fútbol sala en la temporada 1991-1992, y también se hizo con los derechos de torneos de tenis o competiciones automovilísticas. En 2002 emitió el Mundial de Corea y Japón y consiguió la cuota de pantalla de 79,2%, la más alta de la historia hasta entonces. En 2006, y continuando con esa lucha con el resto de cadenas por hacerse con el monopolio del fútbol, emitió la UEFA Champions League con un *share* de casi un 40%.

Telecinco, aunque en su primera etapa el deporte no fue clave en su programación, si estrenó *Goles son amores*, que repasaba la jornada liguera y que se emitía en la madrugada del domingo. En 2003, con Paolo Vasile como director, recuperó los derechos de Formula 1 (ya se hizo con ellos en 1997, pero no obtuvo buenos resultados) y se mantendría en la cadena hasta 2008, cuando pasaría a formar parte de la programación de La Sexta.

A partir de este año la cadena cerró un acuerdo con PRISA (Sogecable) para incorporar dos nuevos canales: Cuatro y Energy. Desde entonces, el grupo emitió varios eventos como la Copa del Rey de fútbol, la Europa League, la Eurocopa, el Mundial de Fútbol de 2010, la Liga Nacional de Fútbol Sala, el Mundial de Baloncesto, Roland Garros o el Mundial de Motociclismo.

En 2006 tiene lugar en lanzamiento de La Sexta, que ese mismo año se hizo con los derechos de retransmisión del Mundial de Fútbol de Alemania -aunque compartió los de la selección española con Cuatro- y los del Mundial de Baloncesto de Japón. Además, también emitió la Formula 1 entre 2009 y 2013, fichando a todo el equipo de Telecinco: Antonio Lobato, Óscar del Castillo y Victor Seara.

Además, La Sexta creó programas de análisis deportivo como *Sport Center*, un espacio de tertulias dedicado al Mundial de 2006; *Minuto y Resultado*, que durante las tardes de los sábados y los domingos conectaban con los partidos en directo para narrar lo que estaba ocurriendo, pero sin imágenes de los mismos. Este se mantuvo en la cadena hasta 2011, cuando pasó a formar parte de Marca TV con el nombre de *MarcaGol*.

En el caso de Cuatro, que comenzó sus emisiones en 2005, creó un programa nocturno llamando *Maracaná 05*, el cual estaba presentado por Paco González, actual director de *Tiempo de Juego* de la Cadena COPE, y entonces director de *Carrusel Deportivo*, y Michael Robinson, que se había dado a conocer en *El Día Después* de Canal +. El programa se emitía en horario nocturno y se basaba en el debate de diferentes temas del ámbito deportivo. Este contaba con la participación del humorista Carlos Latre, que se encargaba de imitar a algunas personalidades. No tuvo el éxito esperado y fue cancelado en octubre de 2006.

En cuanto a las televisión de pago, Canal + nació en 1988, y en sus inicios emitía tanto contenido en abierto<sup>1</sup> como contenido de pago. El deporte siempre ha sido pieza esencial de su programación; de hecho, en su nacimiento destacó por la emisión de un partido de Primera División de cada jornada. Además, los espectadores que contratan los canales de pago también podían disfrutar de otros deportes como el golf, el boxeo o la NBA, una novedad puesto que ninguna televisión antes había emitido estas modalidades deportivas.

En los primeros años destacaron programas como *Más Deporte*, un informativo diario que informaba sobre diferentes deportes, no solo futbol, y *El Día Después*, que repasa- pues actualmente se sigue emitiendo- la jornada de Primera División pero centrándose en situaciones

---

<sup>1</sup> Tuvo que emitir los dos tipos de contenido obligado por la Ley de Televisión Privada de 1988

curiosas y con reportajes donde también se analiza los aspectos más importante de las ligas nacionales e internacionales. Por ese entonces, estaba presentado por Carlos Martínez y Michael Robinson, ambos convertidos ya en emblemas de la cadena y que actualmente se encargan de comentar un partido de cada jornada de la Liga.

Además de la competición española, Canal + apostó por emitir fútbol internacional, baloncesto, tenis, golf, rugby, atletismo, NFL ( Liga Nacional de Fútbol Americano), y deportes de motor. Otro programa destacado de Canal + (actualmente denominado Movistar + por su acuerdo con Telefónica) es *Informe Robinson*. Presentando también por el exfutbolista Michael Robinson, comenzó sus emisiones el 1 de octubre de 2007, y se centra en la entrevista a determinadas personalidades del mundo del deporte.

La tendencia actual es que las retransmisiones en directo son el género dominante, siendo las emisiones que más *share* consiguen. El fútbol sigue siendo el deporte rey, es decir, el que más tiempo ocupa, seguido del baloncesto y el tenis. En correspondencia con el modelo de negocio basado en la publicidad sobre el que se sustenta la televisión de competencia comercial, la programación de las cadenas generalistas en abierto se construye y modifica con la única finalidad de atraer en todo momento la atención del mayor porcentaje de audiencia, y las estrategias con las que persiguen tal fin difuminan cada vez más los géneros de las noticias o la crónica en favor de un entretenimiento donde priman la opinión y el comentario. (Pedrero Esteban, 2017, p.152)

Ejemplo de esto son programas como *Los Manolos*<sup>2</sup> en Cuatro, y *Jugones* en La Sexta. Son espacios donde las noticias y los reportajes, cuya temática se basa en muchas ocasiones en declaraciones, rumores o polémicas, se mezclan con montajes, animaciones, música y otros elementos que buscan entretener al espectador. En estos se dedica más tiempo a los eventos deportivos que emiten estas mismas cadenas, relegando otras competiciones que ofrecen la competencia (Gallardo y Montes, 2015).

Entre los programas tertulia emitidos en horario de *late night*, el precursor fue *Punto Pelota* (actual *Chiringuito de Jugones*) que comenzó en Interconomía TV y cuyo modelo fue imitado por otras

---

<sup>2</sup> Comenzó en septiembre de 2006 a septiembre de 2016. Actualmente el formato es el mismo pero se emite bajo el nombre de *Deportes 4*

cadena creándose otros espacios como *Futboleros*, *El Ojo del Tigre* o *Tiki Taka*, aunque no tuvieron el éxito del programa de Josep Pedrerol. Apunta Pedrero Esteban (2016) que “en ellos se observa aún con más nitidez como el espectáculo se impone al rigor y deviene en lo que Paniagua (2006) calificó como un “pseudoperiodismo” que termina por menoscabar la credibilidad de todo el medio” (p.153).

### **3.4. Radio y periodismo deportivo**

El primer programa radiofónico deportivo nació el 1952 con el nombre de *Carrusel Deportivo*. Fue creado por Vicente Marc y se emitía los domingos por la tarde en la Cadena SER. Su principal competidor en ese entonces RNE (Radio Nacional de España) creó *Tablero Deportivo*, que aunque era del mismo formato, tenía una duración menor. En 1955 apareció un tercer programa, *Domingo Deportivo Español*, emitido por REM (Red de Emisoras del Movimiento) y presentado Juan Martín Navas. Actualmente tanto *Carrusel Deportivo* como *Tablero Deportivo* continúan emitiéndose tanto los sábados como los domingos.

En 1953 surgió el primer programa de deportes de emisión diaria, *Radiogaceta de los deportes*. Al poco tiempo la Cadena SER creó *Siguiendo los Deportes*, que también se emitiría todos los días. En los años 50 y 60 destacaron locutores deportivos como Enrique Mariñas, el ya mencionado Juan Martín Navas o Matías Prats. “*El Transistor* se convirtió durante los años sesenta en un elemento imprescindible de las tardes de domingo (...) La radio deportiva seguía creciendo, un hecho que llevó a la creación de espacios diarios de sobremesa y de tarde-noche” (Malvar, 2005, p108).

En 1982 nace el primer programa nocturno de deportes, *Supergarcía*, dirigido por José María García y que analizaba la actualidad deportiva con comentarios, debates y entrevistas. Siete años después, la Cadena SER crea *El Larguero*, presentado por José Ramón de la Morena, con el objetivo de superar al programa de la cadena episcopal y en el cual, por primera vez, los oyentes podían participar. En 1995 Onda Cero presentó *El Penalti*, que poco después sería sustituido por *Al Primer Toque*, al principio presentado por José María García y posteriormente por Manu Carreño. En 2002, la Cadena COPE creó *El tirachinas* con el objetivo de reemplazar a *Supergarcía*, y presentado por José Antonio Abellán hasta 2010. El 27 de agosto de este año comenzaron las emisiones de *El Partido de las 12*, actualmente denominado *El Partidazo de Cope*.

En cuanto a la radio deportiva del fin de semana, *Tiempo de Juego* de la Cadena COPE se puso en marcha en 1969. Durante muchos años este estuvo a la sombra de *Carrusel Deportivo* y sus otros competidores, pero con la llegada en 2010 de Paco González, Manolo Lama, y Pepe Domingo Castaño, tras su salida de la Cadena SER, su audiencia ha aumentado hasta situarse en los 661.000 oyentes según la última oleada del EGM. El ascenso de este programa también fue consecuencia de la caída de *Carrusel Deportivo*, que siempre había sido el programa líder indiscutible del fin de semana.

“La radio continúa en su imparable marcha de acaparar espacios y programas deportivos, hasta el punto de arrinconar a programas de solera cuando debe retransmitir competiciones deportivas” (Alcoba López, 2005, p165). El propio Alcoba (2005) señala también que la información deportiva ha influido en el resto de programación diaria de las diferentes emisoras españolas, pues además de los propios programas deportivos, los espacios destinados a la información general también tienen una sección dedicada al deporte.

### **3.5 El lenguaje del periodismo deportivo**

El lenguaje de los periodistas deportivos trasciende, tiene interés social por varios motivos. Primero, por ser los contenidos de deportes los más consumidos y seguidos por la ciudadanía en un considerable número de países y, por tanto; tienen un gran impacto en la ciudadanía, especialmente entre los más jóvenes, que, entusiastas, tienden a emular comportamientos y expresiones de sus ídolos. En segundo término, por su globalidad y accesibilidad, muy especialmente a través de las nuevas plataformas digitales, que cobran cada vez más relevancia para el ejercicio del periodismo. En tercer lugar, por el enorme valor del uso del lenguaje deportivo y por las grandes posibilidades que ofrece, por su singularidad emotiva y su riqueza retórica, como herramienta para la enseñanza del idioma aprovechando el poder de atracción del deporte y el alcance del periodismo digital para las futuras generaciones. (Rojas Torrijos, 2017, p.255)

De esta manera, el lenguaje deportivo, como especializado que es, tiene una serie de características. Una de ellas es la libertad estilística y la creatividad. Rojas Torrijos (2017) señala cuatro rasgos del lenguaje deportivo: la posibilidad de crear neologismos, el intercambio de vocabulario entre los diferentes deportes, el uso de figuras retóricas y la ludificación.

Para la RAE (Real Academia Española) un neologismo es un vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua. Dentro del periodismo deportivo y especialmente en el fútbol, encontramos algunos como *pentacampeón* (referido al equipo o jugador que ha ganado cinco trofeos) *jugón* (dicho de un jugador que juega muy bien) *ÑBA* (así se llama a la selección española de baloncesto, es un juego de palabras entre la NBA y la ñ de España) o *fisio* (acortamiento de la palabra fisioterapeuta).

Otra de las características del lenguaje deportivo es el préstamo de léxico entre modalidades deportivas. Así, podemos ver cómo se usan expresiones como *tirar la toalla*, que proviene del boxeo, *ganar sobre la bocina*, del baloncesto o *match ball*, del tenis. Ese intercambio ha provocado también que palabras como *avarage*, que se refiere a la diferencia de goles, *crack* o *playoffs* se usen para varios deportes y torneos. También, y con el objetivo de llamar la atención del lector, utiliza figuras retóricas como *el estadio se viene abajo*, *el partido del siglo* o *lanzarse al ataque*.

Rojas Torrijos (2017) señala que “otro rasgo diferenciado del periodismo es que su lengua resulta accesible casi todas las mentalidades, gracias a la globalidad del fenómeno deportivo y que muchas de sus expresiones han dado el salto a la lengua común” (p.260). El problema es que la mayoría de los contenidos son sobre fútbol y que por tanto, el vocabulario de otros deportes es menos conocido y más técnico. Así, continua Roja Torrijos (2017) que distinguiríamos entre un lenguaje periodístico del deporte, el que es entendido por todos y que ya forma parte de la lengua común, y el lenguaje deportivo, es decir, más extenso y variado, y normalmente manejado por expertos que son especialistas en un área en concreto.

