

Los programas de retransmisiones deportivas en la era televisiva: fútbol y espectáculo radiofónico

Manuel Antonio Pacheco Barrio
Universidad de Valladolid

1. Introducción

Cada fin de semana millones de personas se conectan a alguno de los programas de retransmisiones deportivas que llenan las parrillas radiofónicas. Según la 3ª oleada del E.G.M. de 2020, 10.042.000 de oyentes sintonizan la radio generalista cada sábado y 9.485.000 los domingos. Casi la mitad de los oyentes de la radio del fin de semana vienen de los programas deportivos, lo que indica la importancia de estos espacios en las parrillas de programación de las cadenas. Teniendo en cuenta que se pueden seguir todos los partidos de fútbol de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) por televisión, habría que plantearse qué atractivo tiene la radio para que tanta gente siga unos programas basados en la narración oral cuando pueden ver el partido íntegramente.

En los últimos años estos programas han sufrido modificaciones sustanciales, tanto en los horarios como en el contenido, ya que los partidos se han ido espaciando a lo largo del fin de semana, desde el mediodía hasta la medianoche.

Con la aparición de la televisión y más recientemente de internet, muchos apostaban por la desaparición de este medio, pero ha sabido adaptarse a lo largo de su historia a las nuevas circunstancias. Desde que se pueden seguir todos los encuentros por televisión, las cadenas de radio tienen que ofrecer un valor añadido al oyente. La pasión en la narración de los locutores, los exfutbolistas y entrenadores reconvertidos a comentaristas, el análisis de las decisiones arbitrales con árbitros retirados, y otros contenidos marcados por el entretenimiento y en muchos casos el humor, han convertido a estos programas en algo más que fútbol, en un espectáculo radiofónico como se analizará en este capítulo.

2. La reinención de la radio frente al fútbol televisado

A partir de los 80 las televisiones autonómicas ofrecían un encuentro cada jornada de liga y desde 1990 se añadió el partido de Canal Plus del domingo. En 1996, Antena 3 se sumó a las retransmisiones con el partido de los lunes. En marzo de 1997 Canal Satélite Digital emite el primer partido por el sistema de pago por visión en España (PPV). La jornada 13ª de Liga de la temporada 1997/1998 que se disputó del 22 al 24 de noviembre, fue la primera que se emitió íntegramente por televisión. Muchos pensaban que este sería el final de la radio deportiva.

En la tercera oleada de 1997 del EGM, los domingos la Cadena SER tenía 1.284.000 oyentes con Carrusel Deportivo, 1.006.000 Tiempo de Juego con García en COPE y Tablero Deportivo de RNE se quedaba en 436.000. En 1998, Carrusel contaba con 1.226.000 oyentes y Tiempo de Juego con 1.219.000, mayor número que en 1997. Veintitrés años después la radio sigue gozando de buena salud con un número muy alto de oyentes en los programas de deporte.

Uno de los problemas graves que tuvo que afrontar la radio deportiva respecto a la televisión fue el retardo de la señal televisiva con la llegada del TDT en 2010. La imagen tiene un retardo de unos 3 o 4 segundos respecto a la TV analógica, lo que provocaba que los oyentes de la radio escucharan las jugadas antes de verlas, provocando cierto rechazo ya que el sonido de la radio desvelaba antes de tiempo el desenlace. Los técnicos de las cadenas de radio realizan un ajuste para que cuando comiencen las retransmisiones de los partidos se equiparen a la señal televisiva, quedando así el problema resuelto.

Actualmente todos los partidos de la LFP, de las competiciones internacionales europeas y de la selección española, se ofrecen por televisión. Los programas de retransmisiones de la radio española tienen que evitar la fuga de los oyentes, ya que estos no necesitan la narración del locutor para saber lo que está pasando sobre el césped. Tal es el peso de la radio en el fútbol que los canales de Movistar Fútbol ofrecen a sus abonados la posibilidad de escuchar a través del propio televisor la retransmisión del programa de la Cadena SER, COPE, y de algunas de las radios o televisiones de los clubes que juegan. De esta manera, se aseguran de que la emisión de TV y la narración de radio van perfectamente simultaneadas y no hay retardos.

Una de las posibles explicaciones a este fenómeno multimedia de combinar radio y televisión, es la pasión con la que los narradores radiofónicos cuentan y cantan las jugadas y los goles de los partidos. La radio sitúa al oyente en el recinto deportivo y le tiene que contar al detalle cada jugada, pero también interpretar lo que sucede. Por poner un símil con el periodismo parlamentario, la televisión ofrece un pleno del Congreso, pero la audiencia está esperando el aná-

lisis de los tertulianos, en este caso de los comentaristas, para que les interpreten lo que está sucediendo y comprenderlo mejor, algo que introdujo José María García en Antena 3 Radio en la década de los 80, como destaca Alfredo Martínez que trabajó con él en Antena 3, COPE y Onda Cero durante casi dos décadas:

«García fue un innovador, un avanzado, con los inalámbricos, el micro a pie de campo, con la incorporación de los comentaristas de los árbitros como Jacinto de Sosa. Un referente periodístico que contribuyó a que la radio deportiva tuviera un espacio muy importante en la comunicación del deporte en España»¹.

En los partidos además del narrador hay uno o dos periodistas que siguen a los equipos en disputa. Estos redactores inicialmente estaban a pie de campo con un micrófono inalámbrico, contando lo que sucedía en los banquillos y lo que veían en el campo y en las gradas desde esa posición privilegiada a la misma altura que los jugadores y entrenadores. José María García fue pionero también con esta figura. Él se desplazaba al estadio donde se disputaba el partido más destacado de la jornada, para hacer entrevistas a pie de campo. David Jiménez recuerda la figura de García en la etapa que trabajó con él en Onda Cero:

«Tuve un trato con él excelente. García era muy exigente, muy riguroso y le gustaba ser el primero en todo. Pero tenía un trato muy cercano con la gente y les apoyaba. Representaba un poder excepcional. Al llamar en su nombre a cualquier invitado para que le hiciera una entrevista, la gente se cuadraba. El poder y el respeto que provocaba en la gente era algo muy llamativo. Sin García no existiría la radio deportiva como hoy la conocemos»².

