

# PERIODISMO DEPORTIVO

## 1. DEFINICIÓN

El periodismo deportivo, como clase de actividad que en los últimos años se ha convertido posiblemente, en el más atractivo de cuantos forman el espectro de la información periodística especializada, pero, incomprensiblemente, dejado de lado en los estudios que se imparten en la facultades y escuelas de Comunicación Social.

Es un hecho comprobado el creciente interés por las noticias y comentarios deportivos. Casi no han periódico en el mundo que cuente con una página o varias páginas, inclusive suplementos dedicados a esta actividad.

La reacción comunicativa, provocada por la actividad deportiva, se expande en dos áreas: una, de índole personal entre competidores y espectadores; y otra, masiva, al alcanzar a los medios de comunicación. A partir del siglo pasado, el deporte recibió el empuje preciso para convertirse en el actual, en el hecho social más importante de la misma, pues a través de la actividad deportiva, esa comunicabilidad entronca con grupos diferenciados de la sociedad.

La comunicación deportiva ha pasado de ser una hermana pobre de la información, a ser clamada por la sociedad, y el periodismo deportivo, aupado por la expansión del deporte y por los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible para todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones a convertirse en una faceta de la información con

personalidad propia. De esa forma, la actividad deportiva comienza a ser controlado, por un lado, por los gobiernos, como un bien educativo y sanitario y, por otro, por organismos públicos y entidades, en el aspecto restringido de lo comercial, así como por los organismos deportivos formados por clubes y federaciones deportivas.

Todo ello, finalmente, concluye en un estadio de necesidad comunicativa reclamada por la sociedad, de donde nace la información periodística especializada en deporte, productora de un efecto comunicacional en dos sentidos: el referente a la educación física y a la motivación intelectual proporcionada por el deporte.

La conclusión de lo manifestado es el resultado de la enorme carga de comunicación proporcionada por el deporte, gracias a su ventaja de ser una actividad abierta.

El periodismo deportivo enciende y propaga la pasión competitiva de las multitudes. Es el gran animador de las concentraciones populares que con los rivales acompañan las emociones entre la pesadumbre de la derrota y el júbilo explosivo de las victorias.

Su estilo intenso reproduce el fragor de los duelos más apasionantes y el frenesí del triunfo, como el silencio del perdedor y el delirio de las tribunas. En tomo a sus páginas especializadas, transmisiones radiales y televisivas se congregan millones de personas sin distinción de credo, edad o preparación o condición social.

Es capaz de galvanizar la atención y unir a los pueblos sin límites ni en la etapa por competitiva, que se inicia tan pronto concluye cada competencia, se aborda las repercusiones inmediatas de los resultados, balances finales, nuevos planes y calendarios de actividades, declaraciones y conferencias. Si se trata de equipos, las bajas y contrataciones serán los temas más importantes a destacar.

## 2. CARACTERÍSTICAS

### a. Temas

En realidad el tema deportivo es el aspecto general que circunscribe el eje temático de esta práctica periodística. De allí que podemos señalar que el periodismo deportivo se divide esquemáticamente en dos grupos, los de participación y los de espectáculo. Los primeros, como la pesca, la caza, los bolos, el golf, la natación y el patinaje sobre ruedas, supone ejercicio y diversión para grandes contingentes humanos ocupan un espacio periodístico relativamente pequeño en comparación con los deportes de espectáculos, como el de fútbol, el béisbol, el boxeo e incluso hasta las carreras de caballos, donde participan unos pocos y son muchos los que miran.

En nuestro país, desde abril hasta diciembre podemos mencionar que el fútbol centra toda la atención de todos los peruanos a través de los campeonatos de la primera división denominados Apertura y Clausura. Este deporte ocupa la mayor cantidad de páginas de las secciones deportivas de los diarios y de los suple-





El fútbol centra toda la atención de todos los peruanos a través de los campeonatos de la primera división y ocupa la mayor cantidad de páginas de las secciones deportivas de los diarios y de los suplementos especializados.

mentos especializados.

Sin embargo, en muchas ocasiones de acuerdo a temporadas, algunos deportes como el voley, el karate, box, tenis y tenis de mesa, surf, el automovilismo, entre otros.