Muchos de esos tecnicismos son extranjerismos, es decir, palabras o expresiones que provienen de otras lenguas y que hemos añadido a nuestro vocabulario. El uso de estas no significa que podamos abusar de ellas, sino que solo hay utilizarlas cuando sea necesario. Es decir, cuando sirvan para hablar de algo que no tenga su traducción al español como puede ser *alley oop*, *rookie* o *paddock*. José Luis Rojas Torrijos señaló en las XVII Jornadas de Estudios de Lingüística, celebrado en la Universidad de Alicante en 2015, que existen tres criterios para saber cuando usar una palabra extranjera o una nuestra: lo extendida que este en nuestro idioma, la economía del lenguaje y el sentido común. Otro rasgo característico del lenguaje es la de usar palabras y expresiones que pertenecen a otras familias semánticas como *fase terminal* (la salud), *delicatessen* (alimentos), *penitencia* (religión), *rematar la faena* (tauromaquia) o *atrincherarse* (guerras).

García Candau (1992) también señala varios errores del lenguaje deportivo como son la exceso de opinión, el abuso de términos ingleses y el uso de vocabulario bélico. Esa tendencia a la opinión se debe a que el periodista deportivo suele ser amante del deporte, o en otros casos, porque incluso lo ha practicado profesionalmente. Aún así, para García Candau la característica que más empobrece al lenguaje deportivo es que el idioma del deporte ha tenido siempre como característica fundamental su tendencia a trasladar a las cuartillas la jerga coloquial del vestuario, y tal circunstancia todavía no ha sido erradicada. El modo de hablar de gentes de deporte está lleno de frases absolutamente incorrectas y de términos propios para iniciados. A entrenadores y jugadores les gusta aplicar a su fraseología términos de tipo técnico, que no siempre tienen fácil traducción al lenguaje que entiende la mayoría de las personas. Hay proclividad a convertir en cuestiones para iniciados los relatos de hechos deportivos. (p.126)

En algunas ocasiones se acusa al periodismo deportivo de usar un lenguaje poco variado y muy repetitivo. Recalca Rojas Torrijos (2017) que es importante cuidar el estilo y evitar ciertos errores como el abuso de voces extranjeras y neologismo, el uso de clichés, la degeneración de formas coloquiales en vulgarismos o la incitación a la violencia a través de términos belicistas. Esto último tiene que ver también con la tendencia al sensacionalismo que encontramos en algunos programas de deportes. Alcoba (2005) señala que el periodismo deportivo se expresa mediante seis lenguajes: el bélico, el escueto, el estético, el semiológico, el audiovisual y el artístico. El primero, destaca el autor que se usa para “darle color al culmine de la actividad agonística” y, por tanto, relativiza el hecho de qué emplearlo de esa manera no contribuya a la paz y la deportividad.

### **3.6 Las redes sociales y el deporte**

En los últimos años las redes sociales han adquirido una gran importancia, tanto en la retransmisión de eventos deportivos como en los medios de deportes, ya sea prensa, radio o televisión. De esta manera, al audiencia deja de ser un actor pasivo y participa activamente aportando su opinión y comunicando sus propios conocimientos. A las redes sociales se las define como “un grupo de aplicaciones que a través de internet permite la creación e intercambio de contenidos generado por el usuario” (Kaplan y Haenlin, 2010, p.61).

Esta importancia que han adquirido las redes sociales se confirma con datos como los 672 millones de tuits que se compartieron en los 32 días que duró el Mundial de Brasil de 2014, o los 25 millones

enviados solo en Estados Unidos en la final de la Super Bowl de 2015. Al mismo tiempo, los propios deportistas y equipos utilizan estas redes sociales donde tienen millones de seguidores con los que a veces interactúan.

Por su parte, los medios de comunicación tampoco se quedan atrás. Por ejemplo *Marca*, el diario deportivo más leído en España, cuenta con más de cinco millones de seguidores en twitter, superando incluso a periódicos generalistas como *El Mundo* que no alcanzan los cuatro millones. Programas de radio como *El Partidazo de COPE* o *El Larguero* cuentan también tanto con cuenta en Twitter como en Instagram, aunque se quedan lejos de el número de seguidores de los periódicos, pues no alcanzan el millón. A través de estas, los programas publican podcast, noticias, o preguntas y encuestas para que los usuarios participen.

En el caso de la televisión, *El Chiringuito de Jugones* cuenta con casi millón y medio de seguidores. Como ya desarrollaremos en el trabajo de campo, el programa fomenta continuamente la participación de los usuarios a través de los *hashtags* y encuestas. Además, el programa en los últimos tres meses -marzo abril y mayo- ha estado entre los programas con más presencia social en twitter, con 545.587, 358.366 y 559.218 tweets respectivamente.

No solo los medios de comunicación, sino que también los periodistas y colaboradores de los programas de deportes cuenta con una gran cantidad de seguidores en redes sociales, algunos más que sus propios programas. Por ejemplo, Josep Pedrerol cuenta con aproximadamente 950.000 seguidores en twitter, Manu Carreño tiene algo más de 400.000 y Tomás Roncero sobrepasa la barrera del millón.

## 4. TRABAJO DE CAMPO

### 4.1 Análisis de *El Chiringuito de Jugones*

*El Chiringuito de Jugones* es un programa que se emite en MEGA, canal que pertenece al grupo Atresmedia. El programa está dirigido por Josep Pedrerol y sigue el formato de *Punto Pelota*, programa que también presentó y dirigió desde el 15 de septiembre de 2008 hasta el 4 de diciembre de 2013 en el canal Interconomía. Tras esto, *Punto Pelota* pasó a ser dirigido por Carlos García Hirschfeld. En 2014, Alonso Caparrós tomaría el mando hasta febrero de 2017, cuando el canal decidió echar el cierre definitivamente al programa.

Josep Pedrerol y todo su equipo decidieron abandonar *Punto Pelota* por los impagos de la cadena y “ficharon” por el grupo Atresmedia. El 6 de enero de 2014 comienzan en Nitro las emisiones, pero el 20 de agosto de 2015 el programa pasaría a emitirse en MEGA, canal que también pertenece al mismo grupo empresarial.

Por su estructura y formato podríamos considerar a *El Chiringuito de Jugones* es un magazine deportivo. Se emite de 00.00 a 2.30 de la mañana, aproximadamente, dependiendo de la duración del mismo. A continuación se presenta el análisis del mismo en base al visionado de los programas emitidos el 1, 2, 3,4 y 9 de abril.

El programa obtuvo en marzo una media de 244.000 espectadores, convirtiéndose así el más visto de toda la temporada. El día 5 de marzo, coincidiendo con la eliminación del Real Madrid de la Champions League, consiguió 548.000 espectador y un 10,2 % de cuota de pantalla, consiguiendo el mejor registro de su historia y acercándose a los números de los programas deportivos de la radio, que siempre han sido los favoritos para la audiencia por encima de los magazines deportivos de televisión.

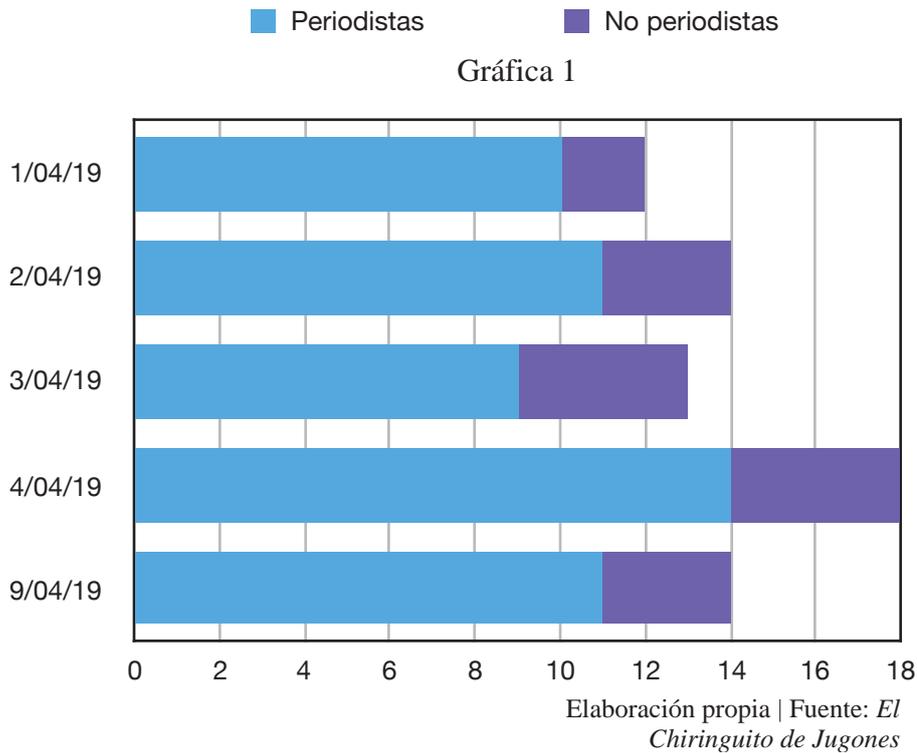
En lo que respecta a la estructura se basa en el debate de varios temas y noticias, la mayoría relacionados con el Real Madrid y el Barcelona. Es bastante repetitiva, ya que a excepción de alguna sección especial como la de ‘El Punterazo’, dedicada al fútbol sala y que se emite únicamente los lunes, siempre es la misma. Las otras secciones del programa son el repaso a las

portadas de los diarios nacionales y/o extranjeras, las apuestas William Hill, donde uno de los colaboradores del programa explica cuales son las mejor cuotas para apostar en los partidos que se juegan esa semana; y el repaso a los mejores goles de la jornada de fútbol internacional (esta se suele hacer los lunes que es cuando ya se han jugado todos los partidos). Por último, y ya coincidiendo con el final del programa, hacen presentarse al público que ha acudido al plató, y enuncian los titulares que previamente ha enviado la audiencia, y entre los mejores eligen un ganador que se lleva un premio.

En cuanto a los colaboradores, dependiendo del programa, participan entre 6 y 8 tertulianos, los cuáles Josep Pedrerol presenta al comienzo del mismo. Estos suelen ser periodistas o personas relacionadas con el mundo del deporte como exjugadores de fútbol. Los tertulianos van cambiando a lo largo de los programas y no siempre son los mismos. En las cinco emisiones analizadas participaron los siguientes: Paco Buyo, José Antonio Martín Petón, José Luís Sánchez, Carmé Barceló, Alfredo Duro, Paco García, Caridad Edu Aguirre, Javi Balboa, Lobo Carrasco, Rocío Martínez, Jota Jordi, Tomás Roncero, Luís Villarejo, Álvaro Domínguez, Juanma Rodríguez, Edwin Congo, Jorge D' Alessandro, Cristobal Soria, Roberto Morales, José Felix Díaz, Manu Sainz, Quim Domènech, Iñaki Cano, Jesús Capitán "Capi", Raúl Varela, Fernando Sanz y Damián González.

Es importante destacar que además de estos contertulios también participan otros periodistas que, opinando más en calidad de expertos, van incorporándose a los debates de los programas. Juanfe Sanz, redactor y encargado de la sección de las apuestas deportivas, Alex Silvestre, también redactor del programa y enviado especial a Valencia en los partidos del conjunto ché, Diego Plaza, especialista en fútbol internacional, y Sandra Díaz, encargada de las redes sociales, participan en todos los programas analizados. Otros colaboradores como Pipi Estrada o Eduardo Inda intervienen en algunos para dar informaciones sobre el Real Madrid, Barcelona o Atlético de Madrid, pero especialmente el primero, ya que ambos se consideran seguidores del equipo merengue.

Como hemos dicho, no todos los colaboradores que participan son periodistas. Algunos de los más habituales son José Antonio Petón, Paco Buyo, Javi Balboa o Cristobal Soria, que son personas relacionadas con el mundo del fútbol, ya sea porque han sido jugadores o han estado ligados a algún club. En la siguiente gráfica se muestra el número de colaboradores que participan en cada uno de los cinco programas analizados y cuales de ellos son periodistas.