Con la llegada de las televisiones, los derechos y la sobreprotección a los jugadores, estos periodistas ya no ocupan ese lugar sino que se encuentran en la misma cabina radiofónica o en el estudio central, aunque por cuestiones nostálgicas se les sigue dando paso como micrófono inalámbrico.

Los narradores radiofónicos comunican y seducen a través del oído. A pesar de que los partidos se dan por televisión, no hay que olvidar que todos los oyentes no siguen el partido por la tele.

Las opiniones de los comentaristas radiofónicos ayudan a los oyentes a comprender algunos detalles del juego más técnicos o tácticos. Esta también es otra de las motivaciones para que algunos espectadores sigan acudiendo a las gradas del estadio con los auriculares para escuchar por la radio el partido que están viendo en vivo.

DEPORTE EN LAS ONDAS: UNA MIRADA AL FENÓMENO RADIOFÓNICO

FIGURA 1. TIEMPO DE RETRANSMISIÓN DE PARTIDOS EN CARRUSEL DEPORTIVO

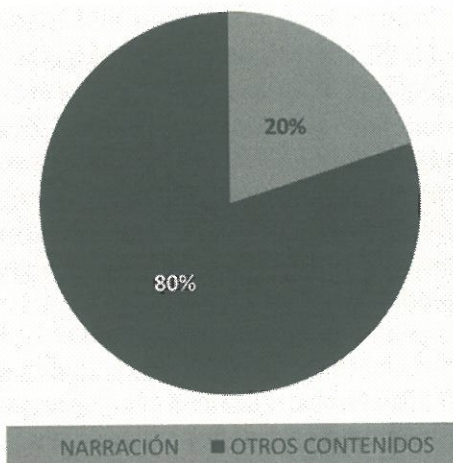
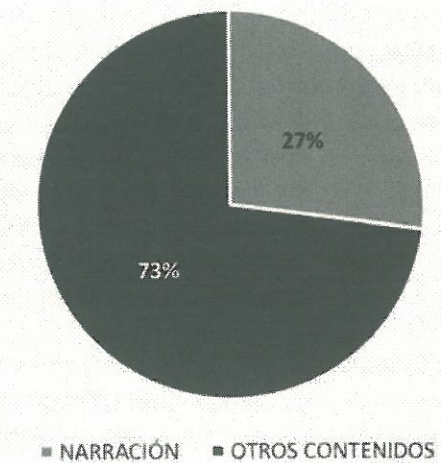


FIGURA 2. TIEMPO DE RETRANSMISIÓN DE PARTIDOS EN TIEMPO DE JUEGO



FUENTE: Elaboración propia

Para este artículo se han analizado los programas de retransmisiones de las cinco cadenas nacionales durante el mes de diciembre de 2020, minutando el tiempo que se dedica a la narración de cada partido de 1ª división. Hay que especificar que no se contabilizan todas las intervenciones del locutor que retransmite, sino únicamente el tiempo que dedica a contar las jugadas, excluyendo las

FIGURA 3. TIEMPO DE RETRANSMISIONES DE PARTIDOS EN RADIOESTADIO

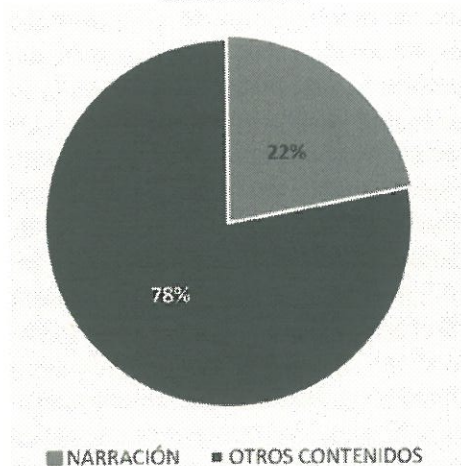
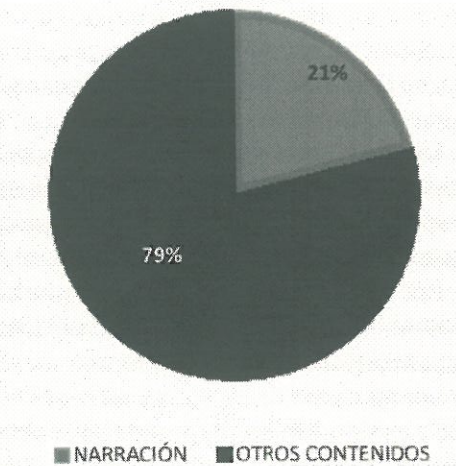


FIGURA 4. TIEMPO DE RETRANSMISIONES DE PARTIDOS EN MARCADOR

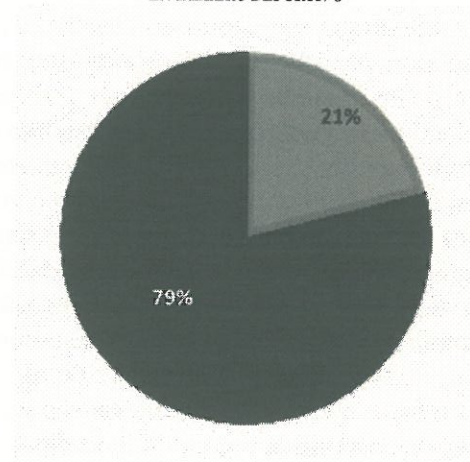


FUENTE: Elaboración propia

LOS PROGRAMAS DE RETRANSMISIONES DEPORTIVAS EN LA ERA TELEVISIVA

opiniones y valoraciones. Los porcentajes que se ofrecen, son sobre el tiempo del partido, es decir, los 90 minutos más la prolongación. En este sentido cabe destacar que los partidos de fútbol ocupan el 75% del total de estos programas, ya que hay que descontar el tiempo de descanso en cada encuentro y los minutos que hay entre uno y otro partido.

