

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo de Fin de Grado

Curso Académico 2019-2020



**Periodismo especializado en deportes: Evolución de la radio
deportiva en España. Análisis de ‘Tiempo de Juego’**

Journalism specialized in sports: Evolution of sports radio in
Spain. Analysis of ‘Tiempo de Juego’

Alumno/a: José Manuel Ribes Vicente

Tutor/a: Gaspar Díez Jiménez

Índice de Contenidos

1. RESUMEN.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	5
2.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.....	5
2.2 OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	6
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN	7
3.1 PERIODISMO DEPORTIVO.....	8
3.2 LA RADIO DEPORTIVA.....	9
3.3 CONTEXTO HISTÓRICO Y EVOLUCIÓN.....	12
4. METODOLOGÍA.....	15
5. RESULTADOS.....	17
5.1 UN AÑO DE CAMBIO EN LA COPE.....	17
5.2 RELACION Y ROLES DE PARTICIPANTES.....	18
5.3 ESTRUCTURA ACTUAL DEL PROGRAMA.....	23
5.4 LENGUAJE UTILIZADO EN “TIEMPO DE JUEGO”.....	30
6. CONCLUSIONES.....	35
7. BIBLIOGRAFIA.....	39

Resumen:

La radio deportiva tiene un papel muy importante en la sociedad española actual. Es un medio selectivo y flexible y un medio de difusión masivo que llega al oyente de forma personal. Es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, y establece un contacto más personal, porque ofrece al receptor cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. En España contamos con cuatro grandes programas radiofónicos deportivos que copan las audiencias de las principales emisoras nacionales, pero en este trabajo solo nos centraremos en el análisis de “Tiempo de Juego” de la Cadena Cope que sobretodo ha visto una notable evolución en los últimos diez años.

Durante la realización de este trabajo se ha primado de una metodología cualitativa para estudiar y analizar los datos y discursos completos de los sujetos para posteriormente proceder a su interpretación. Aunque también como cuantitativa, usando datos estadísticos y numéricos para llegar a la conclusión de los objetivos e hipótesis mencionadas durante este trabajo.

En el transcurso del trabajo, nos encontramos algunos problemas para analizar los programas deportivos de ultimísima actualidad debido a la pandemia que afecta a todo el mundo y que acapara toda la información en la actualidad, como es el COVID-19 y que tiene parado al ámbito del deporte por completo. La información deportiva acapara diferentes espacios y está enfocada de una manera más hacia la propia pandemia, como es lógico, que al propio deporte en sí. Por ello, para la realización del trabajo se ha llevado a cabo el análisis del programa de la última jornada de liga hasta el momento, la que corresponde al fin de semana del 7-8 de marzo de 2020, encontrado en la página oficial de la Cadena Cope y en su programa “Tiempo de Juego”.

Palabras Clave:

Periodismo deportivo, periodismo, deportes, cope, tiempo de juego, narradores, radio, Paco, Pepe, Manolo.

Abstract:

Sports radio plays a very important role in current Spanish society. It is a selective and flexible medium and a mass media that reaches the listener personally. It is the most far-reaching medium, since it reaches all social classes, and establishes a more personal contact, because it offers the receiver a certain degree of participation in the event or news that is being transmitted. In Spain we have four large sports radio programs that cover the audiences of the main national radio stations, but in this work we will only focus on the analysis of "Play Time" by Cope Network, which above all has seen a notable evolution in the last ten years. During the performance of this work, a qualitative methodology has been used to study and analyze the data and complete discourses of the subjects to subsequently proceed with their interpretation. Although also as quantitative, using statistical and numerical data to reach the conclusion of the objectives and hypotheses mentioned during this work. In the course of the work, we encountered some problems to analyze the latest sports programs due to the pandemic that affects the whole world and that monopolizes all the information at present, such as COVID-19 and which has stopped in the field. of sport entirely. Sports information monopolizes different spaces and is focused in a way more towards the pandemic itself, not surprisingly, than the sport itself. Therefore, for the realization of the work, the analysis of the program of the last league day so far, this corresponds to the weekend of March 7-8, 2020, found on the official website of the Cadena Cope and its program "Tiempo de Juego"

Key words:

Sport journalism, journalism, sports, cope, playtime, radio, Paco, Pepe, Manolo, narrator

2. Introducción

2.1 Justificación del trabajo:

El periodismo deportivo ha estado en constante evolución con el paso de los años. Las nuevas tecnologías y un nuevo modelo de periodismo deportivo demandado por la audiencia, que cada vez más solicita una mayor información deportiva, ha ido influyendo de tal manera hasta ocupar cada vez más un mayor espacio en los medios de comunicación, sobretodo en la radio. Los programas deportivos que se emiten habitualmente en la actualidad ocupan casi el total de la parrilla durante los fines de semana que dura una jornada de la Liga de Fútbol Profesional y de las ligas europeas más importantes. Tratando principalmente el fútbol pero conectando e informando también sobre otros deportes durante el transcurso de los programas. Además también han ido incluyéndose más espacios deportivos durante otros programas informativos para mantener al oyente al tanto de lo que sucede en este ámbito. Los oyentes pueden estar realizando otras actividades mientras pueden disfrutar de la información deportiva en directo, lo que hace de la radio un medio de comunicación muy flexible y a la vez muy completo y dinámico.

En España, el periodismo deportivo está continuamente en alza, ya que por ejemplo el diario escrito más leído es el diario Marca. Esto hace que la figura del periodista deportivo tenga un papel muy notable en la sociedad actual y más en concreto, los programas deportivos. Uno de estos programas deportivos más influyentes y que ha ido progresando positivamente en los últimos años y más concretamente en la última década es “Tiempo de Juego” de la cadena COPE. Desde sus inicios en 1969 y hasta la actualidad, el programa y la propia radio han ido evolucionando con mejoras tecnológicas; una nueva forma de hacer los programas con multitud de interacciones con los oyentes, entre otras cosas; y unas nuevas voces que han ido variando con el paso de los años hasta hacerlo líder indiscutible en muchos fines de semana en el panorama radiofónico español.

En este trabajo estudiaremos el contenido, el lenguaje, la estructura y la evolución del programa deportivo “Tiempo de Juego” de la cadena COPE en la actualidad y cómo ha logrado situarse en lo más alto del panorama radiofónico, superando así a su principal competidor en este ámbito, “Carrusel deportivo” de la cadena SER o “Radioestadio” de Onda Cero.

2.2 Objetivos e hipótesis:

Para la realización del siguiente trabajo se han tenido en cuenta varios objetivos principales que ayudarán a enfocar el trabajo hacia una determinada dirección:

- Conocer cómo ha ido evolucionando la radio deportiva española desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad.
- Analizar el importante cambio establecido por la Cadena COPE en el año 2010 y las consecuencias del mismo.
- Conocer la estructura principal del programa deportivo “Tiempo de Juego” de COPE durante un fin de semana (momentos de máxima audiencia).
- Estudiar el lenguaje utilizado por los componentes del equipo del programa deportivo de acuerdo con los parámetros establecidos.
- Establecer la relación entre los participantes de una transmisión y conocer los roles de los principales participantes en un programa deportivo.

De acuerdo con los objetivos establecidos en el apartado anterior, también se han redactado una serie de hipótesis desde la observación que puede estimar un aficionado al deporte y que se resolverán a lo largo de este trabajo.

- En los programas radiofónicos deportivos y en especial en el tratado en este trabajo, prima la narración del evento por encima de la descripción y/o la opinión
- El lenguaje utilizado por los narradores y comentaristas en las retransmisiones deportivas es coloquial y, en algunas ocasiones, descuidado.
- Uso cada vez más habitual de colaboradores (normalmente ex deportistas) que no son profesionales de la comunicación pero que participan en los programas y en las narraciones sobre todo dando su opinión.
- El deporte con mayor trascendencia en los programas deportivos del fin de semana es el fútbol.
- El cambio establecido por la cadena COPE en el año 2010 en su programa deportivo fue esencial para los buenos resultados actuales.

Más adelante se expondrán los resultados obtenidos de las investigaciones realizadas y se propondrán conclusiones para poder justificar y comprobar las hipótesis y objetivos lanzados en este trabajo.

3. Estado de la cuestión:

Para empezar a hablar sobre la radio deportiva y su evolución y comenzar a analizar el contenido, la estructura y el lenguaje del programa en cuestión “Tiempo de Juego” de la Cadena COPE, que abordaremos a lo largo del trabajo, primero tenemos que definir lo que es el periodismo deportivo y comprobar cuando aparece en España. A partir de ahí, nos centraremos en la evolución de este tipo de periodismo dentro del medio de la radio.

3.1 Periodismo deportivo:

No existe una definición específica para definir el periodismo deportivo, ya que como relatan algunos de los profesionales de la comunicación, el periodismo deportivo estaría dentro de la rama del periodismo especializado. (Obtenido en <http://mareliyong.blogspot.com/2012/03/definicion-de-periodismo-especializado.html>)

- Según Montserrat Quesada

Por periodismo especializado entendemos aquel que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales. De ahí que la información periodística especializada permita un triple ámbito de acción: el de los contenidos, el de los distintos medios y el de las audiencias, pues son capaces de satisfacer a los usuarios en sus demandas de entretenimiento, por un lado, y de profundización en el saber, por otro, sea cual sea el soporte elegido para su difusión.

- Según Javier Fernández del Moral:

Es aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que favorezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades.

- Según la Universidad de Sevilla:

El Periodismo especializado que tiene, desde su origen, una función contextualizadora fundamental, estudia los contenidos, pero no se limita a esto, sino que busca, sobre todo,

profundizar en los conocimientos por los que los contenidos especializados acceden a los medios y su tratamiento periodístico. Podríamos decir que después de analizar las tres definiciones anteriores, se puede concluir con que el periodismo especializado se ha desarrollado y originado a partir de la fuerte competencia cada vez más continua entre los medios. Todo parece indicar que esta tendencia seguirá creciendo y desarrollándose debido a que la sobreinformación generada por las nuevas tecnologías, que hace que cada vez más necesaria una información especializada que responda a las exigencias de los receptores.

Así, el periodismo deportivo, y por tanto especializado, en España ha estado en continuo crecimiento durante los últimos años. El desarrollo de sus estructuras internas dentro de las redacciones, modos de producción multimedia y canales por los que se puede comunicar, ha provocado que el periodismo deportivo haya obtenido un creciente protagonismo hasta llegar al momento actual, siendo la tipología informativa de mayor alcance a nivel social en gran cantidad de países tanto europeos como americanos.