Por programa participan, de media, 12 colaboradores, de los cuales tres no son periodistas, pero sí opinan en calidad de expertos sobre los temas de los que debaten. En la tabla<sup>2</sup> podemos observar que en el programa del 4 de abril participaron 18 contertulios, ya que se trataba de un programa “especial” que dedicaron integro a la actualidad del Real Madrid. Aquí también podemos ver como el programa cuenta con corresponsales en el extranjero, uno en Manchester, para cubrir la información previa al partido de Champions League que enfrentaba al Manchester United y al Fútbol Club Barcelona, y otro en París encargado de informar sobre el club PSG (París Sant Germain).

Otro de los aspectos a destacar es que la mayoría de los colaboradores principales se identifican, claramente, con un equipo de fútbol, lo que contribuye a que haya enfrentamientos entre ellos y se forme un cierto espectáculo en torno a los dos grandes equipos, Real Madrid y Fútbol Club Barcelona. Ese enfrentamiento lleva muchas veces a que se eleve el tono del debate, se pisen al hablar y tenga que intervenir Pedrerol, quien intenta moderar el debate, y poner “calma” entre ellos, haciendo de mediador entre ambas partes. Es importante destacar que el presentador no solo actúa

como mero conductor, sino que participa activamente en todos los debates, aportando su punto de vista, aunque eso si, desde una posición más neutral que algunos tertulianos que si se identifican claramente con un equipo y difícilmente cambian de opinión.

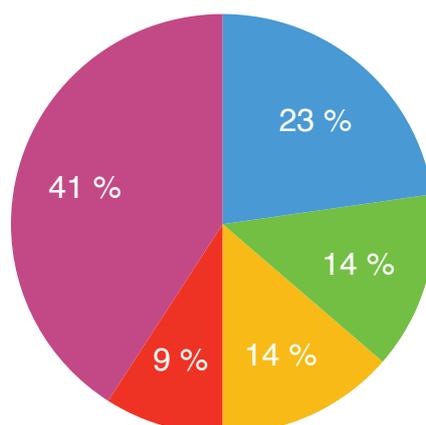
Volviendo a la estructura del programa, este comienza con su Josep Pedrerol sentado en el plató, donde repasa las noticias de última hora y los temas sobre los que se hablará a lo largo del mismo. Tras esto, la encargada de redes sociales, Sandra Díaz, recuerda a los espectadores el twitter del programa y el *hashtag* para poder enviar los mensajes. Después, se presenta a los colaboradores principales, de seis a ocho, que van a formar parte de la tertulia. La forma de presentarlos es bastante original, ya que primero aparece su nombre junto a una imagen en movimiento, como si se tratase de la alineación de un equipo de fútbol

La participación de los usuarios es clave. Twitter es la plataforma que el programa usa para que sus usuarios puedan enviar sus opiniones sobre los diferentes temas que se están debatiendo. A lo largo de la emisión se van leyendo los mensajes que llegan, los cuales deben ir acompañados de un *hashtag* que va cambiando. En el tabla<sup>3</sup> se puede ver cuales utilizaron durante las emisiones analizadas, algunos se repiten en todos los programas y otros van variando.

De media, se utilizan 4,4 *hashtag* por programa. En el programa del 9 de abril fue en el que más se utilizaron, siete, y en el especial del día 4, como solo hablaron del Real Madrid, solo usaron dos. Los *hashtag* más utilizados son #ChiringuitoJugones, pues aparece en cuatro de las cinco emisiones analizadas, y #ChiringuitoMadrid, que aparece en tres de las cinco. Además, todos ellos contienen la palabra Chiringuito.

● ChiringuitoJugones ● ChiringuitoMadrid  
● ChiringuitoDeMega ● ChiringuitoMessi  
● Otros

Gráfica 2



Elaboración propia | Fuente: *El Chiringuito de Jugones*

Otro dato que confirma el éxito que tiene el programa en redes sociales es que, según el Informe Barlovento, en el mes de mayo, *El Chiringuito de Jugones* fue el tercer programa que más presencia ha tenido en la red social twitter, con 559.218 tweets tras *Eurovisión* y *Supervivientes*

En cuanto al número de noticias, aproximadamente son de 6,8 por programa. En las emisiones analizadas, cómo podemos observar en el tabla<sup>4</sup>, las noticias se repiten de un día para otro, y las que están relacionadas con el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona ocupan mucho más espacio que el resto. En la siguiente gráfica se pueden observar cómo se reparten en tanto por ciento los protagonistas de la informaciones a lo largo de los programas analizados.



Elaboración propia | Fuente: *El Chiringuito de Jugones*

Como se puede ver el Real Madrid es al equipo al que más tiempo se dedica, pues es es el protagonista de la información en un 35% de las veces; al Barcelona y al Atlético de Madrid en un 20 y un 19 % respectivamente, y a las noticias relacionadas con el resto de equipos, tanto de España como de ligas extranjeras se le dedica un 26%. Hay que destacar que todas las noticias son dedicadas al fútbol, a excepción de la sección de 'El Punterazo', que es de fútbol sala. Otros deportes como el baloncesto o el tenis no tienen cabida en la programación.

A la hora de buscar las fuentes de información a las que recurren los tertulianos y colaboradores es complicado encontrarlas. La mayoría de noticias, a excepción de las previas o crónicas de los partidos que se han jugado, se basan en los juicios y opiniones de los propios colaboradores que no nombran fuentes, pues ellos se consideran expertos y opinan como tal. El ejemplo más claro de esto

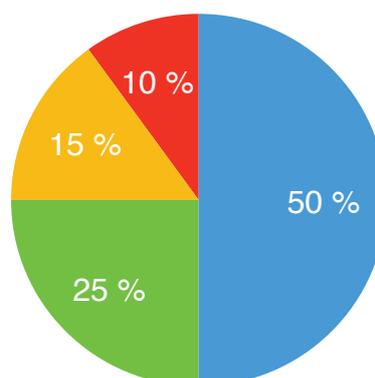
es lo encontramos en las figuras de los periodistas Eduardo Inda y Pipi Estrada. Ambos acuden al programa para dar noticias sobre posibles fichajes o ventas que van a realizar algunos clubs, especialmente el Real Madrid. En ningún momento citan ninguna fuente y utilizan expresiones como “se de primera mano” o “el propio Florentino Pérez me ha dado esta información”. Incluso, llegan a coger su teléfono móvil para leer los mensajes que les habría enviado una “fuente cercana”. En el caso de Eduardo Inda, acude al programa todos los lunes de la semana, considerándose su participación una sección propia de *El Chiringuito de Jugones*. Pipi Estrada es un colaborador más habitual pues participa en tres de las cinco emisiones analizadas, y además de dar información sobre algunos clubs también participa en los debates con el resto de colaboradores.

Como hemos dicho, el programa destaca por esa ausencia de fuentes. De las seis ocasiones que se hablaron sobre posibles fichajes, solo en una de ellas Diego Plaza mencionó a la fuente de la información, en este caso Canal + Francia, para hablar del posible fichaje de Rabiot por el Real Madrid. Por tanto, el resto de ocasiones los colaboradores se limitan a dar esas informaciones como “exclusivas”.

Un dato que sorprende es que a penas utilizan videos. Un programa de televisión donde la imagen tiene tanto valor, casi no le dan uso; a diferencia de los programas informativos del medio día como son *Jugones*, *El Golazo de Gol* o *Deportes Cuatro* donde los videos son la pieza clave y se usan como guía para hablar de las diferentes noticias. Como vemos en el tabla<sup>5</sup>, en los cinco programas analizados, que suman un total de 741 minutos, solo encontramos 20 vídeos. De estos, la mitad son declaraciones; un 25% goles; y solo un 10%, es decir dos de los 19, son videos reportajes.



Gráfica 4



Elaboración propia | Fuente: *El Chiringuito de Jugones*

Otro punto fuerte de los magazines deportivos suelen ser las entrevistas. En el caso de *El Chiringuito de Jugones* solo hay tres entrevistas en directo a José Ignacio Gallardo, director del diario *Marca*, a Alejandro Pozuelo, jugador español de la MLS (Major League Soccer) y a Juan Mata, padre del futbolista del Manchester United Juan Mata. En cuanto a las conexiones en directo, en las emisiones analizadas se realizan canutazos en zona mixta a los jugadores Daniel Parejo y Casemiro tras el partido que enfrentó el 3 de abril al Valencia y al Real Madrid. Este mismo día también conectaron en directo con la rueda de prensa para escuchar las declaraciones de los entrenadores de ambos equipos, algo que hicieron también en el programa del día 2 de abril con los entrenadores del Barcelona y Villarreal. Por último, también realizan entrevistas a pie de calle a los aficionados de algunos equipos.

A la hora de llevar a cabo el análisis, el lenguaje ha sido una de las variables a tener en cuenta. Como afirma José Luis Rojas Torrijos (2017) un buen profesional debe hacer un uso adecuado y preciso del vocabulario, para así poder comunicar bien y que cualquier aficionado le pueda entender; y usar con responsabilidad y respeto lenguaje hacía las personas que practican las diferentes modalidades deportivas.

Una de las características del periodismo deportivo es la creación de referencias terminológicas y semánticas. Un ejemplo de ello es el uso de neologismos, es decir, expresiones o palabras que hemos encontrado en algunos de las emisiones como *madridistis* (se puede definir como la envidia hacía el Real Madrid) *barcelonitis* (lo mismo pero hacia el Fútbol Club Barcelona), *todocampista* (jugador de fútbol muy polivalente) o *messi independencia* (la dependencia que tiene el Barcelona de su jugador Leo Messi).

Siguiendo con el léxico, otra de las características de este es la inclusión de palabras de otros campos semánticos como la salud, la alimentación la religión o el belicista. Así, destaca el uso de expresiones como el "Real Madrid agoniza", "el portero se come el balón", "está temporada está siendo un calvario" o "Messi masacra a los rivales". Ese lenguaje belicista en ocasiones incita a la violencia y provoca que exista un enfrentamiento entre dos o más partes, lo que genera cierto espectáculo y contribuye a ese sensacionalismo deportivo.

Otro aspecto a destacar es que el tono del debate en muchas ocasiones es bastante alto e incluso acalorado. El hecho de contar con colaboradores que se muestran seguidores acérrimos de sus equipos hace que haya varias discusiones relacionados con los equipos a los que siguen, lo que provoca que el debate se vaya haciendo más intenso. Ese tono elevado provoca que los periodistas se pisen al hablar, se interrumpen y el espectador pierda el hilo del debate. La mayoría de veces es el presentador, Josep Pedrerol quién frena la tertulia, cambiando de tema o pidiendo silencio para sofocar la discusión que este teniendo lugar.

Otros recursos que contribuyen a esa espectacularización de la información son los movimientos de cámara y la música. Por un lado, usan movimientos brusco de cámara enfocando el primer plano de uno de los tertulianos que, dirigiéndose a otro colaborador, a la audiencia o a alguno de los protagonistas de la información, y normalmente con un tono elevado, consigue llamar la atención de la audiencia. Por otro lado, el uso de la música, que suele ser dramática, contribuye a crear un ambiente de tensión. Algunos ejemplos se pueden ver en el programa del 1 de abril de 2019 donde Alfredo Duro contesta a unas declaraciones del jugador del Fútbol Club Barcelona Gerard Piqué, o en el del día 4 de abril, donde además del uso del primer plano y la música, se bajaron la intensidad de las luces creando un clima trágico, con la intención de que uno de los tertulianos, Sergi Ríos, hablará de la temporada del Real Madrid.