FIGURA 5. TIEMPO DE RETRANSMISIONES DE PARTIDOS EN TABLERO DEPORTIVO



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede apreciar en estos gráficos, la media del tiempo que se dedica a la narración real de los partidos está por debajo del 30%, exceptuando RNE que supera esa cifra. El tiempo de los comentaristas, la opinión y las rondas de resultados es similar en todas las cadenas, la explicación a ese dato más elevado está en que la cadena pública no tiene publicidad mientras que los otros programas copan parte del programa con las menciones y las cuñas publicitarias.

2.1. La pasión de la narración radiofónica

La intensidad emocional de la narración es fundamental. El locutor debe transmitir esa tensión al oyente e intentar que se emocione, disfrute y sufra como si estuviera en el estadio animando a su equipo. La radio transmite pasión, por eso se dan los partidos de los equipos de 1ª y 2ª división los sábados y domingos por la tarde, los de la Champions los martes y miércoles y los que jueguen los tres equipos que tiene más seguidores en España en cualquier horario: Madrid, Barça y Atlético. Solo se dan los partidos de equipos españoles salvo que sea la fase final del mundial o de la Champions. Las televisiones ofrecen partidos de

las ligas europeas, de la NBA, de la Euroliga y de muchos otros deportes, pero la radio solo ofrece los citados partidos de fútbol de equipos españoles y de la selección, aunque también se retransmiten otros deportes en ocasiones especiales. Exceptuando los Juegos Olímpicos, solo suele retransmitirse partidos de la liga ACB, de la selección de baloncesto en un mundial o Eurobasket o del ciclismo en La Vuelta y el Tour.

La narración es una cualidad, un don, ya que no todos tienen la rapidez mental y lingüística necesaria para que tenga el ritmo adecuado. Hay periodistas deportivos, con destacadas trayectorias profesionales que no retransmiten encuentros porque no se encuentran cómodos. Pueden ser grandes presentadores de programas, ofrecer continuas exclusivas de los equipos que siguen por los buenos contactos e informaciones de que disponen, pero la narración de partidos es diferente.

No es fácil definir lo que es un narrador. Alfredo Martínez, narrador en Radioestadio de los partidos del Barcelona y de la selección, con cerca de 40 años de experiencia en la radio deportiva, y casi tres décadas retransmitiendo fútbol concibe esta figura periodística entre la emoción y la pasión:

«Es una persona que describe sentimientos porque sobre todo las retransmisiones deportivas son pasión y sentimiento. Tratamos de dibujar lo que algunas personas no ven y poner palabras a las imágenes que otros van a intentar ver a través tuyo. Es un contador de emociones y pasiones».³

Es habitual que además de posicionar el desarrollo del encuentro en el campo, den su opinión sobre jugadas polémicas o el rendimiento de los jugadores. Hay narradores que se limitan casi de manera exclusiva a narrar, con narraciones más largas en torno a uno o dos minutos, mientras que hay otros que hacen narraciones más cortas, aunque complementan su participación en el programa con más opinión o incluso entrando en tertulia con los comentaristas. Esto dependerá de la intensidad del partido y del desarrollo del mismo. Si el partido es aburrido, sin goles ni ocasiones, el tiempo de narración se va reduciendo y se sustituye por los comentarios sobre otras cuestiones que nada tienen que ver con el encuentro.

Una narración excesivamente larga no es habitual ya que provoca cierto cansancio en un perfil de oyente que busca un valor añadido en la radio. Ya no se conforma solo con que le radien el partido como sucedía en los años 80 y 90, ya que en muchos casos está siguiendo el partido por televisión. La narración debe tener ritmo, es similar a la melodía de una canción.

El gol manda, cuando se produce hay que interrumpir inmediatamente lo que se está emitiendo, excepto las cuñas de publicidad que no se pueden cortar porque entonces no habría ingresos. Si está narrando un locutor en otro estadio o habla el mismo director del programa, el gol en directo tiene prioridad absoluta porque es la salsa del fútbol.

En los últimos años por la diversidad de horarios, hay muy pocos goles simultáneos en diferentes estadios. Para solventar los momentos de sopor se recurre a la tertulia, al humor y a otros temas más distendidos. En definitiva, hay tiempo para hablar de otras cosas que no son el propio partido.

2.2 *El espectáculo radiofónico por encima del fútbol*

La inmensa mayoría de los oyentes de estos programas son apasionados del fútbol, seguidores de un equipo que quieren estar al tanto de la jornada. Si la única motivación de los oyentes fuera saber cómo está jugando su equipo, solo conectarían con la radio las dos horas del encuentro, pero estos programas tienen una duración en torno a las 15 horas a lo largo del fin de semana. Los datos de audiencia demuestran que sintonizan estos programas millones de personas y no lo hacen solo por seguir a su equipo, ya que no se trata de espacios puramente deportivos:

«Este tipo de espacios ha conseguido interesar a oyentes nada amantes del deporte, que lo siguen con interés incluso a horas intempestivas para el horario de trabajo diario. Permiten cerrar por abajo la programación y garantizar que el oyente comenzará su jornada con la misma emisora sintonizada»⁴.

Al ampliar los contenidos para que estos programas no se centren exclusivamente en la narración, se han convertido en un contenedor de radio que gira en torno a los partidos pero con más temas, comentarios y enfoques. Intentan ganar audiencia llegando al público que no es forofó de un equipo, pero que le gusta pasar un buen rato de radio.