Tal como explica Alcoba (2005: 10), el florecimiento de este tipo de periodismo especializado se fundamenta en gran medida en el hecho de que los profesionales de estos medios “informan de un género específico comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del deporte, como fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado”. Este auge ha propiciado que en nuestros días el periodismo deportivo sea una parcela de estudio de importancia creciente y que, cada vez más, adquiera un mayor reconocimiento dentro del mundo mediático debido a entre cosas su alta demanda de información.

“El poder de atracción que tiene el deporte ha sido históricamente muy bien aprovechado por el periodismo, que ha proyectado los logros de deportistas y equipos hacia la comunidad a la que representan mientras ha despertado en el ciudadano la necesidad de consumir tipo de información para ser partícipe de la consecución de un éxito colectivo. De esta forma, el periodismo deportivo se ha convertido en un elemento de cohesión de las sociedades contemporáneas a las que presta un servicio público y con las que se identifica cultural y emocionalmente” Jose Luis Rojas, (2011: 17).

De este modo podemos decir que el periodismo deportivo ha jugado un papel clave en la información de eventos deportivos como pueden ser juegos olímpicos o mundiales de

fútbol o baloncesto entre otros, donde conectan de una manera u otra a los deportistas con la propia comunidad y ayuda a que la propia comunidad pueda sentirse de una forma más directa, participe de la actividad de la que se esté informando.

3.1 La radio deportiva en España en la actualidad

La radio deportiva tiene un papel muy importante en el sector radiofónico español. En la actualidad existen diversos programas deportivos radiofónicos con un índice de audiencia bastante considerable. Hablamos de programas que se emiten durante los fines de semana en la que transcurren los eventos deportivos, ya sea la jornada de la Liga de Fútbol Profesional (LFP), u otros deportes como partidos de la Liga Regular de Baloncesto, MotoGP, Tenis, Formula 1... teniendo como principal tema de narración, la jornada de la Liga de Fútbol.

Podemos encontrar programas deportivos como “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER, “Radioestadio” de Onda Cero, “Tablero Deportivo” de RNE, y el programa en el que nos dedicaremos a analizar en nuestro trabajo que es “Tiempo de Juego” de la Cadena COPE. En la actualidad las dos grandes emisoras de información deportiva son la Cadena SER y la cadena COPE. Según el último Estudio General de Medios de 2019 (EGM), la Cadena SER sigue liderando el panorama deportivo del fin de semana con 1.502.000 oyentes frente a los 1.501.000 oyentes de la Cadena COPE, tan solo mil oyentes de diferencia los sábados; mientras que los domingos, la Cadena SER con “Carrusel Deportivo” registró 1.578.000 oyentes, lo que suponía un 17,4% menos que en junio de ese mismo año. Al mismo tiempo, “Tiempo de juego” registraba 1.544.000 oyentes los domingos, lo que suponía un incremento del 6,7% de la audiencia.

Y es que desde la llegada de Paco González, con Manolo Lama y Pepe Domingo Castaño (anteriores trabajadores de la SER), la cadena episcopal se ha visto beneficiada de una forma brutal nivelando las audiencias con su principal competidor, hasta incluso llegar a superar a “Carrusel Deportivo” durante un fin de semana entero de Abril del 2019 y estar por encima en la primera oleada de ese mismo año.

A su vez, y según también el EGM, “Radioestadio” de Onda Cero y “Tablero Deportivo” de RNE se han quedado muy atrás de las dos principales cadenas radiofónicas en España. Onda Cero seguiría la lista en tercera posición con 547.000 oyentes los sábados y unos 333.000 los domingos. Por último, RNE se quedaría en el

último lugar de las cuatro principales cadenas deportivas, con 212.000 oyentes los sábados y 267.000 los domingos.

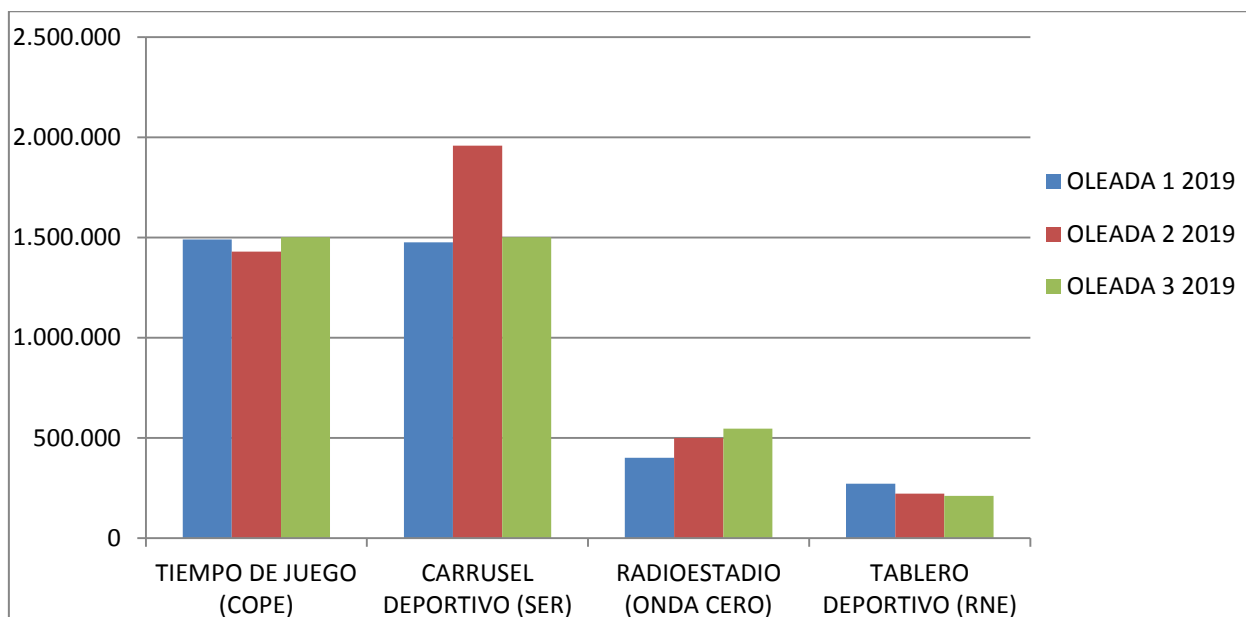


Gráfico 1, Fuente: Audiencia de los principales programas deportivos radiofónicos durante los SÁBADOS de 2019 (EGM). Elaboración propia.

En este gráfico podemos observar las tres oleadas correspondientes al año 2019 de los principales programas deportivos del panorama radiofónico español. A simple vista, podemos diferenciar entre dos batallas, la que mantienen “Carrusel Deportivo” y “Tiempo de Juego” por ser el programa líder del panorama radiofónico deportivo en nuestro país.; y por otro lado, la batalla que mantienen “Radioestadio” y Tablero Deportivo” de Onda Cero y RNE, respectivamente, por ocupar el liderato en ese segundo escalón de programas radiofónicos deportivos según las audiencias. En la primera oleada del ejercicio se observa que “Tiempo de Juego” supera a su principal competidor y al programa deportivo de la radio por excelencia como es “Carrusel Deportivo”, en 14.000 oyentes la tarde de los sábados. A su vez “Radioestadio” gana su lucha particular con “Tablero Deportivo” con 130.000 oyentes más las tardes de los sábados.

En la segunda oleada podemos observar como “Carrusel Deportivo” sufre un incremento bastante elevado en su audiencia y desbanca a “Tiempo de juego” del liderato de los sábados con 528.000 oyentes más la tarde de los sábados. A su vez, “Radioestadio” mantiene el liderazgo en su lucha con “Tablero Deportivo” con 278.000 oyentes más los sábados.

En la tercera y última oleada, volvemos a ver como la audiencia de “Carrusel Deportivo” y “Tiempo de Juego” vuelve a aproximarse la una de la otra con tan solo 1.000 oyentes más a favor de la cadena de PRISA, lo cual son unos datos bastantes favorables para “Tiempo de Juego”, ya que la cadena SER ha mantenido a su programa como líder del panorama radiofónico español de los últimos años, sin ningún género de duda. Pero como se puede ver en esta oleada según el EGM del ejercicio del 2019, las audiencias están bastante semejantes. Por otro lado, y volviendo a hablar de la lucha que mantiene “Radioestadio” con “Tablero Deportivo”, el programa de Onda Cero vuelve a superar a su principal competidor superando su número de oyentes y ampliando el abanico de la audiencia en 335.000 oyentes la tarde de los sábados.

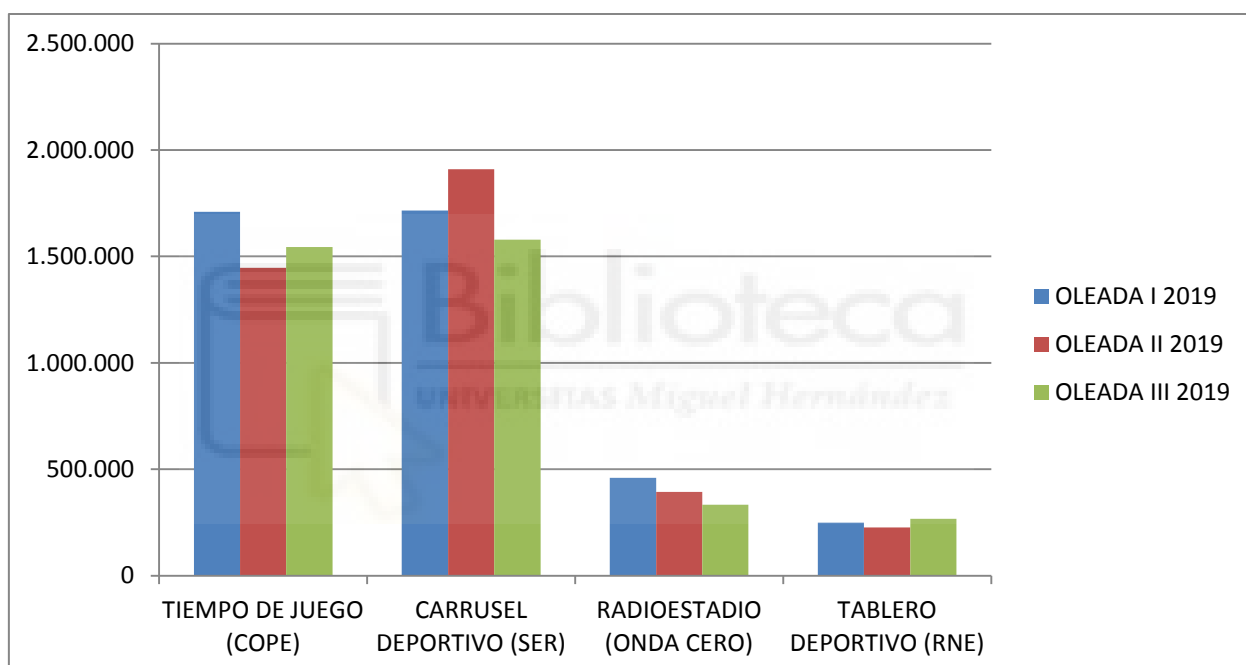


Gráfico 2, Fuente: Audiencia de los principales programas deportivos radiofónicos durante los DOMINGOS de 2019 (EGM). Elaboración propia.