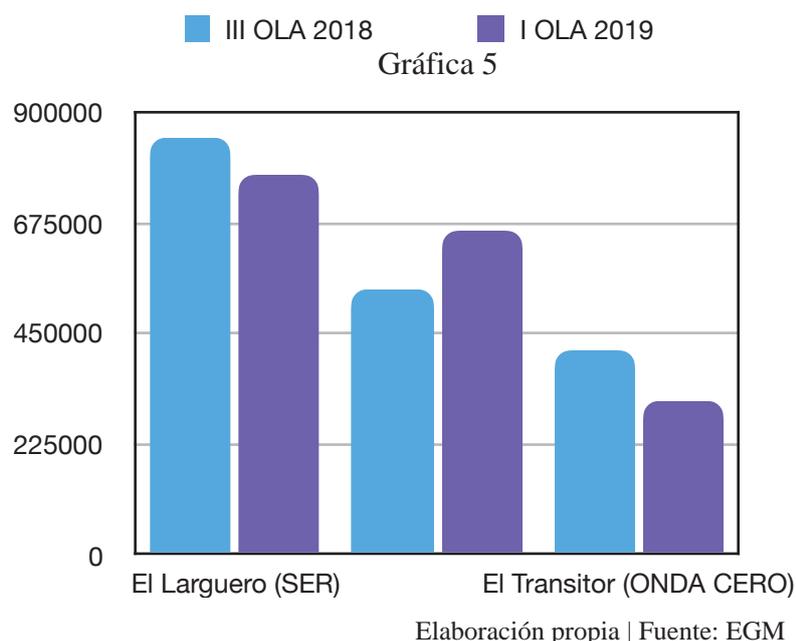
José Luis Rojas Torrijos (2016) señaló en *Cuadernos de Periodistas*, revista de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) que “*El Chiringuito de Jugones* es uno de los programas más característicos. Por ejemplo dan cabida a elementos extraperiodísticos como el humor y el chiste, formando casi un circo mediático”. Por ello, hay que destacar el uso del humor como uno de los elementos de tanto los magazines deportivos como de los programas de *infoshow*. De esta manera, estos elementos se convierten en una pieza clave con el uso, por ejemplo, de grabaciones de frases de algunos de los colaboradores que se han hecho virales y que incluyen durante la emisión, comentarios irónicos por parte del presentador u otros contertulios para, por ejemplo, desacreditar algo que haya dicho otra persona o mofarse de alguna opinión; u otras animaciones como la “exclusiva” o “exlcuisinda” que consiste en un rótulo que utilizan cuando se da alguna información, desconocida por el público, sobre algún club o jugador.

## 4.2 Análisis de *El Partidazo de COPE*

*El Partidazo de COPE* es un programa deportivo radiofónico que comenzó sus emisiones en 27 de agosto de 2010 en la Cadena COPE, perteneciente al Grupo COPE y cuyo propietario es Radio Popular S.A. El programa se emite de lunes a viernes de 23:30 a 1:30, y tiene una duración aproximada de dos horas. Su director principal y presentador es Juan Manuel Castaño, que se hace cargo del programa de lunes a jueves, mientras que su otro director, Joseba Larrañaga lo dirige y presenta los viernes.

Comenzó a emitirse el 27 de agosto de 2010 sustituyendo al anterior programa deportivo de la cadena *El Triachinas*, dirigido por José Antonio Abellán. El programa se creó con el objetivo de obtener mejores cifras de audiencia y aprovechando que la cadena SER había echado en mayo de ese mismo año a su director de *Carrusel Deportivo* Paco González, a quien la COPE fichó junto a todo su equipo de deportes. A partir de agosto de 2016 el programa pasa a llamarse *El Partidazo de COPE*, pues hasta entonces se conocía cómo *El Partido de las 12*.

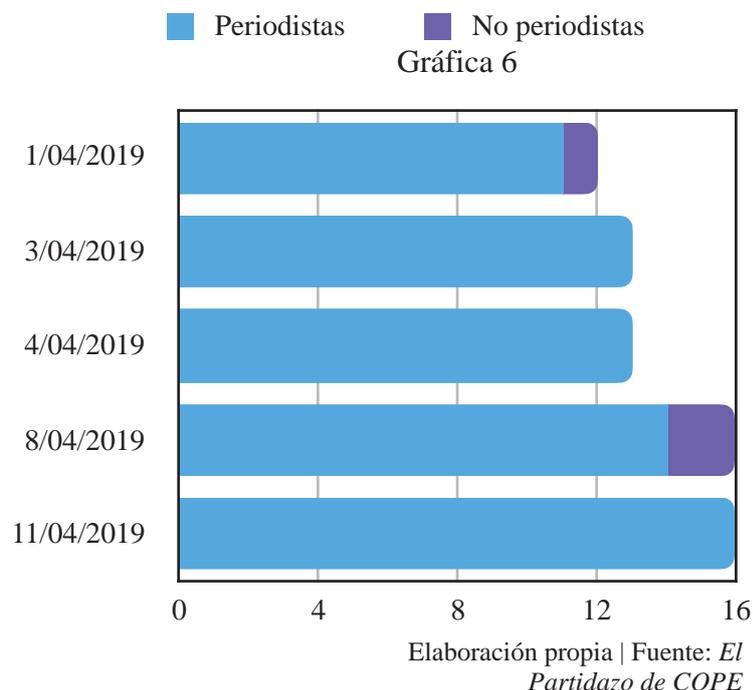
En cuanto a la audiencia, según la Primera Ola del EGM, el programa estrella de deportes de la COPE cuenta con 661.000 oyentes, aumentando en más de 100.0000 respecto a la última oleada de 2018. Con esta subida se sitúa en segunda posición tras *El Larguero* de la Cadena SER, que es el más escuchado con 771.000 oyentes. Por su parte, *El Transistor* de Onda Cero es el que peor parado sale y se sitúa en último lugar con 313.000 espectadores.



*El Partidazo de COPE* es un programa que por su estructura y formato es un magazine deportivo pues “es una modalidad de programa en que se combinan información y opinión con el entretenimiento y el espectáculo. No es un programa exclusivamente informativo (...) No se define tanto por la homogeneidad de sus contenidos cuanto por la estructura que encierra y organiza la diversidad de los contenidos” (Cebrián; 1994, p 481).

Al igual que pasaba con *El Chiringuito de Jugones*, el guión y las secciones de cada programa no son fijas y van cambiando según el día de la semana. De esta manera, el programa comienza con su presentador, Juanma Castaño, exponiendo los titulares del día y las últimas noticias. Después presenta a los contertulios que van a participar.

De media, participan entre 10 y 12 colaboradores. Al comienzo del programa se presentan a los tertulianos principales que van a conformar el debate. Además, como se puede ver en la tabla<sup>8</sup>, también forman del programa los redactores, los corresponsales en delegaciones territoriales, los enviados espaciales en caso de que ese mismo día se haya jugado algún partido y los que participan en la sección especial del día. Casi todos los colaboradores que forman parte de *El Partido de COPE* son periodistas, a excepción de Chema Martínez, ex atleta español, y Toni Freixa, ex directivo del Fútbol Club Barcelona, los cuales participan en dos y un programa respectivamente. Este hecho marca la diferencia con *El Chiringuito de Jugones* pues en este participaban de media tres tertulianos que no ejercen como periodistas.



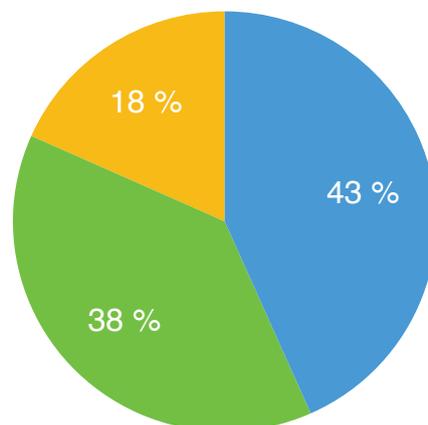
Juanma Castaño participa activamente en el programa, interviniendo en todos los debates, dando paso a los temas y realizando entrevistas en directo durante el transcurso del mismo. De esta manera, como ya habíamos visto antes, el presentador no solo es un mero conductor de su programa, sino que participa como un colaborador más.

Retomando la estructura del programa, durante la semana las secciones del mismo van variando. Además de la tertulia sobre los diferentes temas, los lunes se emite la sección 'Kilómetro 42', dedicada al atletismo y que cuenta con la colaboración de Chema Martínez; los martes 'Maldini Plus', con Julio Madonano "Maldini", que repasa las noticias de fútbol internacional; los miércoles 'Vaya Fiesta', sección de humor con el Grupo Risa; los jueves 'The Amercians' parte del programa dedicado a la NBA y la sección sobre motor, donde se habla especialmente de Formula 1 y Moto GP; y los viernes 'Campo del gas' con Jaime Ugarte y José Luis Garcí donde hablan de boxeo.

En cuanto a las noticias, de media se dan 13,2 con noticias por el programa, casi el doble que en *El Chiringuito de Jugones*. El Real Madrid y el Barcelona, nuevamente son los que más espacio ocupan, aunque en este caso, se da más tiempo de información a otros equipos e incluso a otros deportes como el baloncesto, la Formula 1 o el atletismo. De esta manera, el 43% de la información corresponde a los tres clubs más grandes, Real Madrid, Fútbol Club Barcelona y Atlético de Madrid; el 38% a información referida a otros equipos de fútbol y el 18 % a noticias relacionadas con el tenis, el baloncesto, el motor, el golf y el atletismo.

- Real Madrid, Barcelona y Atlético
- Otros equipos de fútbol
- Otros deportes

Gráfica 7

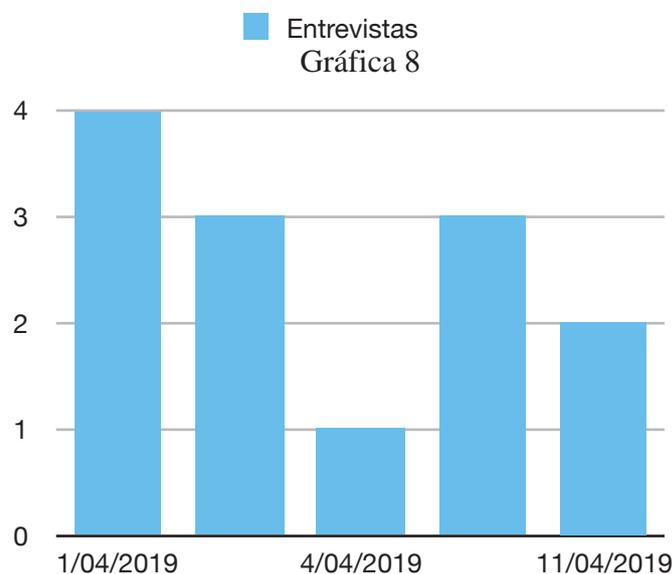


Elaboración propia | Fuente: *El Partidazo de COPE*

El tema de los posibles fichajes que puede realizar el Real Madrid es el más repetido durante los programas analizados, pues es un debate que tiene lugar en las cinco emisiones analizadas. Los colaboradores no confirman dichas informaciones, sino que usan expresiones como “se habla de la posibilidad de que llegue en verano” o “parece que acabará fichando por el club”, sin afirmar rotundamente nada. En este sentido actúan con mas cautela que en el caso del programa de Josep Pedrerol, donde daban por hecho o confirmaban prácticamente algunas informaciones.

Los oyentes de *El Partidazo de COPE* pueden enviar su opinión sobre los diferentes temas que debaten a través del número de WhatsApp del programa. Alberto Arau es el encargado de leer los mensajes que envían una media de cuatro veces por programa. La participación es pieza clave del programa pues permite que los usuarios también opinen sobre los temas que se están tratando en el programa. En este caso, la red social que utilizan para invitar a la participación es Instagram, a diferencia de *El Chiringuito de Jugones*, que usaban twitter. A través de esta invitan a los usuarios a enviar preguntas a alguno de los colaboradores o a responder a alguna encuesta.

En cuanto a las entrevistas, que son otro elementos clave de los magazines deportivos, como podemos ver en la tabla<sup>10</sup> están bastante presentes durante las emisiones analizadas y todas las realiza en directo el presentador, Juanma Castaño. De media, se realizan 2,6 entrevistas y como mínimo una por programa. Además, también se realizan conexiones en directo con los enviados especiales a los estadios dónde se ha jugado algún partido para escuchar las declaraciones de algunos de los protagonistas. En estos casos es el mismo periodista el que hace las preguntas, aunque en alguna ocasión Juanma Castaño también realiza alguna pregunta desde la emisora.



Elaboración propia | Fuente:  
*El Partidazo de COPE*

Analizando en lenguaje utilizado por el presentador y los colaboradores de *El Partidazo de COPE*, como ya es habitual en todos los programas de deportes se incluyen los ya mencionados neologismos o extranjerismos, aunque en menor cantidad que en *El Chiringuito de Jugones*. Palabras como *madridistis* o *barcelonitis* no aparecen en ninguno de los programa analizados, aunque sí otras como *tiki-taka* (referido a un estilo de jugar al fútbol) o *MVP* (mejor jugador del partido).

El tono del debate es más sosegado y pausado que el de *El Chiringuito de Jugones*, pues no hay enfrentamientos entre los tertulianos, el ambiente en general es más tranquilo y el espectador no pierde el hilo del debate, pues todos aportan de una manera más ordenada y no se hablan a la vez. Aunque sí hay periodistas que se identifican con un equipo de fútbol, es más difícil de percibir que en el programa de Josep Pedrerol, pues no hay unos bandos diferenciados ni es tan claro ese periodismo de bufanda. En caso de que el ambiente se “caliente”, Juanma Castaño se encarga de calmar a las partes que están entrando el conflicto.