2.3 *Las retransmisiones deportivas modifican las parrillas radiofónicas*

Los programas de las retransmisiones deportivas son los que acumulan más audiencia de la radio, únicamente por detrás de los espacios matutinos que copan el prime time radiofónico. Tienen tal importancia que modifican la parrilla de programación en función de los partidos que se tengan que retransmitir. Cada semana los programas informativos de la noche de las distintas cadenas de radio (La Brújula, Hora 25 y La Linterna) son sustituidos por las retransmisiones de la Champions, de la Copa o la Liga. Pero en los últimos años, esta modificación

de la parrilla se ha trasladado también a las mañanas de los fines de semana ya que, si juegan a las 12h, 13h o 14h, el Madrid, Barça o el Atlético, las radios cambian al programa matinal o el informativo para ofrecer esos encuentros.

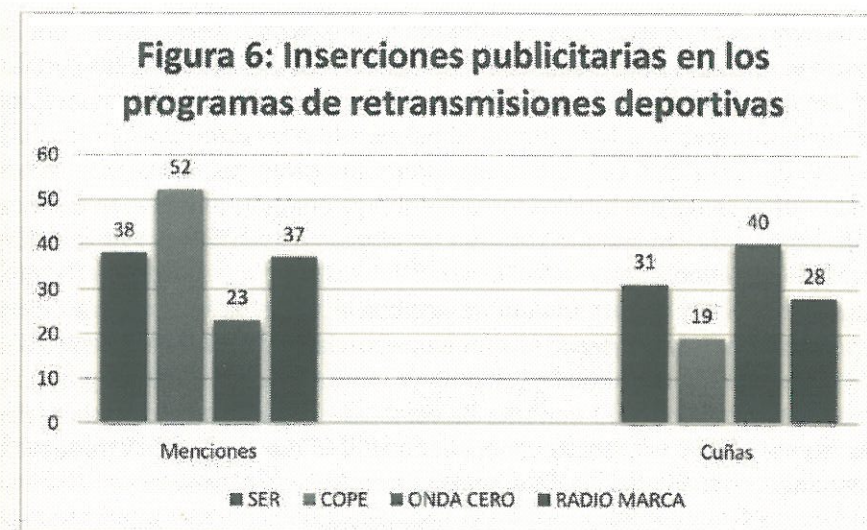
También los programas estrella de las cadenas entre semana, en algunas ocasiones se han visto afectados por retransmisiones especiales. En 2006 en Japón y en 2019 en China, la selección española ganó el mundial de baloncesto. Las semifinales, que se disputaron la mañana de un viernes de septiembre en ambos casos, fueron ofrecidas en directo.

3. La estructura de los programas de retransmisiones deportivas

Estos programas, como sucede con otros espacios radiofónicos en sus respectivas franjas horarias, tienen una estructura muy similar en las distintas cadenas, especialmente en los últimos años. El conductor del programa da paso a la actualidad desde los estadios, los comentarios y otras historias que se cuentan desde el estudio. Está acompañado de un animador o segunda voz que suele ser el encargado de las rondas que se hacen normalmente cada 15 o 30 minutos, las menciones publicitarias y en algunos casos, dar un toque irónico y de humor al programa. Junto a estos dos locutores, en cada campo hay un narrador y dependiendo de si es de 1ª o 2ª división y del equipo, uno o dos periodistas que hacen las funciones de micrófono inalámbrico siguiendo los banquillos.

Las menciones publicitarias se han convertido en una de las partes fundamentales de estos programas. No es solo la venta de publicidad de manera diferente e impactante, sino que forma parte de la idiosincrasia de estos espacios con las voces que tanto se identifican con estos programas como Pepe Domingo Castaño.

En el siguiente gráfico se observa el número de menciones y de cuñas que de media han emitido estos programas durante el mes de diciembre. Cabe destacar que Tiempo de Juego, donde está una de las voces, más reconocidas para los anuncios, la de Pepe Domingo Castaño, hay una diferencia sustancial entre ambos formatos publicitarios, ya que las menciones casi triplican a las cuñas. Hay anunciantes que están en las cuatro cadenas como la ONCE, Citroën, Balay, Dzan o el Banco Santander.



FUENTE: Elaboración propia

Los comentaristas oscilan dependiendo de los partidos, pero siempre suele haber al menos un par de ellos que son exfutbolistas y exentrenadores junto a un exárbitro que analiza las jugadas polémicas. En las últimas décadas se ha incorporado un analista de datos estadísticos y también algún humorista. Pero el programa no lo hacen solo los periodistas y comentaristas, ya que hay que tener en cuenta el papel de los oyentes especialmente en los últimos años con la interacción en las redes sociales.

Inicialmente el locutor narraba prácticamente de manera íntegra cada partido. Actualmente se ha perdido esa perspectiva y prevalece la opinión a la narración, olvidando en muchas ocasiones relatar lo que sucede en el campo y contar los hechos.

La información y la opinión se mezclan en los programas deportivos, incluso por parte de los mismos narradores que muchas veces añaden su opinión con valoraciones sobre la calidad de los jugadores y el estilo de juego. Se supone que esa vertiente debe recaer en los comentaristas, pero desde el director del programa al narrador, el micrófono inalámbrico y el resto de intervinientes, es muy habitual que la línea de separación entre la información y la opinión sea muy tenue.

Desde hace una década la jornada pasa a jugarse en tres días, y desde la temporada 2013/2014 todos los encuentros van en distintos horarios a lo largo de cuatro días, de viernes a lunes. Esto ha provocado un cambio sustancial en los programas del fin de semana, se ha dado más peso a los oyentes y a otros con-

tenidos para hacer un programa más dinámico ante la falta de intensidad por las conexiones entre los distintos estadios. Las rondas se completan con los partidos de 2ª, los resultados de 2ª B, algún encuentro destacado de las ligas inglesa, italiana, alemana, francesa, los partidos de baloncesto o las carreras de Fórmula 1.

El paso de uno a otro estadio, la emoción y los goles que se suceden se han perdido, salvo en las dos últimas jornadas de liga donde la unificación de horarios de los partidos en los que hay algo en juego, vuelven a llenar de emoción las tardes de los domingos.