En este gráfico, como en el anterior, podemos observar las tres oleadas del ejercicio 2019 de los principales programas deportivos del panorama radiofónico español. Este gráfico muestra, a diferencia del anterior, las audiencias de los domingos del año 2019.

En la primera oleada se puede observar, y manteniendo lo dicho en el gráfico anterior, de que las audiencias entre “Tiempo de Juego” y “Carrusel Deportivo” se han equilibrado mucho con el paso del tiempo y gracias también al equipo que conforma el nuevo programa de la cadena COPE, que “Carrusel Deportivo” supera a “Tiempo de Juego” con tan solo 5.000 oyentes más la tarde de los domingos. A su vez,

“Radioestadio” sigue manteniendo su hegemonía sobre “Tablero Deportivo” con 210.000 oyentes más la tarde de los domingos.

En la segunda oleada, vemos algo similar a lo que pasa en la segunda oleada de la tarde de los sábados. Y es que “Carrusel Deportivo” sufre un incremento considerable de oyentes y se sitúa líder con 463.000 oyentes más que “Tiempo de Juego”. Mientras, “Radioestadio” vuelve a superar a “Tablero Deportivo” con 166.000 oyentes más la tarde de los domingos.

En la tercera y última oleada se puede analizar que, como ocurría en la tercera oleada de la tarde de los sábados, las audiencias vuelven a estar muy parejas y “Carrusel Deportivo” vuelve a conseguir el liderato de la radio deportiva española pero esta vez con tan solo 34.000 oyentes más que “Tiempo de Juego”. Por último, “Radioestadio” siendo fiel a los últimos datos recogidos, vuelve a superar a “Tablero Deportivo” con 66.000 oyentes de diferencia la tarde de los domingos.

3.2 Contexto histórico y evolución

Podemos decir que la radio deportiva en España empezó en mayo de 1927 con la primera retransmisión deportiva de la historia de la radio española. El encuentro era un Real Madrid – Real Zaragoza y Unión Radio (conjunto de emisoras predecesoras a la actual Cadena SER) fue la emisora encargada de su retransmisión, según Malvar, Luis. (2005). *La radio deportiva en España 1927-2004*. Sin embargo, según Antonio Alcoba (2005) en *periodismo deportivo*, que sitúa uno de los primeros momentos clave de la radio deportiva en sus orígenes en julio de 1921, cuando más de doscientas mil personas en Norteamérica, Canadá, Inglaterra e Hispanoamérica pudieron escuchar la retransmisión radiofónica del combate de boxeo en el que se disputaba el título de campeón mundial de los pesos pesados entre Jack Dempsey y Georges Carpentier.

Este hito en la historia de la radio deportiva sirve de ejemplo de la rapidez con la que se extendió la información deportiva en el nuevo medio, una actividad que atraía a los ciudadanos, gracias en parte al perfeccionamiento tecnológico que estaba sufriendo la radio en el momento. Pero no fue hasta el año 1940 cuando nació el primer programa deportivo de radio tal y como lo conocemos hoy en día. Fue “Marcador”, de RNE y dirigida por Carlos Alcaraz, que en los comienzos del programa solo se emitía los miércoles y que su gran éxito lo llevó a ocupar la franja de las tardes, de lunes a

viernes. Como podemos comprobar ya vamos visualizando un cambio en la información deportiva y en la demanda que ha seguido su progresión hasta nuestros días.

Pero todo esto no se trata solo de un cambio establecido a raíz de la renovación tecnológica, que si ha ampliado los métodos y el campo de trabajo, pero no es el origen de este nuevo método de radio deportiva. Este cambio viene dado a partir de la década de los 90 cuando se empezó a introducir una nueva forma de hacer radio deportiva, según afirma Herrero Gutiérrez, F.J. (2009). “Una aproximación para una propuesta Metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las Retransmisiones deportivas en la radio española”. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. pp. 46-63, en la que “se prima más el espectáculo del deporte, en todas sus vertientes, que la información deportiva en su sentido más clasista” como también afirma Conde, F(2005: 105)

Estos son los primeros inicios hacia el modelo actual de la radio deportiva, orientado a aumentar la cantidad de audiencia y competir así con sus principales competidores. Desde los comienzos de las retransmisiones deportivas durante la primera parte del siglo XX, hasta las actuales, han ido ocupando un espacio tan importante dentro de la propia radio, que en la mayoría de ocasiones en la actualidad, las retransmisiones de eventos deportivos se anteponen en la parrilla de las principales emisoras generalistas llegando hasta el punto de reducir el horario de otros programas importantes como pueden ser los boletines informativos u otros programas de la cadena llegando incluso a suprimirlo, según afirma Herrero Gutiérrez, F. Javier, y Rodríguez Ramos, David. (2009) “Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social España”. *La locución de los narradores deportivos radiofónicos en España* 64

Siguiendo con el esquema histórico y la evolución, en 1950, Matías Prats narraba el histórico gol de Zarra a Inglaterra. España, aislada del resto del mundo por la dictadura franquista, se agarraba desesperadamente a cualquier logro internacional; y el fútbol se rebelaba como una excusa ideal para conseguir que el nombre del país resonara en el mundo y que los propios españoles, aún divididos por la guerra que azotó el, se unan bajo unos colores y una bandera. En 1954 Bobby Deglané crea el "Carrusel Deportivo" de la cadena SER, un programa que tiene su fuerza en el directo y en las transiciones rápidas de un campo a otro para narrar la jornada. Vicente Marco fue su primer director.

Su éxito viene motivado por 2 factores externos: la mejora tecnológica que posibilita el despliegue, y la aparición de la Quiniela.

En 1972, el gran José María García se hace cargo de la sección de deportes de "Hora 25", también en la Cadena SER, que se desarrolla más allá de la medianoche. Nace así un fenómeno único en España, el tercer pico de audiencia.

Aunque más adelante hablaremos más en profundidad, en 1969 nacería el programa de nuestro objeto de estudio de este trabajo, "Tiempo de Juego" en la Cadena COPE. Fue creado por Ramón Barba, quien, fijándose en el "Tablero" y "Carrusel Deportivo" de RNE y Cadena SER, respectivamente, pensó el primer programa radiador de retransmisiones deportivas en directo para la red de emisoras de Radio Popular. "Tiempo de Juego" tiene más de 45 años de existencia durante los que ha tenido como directores a periodistas de gran renombre como José Joaquín Brotons, Pedro Pablo Parrado, Agustín Castellote, José María García, Eduardo García y José Antonio Abellán antes de Paco González. Como animador tuvo durante muchos años a Joaquín Prat, tras marchar este de la SER; a Rafael Sánchez en la época de José Antonio Abellán y al actual Pepe Domingo Castaño.

En el año 2011, "Tiempo de Juego" era el segundo programa en audiencia los fines de semana. Tratando el deporte bajo el prisma del humor, integrando la publicidad en el mismo, incentivando y creando cuñas de radio en las cuales participan los oyentes y el propio equipo técnico con sonidos y cantos entre otros. En 2017 se convierte por primera vez en líder de la radio deportiva española, tanto en sábado como en domingo, por delante de su principal competidor, "Carrusel Deportivo" de la Cadena SER.

Hoy en día y gracias a las nuevas tecnologías, toda radio deportiva se sirve de redes sociales como Facebook o Twitter para interactuar con la audiencia. Hace diez años, esa conexión se establecía a través de SMS o correos electrónicos y, en los comienzos, el vínculo con los periodistas se llevaba a cabo mediante la llamada telefónica (todavía persistente hoy día en algunas ocasiones). Además, el modo de llegar hasta los oyentes se ha diversificado, ya que no sólo existen las alternativas de la Onda Media y la Frecuencia Modulada, puesto que es posible escuchar cualquier programa a través de internet desde cualquier dispositivo móvil y en cualquier momento (Malvar: 2005).

En el caso de nuestro estudio de trabajo y corroborando lo dicho anteriormente por Luis Malvar, en el programa de “Tiempo de Juego” se realizan diversas interacciones con la audiencia durante las rondas informativas de las retransmisiones. Ya sea mediante llamadas telefónicas por algún tipo de sorteo que se realiza e intentando hacer preguntas sobre datos o personas relevantes del mundo del fútbol; o durante la ronda de SMS que entran por las principales redes sociales nombradas anteriormente. Incluso se puede visualizar el programa o gran parte del mismo, mediante enlaces directos en las mismas redes sociales. De esta manera, cualquier oyente que desee ver la retransmisión del estudio de radio en directo, podrá hacerlo siempre y cuando se habilite la posibilidad por parte del programa.

4. Metodología

En este trabajo se busca analizar en cierta medida la evolución que ha tenido la radio deportiva española desde la primera mitad del siglo XX hasta cómo se encuentra en la actualidad con los principales programas deportivos, como se ha comprobado en apartados anteriores, y situar al lector en el contexto histórico con los “grandes acontecimientos” de la historia la radio deportiva española. También presentamos los datos actuales de audiencia (Oleadas de 2019) según la información recogida en la página del EGM de los principales programas deportivos de los fines de semana.

Para todo ello también nos ha servido de gran ayuda los manuales como el de Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*; Rojas Torrijos, José Luis (2011). *Periodismo Deportivo de Calidad*; Fernández Sande, M. (2006). *Evolución histórica y panorama actual de los Programas deportivos de fin de semana en la radio española*; o Malvar, Luis. (2005). *La radio deportiva en España 1927-2004*.

También veremos la evolución que ha tenido el programa “Tiempo de Juego” de la Cadena COPE, sobretodo haciendo principal hincapié en los últimos diez años desde 2010 cuando gran parte de la plantilla de “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER decidió trasladarse a la competencia, liderado por Paco González y Pepe Domingo Castaño en el que nos hemos apoyado en la página web de la cadena COPE, en la propia Wikipedia del programa, y en otros enlaces externos sobre noticias que hablan del tema y que aparecen en la bibliografía de este trabajo. También en la propia web de la cadena, hemos podido acceder a los datos de los trabajadores de la redacción y comprobar así entre dicha información y la obtenida de los audios, la principal relación

entre los participantes y conocer sus posibles roles, tal y como pretendemos en nuestros objetivos establecidos anteriormente.