## 5. CONCLUSIONES

Una vez analizados ambos programas y extraídas sus variables, y gracias a las opinión de los periodistas entrevistados, hemos llegado a la conclusión de que el éxito del programa se debe a varios factores, entre los que destaca la posibilidad que tiene la audiencia de participar, gracias a las oportunidades que ofrecen las redes sociales. Por otro lado, la colaboración en estos programas de tertulianos de renombre, ya sean periodistas o personas relacionadas con el mundo del deporte, aumentan el atractivo de estos, haciendo que la audiencia muestre más interés. Además, también hemos podido sacar en clave los siguientes puntos:

1. Gracias al análisis y tras contar con la opinión de un experto que nos ha confirmado nuestra hipótesis, *El Chiringuito de Jugones* es un programa que puede encuadrar en ese formato *infoshow* del que hemos hablado, y donde el espectáculo juega un papel importante. Elementos como el chiste, el humor, la ironía e incluso la dramatización contribuyen a dar cierto show, dónde la información queda relegada a un segundo plano.

2. También hemos podido confirmar que el papel de los presentadores es clave en ambos programas. Lejos de ser meros conductores y presentar los temas, participan en los debates, aportan sus opiniones, aunque desde un punto de vista más neutral, y reconducen la tertulia en caso de que se produzca algún enfrentamiento entre los colaboradores.

3. Hay una clara “futbolización” de la información, es decir, las noticias sobre fútbol ocupan la mayor parte de los programas, especialmente en *El Chiringuito de Jugones* donde otros deportes no tienen cabida. Además, el Real Madrid, el Barcelona y el Atlético de Madrid son los protagonistas absolutos de los debates, dejando al resto de equipos y clubs en un segundo plano. En el caso de *El Partidazo de COPE*, aunque el fútbol también es el deporte “rey”, hay mayor número de noticias sobre otros equipos y otros deportes, que incluso tienen alguna sección especial, ocupando estos el 18% de la programación de las cinco emisiones analizadas.

4. El papel que juegan las redes sociales en el éxito de los programas es clave. Durante el transcurso de los mismos se invita constantemente a la audiencia a dar su opinión, a participar en concursos o a

contestar encuestas. Otro dato que confirma esto es que *El Chiringuito de Jugones* fue el tercer programa con más presencia en twitter con 559.218 tweets.

5. En el caso de *El Chiringuito de Jugones*, hemos podido comprobar que la mayoría de colaboradores se identifican claramente con un club de fútbol, lo que provoca en muchas ocasiones que se enfrenten entre ellos y que no den una visión objetiva de la realidad. Ese denominado periodismo de bufanda es menos perceptible en el caso del programa de la Cadena COPE, ya que, aunque algunos tertulianos si se consideren aficionados de algún equipo, no se les califica como “forofos”, y no se producen esos enfrentamientos que si hay en el programa de Josep Pedrerol.

6. En ambos programas nos encontramos con colaboradores que no son periodistas. Figuras como exjugadores de fútbol, exentrenadores o personas relacionados con el mundo del deporte, que opinan como expertos en la materia aparecen de manera frecuente en *El Chiringuito de Jugones*, donde de media participan tres tertulianos que no son periodistas. La colaboración de estos, los cuáles además se identifican claramente con un determinado club de fútbol, resulta atractivo a los espectadores que se sienten identificados con ellos al haber pertenecido del equipo al que siguen.

7. Hemos podido observar que en el caso del programa de la Cadena COPE se hace un uso cuidado y corrector del lenguaje deportivo, no abusando de neologismos o vulgarismos, usando otras expresiones ya reconocidas dentro del vocabulario del periodismo deportivo y de la audiencia que está interesada en estos programas. En cambio, en *El Chiringuito de Jugones* sí hay un exceso de determinadas palabras o expresiones que incitan a la violencia e incluso de vulgarismos que nada tienen que ver con el lenguaje deportivo.

8. El tono del debate suele ser alto y acalorado en el programa de Josep Pedrerol. Esto contribuye a crear un clima de tensión donde los colaboradores gritan y se interrumpen impidiendo muchas veces que el espectador pueda seguir el hilo del debate.

Como conclusión final, hay que dejar claro que aunque ambos programas, por su estructura, sí se pueden encuadrar en un formato de magazine deportivo, estamos antes dos casos muy diferentes. *El Partidazo de COPE* se basa en el debate y análisis de varios temas de actualidad, donde a pesar de que el fútbol ocupa casi todo el espacio, sí encontramos noticias y secciones dedicadas a otras

modalidades. Además, se realizan entrevistas, y se incluyen otros recursos como el humor, elementos también característicos del magazine deportivo. Por otro lado, *El Chiringuito de Jugones* no tiene un objetivo meramente informativo. A través de los elementos extraperiodísticos, la participación de determinados colaboradores y el uso de otros recursos como las dramatización, lo que busca realmente el programa es dar espectáculo a través de la información, y por tanto es más correcto encuadrarlo en un formato de *infoshow*. De esta manera, la audiencia que elige *El Chiringuito de Jugones*, lo hace con un afán claro de entretenimiento. Por ello, el público elige uno u otro programa en función de lo que busca, aunque en ninguno de los dos casos informarse es el motivo principal.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcoba, A., (2005) *Periodismo deportivo*. Madrid, España: Síntesis.

Ángulo R, R. Lisandro y Moreno C. (2016). Periodismo deportivo. *El fútbol es el Rey. Revista Luciérnaga*, 16, 10-26. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6000182>

Arenas Ortiz, A. (2012). *La radio temática deportiva: implantación, modelos y panorama internacional* (tesis doctoral). Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/16160/1/T33818.pdf>

Badenes, Sara (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español. *FÒRUM DE RECERCA*, 16, 279-291. Recuperado de: [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr\\_2011\\_21.pdf?seq%20uen](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/77227/fr_2011_21.pdf?seq%20uen)

Baranda Andújar, C. ( 2013). ORÍGENES DE LA PRENSA DIARIA DEPORTIVA: EL MUNDO DEPORTIVO. *Materiales para la Historia del Deporte*, 11, 7-27. Recuperado de: [https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales\\_historia\\_deporte/article/view/788](https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/788)

Berasategui, M.L. (2000). Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña. *Revista General de Información y Documentación*, 10(1), 2000, pp.153-169.

Berganza M, Ruíz, J. (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill.

Bravo. L. ( 10 de abril de 2019). EGM: Récord histórico de ‘El Partidazo’ (+22%) que “muere” a ‘El Larguero’ (-9%). *Prnoticias*. Recuperado de <https://prnoticias.com/radio/egm-radio/20173145-egm-record-historico-el-partidazo-muerde-el-larguero>

Elirissi, F. ( 21 de junio de 2016). La banalización gana en el periodismo deportivo para televisión. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/television/2016/06/17/5762ecc522601d414d8b456d.html>

Escalada, S y Pedrero Esteban, L.M. (2015). El deporte como herramienta estratégica en la construcción de la marca Canal + España. *Fonseca: Journal of Communication*, 10, p241-262. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12918/13291>

Fernandez del Moral, J. y Esteve Ramírez, F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid, España: Fragua

Gallardo Parrón, R. y Montes Vzomediano M. (2015). La propiedad de los derechos de emisión de los eventos deportivos y su repercusión en los informativos. El caso de Antena 3, La 1 y Telecinco. *Fonseca: Journal of Communication*, 10, 9-28. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12909>

García Candau, J. (1992). El lenguaje en la información deportiva. *El idioma en las agencias de prensa*.

Guerrero Salazar, S. (2002). El Lenguaje deportivo, entre coloquial y literario. *Isla de Arriarán*, 19, 365-382. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2043831>

Josep Pedrerol golea con el éxito de audiencia de 'El Chiringuito' y 'Jugones'. *La Razón*. (12 de marzo de 2019). *La Razón*. Recuperado de: <https://www.larazon.es/tv-y-comunicacion/audiencias/josep-pedrerol-golea-con-el-exito-de-audiencia-de-el-chiringuito-y-jugones-NF22366038>

Kaplan A.M., & Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68. Recuperado de: <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>

López Vidales, N. y Gómez Rubio, L. (2015). El magazine radiofónico: La evolución de un formato híbrido de éxito en las cadenas generalistas *Ámbitos*, 30, 1-7. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/168/16842876005.pdf>

Malvar L. (2005). *La radio deportiva en España (1927-2004)*. Madrid, España: Pearson Educación.

MEGA ( Barcenas A. y Martínez D.). (2019). *El Chiringuito de Jugones*. Recuperado de: <https://www.atresplayer.com/mega/programas/el-chiringuito-de-jugones/>.

Monje Álvarez, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Universidad Surcolombiana. Neiva, Colombia. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Neologismo (2019). En el Diccionario de la Real Academia Española (23ª ed.). Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=OT28kUWOrtells>

Rojas Torrijos, J. (ed). (2016). *Periodismo Deportivo de Manual*. Madrid, España: Tirant Humanidades

Rojas Torrijos, J. (2016). La creciente banalización de los contenidos deportivos. *Cuadernos de periodista*, 31, 48-56. Recuperado de: [http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC\\_31-1.pdf](http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC_31-1.pdf)

Rojas Torrijos, J. (diciembre de 2012). Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos. *IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife.

Rodríguez, J. (abril de 2019). *El Partidazo de COPE*. [Audio en podcast]. Recuperado de: <https://www.cope.es/programas/el-partidazo-de-cope/horas-completas>

Roger Monzó, V. (2015). La evolución de las retransmisiones deportivas en televisión a través de las nuevas tecnologías: el fútbol como paradigma en España. *Fonseca: Journal of Communication*, 10, 118-145. Recuperado de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12913>

Victoria González (2019). Análisis comparativo de los magines deportivos en radio y televisión: el caso de *El Partidazo de COPE* y *El Chiringuito de Jugones* de MEGA

Paniagua Santamaría, P. (2003). *Información Deportiva: especialización, géneros y entorno digital*. Madrid, España: Fragua.

Paniagua Santamaría, P. (2006). Deporte en televisión: el pseudoperiodismo como espectáculo. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12 , 185-193. Recuperado de:<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110185A>

Sainz de Baranda, C. (2013). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*, [tesis doctoral]. Universidad Carlos III de Madrid, Madrid.

## 7. ANEXOS

### Anexo 1

Entrevista a José Luis Rojas Torrijos, periodista y profesor de la Universidad de Sevilla.

#### **1. ¿A qué atribuyes el éxito que tienen actualmente *El Chiringuito de Jugones* y *El Partidazo de COPE*?**

Buena, realmente hablamos de dos casos muy distintos. 'El Chiringuito', en televisión, en su formato, es el único en su especie, no tiene competencia. En la franja en la que se mueve, tiene aproximadamente un 4% de share de cuota de pantalla y en torno a unos 200.000 espectadores. No me parece una cifra para hablar de un éxito rotundo, sino de un éxito relativo, teniendo en cuenta que este tipo de formatos de programas pues no ha triunfado en otras cadenas. Por eso, 200.000 espectadores, aun siendo en una franja nocturna, no me parece que sea un éxito rotundo. Por otro lado *El Partidazo de COPE*, es un programa de radio que en su momento se forjó con mucha gente que venía de la cadena SER y que ahora le ha dado una buena "pasada" a los programas de la competencia. Creo que el éxito que pueden atribuirse en general a este tipo de programas es que combinan información y entretenimiento, más evidente en televisión. Hay un "start system" en torno a figuras que participan, tanto presentadores como colaboradores, que tienen su público, lo que hace que generen expectación.