Cuando había varios partidos que se jugaban a la misma hora, tenían menos tiempo para la narración ya que se simultaneaban las retransmisiones de los distintos encuentros de esa jornada, saltando de un campo a otro, con los goles, las ocasiones o la polémica. El narrador ha cambiado su papel para complementar las imágenes que se ven en televisión, aunque no todos los oyentes de la radio están viendo el partido por la TV como destaca Alfredo Martínez:

«A veces caemos en el error de pensar que todo el mundo lo está viendo, y no describimos todo con la misma claridad que antes. Hay gente que va en el coche, otros están trabajando o bien no tiene la TV de pago. Hay que ser siempre descriptivo y acompañar a las imágenes. Por eso se cuenta con los comentaristas y estadistas para ir analizando más cosas que los 90 minutos de juego o la descripción tan solo de la jugada»⁵.

Este aumento de los tiempos ha modificado también el desarrollo de unos programas que en la década de los 80 y los 90 empezaban los sábados sobre las 18h y los domingos a las 16h con una hora para actualizar resultados y contar la previa. La diversidad de horarios también ha obligado a reconfigurar las parrillas de las cadenas de radio eliminando algunos programas que se emitían los fines de semana porque el espacio deportivo ha ido engullendo más horas. El primer partido del sábado se ha disputado a las 13h, aunque esta temporada se ha retrasado a las 14h. Los domingos se han estado jugando encuentros a las 12h, lo que conllevaba el adelanto del programa radiofónico si jugaban alguno de los tres grandes.

Los domingos a las 17h. era la hora marcada para los partidos de fútbol, para vivirlo en el campo o seguirlo con el transistor desde casa, escuchando los goles y la pasión. Muchos sienten añoranza por esa radio deportiva más pura que transmitía emoción a raudales con programas vibrantes en los que la salsa del fútbol, el gol se sucedía uno tras otro, como recuerda David Jiménez, co-presentador del programa Radioestadio desde 1998 al 2000 y Productor de deportes en Onda Cero hasta 2006:

«Lo más bonito y emocionante es que fueran todos los partidos a la misma hora. Cuando se disputan las dos últimas jornadas con el horario unificado, la radio recupera su auge y esplendor, cuando en pocos minutos se escucha el sonido del gol, que es la magia de las retransmisiones deportivas, cada poco tiempo»⁶.

Otro factor a tener en cuenta con los horarios actuales, es que los seguidores del resto de equipos, al margen del Barça, Madrid y Atlético, cuentan con más minutos de radio para seguir al equipo de sus amores, algo que antes no tenían salvo cuando se enfrentaban a los equipos más punteros.

3.1 Carrusel Deportivo

Arranca en la década de los 50 y continúa más de medio siglo después en antena con buenos datos de audiencia en la Cadena SER. Un programa que ha acompañado a varias generaciones de seguidores al fútbol con Vicente Marco en sus inicios, Joaquín Durán, Ramón Gabilondo, Antonio Martín Valbuena, Paco González o Dani Garrido en la actualidad. Manu Carreño y Ponseti se hicieron cargo de Carrusel tras la marcha del equipo de deportes a la COPE. En 2014, les sustituye Jesús Gallego y un par de años más tarde es reemplazado por Dani Garrido que continúa al frente de este histórico programa en la actualidad, que comienza su emisión a las 15h en las emisoras convencionales de la Cadena Ser, aunque empieza una hora antes, con Borja Cuadrado que presenta la primera parte del Carrusel, pero no por la radio convencional sino por SER +, internet y las APP.

El inicio de Carrusel es una mezcla de sonidos de goles, eventos destacados del deporte con la sintonía del programa de fondo. Desde 2014, Juan Ochoa es la segunda voz del programa, el hombre anuncio y el que da paso a la ronda de resultados que se realiza cada media hora, unas rondas que duran bastante, en torno a los cinco minutos. Los comentarios arbitrales corren a cargo del exárbitro López Iturralde, uno de los colegiados más mediáticos a finales de los 90 y principios de este siglo.

Aunque proporcionalmente siguen siendo minoría las mujeres en el periodismo deportivo, en los programas de retransmisiones cuentan con la participación de mujeres periodistas desde los estudios centrales como Uxue Caballero en la SER, Ana Rodríguez en Radioestadio o Gemma Santos en Tiempo de Juego de la COPE. También hay mujeres que hacen inalámbrico, incluso la narración en partidos de segunda y también desde los pabellones de la ACB contando lo que sucede desde las canchas del baloncesto.

En la Cadena Ser también han apostado por buscar la sonrisa de los oyentes con “Especialistas secundarios”. Naneh, Íñigo y Armand intervienen a lo largo

del programa, no solo durante los descansos de los partidos sino mientras se están celebrando los encuentros, con pequeños gags de humor de menos de un minuto.

El especialista en información de baloncesto, que comenta las retransmisiones y habla sobre la actualidad de la NBA, ACB y Euroliga, es Antoni Daimiel. El fútbol internacional con Axel Torres y Bruno Alemany, este último también realiza algunas menciones publicitarias durante el programa.

En lo que se refiere a la publicidad, meten bloques largos de cuñas que además unen con la desconexión local. Cuando hay goles en Carrusel, se sigue emitiendo el tradicional efecto de sonido, incluso se utiliza cuando hay gol en las grandes ligas europeas para intentar recuperar así el sonido de la radio deportiva añeja con el carrusel de goles durante la tarde. Este pitido está muy vinculado a los programas de retransmisiones de fútbol cuando había varios encuentros a la vez, servía para que el narrador que estaba en ese momento en antena, parara para que se pudiera dar paso al estadio donde había habido un gol.

Normalmente el narrador canta unos segundos del desarrollo del juego, por debajo del minuto, y cuando quiere parar termina la frase con la entonación claramente descendente para que en ese momento intervengan desde el estudio el director o los comentaristas. A veces al narrador le cuesta abrirse paso con su voz para narrar el partido porque quiere contar lo que sucede en jugadas de peligro mientras el resto de componentes están hablando o discutiendo sobre el partido y otros temas.