#### **b. Fuentes**

Las noticias no caen del cielo a manos del periodista. En una u otra forma tienen su origen y sus propios canales para ser difundidas, desde unas fuentes que pueden ser fortuitas a las promotoras de hechos o sucesos. Las noticias deportivas, diversos métodos y caminos, conforme al racional proceso de comunicación. La noticia, pues, tiene su nacimiento y correspondiente difusión, a través de unos canales que, en el caso del deporte, son muy variados.

Toda actividad deportiva en su mayor proporción, por el deporte espectáculo, y éste encuentra su máxima expresión en las competiciones, de las cuales provienen las noticias más importantes. La emisión de esas noticias es efectuada por los estamentos productores de las competencias: clubes, federaciones o ligas y organismos.

#### **- Los clubes**

Son la cédula principal de toda la organización deportiva. Son los primeros interesados en divulgar sus realizaciones, pues de esa difusión los puede llegar una parte importante de su mantenimiento y estabilidad. Los clubes, pues, se encargan de facilitar a

los medios de comunicación y a los periodistas de información para sus artículos, comentarios y crónicas. El club que así no lo entienda se encuentra abocado al anonimato o, cuando menos, a un silencio en nada favorecedor.

La propaganda y la publicidad de un club se relaciona con los intereses de la nueva empresa deportiva, razón por la cual la mayoría cuenta con un gabinete de prensa, interesado en ofrecer al periodista el mayor número de noticias, positivas todas, sobre las actividades desarrolladas por la entidad, con lo que intervienen son el motivo central de sus argumentos ante los medios de comunicación.

#### **- Federaciones y ligas**

La actividad deportiva de los clubes es regulada por un ente superior que los agrupa. De esa reunión de clubes nacieron las federaciones deportivas y con deporte de espectáculo, las ligas profesionales. Hasta el momento, esa dualidad de concentración de clubes se mantiene, pero quizá en el futuro cada uno emprenderá su propio camino, situación sólo predecible si el deporte espectáculo puede mantener niveles de atracción para público y televisión.

Las federaciones nacieron para proceder a la institucionalización de las competencias y su regulación. A su vez, las federaciones nacionales ante la proliferación de confrontaciones entre clubes de diferentes países, formaron las federaciones internacionales. Con ellas surgieron las reglamentaciones oficiales de los deportes

que deber ser respetadas por los miembros pertenecientes a esos organismos y, consecuencia, para todos los clubes.

#### - Los gobiernos

Es la máxima responsabilidad del deporte, reconociendo la importancia de esta actividad y su atractivo hacia los ciudadanos. Por eso el Estado, sus gobernantes, cuidan la parcela deportiva como un elemento que, en determinados momentos, será positivo para los políticos de cara a obtener beneficios de imagen, propicios a traducirse en votos cuando llegue la ocasión.

#### - El propio periodista deportivo

Es la más importante. Es aquella en la que el propio periodista es testigo del origen de la noticia. Su presencia en las competencias es la garantía de clientes y receptores de los medios, a recibir una información no manipulada por los intereses de protagonistas y organizadores.

La noticia presenciada por el periodista y difundida por él es, o debe ser, la más objetiva, a pesar de la mayor o menor carga de subjetividad del periodista al exponer su opinión sobre lo sucedido en la competencia. En este supuesto, parte importante es el prestigio del periodista entre clientes y receptores. La credibilidad de la información y cuanto en ella se exponga, depende, en buena parte, de quién es el comunicador de la misma. Pero no sólo lectores, radioescuchas y televidentes suelen tener formada una clara opinión de la honestidad y conocimiento del informador, sino deportistas, técnicos, directivos y dirigentes. Depende del periodista informador para otorgar a la noticia uno y otro valor.

#### - El rumor

Otra de las fuentes más utilizadas en el periodismo deportivo – como en los restantes géneros específicos – es el rumor. En la actividad deportiva la susceptibilidad es enorme cuando circulan rumores sobre determinado hecho. El posible fichaje de un jugador, el cese de un técnico, la dimisión de un dirigente o la conce-

sión de una competencia de importancia, pone en movimiento al mundo del periodismo deportivo, en busca de la veracidad del rumor. Si ningún responsable en el área correspondiente manifiesta una opinión creíble, ese rumor provocará nuevos rumores que irán en crecimiento, en una espiral de desmentidos y afirmaciones hasta la solución del enigma.