En cuanto al análisis de la estructura y lenguaje del programa, nos hemos apoyado en el manual de Pacheco Barrio, Manuel Antonio, (2009) "La Estructura actual de las retransmisiones futbolísticas". *Revista Ámbitos* 18; Herrero Gutiérrez, F. Javier, y Rodríguez Ramos, David (2009) "Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social España". *La locución de los narradores deportivos radiofónicos en España* 64 y Herrero Gutiérrez, F.J. (2012). "Las retransmisiones deportivas radiofónicas en España: un análisis textual". *Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación* pp.118-135; y la tesis del profesor Francisco Javier Herrero (2013). "Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español"

Como hemos dicho al principio del trabajo, y debido al estado de alarma en el que nos encontramos, debido al virus del COVID-19 que está afectando a todo el mundo, las principales ligas europeas se han suspendido y no se sabe a ciencia cierta cuándo podrá volver el deporte. Debido a esto, el periodismo deportivo se ha visto obligado a hacer un cambio en las estructuras de sus programas como consecuencia de la suspensión de los grandes deportes y a la falta de contenido que esto conlleva.

Es por eso que nuestro objeto de estudio será el último fin de semana donde se disputaron competiciones deportivas, y por tanto la última jornada de la Liga Profesional de Fútbol (LFP) hasta el momento, la que se corresponde con las fechas 7 y 8 de marzo y que equivale a la jornada número 27 de la temporada 2019/2020. Dentro de esta misma jornada haremos un análisis general de la jornada en sí, pero haremos especial enfoque en los partidos de los equipos punteros de la liga como son Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid para conocer cuál es el equipo de profesionales que trabaja retransmitiendo, narrando, comentado u opinando sobre estos equipos.

Además, hemos realizado una tabla de elaboración propia para que ayude a comprender mejor no solo el análisis del programa, sino también su estructura; y otra tabla que ayude a comprender la relaciones de los principales participantes durante la retransmisión de los tres grandes equipos de nuestra liga.

Nombre del Programa
Fecha de emisión
Duración
Partidos retransmitidos
Comentaristas en los estadios
Comentaristas en el estudio
Deportes nombrados

Tabla 1. Ficha del programa del 7 de marzo de 2019. Fuente: Elaboración propia.

“TIEMPO DE JUEGO” CADENA COPE	ROL	INTERVENCIONES
[Redacted]		

Tabla 2: Principales participantes y roles de los equipos punteros en “Tiempo de Juego”. Elaboración propia.

Por lo tanto para finalizar con la metodología, diremos que se utilizará una metodología que rondará más lo cualitativo en lo que se refiere a la evolución, la estructura del programa, el lenguaje del contenido o en el cambio establecido por el programa que es el objeto de estudio de nuestro trabajo. Aunque también se utilizará una metodología un tanto cuantitativa en cuanto a la medición del tiempo y la cantidad de intervenciones durante los encuentros disputados por los equipos punteros de nuestra liga nombrados anteriormente, que nos ayudará a comprender mejor la estructura del programa y a establecer la relación existente entre los participantes de una transmisión y conocer los roles de los principales participantes en un programa deportivo.

5. Resultados

5.1 Un año de cambio en la COPE

Como hemos dicho anteriormente en el transcurso del trabajo, “Tiempo de Juego” nace en 1969 en la Cadena COPE. Fue creado por Ramón Barba, quien, fijándose en

el “Tablero” y “Carrusel Deportivo” de RNE y Cadena SER, respectivamente, pensó el primer programa radiador de retransmisiones deportivas en directo para la red de emisoras de Radio Popular. “Tiempo de Juego” tiene más de 45 años de existencia durante los que ha tenido como directores a periodistas de gran renombre como José Joaquín Brotons, Pedro Pablo Parrado, Agustín Castellote, José María García, Eduardo García y José Antonio Abellán antes de Paco González.

Y fue ahí en ese preciso momento, en el año 2010, cuando Paco González posibilita el gran cambio que ha llevado a COPE y a “Tiempo de Juego” a ser el programa más escuchado durante muchos fines de semana y consiguiendo “destronar” así a su principal competidor, “Carrusel Deportivo” de la Cadena SER, de dónde el mismísimo Paco González había dirigido el programa durante los últimos 18 años anteriores. En el año 2010, tras un gran desacuerdo entre el director del programa “Carrusel Deportivo” por aquel entonces, Paco González y los altos cargos de la emisora de PRISA, la cadena SER, el periodista es cesado de la cadena y pasa a formar parte del equipo de Mediaset para retransmitir el Mundial de Sudáfrica 2010. Un par de meses más tarde anunciaría su acuerdo con la COPE.

Este desembarco de Paco González de la SER a la COPE trajo consigo a unos 50 periodistas que decidieron abandonar la “nave” de la SER para trasladarse a la cadena episcopal en un hecho que quedará remarcado en la historia de la radio deportiva española. Desde entonces la audiencia no ha dejado de crecer, con un programa muy similar al practicado durante su militancia en la SER y con prácticamente el mismo equipo que en aquel entonces. Lo ha hecho hasta tales picos que ha logrado por algunos momentos y durante alguna oleada del EGM, ser el programa deportivo más escuchado y seguido de la radio deportiva española en la actualidad. Algo muy significativo porque como ya hemos hablado el programa “Carrusel Deportivo” es el decano de la radio en nuestro país y ha sido siempre el programa referencia de la radio deportiva.

5.2 Relación y roles de los participantes

Por consecuencia del cambio realizado durante el año 2010 y posteriores, el equipo de deportes COPE está compuesto principalmente por estos profesionales de la comunicación hoy en día, aunque sigue contando con alguno más. (https://es.wikipedia.org/wiki/Tiempo_de_juego)

- Director: Paco González.
- Publicidad y animación: Pepe Domingo Castaño, Gemma Santos y Jorge Armenteros.
- Producción: Jorge Hevia, Rubén Parra, Germán Mansilla,
- Realización: José Antonio Hernández, Antonio Bravo, Javier Rodríguez, Víctor Catalina
- Coordinación: Pedro Martín, Fernando Evangelio, Antonio Pérez del Castillo, Guillermo Valadés, Andrea Peláez, Ana García, Luis Millán.
- Fútbol Internacional: Julio Maldini y Fernando Evangelio
- Fútbol Femenino: Andrea Peláez
- Comentaristas - colaboradores: Julio Maldini, José Miguel Prieto, David Albelda, Tomás Guasch, Poli Rincón, Manolo Sanchís, Luis Ángel Duque, Dani Ruiz-Bazán, Fernando Morientes, Paco Liaño, Juan Sabas, Javi Casquero, Andoni Cedrún, Marcos López, César Sánchez, Paulo Futre, Luis Malvar, Óscar Pereiro, Luis Pasamontes, Miguel Ángel Paniagua, Siro López, José Antonio Martín Petón, Carlos Barazal, Dani Senabre, Josep María Minguella, Guillermo Uzquiano, Elías Israel, Fernando Evangelio, Jesús Alañá Martín, Rodrigo Contreras, Borja González, Pilar Casado, Arancha Rodriguez, Gemma Santos
- Comentarios arbitrales: José Francisco Pérez Sánchez (fallecido el 23 de septiembre de 2016), sucediéndole a partir del 19 de noviembre de 2016 César Muñiz Fernández y posteriormente por Pedro Martín.
- Narradores principales: Manolo Lama, Rubén Martín, Manolo Oliveros, Heri Frade, José Manuel Oliva, Germán Dobarro, Juan Carlos *Xuancar* González, Rafa Villarejo, José Manuel Segarra, Santi Duque, Álvaro Rubio, Carlos Sáez, Carlos Miquel, José Luis Gil, Albert Diez y Marco Antonio Sande.

Como hemos nombrado anteriormente en la metodología de este trabajo, hemos analizado el programa de “Tiempo de Juego” que corresponde a las fechas del 7 y 8 de marzo y pertenecientes a las jornada 27 de la Liga 1º División. Dentro de esta misma jornada haremos un análisis general de la jornada en sí, pero haremos especial enfoque

en los partidos de los equipos punteros de la liga como son Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid, para conocer cuál es el equipo de profesionales que trabaja retransmitiendo, narrando, comentado u opinando sobre estos equipos, ya que normalmente, sobretodo en cuanto a los comentaristas, se suele tener un número mayor de estos en los partidos de los equipos “grandes” que en los demás encuentros, favoreciendo así la diversidad de opiniones durante la disputa del mismo.

Para ello hemos realizado una tabla que ayude a comprender mejor la relación entre los participantes del programa y sus roles. Cabe destacar que unidos a los protagonistas que se plasmarán seguidamente en la siguiente tabla, se suelen encontrar comentaristas como Tomas Guasch, Julio Maldini, Marcos López entre otros, con el ya nombrado

Paco González, Pepe Domingo Castaño y demás realizadores, productores y coordinadores del programa que se encuentran en el estudio.

“TIEMPO DE JUEGO” CADENA COPE	ROL	INTERVENCIONES
Paco González	Director	14,5% - 13’14”
Pepe Domingo Castaño	Animador/Publicidad	8’4% - 7’04”
Rubén Martín	Narrador	47’,6% - 43’45”
Antonio Ruíz	Inalámbrico	4,1% - 3’42”
Andrea Peláez	Inalámbrico	2,1% - 1’58”
José Antonio Martín Petón	Comentarista	6,5% - 5’45”
Pepe Prieto	Comentarista	8,8% - 8’25”
Pedro Martín	Experto en datos	2,5% - 2’20”
Otros	Conexiones	5,6% - 4’54”

Tabla 3: Principales participantes y roles de los profesionales que retransmiten el Atlético de Madrid Vs Sevilla en “Tiempo de Juego”. Elaboración propia.

Durante el análisis de los audios obtenidos en la web oficial de la cadena COPE durante los programas del 7 y 8 de marzo de 2020 de “Tiempo de Juego” y centrándonos más específicamente en Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid, hemos extraído la información necesaria para establecer la relación de los principales participantes y sus roles. Como se observa,, En cuánto al Atlético de Madrid, el narrador principal y el que suele retransmitir todos los encuentros del equipo colchonero, es Rubén Martín, que en este caso se encarga del 47,6% del total de la retransmisión del partido.