Los oyentes también tienen un papel importante con sus opiniones a través de las redes sociales y el correo electrónico. Cuando el partido decae, se reduce el tiempo de la narración desde el estadio y aumentan los comentarios sobre otras cuestiones, algunas incluso extradeportivas para intentar animar a los oyentes con toques de humor e ironía.

El ritmo de narración de los partidos destacados en los que intervienen los grandes, no tiene nada que ver con el resto de partidos de la tarde. El seguimiento y la narración continuada ponen al oyente en tensión para seguir al detalle lo que sucede en el campo, con la voz del locutor y los comentarios de los especialistas.

En la SER el narrador del partido de segunda tiene las líneas abiertas, por lo que puede cantar los goles o cualquier incidencia destacada sin necesidad de que le den paso como sucede en otras emisoras como en Onda Cero, donde las líneas con segunda división no están abiertas permanentemente.

En el Carrusel dan un pequeño informativo de unos 2 o 3 minutos sobre las 18:15 y a las 20:15, en el espacio que hay entre los partidos de la tarde. Esta estructura también la tiene Radioestadio de Onda Cero con un boleto que ronda los 3 o 4 minutos.

Al acabar el partido, como las radios no pueden meter las declaraciones de los protagonistas del partido sobre el césped, suelen conectar con el sonido de

las televisiones que tiene los derechos ya que estos realizan una entrevista a un jugador de cada equipo. Posteriormente los entrenadores de cada equipo acuden a la sala de prensa y las radios emiten en directo la rueda de prensa.

Después de los entrenadores, en la denominada mixta, donde están los periodistas de las radios, de los periódicos y de las TV sin derechos, se paran uno o dos jugadores por equipo para responder a las preguntas de los informadores, sonido que también se suele emitir en directo en el programa radiofónico, sobre todo si se trata de los equipos grandes, aunque en ese momento esté en juego otro encuentro.

3.2 *Tiempo de Juego*

Tiempo de Juego comenzó su andadura a través de las emisoras locales de Radio Popular a finales de los 60. En el verano de 2010 desembarcaron en la Cadena COPE medio centenar de profesionales llegados del programa Carrusel Deportivo de la SER, capitaneados por Paco González, que había sido despedido de la cadena del Grupo PRYSA en mayo de ese mismo año. Pepe Domingo Castaño, Tomas Guasch, el productor Jorge Hevia, Manolo Lama unos meses después, y una larga lista de periodistas y colaboradores, llegaron a un nuevo proyecto siguiendo a Paco González después de muchos años liderando la radio deportiva española dispuestos a competir con la que había sido su casa, y al cabo de unos años consiguieron su objetivo y en los últimos EGM alternan la primera posición con el mítico Carrusel.

El programa comienza cada fin de semana a las 14h. aunque a veces los sábados ha empezado a las 13h. y los domingos a las 12h. ya que ha habido jornadas hace unas temporadas con encuentros a esas horas, aunque este año no empiezan antes de las dos de la tarde. Cada programa comienza con la presentación de Pepe Domingo Castaño: "Hola, Hola,... Comienza... Tiempo de Juego. El de los goles, la emoción, el del espectáculo, el de siempre, el clásico, el inicio, el veterano, el del sonido inconfundible. El de la Cadena... COPE" y posteriormente cita a todos los componentes del equipo.

Los partidos de Primera de los viernes y los lunes se ofrecen por internet, APP y emisoras de COPE +. En las emisoras de FM y AM se emite la programación habitual de la parrilla, La Linterna con Expósito.

En lo que se refiere al contenido del programa, los narradores realizan intervenciones en torno al minuto y luego dan paso o entran directamente los comentaristas y el resto del equipo, aunque si hay ocasión de peligro interrumpen al que está hablando cantando la jugada. Si el partido no engancha, puede haber hasta 3 o 4 minutos sin narración desde el estadio mientras los comentaristas y el propio narrador, hablan de otras cuestiones sin hacer caso a lo que sucede sobre el césped.

Las intervenciones de Pepe Domingo Castaño se ciñen a la publicidad y la presentación, salvo algún comentario puntual durante el programa. Pedro Martín lleva la estadística en el programa de COPE y también hace comentarios en torno a los colegiados y el arbitraje de los partidos. Últimamente se alternan las menciones publicitarias en directo entre Castaño y Gemma Santos. También intervienen en algunas fases del programa los humoristas del Grupo Risa para dar un toque de humor con imitaciones de personajes conocidos, interactuando en el programa incluso en las menciones publicitarias.

Una media hora antes de que empiece el siguiente partido se hace una primera conexión con el estadio. El narrador y los periodistas a pie de campo cuentan las alineaciones y cómo están los equipos. En el descanso y al final de cada partido, aprovechan para analizar cómo ha ido el partido y dar paso a las desconexiones de publicidad local. También leen los comentarios de los oyentes en redes sociales y los mensajes de audio que dejan los oyentes en WhatsApp.

Las conexiones con los estadios de segunda división suelen reducirse a los goles, aunque en algunas ocasiones también les dan paso cuando ha habido incidencias, especialmente cuando se trata del partido más destacado de la jornada.

Las rondas de marcadores que se realizan cada media hora, las patrocina la ONCE. Se da primera, segunda división, resultados destacados de 2ª B, los partidos más importantes de la Premier, la Bundesliga, el Calcio, la liga francesa, el motor con la Fórmula 1 y moto GP, y el baloncesto. También dan los resultados de otros deportes como hockey, balonmano o fútbol sala cuando hay un título en juego, Copa de España, competición europea,...

Cada narrador tiene su propio estilo, pero todos cantan el gol y al finalizar vuelven a detallar la jugada que ha terminado con el balón en el fondo de la portería. Poco después suelen preguntar a los periodistas que siguen a cada uno de los equipos cómo ha sido recibido el gol en los respectivos banquillos.