#### **2. A los dos programas se les define como magines deportivos, ¿pero crees que realmente lo son, o son más un formato *infoshow* que busca dar información dando a la vez cierto espectáculo?**

Magazine se puede entender que sí lo son, ya que son programas contenedor, de varios tipos de espacio, formatos y contenidos de géneros informativos y de opinión. En ese sentido ahí cabe casi de todo, por lo que se les puede considerar magazines. En cuanto a deportivo ahí es cuando entran los matices. ¿Hasta que punto es deportivo plantear una tertulia donde aparecen una serie de personas, que no dan noticias sino que tienen con sus filias y sus fobias, a veces, debates acalorados donde ni siquiera hay moderador y donde solo se habla de cosas sucedidas en torno al deporte?. Por tanto, lo de deportivo quedaría entre comillas. Evidentemente si se acerca bastante a un formato

*infoshow*, aún siendo magazine, porque efectivamente hay una combinación, en general, y sobre todo en televisión donde información y entretenimiento van de la mano, e incluso en televisión se puede decir que la información va supeditada al entretenimiento. Ahí sí se da un poco más de espectáculo, o de show; a penas se dan noticias, la gente que aparece improvisa, vocifera y no aporta nada de información realmente sobre la actualidad. En la radio es diferente, hay animación, humor, hay buen rollo, que parece que es lo que esta de moda en los programas de deportes tanto en radio como en televisión, pero ahí sí hay información interesante para el oyente, alguna entrevista. En cualquier caso hay que dejar claro que son casos muy distintos.

### **3. ¿Piensas que la gente ve estos programas para informarse sobre la actualidad deportiva o que en cambio los eligen para entretenerse?**

En primer lugar, la información no es su fuerte, por así decirlo, sino que es una combinación de infoentretenimiento, en televisión más entretenimiento, y por tanto en la gente no considero que tenga como prioridad informarse a través de estos programas, para eso están ediciones online de periódicos, redes sociales, o otros programas informativos de televisión o radio. La gente parece que si elige estos programas para entretenerse, porque hay discusión, hay opinión, hay personajes que puedan tener su notoriedad pública y eso atrae a que haya espectadores que quieren saber que opinan de un tema, sobre todo cuando tiene que ver con equipos de fútbol ya que levantan muchas pasiones; es decir son otros alicientes más que el puramente informativo.

### **4. ¿Crees que la participación de colaboradores que no son periodistas, como pueden ser exjugadores de fútbol, hace que los programas sean más atractivos para la audiencia?**

Posiblemente, el hecho de que haya variedad de perfiles ahí en el plató, puede tener su atractivo, no digo que no, pero evidentemente lo que si hace es condicionar mucho el formato y los contenidos de ese programa, porque al no haber digamos tantos periodistas especializados, por no decir casi ninguno, hace que el análisis deje paso al juicio de valor puro y duro y el rigor brille por su ausencia. La neutralidad es difícil de conseguir en estos espacios, más bien hay partidismo y periodismo de bufanda o de camiseta, que se suele denominar. Es decir, puede que todo eso haga

que el público que ve estos programas no le interesa la actualidad, no le interesa el rigor, sino otros tipos de contenidos. Por todo esto no creo que pueda calificar, al menos al 'Chiringuito', de programa periodístico

##### **5. ¿Influyen negativamente estos programas en la credibilidad que se le da actualmente al periodismo deportivo?**

Hay que insistir en que al menos, 'El Chiringuito' no es periodismo, hay periodistas que no hacen periodismo en ese espacio, porque no se dedican a más que a hacer un show. Si hubiera espacio informativo se podría hablar de otra cosa. En el caso de 'El Partidazo' creo que es distinto, porque aunque hay un condimento de entretenimiento bastante evidente, sí hay entrevistas y noticias y eso sí tiene matiz periodístico claro. Ahora bien, ¿hasta qué punto esto puede influir negativamente en la credibilidad? Hay personas que pueden confundir o puedan considerar todavía a estas alturas, que 'El Chiringuito' es periodismo deportivo, cuando periodísticamente es discutible y deportivamente también. No se habla tanto de la competición o del análisis de los partidos sino de otros "chismes", anécdotas, cosas que se publican en redes sociales... Por tanto, lo periodístico puede brillar por su ausencia y lo deportivo también. En ocasiones *El Partidazo de la COPE* también se abandona, esos contenidos puramente informativos o primordialmente periodísticos son relegados en favor de otras cuestiones que no lo son como el humor, el chascarrillo, el comentario ligero, que poco tienen que ver con el periodismo.

##### **6. ¿Crees que ha cambiado mucho el periodismo deportivo en la última década?**

Por supuesto que el periodismo deportivo ha cambiado muchísimo, hoy precisamente vengo de una conferencia en Valencia, donde he hablado del carácter innovador que tiene el periodismo deportivo. Al hablar de periodismo deportivo hay que hablar, no solamente de los espacios y medios que son solo de deportes, sino también a espacios, programas secciones y áreas de deporte que están dentro de redacciones generalistas donde se hace muy buen periodismo deportivo, donde se están digamos situando a la vanguardia en cuanto al ámbito digital, narrativas, formatos, creatividad en redes sociales, es decir, el deporte visual y el periodismo deportivo está sabiendo utilizar la tecnología como aliada para hacer cosas nuevas, distintas, atractivas y adaptadas a los nuevos tiempos e incluso a los nuevos hábitos de consumo de la audiencia. Evidentemente, la televisión y

la radio parece que todavía están un poco más ancladas en sus formatos tradicionales y por tanto, todavía no se ve reflejado ese carácter innovador que sí tienen las plataformas digitales o en otro tipo de plataformas como pueden ser las páginas webs de estas emisoras de radio o televisión. Creo que todavía hay mucho por hacer, pero se ha evolucionado en el buen camino. Creo por tanto que sí se puede decir que el periodismo deportivo ha sacado “músculo” y ha sido innovador en líneas generales, aunque no en todos los medios.

## **7. ¿Y cómo crees que serán los programas deportivos en un futuro?**

¿Los programas deportivos del futuro? Lo que sí están introduciendo son, desde que existen las redes sociales, el buzón de participación de la audiencia y poner en la parte inferior de la pantalla los mensajes que envían los espectadores, es decir, se busca un poco de feedback y de participación. Creo que esto es interesante, poder contar con la opinión de los espectadores y oyentes. Evidentemente la evolución de estos programas será más a la carta en la radio, ya es más evidente con los podcasts que los puedes escuchar desde los dispositivos móviles o incluso en clips que se pueden ver o escuchar en los timelines de las redes sociales de los medios. Es decir, todo más personalizado, más encapsulado, más portátil, lo que permite a la gente ver y escuchar los programas a través de un App en cualquier momento y lugar. Todo esto hace que el formato tradicional cambie. Cada vez menos gente se “planta” en frente de la televisión a ver de forma lineal la programación, como se hacía antiguamente; y en la radio pasa algo parecido. Es verdad que en la radio todavía, por el hecho de no tener que exigirte la atención para dedicarte solo a eso y puedes hacer otras cosas mientras como conducir o hacer otras cosas hace que todavía la radio se escuche de forma más lineal, pero el podcast y la radio online están ganando mucho terreno. Seguramente por ese camino, por la aplicación de nuevas tecnologías a los formatos convencionales, este es el futuro de los programas deportivos.

## **Anexo 2**

### Entrevista a Hugo Ballester, jefe de deportes de COPE Valencia y redactor en *Tiempo de Juego* y *El Partidazo de COPE*

#### **1. ¿Cuál crees que es la clave del éxito de *El Partidazo de COPE* ?**

Noticias, entretenimiento y opinión variada desde el mayor número de puntos de vista posibles. Es un programa que desprende frescura, naturalidad, actualidad y disparidad de criterios a la hora de analizar cualquier asunto deportivo. Está lleno de profesionales bien informados que conectan con el oyente. Su crecimiento en los últimos dos años así lo demuestra. La gente elige acostarse con `El Partidazo´ o se lo descarga en podcast para escucharlo al día siguiente en cualquier momento del día. Juanma Castaño es un gran comunicador y eso se nota a la hora de marcar diferencias. Y todavía no ha llegado a su techo. Ni él ni el programa.

#### **2. ¿Vuestro principal competidor en horario y audiencias en la radio es *El Larguero* y en la televisión *El Chiringuito de Jugones*, ¿ por qué crees que la gente elige un programa o el otro? ¿qué os diferencia del resto de programas?**

No sé por qué la gente elige a los otros programas. Les gustarán más, se habrán acostumbrado con el paso del tiempo, por fidelidad a la emisora... Cada programa es diferente y *El Partidazo de COPE* se distingue del resto por todo lo que he citado en la respuesta anterior. La principal diferencia que encuentro es que la gente conecta con el programa, su presentador y sus colaboradores. Los reconocen, les gusta.

#### **3. El fútbol, y especialmente el Madrid y el Barça ocupan casi toda el tiempo de la mayoría de los programs deportivos, ¿por qué crees que es así? ¿se resume toda la actualidad deportiva en el fútbol y estos dos equipos? ¿crees que esta tendencia está cambiando o puede cambiar en un futuro próximo?**

Madrid y Barça son las instituciones deportivas que mayor masa social mueven. No solo en España, donde por supuesto, sino también en el resto del mundo. Eso influye a la hora de realizar los programas. Es obvio. Tu objetivo es dirigirte al mayor número de seguidores y captar la atención

informativo de la mayor audiencia posible. Es inevitable porque al final, lo que marcará la diferencia, por lo que se te juzgará, será por el número de oyentes que tienes. En *El Partidazo de COPE*, como en la gran mayoría de medios deportivos nacionales, Madrid y Barça acaparan mayor foco de atención... pero la actualidad manda. Y prima por encima de todo. Se habla de ellos pero también del resto de equipos o de disciplinas deportivas que en ese momento sean noticia. No creo que esta tendencia cambie. Creo que se está abriendo un poco más la mano a otras disciplinas, otros deportes, otros protagonistas... pero Madrid y Barça seguirán protagonizando los grandes espacios radiofónicos y periodísticos de este país

**4. Es muy común ver actualmente a periodistas que se declaran seguidores “acérrimos” de un equipo de fútbol ¿crees que contribuye a dar cierto espectáculo? ¿perjudica a la imagen periodismo deportivo?**

Espectáculo dan, eso seguro. Otra cosa es que vaya acorde con el estereotipo de periodista objetivo. La objetividad no existe. Todos tenemos gustos, querencias y opinión. Y la opinión es subjetiva. La información es lo que tiene que ser objetiva. Eso es indiscutible. Será problema de cada periodista el elegir ocultar o blanquear una noticia porque la verdad afecte al club por el que simpatiza o a un amigo/a. Es mejor evitar la bufanda pero por desgracia corren tiempos de cambios y se priorizar vender aunque sea a costa del sensacionalismo y del ruido. Es muy respetuoso que cada cual haga lo que considere. Lo que estaría bien es qué sirviera para distinguir entre estilos de periodistas y de periodismo. Y que luego la gente eligiera con quién quedarse.

**5. ¿Qué la audiencia pueda participar activamente en estos programas aportando su opinión, participando en encuestas o enviando preguntas a algunos periodistas contribuye al éxito de los programas de deportes?**

Fue algo que comenzó hace ya unos cuantos años con la aparición de las llamadas telefónicas, los correos electrónicos y más tarde con los mensajes de texto a través del teléfono móvil. Y que ahora, con las RRSS y el WhatsApp está al alcance de cualquiera y de un modo gratuito. Lo importante es saber filtrar y relativizar. A veces se le da importancia a un porcentaje muy bajo de usuarios y no es bueno generalizar. Pero marca tendencias, crea etiquetas y termina influyendo. Al hacer partícipe de

algún modo al oyente lo estás introduciendo en el programa, lo estás sentando en la mesa de un modo figurado y le estás dando una importancia al oyente que le gusta.

### **Anexo 3**

#### Entrevista a Dani Senabre, colaborador y redactor de *El Partidazo de COPE*

##### **1. ¿Cuál crees que es la clave del éxito de *El Partidazo de COPE* ?**

Sobretudo el "clima" del programa. Es una palabra que aprendí hace tiempo (en lo relacionada a lo radiofónico) y que expresa muy bien lo que más me gusta de la radio. Un buen programa no depende tanto de grandes entrevistas, noticias, etc... (que también) sino sobretudo del clima que desprende, la relación del presentador con los tertulianos y oyentes. Le sumas eso al equipazo que tiene la COPE delante y detrás de los micros y lo raro es que no tenga más oyentes todavía. Hay otros programas que pueden tener información o buenos invitados pero aburren a las ovejas. Otros, la tengan o no (que tienen información buenísima siempre) saben hacer siempre un producto radiofónico entretenido y hasta adictivo.