Como vemos Paco González, director, y Pepe Domingo Castaño, animador, siguen teniendo un papel fundamental durante el transcurso del encuentro, manteniendo el hilo del programa y estableciendo cuestiones que puedan debatir los comentaristas y así

mantener al oyente en el partido, y realizando parones de publicidad donde Pepe Domingo Castaño es el principal protagonista.

Los comentaristas de esta partido son José Antonio Martín Petón, exfutbolista, y Pepe Prieto, que ambos acumulan más de un 15% de la retransmisión del partido, dando su opinión y dialogando entre ambos o con el narrador, Rubén Martín, sobre aspectos técnicos o físicos del encuentro o de los equipos. Antonio Ruiz y Andrea Peláez son los periodistas de campo que se encargan de dar las noticias más cercanas a los banquillos durante los encuentros; reacciones, noticias y movimientos que puedan visualizar. Aparte de ser encargados de entrevistar a los jugadores y mantener contacto con ellos tras el partido para la posterior zona mixta. Por último, Pedro Martín es el que se encarga de los datos de los partidos; estadísticas, faltas, posesión y un largo etcétera de datos estadísticos muy característicos en “Tiempo de Juego”.

“TIEMPO DE JUEGO” CADENA COPE	ROL	INTERVENCIONES
Paco González	Director	13,5% - 13’14”
Pepe Domingo Castaño	Animador/Publicidad	8’8% - 7’04”
Manolo Oliveros	Narrador	43,6% - 43’45”
Helena Condis	Inalámbrico	4,8% - 3’42”
Joan Batllori	Inalámbrico	4,9% - 1’58”
Dani Senabre	Comentarista	6,5% - 5’45”
Josep María Minguella	Comentarista	8,8% - 8’15”
Marcos López	Comentarista	7’5% - 6’54”
Pedro Martín	Experto en datos	1,8% - 1’45”
Otros	Conexiones	3,8% - 3’10”

Tabla 4: Principales participantes y roles de los profesionales que retransmiten el F.C, Barcelona Vs Real Sociedad en “Tiempo de Juego”. Elaboración propia.

En cuanto a la retransmisión del encuentro disputado el sábado 7 de marzo de 2020 entre el F.C, Barcelona y la Real Sociedad, el narrador principal de la retransmisión del partido es Manolo Oliveros, que se encarga de más del 43% de la retransmisión del partido. Por su parte Paco González y Pepe Domingo Castaño siguen teniendo un papel fundamental para organizar y dirigir el programa con más de un 20% de intervención durante el transcurso del encuentro. Podemos diferenciar con el partido que disputaba el Atlético de Madrid – Sevilla que se encuentra un comentarista más.

Dani Senabre, Josep María Minguella y Marcos López son los encargados de comentar y dar su opinión durante el encuentro, entre ellos acumula más del 22% de intervención. Los inalámbricos en este caso son para Helenda Condis y para Joan Batllori, encargados

de las noticias más próximas a los jugadores durante el encuentro y de entrevistarlos a posteriori. Por último, Pedro Martín sigue siendo el experto en datos durante el partido y el que informa y opina sobre las estadísticas y los datos relevantes de ambos conjuntos, aparte de ser también el experto arbitral dentro del programa.

“TIEMPO DE JUEGO” CADENA COPE	ROL	INTERVENCIONES
Paco González	Director	11,9% - 10’36”
Pepe Domingo Castaño	Animador/Publicidad	7,8% - 7’04”
Manolo Lama	Narrador	42,7% - 40’45”
Miguel Ángel Díaz	Inalámbrico	4,5% - 3’42”
José Manuel Oliva	Inalámbrico	3,6% - 2’58”
Isaac Escalera	Inalámbrico	3,8% - 3’12”
Poli Rincón	Comentarista	8,8% - 8’1”
Siro López	Comentarista	7,5% - 6’58”
Manolo Sanchís	Comentarista	4,7% - 4’08”
Pedro Martín	Experto en datos	2,9% - 2’25”
Otros	Conexiones	1,9% - 1’27”

Tabla 5: Principales participantes y roles de los profesionales que retransmiten el Real Betis Vs Real Madrid en “Tiempo de Juego”. Elaboración propia.

Por último y en cuanto al análisis de los principales participantes y sus principales roles en una retransmisión deportiva, y centrándonos ahora en el encuentro entre el Real Betis y el Real Madrid disputado el 8 de marzo de 2020, se puede continuar afirmando como anteriormente, que el narrador, en este caso Manolo Lama, tiene un papel fundamental en la retransmisión del partido. Más de un 42% de la retransmisión del encuentro es por parte del principal narrador. Paco González y Pepe Domingo Castaño siguen teniendo importancia aunque en menor medida que en los encuentros anteriores, ya que se trata del último partido de la jornada y las conexiones con otros campos o noticias de actualidad ya prácticamente son muy escasas.

En este caso nos encontramos ante tres periodistas que ejecutan la función de inalámbricos dentro del estadio, como son Miguel Ángel Díaz, José Manuel Oliva e Isaac Escalera que cuentan con el 12% de las intervenciones durante el transcurso del encuentro. Como comentaristas principales nos encontramos a tres protagonistas y entre ellos a dos exfutbolistas como Poli Rincón o Manolo Sanchís (aparte de Siro López), lo que cada vez es más habitual durante las retransmisiones deportivas para dar una mayor fiabilidad a la opinión que se crea. Por último, Pedro Martín como colaborador habitual

del programa, independientemente del encuentro que se esté disputando, sigue informando de datos relevantes y las estadísticas más sorprendentes de ambos clubes.

Como ha quedado comprobado en los tres casos de estudio, el narrador es la figura principal sobre la que se resalta una retransmisión deportiva en la radio, ya que es el encargado de conectar con el oyente e intentar informar de una forma objetiva y cercana para que el receptor cree una correcta recreación de lo que está sucediendo en el encuentro. Tal y como explica Pacheco Barrio, Manuel Antonio, (2009: 107), "La estructura habitual de un programa puede verse alterada por hechos inesperados. Cuando el espectador está en el terreno de juego, vive unas sensaciones irrepetibles que no pueden transmitir los micrófonos, pero se le escapan muchos detalles que con la velocidad del juego el ojo humano no puede captar con nitidez, especialmente cuando se trata de sucesos anormales que se salen de la lógica semanal de los partidos de fútbol. El narrador radiofónico sirve para ilustrar aquellos detalles que se escapan al espectador, tanto en el terreno del juego como en las gradas o las dependencias interiores del estadio.

5.3 La estructura actual del programa

Para analizar la estructura del programa durante una jornada de liga de liga o durante un encuentro durante la semana, nos hemos basado en el manual de Pacheco Barrio, Manuel Antonio, (2009) "La Estructura actual de las retransmisiones futbolísticas." *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 18. pp.99-114. Según el autor y según lo que venimos observando con el paso de los años, "las retransmisiones deportivas en la radio española tienen diferente estructura en función de si se trata de una jornada de liga con varios partidos que se disputan a la vez, o de las citas europeas entre semana en las que, como mucho, la estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España se disputan dos partidos con equipos españoles [...]"

De esta manera podemos decir que no es lo mismo realizar un programa deportivo en un fin de semana donde se retransmiten muchos partidos de fútbol y se van recogiendo noticias de actualidad y/o resultados de otros deportes, que hacerlo durante una jornada europea que tan solo tiene uno o dos partidos simultáneos. La estructura del programa durante una jornada europea por ejemplo que transcurre durante la semana, tiene que ser distinta porque además el tiempo tampoco es el mismo ya que se suele conectar con el

programa quince minutos antes de que empiece el encuentro y se termina la emisión, quince minutos después de que el encuentro finalice.

Aquí prima más la retransmisión en sí que otro tipo de noticia, concursos u otro tipo de información con la que se puede “jugar” los fines de semana en una jornada de liga regular. Esta reducción también se debe a que se altere lo menos posible las programaciones de los programas habituales en curso de las principales emisoras radiofónicas.

Según afirma también Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009: 105), “Lo que se refiere al desarrollo de la narración del partido es muy similar a cualquier otro día, un locutor desde la cabina del estadio narra lo que sucede en el campo, otro periodista a pie de campo hace lo que se denomina vestuarios y ambiente. Por otro lado, desde el estudio central, el director del programa comparte micrófono con los comentaristas, uno o dos ex futbolistas o ex entrenadores, junto con un árbitro. Las cadenas de radio tienen un amplio abanico de comentaristas, entre seis y diez, que se alternan en función de los equipos que disputan los partidos. Suelen escoger a jugadores o entrenadores que tienen algún vínculo con el equipo grande que juega ese día, Real Madrid, Barcelona, Valencia, Atlético de Madrid, Sevilla, etc. La estructura del programa también es idéntica a la del resto de días. Cada quince minutos se hace una ronda de resultados [...]” Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009: 104).

Los programas de los fines de semana son más extensos en contenido ya que su duración es mucho más larga. Según los horarios establecidos por las televisiones en la temporada 2019/2020, los partidos están más repartidos durante toda la jornada, lo que evita que un partido se colapse con el otro en la misma liga. Esto provoca que la retransmisión pueda centrarse en dos equipos específicos de primera división en este caso, y analizar de una manera más profunda el encuentro. Aunque durante el transcurso de dicha retransmisión se hagan rondas informativas, cada treinta minutos o cada hora, para saber qué es lo que está pasando en otras ligas y otros deportes en ocasiones. También se abren las conexiones con los siguientes partidos de la jornada para dar a conocer las últimas novedades de los próximos encuentros.

En algunas ocasiones, también se incluyen algún tipo de concurso e incluso hay secciones para leer los mensajes o twitters de los oyentes, tal y como recoge también Malvar, Luis. (2005). *La radio deportiva en España 1927-2004*. “Hoy en día y gracias a

las nuevas tecnologías, toda radio deportiva se sirve de redes sociales como Facebook o Twitter para interactuar con la audiencia”. “Además, el modo de llegar hasta los oyentes se ha diversificado, ya que no sólo existen las alternativas de la Onda Media y la Frecuencia Modulada, puesto que es posible escuchar cualquier programa a través de internet desde cualquier dispositivo móvil y en cualquier momento”.

Por lo que se puede decir que la tecnología también ha influido de una manera muy significativa en la estructura de “Tiempo de Juego” no solo interactuando con los oyentes por mensajes, si no también permitiendo visualizar el estudio central del programa donde se encuentra Paco González, director del programa, Pepe Domingo Castaño “La leyenda” como animador principal, acompañado de algún colaborador como Jorge Armenteros o Gemma Santos entre otros. Esto permite al oyente no solo escuchar, si no ver también saber cómo se hace el programa en directo, lo que supone un avance muy notorio.