Manolo Lama es uno de los narradores más conocidos de la radio, en Tiempo de Juego aparece su fotografía junto a la del director Paco González y el animador y segunda voz, Pepe Domingo Castaño. Las intervenciones no son muy largas pero sí numerosas ya que da paso constantemente a comentaristas y otros colaboradores del programa. Lleva la voz cantante, interrumpe a los que están hablando para seguir con la narración. Da opinión constantemente y utiliza algunas expresiones coloquiales. Es habitual que Manolo Lama arranque una narración para posicionar la jugada pero a los pocos segundos dan su opinión o preguntar a los comentaristas o resto de compañeros del programa.

Normalmente, el tiempo de las narraciones va en aumento en la recta final del partido, salvo que esté decidido por varios goles de diferencia. Si hay emoción hasta el último minuto, inciden en el desarrollo del juego para que el oyente no

pierda detalle de los compases y del resultado final del encuentro. Esta situación de intensidad también afecta a las inserciones publicitarias, ya que suele evitarse meter cuñas o realizar las menciones en los últimos minutos para no perder detalle del desenlace final del partido.

3.3 Radioestadio

Onda Cero comienza sus emisiones en noviembre de 1990. En 1992 arranca el programa Radioestadio con las retransmisiones de los partidos de fútbol y baloncesto cada fin de semana presentado en primer lugar por José Manuel Muñoz, posteriormente con José Joaquín Brotons, Eduardo García, José María García, Javier Ares, Héctor Rodríguez, y actualmente Antonio Esteva con Javier Ruiz Taboada que lleva como segunda voz dos décadas en antena.

Cada programa arranca con la presentación de Taboada, con música de fondo, presentando el programa y los componentes del equipo. Técnicos, redactores, Miguel Venegas en fútbol internacional, Alberto Collado o Matiachi con las opiniones de los oyentes y Alexis Martín Tamayo que se encarga de las estadísticas aunque interviene mucho y da opinión de todo, no solo de los datos. Incluso llega a interrumpir la narración para preguntar a alguno de los comentaristas o hacer alguna valoración, la mayoría de las veces en tono irónico. Es una de las voces que más suena durante el programa porque no se limita solo a dar datos como hacía en un principio. Ha ido ganando protagonismo durante los más diez años que lleva en la cadena. Al acabar cada partido el narrador puntúa a los mejores jugadores del encuentro y los comentaristas hacen un resumen y valoración del mismo.

Comentaristas con una larga trayectoria en el periodismo deportivo y de mucho prestigio como Santi Seguro, Enrique Ortego y los comentarios e intervenciones de Roberto Gómez entre otros, se intercalan en el programa.

Jacobo Bega es el periodista especializado en motor que ofrece las crónicas y la actualidad de la Fórmula 1 aunque las narraciones de las carreras cuando se llevan a cabo las hace Alberto Pereiro. Estas intervenciones están patrocinadas por Viajes El Corte Inglés, los goles por el Santander, con una primera mención citando solo el patrocinador y luego ampliando con una mención más larga hablando sobre algún producto del Banco.

Es un programa que supone una alternativa para aquellas personas que no son excesivamente forofas, pensado para los aficionados pero también para aquellos que no lo son, pero les gusta el tono y todo lo que rodea al programa al margen del contenido puramente deportivo.

Al acabar cada parte de un partido, se ofrecen los datos estadísticos en cuanto a tiros a puerta, posesión, tarjetas, etc. También aprovechan para hacer alguna

entrevista o meter declaraciones del postpartido, las opiniones de los oyentes que recopilan Javier Matiachi a través de las redes sociales o en los mensajes de voz al WhatsApp. Radioestadio no suele emitir cuñas durante la retransmisión del partido de la jornada, emitiendo las inserciones en el descanso o al acabar el partido.

Raúl García de Loza y Arturo Daudén Ibáñez, exárbitros de Primera división, analizan la actuación de los colegiados en las jugadas polémicas, explicado con el reglamento en la mano situaciones comprometidas y la interpretación de las jugadas o el funcionamiento del VAR.

La ronda informativa que hace Taboada, se realiza cada quince minutos, dando paso a los partidos en directo con el minuto y resultado que cantan los narradores desde el estadio o el estudio. Además se mencionan los partidos de fútbol internacional, los de 2ª B baloncesto, fútbol sala y balonmano con Paco Reyes. Es una ronda más breve que en otras emisoras, unos dos minutos.

Conectan con Segunda división cuando hay goles, penaltis, expulsión o alguna otra incidencia destacada. El sonido de gol también resuena en el Radioestadio con el pitido característico para anunciar los tantos en Segunda a los que da paso previamente el conductor del programa, no intervienen directamente como en otras emisoras.

Una de las secciones llamativas que tiene Radioestadio es la que ponen en marcha en los últimos compases de cada partido, "El tiburón". Es una porra para que los comentaristas y los periodistas que están en el campo y en el estudio, digan si el partido va a acabar con el mismo resultado o va a haber algún gol. Se ambienta con la sintonía de la película Tiburón, por eso se le da esa denominación.

3.4.- *Tablero Deportivo*

El programa de RNE arranca en 1952 dirigido por Juan Pablo Salinas, Rafael Gómez Losada y Manuel Gil. Posteriormente en la década de los 60 fue conducido por Adolfo Parra. Uno de los grandes nombres del periodismo deportivo vinculados a este programa fue el de Juan Manuel Gozalo, que trabajó en RNE desde los años 70 y estuvo durante décadas al frente de este programa hasta que se jubiló en 2007. Posteriormente estuvo colaborando con Radio Marca prácticamente hasta su fallecimiento en 2010. Actualmente Tablero Deportivo es el programa de retransmisiones deportivas con menor duración de la radio española, ya que arranca con el segundo partido del día.