##### **2. ¿Vuestro principal competidor en horario y audiencias en la radio es *El Larguero* y en la televisión *El Chiringuito de Jugones*, ¿ por qué crees que la gente elige un programa o el otro? ¿qué os diferencia del resto de programas?**

El oyente de radio es muy de costumbres. Seguro que hay gente que escucha *El Larguero* porque le gusta pero tras trabajar ahí 10 años te puedo asegurar que hay muchos oyentes que simplemente son fieles a la SER y tienen el dial puesto y no lo mueven en todo el día. No lo critico, eso también habla bien de una radio, lo he vivido en otros sitios (RAC1 en Catalunya) pero donde realmente se ve la diferencia de la gente que realmente va a buscar un producto porque le interesa es en podcasts y descargas digitales. Y ahí *El Partidazo* y *Tiempo de Juego* arrasan.

##### **3. El fútbol, y especialmente el Madrid y el Barça ocupan casi toda el tiempo de la mayoría de los programas deportivos, ¿por qué crees que es así? ¿se resume toda la actualidad deportiva en el fútbol y estos dos equipos? ¿crees que esta tendencia está cambiando o puede cambiar en un futuro próximo?**

Muy buena pregunta. Yo no creo que vaya a cambiar. Hay pequeñas modas o etapas en las que se le da bola a otros ámbitos (como ahora con el mundial femenino) pero en general la gente quiere Barça y Madrid. Yo he presentado un programa nocturno diario en Catalunya y teníamos un contador de audiencia online en el ordenador del estudio. Cada vez que dejabas de hablar de Barça o Madrid, da igual que fuera para hablar de otros equipos o de motos o de cosas que a mí me encantan como la NBA, bajaba ostensiblemente el número de oyentes. Es un debate eterno de si la gente quiere lo que le das o se lo das porque quieres. Yo he comprobado que en este país la gente quiere Barça y Madrid. Si le das otras cosas de vez en cuando, no se enfada. Pero como le quites un minuto de lo otro, se va.

**4. Es muy común ver actualmente a periodistas que se declaran seguidores “acérrimos” de un equipo de fútbol ¿crees que contribuye a dar cierto espectáculo? ¿perjudica a la imagen periodismo deportivo?**

Si por acérrimos entendemos FOROFOS, gente que nunca va a criticar nada de lo que haga su club y que todo lo de un equipo está bien y todo lo del rival está mal, por supuesto que perjudica. Si no, si tú eres capaz de identificarte con un equipo pero a la vez intentar ser objetivo y crítico a la hora de analizarlo, yo creo que es hasta más honesto eso que el típico que no dice nunca de qué equipo es y todo el mundo lo acaba sabiendo al final.

**5. ¿Qué la audiencia pueda participar activamente en estos programas aportando su opinión, participando en encuestas o enviando preguntas a algunos periodistas contribuye al éxito de los programas de deportes?**

Por supuesto. No solo porque los oyentes se sienten parte importante del engranaje sino porque muchas veces la opinión más sorprendente, el chascarrillo más gracioso o a veces hasta la reflexión más inesperada de una tertulia llega cuando leemos los mensajes de algún oyente. Hay de todo pero muchos son absolutamente geniales

## Anexo 4

### Entrevistas a Fermin Canas, redactor de *El Chiringuito de Jugones*

#### **1. ¿Cuál crees que es la clave del éxito de *El Chiringuito de Jugones*?**

Es complicado decirte sólo una cosa, pero creo que es fundamental la interacción que tiene el programa con el público. El público de *El Chiringuito De Jugones* siente el programa como suyo. Participan por redes sociales, su opinión se tiene en cuenta y son parte fundamental del éxito que tiene el programa.

#### **2. ¿En televisión no tenéis rival en cuanto a audiencia, y en radio, por horario vuestros principales competidores son *El Partidazo de COPE* y *El Larguero*, ¿por qué crees que la gente elige un programa u otro?**

Las radios coinciden en parte de la franja horaria en la que estamos nosotros, pero empiezan treinta minutos antes y acaban una hora antes. Yo creo que uno de los principales motivos por los que la gente pueda elegirnos a nosotros antes que la radio es por el hecho de ver las imágenes de fútbol y por el contenido de información más entretenimiento que hay en *El Chiringuito De Jugones*.

#### **3. El fútbol y especialmente el Real Madrid y el Barça ocupan casi todo el tiempo de programación tanto en 'El Chiringuito' como en otros programas de deportes, ¿por qué crees que es así? ¿se resume toda la actualidad deportiva en el fútbol y estos dos equipos? ¿crees que esta tendencia está cambiando o puede cambiar en un futuro próximo?**

Es cierto que se habla más de Real Madrid y de Barça que de otros equipos, pero pienso que es porque también cuentan con mayor número de aficionados. De todas maneras, en 'El Chiringuito' todos los equipos tienen su momento y se tratan todos los temas que son actualidad sea del equipo que sea. Y creo que esa tendencia seguirá así, pero creo que la tendencia cambiará en cuanto al fútbol femenino. En mi opinión el fútbol y demás deportes femeninos van a empezar a tener mucho más espacio en los programas deportivos.

**4 .Es muy común ver actualmente a periodistas que se declaran seguidores de un equipo de fútbol, lo que a veces en el programa provoca discusiones entre algunos colaboradores crees que esto contribuye a dar cierto espectáculo? ¿perjudica a la imagen periodismo deportivo?**

Al final todos tenemos un equipo de fútbol, no creo que eso haga que se sea mejor o peor periodista. Y no creo que perjudique la imagen del periodismo deportivo.

**5. ¿Qué la audiencia pueda participar activamente en estos programas aportando su opinión o participando en encuestas contribuye al éxito de los programas de deportes?**

Contribuye y creo que es fundamental. Antiguamente en el periodismo en general la información era unidireccional y el público no tenía derecho a réplica. Ahora mismo, con las redes sociales, eso ha cambiado y su opinión cobra mucha importancia en esos programas. Además, muchas veces, el público te aporta información que no conocías o no tenías.

## **Anexo 5**

### **El Chiringuito de Jugones**

Tabla 1

<b>Cadena</b>	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Duración</b>	<b>Hora de inicio</b>	<b>Hora de finalización</b>
MEGA	1 de abril de 2019	2:33:00	00:02	2:35
MEGA	2 de abril de 2019	2:26:39	00:02	2:28
MEGA	3 de abril de 2019	2:09:07	00:02	2:11
MEGA	4 de abril de 2019	2:36:29	00:02	2:38
MEGA	9 de abril de 2019	2:35:57	00:02	2:37

Tabla 2

Programa	Presentador	Colaboradores
1/04/2019	Josep Pedrerol	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paco Buyo</li> <li>- J.A Martín Petón</li> <li>- José Luis Sánchez</li> <li>- Carmé Barceló</li> <li>- Alfredo Duro</li> <li>- Paco G.Caridad</li> <li>- Edu Aguirre:</li> <li>- Eduardo Inda</li> <li>- Juanfe Sanz</li> <li>- Diego Plaza</li> <li>- Alex Silvestre</li> <li>- Sandra Díaz</li> </ul>
2/04/2019	Josep Pedrerol	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Javi Balboa</li> <li>- Lobo Carrasco</li> <li>- Rocío Martínez</li> <li>- Jota Jordi</li> <li>- Tomás Roncero</li> <li>- Luís Villarejo</li> <li>- Álvaro Domínguez</li> <li>- Tomás Rodríguez</li> <li>- Juanfe Sanz</li> <li>- Diego Plaza</li> <li>- Alex Silvestre</li> <li>- Borja Mazarro</li> <li>- Eduardo Aguirre</li> <li>- Juanma Rodríguez</li> </ul>
3/04/2019	Josep Pedrerol	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edwin Congo</li> <li>- Jorge D´ Alessandro</li> <li>- José Luis Sánchez</li> <li>- Cristobal Soria</li> <li>- Alfredo Duro</li> <li>- Roberto Morales</li> <li>- Eduardo Aguirre</li> <li>- Alex Silvestre</li> <li>- Pipi Estrada</li> <li>- Juanfe Sanz</li> <li>- Borja Mazarro</li> <li>- Diego Plaza</li> <li>- José Álvarez, corresponsal en París</li> </ul>

Programa	Presentador	Colaboradores
4/04/2019	Josep Pedrerol	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fernando Sanz</li> <li>- Javi Balboa</li> <li>- José Luis Sánchez</li> <li>- Edwin Congo</li> <li>- José Felix Díaz</li> <li>- Alfredo Duro</li> <li>- Tomás Roncero</li> <li>- Manu Sainz</li> <li>- Quim Domènech</li> <li>- Iñaki Cano</li> <li>- Juanfe Sanz</li> <li>- Damian González</li> <li>- Raúl Varela</li> <li>- Pipi Estrada</li> <li>- Juanma Rodríguez</li> <li>- Sergi Ríos</li> <li>- Diego Plaza</li> <li>- Alex Silvestre</li> </ul>
9/04/2019	Josep Pedrerol	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jesús Capitán “Capi”</li> <li>- J. A Martín Petón</li> <li>- José Felix Díaz</li> <li>- Carmé Barceló</li> <li>- Alfredo Duro</li> <li>- Iñaki Cano</li> <li>- Diego Plaza</li> <li>- Edu Aguirre</li> <li>- Alex Silvestre</li> <li>- Juanfe Sanz</li> <li>- Pipi Estrada</li> <li>- Borja Mazarro</li> <li>- Josep Soldado, corresponsal en Manchester</li> </ul>

Tabla 3

Programa	Hashtags	Total de <i>hashtags</i> utilizados
1/04/19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- #ChiringuitoJugones</li> <li>- #ChiringuitoLuca</li> <li>- #ChiringuitoMessi</li> <li>- #ChiringuitoInda</li> <li>- #ChiringuitoZidane</li> </ul>	5
2/04/20	<ul style="list-style-type: none"> <li>- #ChiringuitoJugones</li> <li>- #ChiringuitoZidane</li> <li>- #ChiringuitoMessi</li> <li>- #ChiringuitoPolémica</li> <li>- #ChiringuitodeMega</li> </ul>	5
3/04/21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- #ChiringuitoJugones</li> <li>- #ChiringuitoMadrid</li> <li>- #ChiringuitoDeMega</li> </ul>	3

Programa	Hastags	Total de hastags utilizados
4/04/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>- #MegaChiringuito</li> <li>- #ChiringuitoMadrid</li> </ul>	2
9/04/23	<ul style="list-style-type: none"> <li>- #ChiringuitoJugones</li> <li>- #ChiringuitoDerbi</li> <li>- #ChiringuitoChampions</li> <li>- #ChiringuitoPogba</li> <li>- #ChiringuitoHazard</li> <li>- #ChiringuitoBarcelona</li> <li>- #ChiringuitodeMega</li> </ul>	7

Tabla 4

Programa	Secciones	Noticias y temas
1/4/19	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate sobre diferente temas y noticias</li> <li>- El Punterazo</li> <li>- Mejores goles de la jornada fuera de España</li> <li>- Repaso a las portadas de los diarios españoles</li> <li>- Encuesta: ¿Es gol de Messi?</li> <li>- Presentación del público del programa</li> <li>- Titulares de la audiencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gol de Messi frente al Espanyol</li> <li>- Debate Luca Zidane</li> <li>- Polémica sobre Pedrosa, jugador del Espanyol</li> <li>- Polémicas declaraciones de Piqué en <i>La Resistencia</i></li> <li>- Simeone y las lesiones del Atleti</li> <li>- Altas y bajas del Real Madrid para la próxima temporada</li> <li>- Partidos de la jornada de fútbol sala</li> </ul>
2/4/20	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate sobre diferentes temas y noticias</li> <li>- Encuesta: ¿Quién debe ser el portero del Real Madrid?</li> <li>- Repaso a las portadas de los diarios españoles</li> <li>- Presentación del público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gol Messi frente al Espanyol</li> <li>- Zidane, altas y bajas</li> <li>- Partido Villarreal-Barça. Polémicas. Gol de falta de Messi</li> <li>- Posible pitada a Griezmann</li> <li>- Declaraciones de Simeone sobre Griezmann</li> <li>- Atlético vs Girona</li> <li>- Mourinho y declaraciones que ha hecho sobre Pogba</li> <li>- Nuevo Bernabéu</li> </ul>