“Los programas de los fines de semana, tienen una estructura más dinámica, aunque esto se escenifica mejor en la jornada del domingo que es cuando se suele desarrollar el grueso de la competición, aunque en los últimos años con la aparición del PPV los horarios de los partidos cada vez están más diversificados” Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009:105). Durante la temporada 2019/2020 los horarios de las jornadas se han diversificado de tal manera que los partidos no se colapsan los unos con los otros y nos encontramos con encuentros prácticamente cada dos horas. La jornada suele comenzar los viernes a las 21:00h, por lo que nos encontramos ante una estructura semejante en gran parte a la programación y estilo del programa de entre semana cuando se realiza partido europeo.

La programación del programa únicamente dura lo que dura el encuentro, por lo que no queda tiempo para concursos, preguntas de los oyentes, ni tampoco para hablar sobre temas muy diversos más que algo de actualidad de la jornada que está entrando en curso. Durante los sábados, la programación de “Tiempo de Juego” arranca a las 13:00h justo comienza el primer encuentro del sábado en primera división y finaliza cuando concluye el último encuentro de la jornada, antes de dar paso, media hora más tarde, a la continuación de “Tiempo de Juego” pero otro presentador como es José Luis Corrochano o Joseba Larrañaga, que conducirán el programa desde las 23h hasta la

1:30h en horario nocturno. Los horarios de los siguientes partidos posteriores al de las 13:00h son a las 16:00h, 18:30h y 21:00h.

Con esta diversificación de horarios, el director del programa, comentaristas, animadores y demás colaboradores se pueden centrar solo en el encuentro en curso sin dejar de prestar atención a los inalámbricos repartidos por todos los campos de la jornada, por si hubiera alguna noticia de última hora.

A medio día y después de la primera jornada del sábado, el director del programa, Paco González y algunos de los colaboradores y productores del programa como Jorge Hevia o analizan la jornada internacional de las grandes ligas europeas e informan sobre otras noticias de actualidad acerca de otros deportes.

También aprovechan para informar de los partidos de segunda división y comentar por encima los encuentros más importantes que se disputan en esa jornada de 2ª División. También, como afirma Pacheco Barrio, “se alterna la narración del partido, más o menos intensa en función del peso de los equipos que lo disputan y de lo que se jueguen, con las conexiones con los estadios en los que ya han finalizado los partidos para conocer las opiniones de los implicados y el balance del partido”. En “Tiempo de Juego” se siguen introduciendo algunas partes en las que se busca también cambiar la rutina futbolística, introduciéndose así secciones de humor entre los encuentros.

De igual manera también se establece una relación próxima con la audiencia para hacer más plural el contenido de los comentarios de los partidos, y se les permite comentar de cualquier cosa que tenga relación con los partidos que se han narrado o con cualquiera de las noticias deportivas que se desarrollan durante el fin de semana, y pueden colaborar a través de las redes sociales, mensajes directos o a aplicaciones móviles e incluso alguna carta postal o correo electrónico. La publicidad sigue siendo una pieza fundamental a lo largo del programa y durante toda su historia. La forma de hacerlo para enganchar a la audiencia es muy importante y que incluso el hecho de que durante el transcurso del partido se pueda interrumpir para anunciar algún tipo de producto, tiene que ser de una manera que no ponga en riesgo el hilo de la retransmisión del encuentro.

En esto Pepe Domingo Castaño es un genio, acompañado siempre de Jorge Armenteros y Gemma Santos. Podemos observar que durante el programa de “Tiempo de Juego” se

usa tanto publicidad de carácter local en las desconexiones, como cuñas de los patrocinadores que se insertan en el programa durante su desarrollo, fusionándose así con la escaleta del mismo.

La siguiente tabla nos ayudará a comprender mejor la estructura de “Tiempo de Juego” durante los programas de los sábados y nos servirá para comprobar la duración total del programa, así como los partidos retransmitidos durante la emisión, conocer el número de periodistas que se encuentran en el lugar del acontecimiento y cuántos en el estudio, y por último comprobar el número de deportes de los que se informan durante la retransmisión.

Nombre del Programa	“Tiempo de Juego” Cadena COPE
Fecha de emisión	Sábado 7/3/2020
Duración	13h-23h. 23h-01:30h =12h y 30 min. (contando el programa nocturno)
Partidos retransmitidos	4
Periodistas en los estadios	2 o más si se trata de un equipo puntero
Periodistas en el estudio	3
Deportes nombrados	7

Tabla 6. Ficha del programa “Tiempo de Juego” del 7 de marzo de 2020. Fuente: Elaboración propia.

Durante los programas del domingo tienen una estructura muy similar a los programas de los sábados. La diversificación de horarios tiene un papel muy importante para que esto suceda, ya que se mantiene un partido cada dos horas aproximadamente, de 1ª División, lo que favorece a la retransmisión del encuentro en concreto pudiéndose juntar así con alguno de otras ligas como la de la 2ª División, teniendo como primicia siempre el encuentro disputado entre conjuntos de 1ª División. La programación comienza a las 12:00h. de la mañana con el primer encuentro de la jornada del domingo.

Durante esta campaña se han empezado a jugar incluso más de un encuentro matinal, por lo que la segunda jornada empieza a las 14.00h de la tarde y se aprovecha también, igual que durante las pausas de los encuentros o durante los descansos, para recordar los resultados del día anterior de todas las categorías e introducir la jornada del domingo no solo en cuanto al fútbol, si no también lo que se espera del deporte en la jornada del

domingo. Durante los programas de los domingos también se dan a conocer los resultados de los partidos de todos los grupos de 2ª División B y las clasificaciones con los equipos que ocupan las plazas más altas de las clasificaciones.

Se le da paso a Fernando Evangelio, periodista de COPE encargado para el fútbol internacional e informa de las principales ligas europeas, igual que con el periodista Julio Maldini, con el que también conecta el programa normalmente para conocer las últimas noticias de la jornada internacional.

También sobre este horario y hasta el siguiente encuentro disputado a las 16:00h de la tarde, el programa y más en especial Pedro Martín, el experto en datos, se encarga de realizar un concurso en base a unas preguntas relacionadas con algún club o jugador en concreto. También Julio Maldini es el encargado durante muchas tardes de hacer otro tipo de concurso o consultorio dónde los oyentes pueden participar y ganar algún tipo de premio e interactuar de una manera más positiva con el programa. La publicidad en “Tiempo de Juego” sigue siendo una pieza fundamental a lo largo del programa y los domingos continúa de la mano de Pepe Domingo Castaño, como figura principal, Gemma Santos y Jorge Armenteros.

El horario del siguiente encuentro disputado durante la jornada del domingo es a las 18:30h, treinta minutos después de la finalización del último encuentro. Aquí el director del programa, Paco González, tiene un margen de tiempo para poner en situación al oyente y poder comentar un poco más el encuentro anterior si ha ocurrido algo que ha necesitado algo más de tiempo de debate, o dar paso a inalámbricos de otros estadios para que se vayan anunciando las últimas noticias de actualidad. También se siguen utilizando las llamadas “rondas informativas” cada hora para poner a la audiencia en situación e ir informando de los acontecimientos ya finalizados o que todavía siguen en curso.

El último partido que cierra la jornada del domingo y por tanto la jornada en curso, se disputa a las 21:00h de la noche y éste suele ser el llamado “partido de la jornada”. Aquí las conexiones e inalámbricos ya son prácticamente inexistentes, salvo con algún partido que pueda quedar de 2ª División. La locución se centra principal y exclusivamente en la retransmisión del partido y ya no hay tiempo para concursos que se suelen hacer en las primeras horas de la tarde. Durante el transcurso de esta retransmisión se siguen haciendo las llamadas “rondas informativas”, normalmente en

el descanso del encuentro en curso, para informar a la audiencia de cómo ha ido evolucionado la jornada durante el domingo.

Una vez finalizado el encuentro, el director del programa, Paco González, se queda comentando brevemente las últimas opiniones de los comentaristas y los especialistas que han estado narrando el partido y se vuelve a recordar todos los resultados de la jornada, tanto del viernes, como sábado y domingo y cómo queda la clasificación una vez finalizada la jornada. A partir de aquí el programa finaliza y se da paso al horario nocturno, dónde “Tiempo de Juego” sigue retransmitiendo con un cambio de director, al igual que en los sábados, con Joseba Larrañaga o Jose Luis Corrochano. Durante una hora y con ayuda de los colaboradores del programa se repasa lo que ha dado la jornada del domingo en cada campo de 1ª División, para dar paso posteriormente, al programa “El Partidazo de COPE”, dirigido por Juanma Castaño, y que cuenta con la mayoría de colaboradores y comentaristas que componen el programa de “Tiempo de Juego”.

La siguiente tabla nos ayudará a comprender mejor la estructura de “Tiempo de Juego” durante los programas de los domingos y nos servirá para comprobar la duración total del programa, así como los partidos retransmitidos durante la emisión, conocer el número de periodistas que se encuentran en el lugar del acontecimiento y cuántos en el estudio, y por último comprobar el número de deportes de los que se informan durante la retransmisión.

Nombre del Programa	“Tiempo de Juego” Cadena COPE
Fecha de emisión	Domingo, 8/3/2019
Duración	12h-23h. 23h -01:30h =13h(contando el programa nocturno)
Partidos retransmitidos	5
Comentaristas en los estadios	2 o más si se trata de un equipo puntero
Comentaristas en el estudio	3
Deportes nombrados	8

Tabla 7.Ficha del programa “Tiempo de Juego” del 8 de marzo de 2020. Fuente: Elaboración propia

5.4 Lenguaje utilizado durante las retransmisiones de “Tiempo de Juego”

Para este apartado nos hemos centrado, como en el caso anterior en el manual de Pacheco Barrio, Manuel Antonio, (2009) "La Estructura actual de las retransmisiones futbolísticas." *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 18. Pp.99-114; pero también en la tesis de Francisco Javier Herrero. (2013) "Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español" y Herrero Gutiérrez, F. Javier, y Rodríguez Ramos, David. (2009) "Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social España". *La locución de los narradores deportivos radiofónicos en España* 64.

Según Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009), "La vertiente musical de la entonación es la responsable de que algunos locutores resulten tediosos y aburridos para el oyente, mientras que otros dan la impresión de que explican las noticias cantando". "El locutor "canta" lo que sucede en el terreno de juego para transmitir a través de las ondas el ritmo del encuentro. Por este motivo, cuando más emocionante esté el partido o la carrera, más animada será la melodía del narrador, como si se tratara de una canción de música ligera pegadiza. Cuando el partido está en una fase de aburrimiento, la narración pierde intensidad y se asemejaría a una canción monótona que adormece al oyente.