El programa de la radio pública se emite los sábados y domingos desde las 16h hasta las 23:30h presentado por Manu Martínez. Los narradores suelen recordar cada cierto tiempo el minuto y el marcador para que los oyentes, espe-

cialmente los que no siguen el partido por la televisión o se acaban de incorporar a la retransmisión, se sitúen. Cuanto más largas son las narraciones desde el estadio, más veces suele repetirse el resultado y el minuto, incluso el estadio donde se celebra el encuentro.

Un programa con sabor añejo por las narraciones de lo que sucede en el campo en detrimento de los comentaristas. Un dato importante a tener en cuenta en Tablero Deportivo es que RNE no tiene publicidad, por lo que no cuenta con una de las señas de identidad de los programas de retransmisiones, las menciones publicitarias y el locutor animador u hombre anuncio, que al margen del contenido publicitario es una de las partes más significativas de estos espacios.

En el descanso del partido, los comentaristas hacen un análisis pausado del desarrollo del encuentro. Al no tener publicidad, cuentan con más tiempo real de programa por lo que suelen hacer una ronda por los partidos de fútbol y baloncesto en juego. Aunque no hay publicidad, en los descansos se insertan una serie de autopromociones para que el equipo de Tablero Deportivo pueda tomarse un respiro y un pequeño descanso, pero apenas 3 o 4 promos. En los medios propios de RNE utilizan como gancho "La mejor narración sin publicidad".

A los goles de segunda división les dan paso desde el estudio, como en el caso de primera meten una música de fondo. Tablero conecta también con los pabellones de baloncesto en los que se juegan partidos de la ACB. El motor también tiene cabida en RNE, por lo que queda claro que hay bastantes similitudes entre todos los programas con una estructura semejante.

Al igual que en Onda Cero y la SER, ponen en marcha el concurso del "Futbolista misterioso" que los oyentes deben adivinar a partir de una serie de pistas. Se puede participar mediante las redes sociales o por mensaje de WhatsApp y entre los acertantes sortean dos noches de hotel con desayuno en Paradores.

3.5 *Marcador*

A comienzos del siglo XXI nace la primera cadena temática deportiva en España, Radio Marca. Marcador es el espacio de referencia para esta cadena durante los fines de semana y desde el 2014 se emite de manera simultánea para EsRadio desde las 16h de la tarde. Presentado por Eduardo García y Javi Amaro, siguen la 1ª y 2ª división, con especial atención a las ligas europeas, ofreciendo incluso la narración continuada de partidos. También repasan la 2ª B, la Liga Iberdrola, el fútbol sala, el baloncesto, la Fórmula 1, la liga ASOBAL y otros deportes, ya que es la única radio fórmula deportiva.

Ofrecen fragmentos íntegros de narración de la Premier con un comentarista que analiza el encuentro con sus opiniones y el especialista en fútbol internacional de Radio Marca, David Fernández. Tratan este partido como si fuera uno

de la liga española, incluso ofrecen íntegramente los últimos minutos para dar el resultado del partido y conexiones para hacer narraciones continuadas durante el partido, algo que les diferencia del resto de cadenas.

Marcador también presta más atención a los partidos de Segunda con narraciones del locutor y el análisis de las jugadas polémicas del exárbitro desde el estudio. Los goles en Radio Marca van acompañados del efecto de sonido característico en estos casos y como en el resto de cadenas privadas, van patrocinados con mención, gol ofrecido por Bet Fred, incluidos los de fútbol internacional. Una novedad a diferencia respecto al resto es que tienen patrocinadas las revisiones del VAR con Verti. Algunas menciones publicitarias las hacen a dos voces, con el presentador y el copresentador.

Los oyentes también participan con sus mensajes de voz y redes sociales. Los comentarios arbitrales corren a cargo del excolegiado Juan Andújar Oliver, que no se limita solo a comentar las jugadas con polémica sino que interviene asiduamente a lo largo de la retransmisión como uno de los comentaristas que han sido jugadores o entrenadores. Es una persona a la que le gusta el micrófono y poder intervenir para opinar sobre casi todo.

4. Conclusiones

Los programas de retransmisiones deportivas de las principales cadenas de ámbito nacional han tenido que adaptarse a los cambios provocados por la diversidad de horarios impuestos por las televisiones que tienen los derechos de La Liga. La principal novedad que ha provocado esta situación es el aumento notable de la duración de estos espacios que rondan las 20 horas a lo largo del fin de semana. Al no haber partidos simultáneos, ya no pueden realizarse las conexiones entre los distintos campos donde se disputan los partidos. Se han convertido en espectáculos radiofónicos que giran en torno a los partidos de fútbol, pero donde las narraciones de lo que sucede en el campo suponen únicamente una quinta parte del total del contenido del programa. Como se ha puesto de manifiesto en los análisis de estos espacios radiofónicos, el papel de los comentaristas y analistas tiene un peso muy importante, así como el análisis y la tertulia en la que intervienen estos especialistas, pero también los propios narradores y los periodistas que intervienen como micrófono inalámbrico desde el campo o los que están en el estudio.

La radio debe ofrecer un valor añadido para que los cuatro millones de oyentes que sintonizan con estos programas cada fin de semana, continúen conectando la radio para seguir los partidos que pueden ver íntegramente por televisión. La

clave del éxito radica en el análisis y la pasión que ponen los locutores en las narraciones del partido, pero también en el humor, la complicidad y el acompañamiento que ofrece este medio a todos aquellos que siguen estos programas a través del transistor, de la radio del coche, del teléfono o el ordenador.

Notas

1. MARTÍNEZ, A., comunicación personal, 11 de diciembre de 2020
2. JIMÉNEZ, D., comunicación personal, 10 de diciembre de 2020.
3. MARTÍNEZ, A., comunicación personal, 11 de diciembre de 2020.
4. PANIAGUA SANTAMARÍA, P. (2003). Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital, Madrid: Fragua Editorial, p. 9
5. MARTÍNEZ, A., comunicación personal, 11 de diciembre de 2020.
6. JIMÉNEZ, D., comunicación personal, 10 de diciembre de 2020.