#### - "Entre líneas"

Otra fuente de noticias se encuentra en la lectura, entre líneas, de textos o frases. Si de un rumor puede extraerse la posibilidad de obtener una información destacable, lo mismo sucede si el periodista especialista al leer o escuchar una información, entrevista o noticia, encuentra el indicio de algo que le puede parecer disfrazado y ocultar un interés no deseable de ser difundido.

#### - La agencia informativa

A las redacciones de los medios, como vemos, llegan las noticias de muy diversas fuentes, pero la más fiables, después de las obtenidas por los periodistas del medio son las provenientes de las agencias de noticias.

El género específico del deporte demuestra su trascendencia, superior a cualquier otro, en las agencias de noticias, las cuales le dedican unos canales propios para distribuir la información procedente de esta área.

Cuando se lee un diario o escucha un noticiero, el cliente y receptor recibe una serie de informaciones no producidas en la localidad desde donde difunden, unas veces citándose la procedencia de la noticia y otras recomponiéndola desde la redacción.

#### - Las ruedas de prensa

Cuando el periodista es convocado a una rueda o conferencia de prensa conoce perfectamente que en ella va a ser testigo de alabanzas o quejas, según sea el motivo de la misma.



La noticia presenciada por el periodista y difundida por él es, o debe ser, la más objetiva, a pesar de la mayor o menor carga de subjetividad del periodista al exponer su opinión sobre lo sucedido en la competencia.



Sin embargo, de la dinámica de ofrecer al mayor número posible de medios de comunicación la información que interesa a los convocadores de presentaciones, resúmenes, datos, entrevistas, etc., en rueda de prensa organizadas, comúnmente, por gabinete o relaciones externas, el periodista deportivo puede arrancar, del sofisticado cúmulo de banalidades expuestas en semejantes reuniones, algunas, o una sola, información de auténtica calidad, permisible de desarrollar una investigación de importancia.

### c. Redacción

Cuando nos acercamos a un quiosco de prensa y contemplamos los bloques de diarios en él colocados, enseguida nos damos cuenta de cuáles son los de información general y cuáles los de información deportiva. Pero la información deportiva, incluso en los medios de información general, provoca un rompimiento con las rígidas estructuras del orden establecido en la comunicación debido, principalmente, al sector de clientes y receptores a quienes va destinada.

En ello influye el particular lenguaje del deporte y el desenfadado con el cual son tratadas las informaciones, con titulares y sumarios, además de voluminosos, en el cuerpo de tipo de letra, llenos de palabras extraídas del vocabulario coloquial, impensables de ser utilizadas en otros géneros específicos.

Si en los medios de información en general ya existe una diferenciación entre deporte y resto de géneros específicos, la distinción entre medios de información en general y especializados en deporte, es enorme, al margen de la información normal de cada medio

Los textos de información deportiva se configura sobre acciones concretas y por ello las expresiones se matizan, en el deseo de proporcionar una comunicación fácil entre emisor y cliente del medio, inclinado a proporcionar el efecto de retroalimentación -- "feed back" -- permisible de una integración o repulsa ente ambos que es, en consecuencia, un atractivo más por la comunicabilidad buscada en ese medio por el cliente.

El comentario deportivo, especie de opinión por excelencia, es la más empleada para enfocar todo tipo de confrontación deportiva, por la completa libertad que deja al periodista para combinar las informaciones con el análisis y el punto de vista personal.

«El comentario deportivo, especie de opinión por excelencia, es la más empleada para enfocar todo tipo de confrontación deportiva, por la completa libertad que deja al periodista para combinar las informaciones con el análisis y el punto de vista personal.»

Pero la exitosa elaboración del comentario deportivo se inicia mucho antes de toda confrontación, sobre todo si el periodista no está familiarizado con los rivales de la confrontación.

Deberá visitar los archivos previamente para informarse. Tanto allí, como en el escenario de los hechos, se tendrá que documentar. Los aspectos básicos que debe reunir todo buen comentarista son:

- **El resultado:** Cualquiera que fuere, inclusive si se tratará de un encuentro inacabado, el resultado y su explicación deben figurar desde las primeras líneas. ¿Quién ganó y por qué?

- **Consecuencias del resultado:** ¿Qué significado encierra?, ¿Qué repercusiones tiene para el ganador y el perdedor?