Los narradores deportivos cuentan cantando, es decir, transmiten lo que está sucediendo en el terreno de juego con una melodía que llega al oyente y que se asocia a una retransmisión deportiva. Cuando el oyente escucha el tono y el ritmo de estos locutores, identifica al momento la transmisión deportiva" En esta afirmación del autor podemos confirmar que durante las retransmisiones de los encuentros, el narrador principal irá jugando con la tonalidad y el timbre de voz en función del peligro que pueda tener la jugada, para mantener al oyente más vivo o cercano o más lejano, en función de dónde se encuentre la fase de la jugada.

En este caso y dentro de nuestro objeto de estudio de la jornada 27 de 1ª División y principalmente sobre los tres equipos punteros de nuestra liga como son, F.C, Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid, encontramos como principales narradores a Manolo Oliveros, Manolo Lama y Rubén Martín, respectivamente.

Ellos tres son normalmente los encargados de las retransmisiones deportivas de estos equipos. Esto favorece la conexión del oyente que ya conoce al narrador y sabe

identificar según la entonación, ritmo y variantes sonoras, en qué momento está sucediendo determinada jugada en un momento determinado. El narrador tiene que saber jugar con esa variación de timbres y de ritmos siendo capaz de captar al oyente y que éste no tenga ningún problema a la hora de entender lo que está sucediendo en el terreno de juego.

Por su parte, Herrero Gutiérrez, F. Javier, y Rodríguez Ramos, David.(2009) afirman que “hoy en día, las modernas líneas RDSI (Red Digital de Servicios Integrados) empleadas en las retransmisiones de acontecimientos deportivos a través de la radio permiten reflejar con mucha mayor fidelidad la intensidad, timbre y tono de la voz de sus emisores, alejados de los primitivos micrófonos de carbón que se emplearon en las primeras retransmisiones de partidos de fútbol en España en las décadas de los años 20 y 30 del siglo XX”[...]

Como comprobamos, los autores coinciden en la importancia de la tonalidad, intensidad y el timbre de la voz a la hora de una retransmisión deportiva. En nuestro caso, el narrador encargado principalmente de los encuentros del Real Madrid, Manolo Lama, sobresale por ser uno de los narradores con mayor prestigio dentro del panorama radiofónico español. Con muchos años de experiencia a sus espaldas, ha conseguido lograr lo que afirman nuestros autores y que el oyente pueda percibir de manera clara y concisa la información que está ocurriendo en determinado partido y saber con toda la certeza que se pueda, si es una ocasión de peligro, si el partido está aburrido, o en cambio sí están sucediéndose muchas ocasiones.

Tal y como afirma Pacheco Barrio, Manuel Antonio (2009: 103) “El objetivo final del locutor es seducir, persuadir, convencer al oyente para que permanezca en una escucha activa, condición imprescindible para la eficacia de la comunicación. La principal función de la radio es contar la realidad de manera que el oyente forme imágenes mentales a partir de lo que oye y así llegue a la comprensión. Para esto es preciso que el emisor tenga claro qué es lo que quiere contar y cómo va a hacerlo. El emisor quiere que el oyente comprenda su mensaje y para ello ha de emitirlo de la mejor manera posible, algo que no podría hacer adecuadamente si él mismo no ha comprendido los datos y su significado en el contexto del relato. Para ejemplificar esta explicación, cabe destacar que los locutores de las cadenas de radio nacionales que siguen a los grandes equipos del fútbol español, Real Madrid y Barcelona, son siempre los mismos. De esta

manera conocen a la perfección todos los detalles de esos equipos y pueden tener una mayor complicidad con los oyentes y seguidores”

En el caso de Manolo Oliveros y Rubén Martín, también son dos narradores muy reconocidos dentro del “mundo” radiofónico en nuestro país y que traducen lo nombrado anteriormente con la misma exactitud. El narrador debe de mostrar un estado de ánimo concreto, que se tiene que corresponder con el género al que pertenece una retransmisión deportiva en la radio, y que a partir de sus características, sus resultados deberían corresponderse entre sí teniendo en cuenta la tabla presentada por la profesora Rodero (2005: 62), y que nos ayudará a comprender mejor cuál debería ser el timbre, el tono, intensidad y duración, dependiendo del estado emocional del encuentro.

ESTADO EMOCIONAL	TIMBRE0	TONO	INTENSIDAD	DURACIÓN
Alegría Emoción Tensión Euforia Enfado	Más abierto	Agudo	Alta	Rápida
Tristeza Tranquilidad Depresión Sensualidad Dulzura	Más cerrado	grave	Baja	Pausada

Tabla 8. Correlación entre las cualidades de la voz y el estado emocional. Fuente: Rodero, Emma (2005: 62)

Por último y centrándonos en la tesis de Francisco Javier Herrero. (2013)”Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español”, el cual es una aproximación al estudio de las retransmisiones deportivas radiofónicas desde un triple prisma: el puramente lingüístico, el de la locución y el plano contextual.

Desde un plano lingüístico, Francisco Javier Herrero se detiene en el tipo de construcciones sintácticas y léxicas más habituales, así como en los errores en los que los periodistas deportivos de radio incurren con mayor frecuencia.. Entre los resultados más destacados, observamos que este tipo de periodismo se decanta claramente por las

oraciones personales (87%) antes que las impersonales, las simples (85%) antes que las compuestas, y prevalecen las enunciativas (81%) y exclamativas (15%) a lo largo de la narración. Igualmente, los nombres propios (14%), sustantivos (15%) y los verbos (11%) son los tipos de palabras empleadas con mayor frecuencia.

En el programa “Tiempo de Juego” como en todos los programas de los medios de comunicación, no solo deportivos radiofónicos, este tipo de lenguaje algo más coloquial con el uso excesivo de tópicos, neologismos o extranjerismos, entre otros, es más habitual de lo que creemos. Durante la emisión del programa observamos ciertos aspectos mejorables que suele aparecer en este tipo de programas deportivos que suelen ocupar casi la totalidad de la parrilla radiofónica.

En este programa hemos podido recoger algunas frases hechas utilizadas por los miembros del programa durante el transcurso del mismo. Entre ellas se encuentran: “a la tercera va la vencida”, “arañar segundos”, “cambio de orientación”, “pase de la muerte”, “balón dividido”, “dejar un recado”, “estar con la caña preparada”, “ser de gatillo fácil”, “gol del honor”, “pasarlas canutas”, “meterse en un fregado”, “empanada”, “estar adormilados”, “estar tieso”, “labores defensivas”, “sacar petróleo”, “sentenciar el partido”, “salir a por uvas”, “tener manos de mantequilla”, “victoria muy trabajada”, “tener pie y medio metido en algo”, “la pelota se quedó muerta” etc...

Entre los neologismos de forma, la mayoría de los cuales sigue sin figurar en el diccionario, se destacan muchos que hemos comprobado durante la emisión del programa “Tiempo de Juego”. Banderín, cantera, caracolear, carril – carrilero, achique, aclarado, bandeja (baloncesto), aguantar (el balón), dormirse (despiste) dibujo (planteamiento táctico) manejar (conducción del balón), volcar, melón (refiriéndose a un pase malo), poner (centrar) o picar (la pelota) entre muchos otros que se pueden encontrar durante un programa deportivo.

Otro recurso que emplean los narradores es llamar a los jugadores, además de por su nombre, por su nacionalidad o por el mote que les ponen a algunos de ellos, como por ejemplo “el bicho” es Cristiano Ronaldo para Manolo Lama en COPE, “Ney” es Neymar o “Pinchisco” es Isco, “la pulga” para referirse a Leo Messi o “el camero” para referirse a Sergio Ramos. Esto hace que el discurso sea mucho más fluido y dinámico, aparte de crear una cercanía indirecta también con el oyente que podrá usar esas palabras y tener en cuenta de esta manera también al programa en cuestión. También

son muy frecuentes la omisión de términos. Durante la emisión del programa hemos observado omisiones como por ejemplo en vez de decir “en la banda izquierda” se emplea el término “en banda izquierda; la palabra minutos también suele omitirse de tal manera que se emplean términos como “doce y medio de partido” refiriéndose a que transcurren “doce minutos y medio de partido”.

En la misma tesis de Francisco Javier Herrero (2013) se indica que los extranjerismos y préstamos que toman los periodistas deportivos radiofónicos de otras lenguas no son cuantiosos en términos porcentuales y que, en su gran mayoría, proceden del inglés (78%), francés (9%), italiano (9%) y portugués (4%), que son precisamente los idiomas más presentes en esas mismas modalidades que copan la atención en esta tipología programática.

Durante el análisis del lenguaje del programa “Tiempo de Juego” de COPE, y en relación también a la tesis de Francisco Javier Herrero, se han encontrado algunos errores habituales en los que el autor también se refiere a aquellos que tienen que ver con una deficiente pronunciación, la omisión de artículos y preposiciones, el uso de palabras de dudoso significado como por ejemplo “redebutar”, el acortamiento o fusión de palabras de forma incorrecta, como por ejemplo “pa abajo” en vez de “para abajo”, frases mal construidas o con un dudoso sentido semántico, empleos verbales equivocados, impropiedades léxicas o vulgarismos (expresiones malsonantes).

Para finalizar y pese a que estas costumbres lingüísticas se separan de lo que se considera como “correcto” dentro de un punto de vista gramatical, sintáctico o léxico, la tesis de Francisco Javier Herrero (2013) y nuestra propia conclusión después de los resultados obtenidos es que los errores no son numerosos y sobretodo que, "a partir de resultados obtenidos, no se puede afirmar que las retransmisiones deportivas radiofónicas compongan un género pobre en recursos lingüísticos, más bien todo lo contrario".

6. Conclusiones

A lo largo del trabajo se han ido analizando y cumpliendo todos los objetivos establecidos previamente en el inicio del trabajo. Especulábamos diciendo que en los programas radiofónicos deportivos y que en especial en “Tiempo de Juego” prima más la narración del evento por encima de cualquier descripción y opinión. Esto ha sido corroborado a lo largo de nuestro trabajo, ya que como hemos podido analizar, el tiempo de retransmisión durante los encuentros disputados por los equipos punteros de nuestra liga, supera el 40%, mientras que los porcentajes de profesionales que canalizan el programa dando su opinión o alguna descripción del encuentro, llega hasta el 18%.