Programa	Secciones	Noticias y temas
3/4/21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate sobre diferentes temas y noticias</li> <li>- Repaso a las portadas de los diarios extranjeros y españoles</li> <li>- Presentación del público del programa</li> <li>- Titulares audiencia y ganador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia 2-2 Real Madrid</li> <li>- Fichajes Real Madrid</li> <li>- Fichajes Atlético de Madrid</li> <li>- Partido PSG</li> <li>- Salida de Godin</li> <li>- Ander Herrera y posible fichaje por el PSG</li> <li>- Pelé ingresado en un hospital de París</li> <li>- Gol de Pozuelo, jugador español de la MLS</li> <li>- Rabiot fichará por el Real Madrid</li> </ul>
4/4/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate sobre diferente temas y noticias</li> <li>- Repaso a las portadas de los diarios españoles</li> <li>- Presentación del público del programa</li> <li>- Titulares audiencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crisis del Real Madrid</li> <li>- Debate portería Real Madrid</li> <li>- Posible bajas del Real Madrid</li> <li>- Polémicas declaraciones del ex presidente del Espanyol</li> </ul>
9/4/23	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate sobre diferentes temas y noticias</li> <li>- Repaso a las portadas de los diarios españoles y extranjeros</li> <li>- Presentación del público del programa</li> <li>- Encuestas:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué gol es el mejor?</li> <li>• ¿Con quién vas, Manchester United o Barça?</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video avance: Hazard y Pogba</li> <li>- Victorias del Tottenham y el Liverpool en Champions</li> <li>- Gol de Messi</li> <li>- Sanción Diego Costa</li> <li>- Última hora del Barça-United</li> <li>- Nueva Supercopa y Copa del Rey</li> <li>- Derbi Sevillano</li> </ul>

Tabla 5

Programa	Número de videos	Temática de los video
1/04/2019	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Declaraciones de Piqué en <i>La Resistencia</i></li> <li>- Goles de la jornada de fútbol sala</li> <li>- Mejores goles de la jornada fuera de España</li> </ul>

Programa	Número de videos	Temática de los video
2/04/2019	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Declaraciones de Mourinho</li> <li>- Declaraciones de Mbappé</li> <li>- Declaraciones de Joan Collet, expresidente del Espanyol</li> <li>- Nuevo Bernabéu</li> <li>- Reportaje sobre el homenaje que el Betis ha hecho a sus 100 primeros socios.</li> </ul>
3/04/2019	1	- Torneo de medios
4/04/2019	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debate portería Real Madrid</li> <li>- Declaraciones de Joan Collet, expresidente del Espanyol</li> <li>- Declaraciones de Piqué en <i>La Resistencia</i></li> <li>- Recopilación de declaraciones de periodistas de BeinSport EEUU, ESPN México y ESPN EEUU sobre el Real Madrid</li> <li>- Reportaje sobre la 'Peña Betis Osuna'</li> </ul>
9/04/2019	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avance sobre Hazard y Pogba</li> <li>- Declaraciones Guardiola</li> <li>- Gol de Hazard</li> <li>- Recopilación de algunos de los mejores que se han marcado</li> <li>- Declaraciones de Piqué</li> <li>- Goles de la jornada de fútbol sala</li> </ul>

Tabla 6

Programa	Entrevistas	Conexiones en directo	Entrevistas a pie de calle
1/04/2019	- Gallardo, director de Marca		
2/04/2019		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rueda de prensa de Calleja</li> <li>- Rueda de prensa de Valverde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A aficionados del Atlético de Madrid en la puerta del Wanda Metropolitano</li> <li>- A los aficionados del Betis</li> </ul>

Programa	Entrevistas	Conexiones en directo	Entrevistas a pie de calle
3/04/2019	- Alejandro Pozuelo, jugador español de la MLS	- Zona mixta, canutazos de Daniel Parejo y Casemiro - Rueda de prensa Zidane y de Marcelino - Conectan con Tomás Roncero que está en la redacción de As	- Entrevista a los aficionados del Valencia al final del encuentro en la puerta del estadio
4/04/2019			
9/09/2019	- A Juan Mata, padre del futbolista Juan Mata		

## El Partidazo de COPE

Tabla 7

Cadena	Fecha de emisión	Duración	Hora de inicio	Hora de finalización
COPE	1 de abril de 2019	2:01:34	23:30	1:01
COPE	3 de abril de 2019	2:05:00	23:30	1:05
COPE	4 de abril de 2019	2:12:45	23:30	1:12
COPE	8 de abril de 2019	2:05:13	23:30	1:05
COPE	11 de abril de 2019	2:01:34	23:30	1:01

Tabla 8

Programa	Presentador	Colaboradores	Redactores y corresponsales en delegaciones territoriales	Enviados especiales
1/04/2019	<b>Juanma Castaño</b>	- Joseba Larrañaga - Tomás Guasch - Siro López - Monica Marchante - Roberto Palomar - Dani Senabre - Melchor Ruíz - Antonio Ruíz - Chema Martinez	- Isaac Fouto (Zaragoza) - Helena Condis (Barcelona) - Alberto Arauz	

Programa	Presentador	Colaboradores	Redactores y corresponsales en delegaciones territoriales	Enviados especiales
3/04/2019	Juanma Castaño	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luis García</li> <li>- Paco González,</li> <li>- Guillermo Uzquiano</li> <li>- Elias Israel</li> <li>- Tomas Guash</li> <li>- Antonio Ruiz</li> <li>- Juan Antonio Alcalá grupo risa</li> <li>- Angel Garcia “Ángelito” para la sección Grupo Risa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alberto Arauz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manolo Lama</li> <li>- Hugo Ballester</li> <li>- Miguel Ángel Díaz, “Miguelito”</li> <li>- Rafael Villarejo</li> </ul>
4/04/2019	Juanma Castaño	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siro López</li> <li>- Luis García</li> <li>- Roberto Palomar,</li> <li>- Dani Senabre</li> <li>- Jose Nieto,</li> <li>- Antonio Ruiz</li> <li>- Pedro Zamora motor</li> <li>- Carlos Miquel para la sección de motor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Miguel Rico (Barcelona)</li> <li>- Manuel Oliveros (Barcelona)</li> <li>- Pedro Zamora, (Valencia)</li> <li>- Alberto Arauz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marco Antonio Sande (Desde el estadio de Anoeta)</li> </ul>
8/04/2019	Juanma Castaño	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Juan Antonio Alcalá</li> <li>- Siro López</li> <li>- Joseba Larrañaga ,</li> <li>- Monica Marchante</li> <li>- Roberto Palomar</li> <li>- Luis García</li> <li>- Borja González</li> <li>- Chema Martínez</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toni Freixa (Barcelona)</li> <li>- Helena Condis (Barcelona)</li> <li>- Isaac Fouto</li> <li>- Antonio Ruíz</li> <li>- Isaac Avilés</li> <li>- Alberto Arauz</li> <li>- Borja González</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guillem Balagué (Manchester)</li> </ul>
11/04/2019	Juanma Castaño	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elias Israel</li> <li>- Tomás Guash</li> <li>- Siro López</li> <li>- Monica Marchante</li> <li>- Roberto Palomar</li> <li>- Dani Senabre</li> <li>- Miguel Ángel Paniagua</li> <li>- Rubén Parra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helena Condis (Barcelona)</li> <li>- Isaac Fouto</li> <li>- Melchor Ruiz</li> <li>- Juan Antonio Alcalá</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hugo Ballester</li> <li>- Ruben Martín</li> <li>- Miguel Ángel Barbero (Máster de Augusta)</li> <li>- Borja González (Texas)</li> </ul>

**Tabla 9**

Programa	Secciones	Noticias
1/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Titulares y noticias de última hora</li> <li>- Debate sobre las diferentes noticias</li> <li>- Kilómetro 42</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Polémica sobre Pedraza, jugador del Espanyol</li> <li>- Reforma del Bernabéu</li> <li>- Gala del Deporte</li> <li>- Lesión de Achraf</li> <li>- Repaso a la jornada de fútbol</li> <li>- Última hora del Barcelona</li> <li>- Posible salida de Griezmann del Atleti</li> <li>- Polémica sobre el gol de Messi</li> <li>- Lesión de Diego Costa</li> <li>- Posibles fichajes y salidas del Madrid</li> <li>- Victoria del Real Zaragoza</li> <li>- Retirada de Ana Boada, remera española</li> <li>- Media maratón de Madrid</li> </ul>
3/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Titulares y noticias de última hora</li> <li>- Debate sobre las diferentes noticias</li> <li>- Vaya Fiesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valencia- Real Madrid</li> <li>- Lesión de Sergio Lull</li> <li>- Lesión Morata</li> <li>- Acto de Mbappé y Pelé</li> <li>- Neymar vuelve a entrenar</li> <li>- Operación Achraf</li> <li>- Derbi Betis- Sevilla femenino</li> <li>- Repaso a la jornada</li> <li>- Posibles fichajes y salidas del Real Madrid</li> <li>- Polémicas declaraciones de Kiko Catalán, presidente del Levante</li> <li>- Gala del Deporte</li> </ul>

Programa	Secciones	Noticias
4/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noticias de última hora y titulares</li> <li>- Debate sobre las diferentes noticias</li> <li>- Sección de motor</li> <li>- The Americans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resultados de la jornada de La Liga</li> <li>- Declaraciones polémicas de Marcelino</li> <li>- Reparto entradas final de copa</li> <li>- Ultima hora Atleti-Barça</li> <li>- Fichajes Real Madrid</li> <li>- Renovación de Charles</li> <li>- Renovación de Garitano</li> <li>- Expulsión del un grupo ultra de Osasuna de su estadio</li> <li>- Jornada de la Euroliga</li> <li>- Radomir Antic y polémicas declaraciones sobre Modric</li> <li>- Ultima hora Barcelona</li> <li>- Juventus y racismo</li> <li>- Condena a Ángel Lavín, lex presidente del Racing de Santander</li> <li>- Polémicas declaraciones de Kiko Catalán, presidente del Levante</li> <li>- MotoGp</li> <li>- Formula 1</li> <li>- Jornada de la NBA</li> </ul>
8/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noticias de última hora y titulares</li> <li>- Debate sobre alas diferentes noticias</li> <li>- Kilómetro 42</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recurso del Atletico de Madrid por la sanción a Diego Costa</li> <li>- Actuación arbitral Barcelona-Atlético de Madrid</li> <li>- Nuevo modelo de Supercopa de España</li> <li>- Entrevista de marca a Pedro Sánchez.</li> <li>- Jornada 33 de la Premier, League</li> <li>- Posibles fichajes de Real Madrid</li> <li>- Cadiz 3-3 Zaragoza</li> <li>- Sanción al aficionado del Rayo Vallecano por los insultos a Marcelino</li> <li>- Declaraciones de Piqué en La Resistencia</li> <li>- Última hora sobre el Barça-Manchester United</li> <li>- Retirada de Almagro</li> <li>- Robo de la moto de Hector Barbera</li> <li>- Fallecimiento Hector del mar</li> <li>- Media Maratón de Madrid</li> </ul>

Programa	Secciones	Noticias
11/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noticias de última hora y titulares</li> <li>- Debate sobre las diferentes noticias</li> <li>- Sección de motor</li> <li>- The Americans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Villarreal 1-3 Valencia</li> <li>- Resultados de la jornada de Europa League</li> <li>- Lesión Messi</li> <li>- Entrevista a Hazard en la televisión del Chelsea</li> <li>- Sanción a los aficionados del Rayo Vallecano</li> <li>- Resultados jornada Europa League</li> <li>- Sanción Diego Costa</li> <li>- Reunión Liga-Federeación para aprobar en nuevo formato de Copa del Rey y Supercopa</li> <li>- Posible fichaje de Pogba por el Real Madrid</li> <li>- Última hora sobre el Sevilla-Betis</li> <li>- La tenista Sara sorbes y polémica sobre su entrenador</li> <li>- Declaraciones de Pablo Iglesias sobre el jugador del Albacete</li> <li>- Jornada del Máster de Augusta</li> </ul>

Tabla 10

Programa	Entrevistas
1/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Achraf. jugador del Borussia Dortmund</li> <li>- Julián, presidente de los periodistas</li> <li>- José Luis Gallardo, presidente de Marca</li> <li>- Julian Redondo, presidente de los periodistas</li> </ul>
3/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pedro León, jugador del libar</li> <li>- Marcelino, entrenador del Valencia</li> <li>- Kiko Catalán, presidente del levante</li> </ul>
4/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radomir Antic</li> </ul>
8/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raul Martín Presa, presidente del rayo</li> <li>- Carmelo, aficionado del rayo</li> <li>- Gallardo entrevistas a presidentes</li> </ul>
11/04/2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raul Martín Presa, presidente del rayo</li> <li>- La tenista Sara Sobres</li> </ul>