Otra de las hipótesis sobre las que se basaba este trabajo era la de que el lenguaje utilizado por los narradores y comentaristas de “Tiempo de Juego” era un lenguaje coloquial, y en algunas ocasiones hasta descuidado. Hemos podido comprobar durante el análisis del lenguaje del programa que se usa un lenguaje coloquial que ayuda a interactuar con el cliente de una forma más cercana y evitar así un exceso de formalidades, pero en ningún caso es un lenguaje descuidado ya que en ningún momento está rozando lo vulgar. Es cierto que los comentaristas que se dedican a dar su opinión sobre el encuentro, y que no son profesionales de la comunicación, suelen cometer más este tipo de errores.

Dicho esto estamos corroborando la siguiente hipótesis planteada durante el transcurso del trabajo. El uso cada vez más habitual de colaboradores, normalmente ex deportistas, que no son profesionales de la comunicación y que trabajan durante el programa (normalmente en determinados encuentros exclusivamente) dando su opinión y describiendo algunas facetas del encuentro. En “Tiempo de Juego” nos podemos encontrar a profesionales como David Albelda (ex jugador del Valencia C.F), Santiago Cañizares (ex jugador del Valencia C.F), Poli Rincón (ex jugador del Real Madrid C.F) o Manolo Sanchís (ex jugador del Real Madrid C.F) entre otros.

Según se ha podido comprobar también durante el análisis de los programas de “Tiempo de Juego” correspondiéndote al fin de semana del 7 y 8 de marzo de 2020, el deporte que predomina es sin lugar a dudas el fútbol. Aunque existen las “rondas informativas” donde en muchas de ellas, o durante los descansos de algún partido o algunas pausas, se anuncian los resultados de los principales deportes fuera del fútbol. Tenis, baloncesto,

MotoGP, Fórmula 1, golf, balonmano o bádminton son algunos de los deportes que también se nombran durante el transcurso del programa.

Por último y para terminar de valorar las hipótesis planteadas al principio de este trabajo, planteábamos que el cambio producido en la Cadena COPE y principalmente en su programa “Tiempo de Juego” en el año 2010, había sido vital para cosechar los buenos resultados que se llevan obteniendo desde hace unos años atrás hasta la actualidad. Durante el análisis de la Cadena COPE y de sus audiencias antes y después del gran “desembarco” de periodistas procedentes de la Cadena SER a la cadena COPE, comprobamos que desde la llegada de Paco González a la Cadena COPE, y con él hasta 50 profesionales del periodismo que eran líderes indiscutibles en “Carrusel Deportivo” de la SER, las audiencias han ido aumentando progresivamente hasta convertirse en algunos meses y durante alguna oleada ,según Estudio General de Medio (EGM), como el programa líder en el panorama radiofónico deportivo español.

Lo que está claro es que los niveles de audiencia se han ido nivelando con el paso de los años y que “Carrusel Deportivo” ya no tiene el dominio que tenía hasta 2010, siendo el programa deportivo de la radio española por excelencia desde prácticamente los primeros años de su creación. Y no solo pasa con “Tiempo de juego” durante los fines de semana en horario de tardes, sino también con su horario nocturno de sábados y domingos, compitiendo así con el programa “El Larguero” establecido por la Cadena SER para ese horario. “Tiempo de juego” de Paco González y “El partidazo de COPE” de Juanma Castaño han conseguido nivelar la audiencia de la cadena episcopal consiguiendo igualar e incluso a veces superar a “Carrusel Deportivo” y “El larguero”, respectivamente.

En cuanto a los objetivos establecidos al principio del trabajo y que han sido esenciales para la realización del mismo, hemos conocido como ha ido evolucionando la radio deportiva española desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad. Se ha analizado lo que es el periodismo deportivo según diferentes autores y se ha puesto en conocimiento las principales etapas de la radio deportiva española desde mitad del siglo XX hasta la actualidad, conociendo cuales son los principales hechos históricos y cuáles son programas deportivos actuales y su audiencia durante las últimas oleadas del EGM.

Así mismo y respondiendo también a otro de los objetivos planteados a lo largo del trabajo y que coincide en cierta medida con una de nuestras hipótesis nombradas anteriormente, como es el análisis del cambio establecido por la Cadena COPE en el año 2010 y las consecuencias del mismo. Añadiremos a lo ya dicho de los párrafos anteriores que gracias al gran trabajo de profesionales como Paco González o Pepe Domingo Castaño, leyendas del periodismo deportivo español, la Cadena COPE ha visto un aumento progresivo en el número de oyentes hasta ocupar en ciertos momentos la cúspide del periodismo radiofónico español. Es tan real el progreso y la confirmación del programa han sido renovados por cinco años más por la cadena episcopal. El equipo de “Tiempo de Juego” hasta a buen recaudo.

En cuanto al objetivo establecido en el trabajo, por el cual queríamos conocer la estructura actual de “Tiempo de juego” durante un fin de semana, podemos decir que éste se diferencia en contenido y estructura al programa que se pueda realizar durante la semana con un partido europeo de algún equipo español. Durante los fines de semana el tiempo es más amplio y aunque se da cobertura a muchos deportes, se centra normalmente en el fútbol como deporte principal.

Se analiza la jornada deportiva y los encuentros que se van a disputar. Se dan toques humorísticos y se interactúa mucho con los oyentes, al menos una vez cada hora mediante las llamadas “rondas informativas” o durante los encuentros de los partidos, e incluso mediante la realización de algún concurso o consultorio. En esta ocasión se aprovecha también para conectar con los periodistas inalámbricos desplazados en otros estadios en los que todavía no ha comenzado el encuentro para poder informar de las novedades de última hora. Se ha comprobado también que el equipo de profesionales que suele seguir a los equipos es el mismo siempre lo que favorece que el oyente pueda relacionar fácilmente unas voces con el equipo que disputa el encuentro.

Durante el análisis de otro de los objetivos planteados como el de estudiar el lenguaje utilizado por los componentes del equipo del programa, se ha llegado a la conclusión de que la semántica en las retransmisiones es más relajada y coloquial que por ejemplo en los programas informativos de deportes. Además, también se recurre más a la descripción y la opinión en las retransmisiones. Cabe destacar a los narradores como elemento diferenciador, tanto en la forma de narrar, cantar los goles, junto con el ritmo y la melodía de cada uno. Nos centramos además en unos parámetros establecidos como

son el de la tonalidad de la voz en determinadas situaciones, la intensidad, el timbre o la duración. Por último también añadir que el estilo del director del programa también imprime mucho carácter al espacio radiofónico. El tono serio o distendido que pueda imprimir al mismo se refleja en diferentes estilos de programas.

Por último y en cuanto a los objetivos establecidos al inicio de este trabajo, nos queda por concluir con el objetivo de conocer la relación entre los participantes de una transmisión deportiva y conocer los roles de los principales participantes en el programa “Tiempo de Juego”. Durante el transcurso de este objetivo hemos observado cómo normalmente son los mismos profesionales los que retransmiten a un determinado equipo. Se han medido las intervenciones del equipo de profesionales que trabaja con los equipos punteros de nuestra liga como son Atlético de Madrid, F.C Barcelona y Real Madrid en los encuentros disputados durante el 7 y 8 de marzo de 2020 y correspondientes a la jornada 27 de la Liga de 1ª División.

En el caso por ejemplo del Real Madrid, podemos encontrar siempre a Manolo Lama como narrador y a Miguel Ángel Díaz como periodista a pie de campo, unido normalmente a otro periodista que siga las novedades del equipo que se enfrenta al Real Madrid, en este caso. Los comentaristas pueden variar entre Poli Rincón, Tomas Guasch, Manolo Sanchis, Fernando Morientes u otros comentaristas que han formado parte con el Real Madrid, en este caso, o que tienen un vínculo especial con el club. Esta relación entre los comentaristas y narradores o inalámbricos suele ser siempre la misma, por lo que el oyente distingue fácilmente qué equipo está disputando el encuentro tan solo escuchando a los protagonistas de la retransmisión. Paco González y Pepe Domingo Castaño actúan siempre como director del programa y como animador principal, respectivamente, por lo que son figuras que nunca cambian a lo largo de la retransmisión deportiva.

7. Bibliografía

Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*.

Audiencias: <https://www.20minutos.es/deportes/noticia/radio-egm-cope-ser-tiempo-juego-carrusel-3611543/0/>

Conde, F (2005) *Una reciente historia de la radio en España*. Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO), pp101-120.

EGM 2019 (3ª Oleada): <https://prnoticias.com/radio/egm-radio/20176340-egm-tercera-oleada-carrusel-tiempo-juego>

Equipo Tiempo de juego: https://es.wikipedia.org/wiki/Tiempo_de_juego

Fernández Sande, M. (2006). *Evolución histórica y panorama actual de los Programas deportivos de fin de semana en la radio española*.

Herrero Gutiérrez, F.J. (2009). “Una aproximación para una propuesta Metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las Retransmisiones deportivas en la radio española”. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*. pp. 46-63

Herrero Gutiérrez, F.J. (2012). “Las retransmisiones deportivas radiofónicas en España: un análisis textual”. *Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*. pp. 118-135

Herrero Gutiérrez, F.J (2013) Tesis: “Las retransmisiones deportivas radiofónicas. Estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español”

Historia de la radio deportiva española (1927-actualidad): <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-radio-deportiva-espanola-1927-actualidad>

Malvar, Luis. (2005). *La radio deportiva en España 1927-2004*.

Número de lectores diarios de los principales periódicos españoles en 2019: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>

Pacheco Barrio, Manuel Antonio, (2009) "La Estructura actual de las retransmisiones futbolísticas." *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 18. Pp.99-114.

Peña, Acuña, Beatriz y Jover, López, Juan José (2017) "Periodismo especializado" "Specialized journalism". Encontrado en: <https://books.google.es/books?id=ky8-DgAAQBAJ&pg=PA44&lpg=PA44&dq=definition+of+specialized+journalism&source=bl&ots=Db07HlStxI&sig=ACfU3U14GpZc8UGdknn9iA5axCcK5cn1bw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjbaOeubbpAhVz5-AKHcPAAD0Q6AEwE3oECAoQAQ#v=onepage&q&f=true>

Pérez Sánchez, A.P. (2013).” Retransmisiones deportivas: Narrativa en la era Digital”. *Historia y Comunicación Social*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca. pp. 101-114

Periodismo especializado: <http://mareliyong.blogspot.com/2012/03/definicion-de-periodismo-especializado.html>

Pérez Sánchez, A.P. (2013).” Retransmisiones deportivas: Narrativa en la era Digital”. *Historia y Comunicación Social*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca. pp. 101-114.

Rodero, Emma (2001). “El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo”.

Rojas Torrijos, José Luis (2011). *Periodismo Deportivo de Calidad*.