- **Las jugadas definitorias:** Las acciones que definieron el resultado. ¿Cómo se produjo el gol del triunfo?, ¿Cómo el no-caut?, ¿Cómo ocurrió la jugada increíble que selló el desenlace?

- **Comparación de los rivales:** ¿Cuáles fueron las virtudes del vencedor?, ¿Cuáles fueron las diferencias?

- **Figuras individuales:** Si se trata de un deporte individual comparar con otros valores de la fecha o jornada. Si corresponde a equipos, ¿Cuál fue el mejor de la cancha y por qué?, ¿Cuáles los mejores en cada bando?, ¿Cuáles fueron sus atributos?. Puede ser el delantero que selló el triunfo. El golero que salvó el encuentro.

- **Calidad del encuentro:** Análisis de su desarrollo y balance técnico. ¿Qué significó como espectáculo?, ¿Cómo respondió el duelo a las expectativas?, ¿Qué méritos técnicos tuvo y por qué?.

- **Público y ambiente:** El marco que rodeó a la contienda. ¿Hubo récord de asistencia?, ¿Cómo se comportó el público?, ¿Cómo recibió el resultado?.

- **Condiciones climáticas:** Se consignarán si éstas lo justifican como lluvia, calor, sol brillante, barro o viento como factores de incidencia en el desarrollo del espectáculo.

Estos ocho aspectos y en especial, el resultado y su explicación deben figurar en las primeras líneas, según el orden de su importancia. Otros aspectos pueden consignarse en los párrafos siguientes.

El desarrollo del comentario es de especial responsabilidad de su autor. No olvidar que el comentario, como especie de opinión personal, debe ir firmado por él.

### 3. EDICIÓN

Cuando el tema que se desea escribir corresponde al anuncio de una contratación, un entrenamiento, futuras competencias, o planes deportivos que no requieren mayor explicación y cuyos datos son breves, corresponde el empleo de una simple nota informativa y la técnica de la pirámide invertida, como cualquier otra información común de carácter policial o local. Para destacar el diálogo con un personaje, nada mejor que la entrevista.

Si se trata de presentar un echo deportivo en forma pormenorizada en el mismo orden en que se produjo, se impone el uso de la crónica. Esta podrá ser informativa si sólo se desea presentar los detalles objetivos, e interpretativa cuando sea precisa una explicación del tema.

En el caso de las declaraciones de un deportista que hace un recuento de una experiencia intensa y personal, es aconsejable el uso del testimonio.

Para la profundización de un tema de gran interés humano y deportivo el mejor recurso es el reportaje, a través del cual se presenta el tema desde sus antecedentes hasta sus proyecciones, incluyendo otros temas relacionados con el elegido para la mejor explicación de éste.

El reportaje se puede presentar en un solo gran texto ilustrado o descompuesto en varios sub temas.

Pero, si se trata de enfocar una contienda deportiva, no basta la información. El lector espera una explicación, pormenorizada, o mejor aún, el enjuiciamiento de la confrontación.

Para la explicación de un encuentro es suficiente la crónica. En cambio, un comentario significa mucho más, interiorizarse en el desarrollo y formular diversos puntos de vista de carácter personal.

---

«El periodismo deportivo es una de las especialidades que ofrece mejores posibilidades para emplear y combinar toda una gama de especialidades en materia de textos».

---



El periodismo deportivo es pues, una de las especialidades que ofrece mejores posibilidades para emplear y combinar toda una gama de especialidades en materia de textos.

Las ilustraciones deportivas deben reproducir, a través de sus imágenes el movimiento, la fuerza y dinamismo de las acciones competitivas. También deben retransmitir con el mayor realismo posible la intensidad de la lucha y de la rivalidad.

Así se lo propone también, asimismo, el redactor deportivo a través de la elaboración de los textos. Y ya ha quedado subrayado que las ilustraciones, en cualquier área del periodismo deben presentar una relación armónica con el mensaje de los textos y con los titulares. De lo contrario se generaría el desconcierto en el lector.

Mediante la fotografía deportiva se muestra vigorosa acción de un delantero, en el fútbol, suspendido en el aire con el golero rival, pretendiendo sustraer el balón, al boxeador desplomándose hacia la lona, víctima del nocaut mientras su rival deja el puño en alto o la voleibolista con la mano sobre la net y la pelota picando

en el suelo con dos adversarias postradas a su alrededor.

Para reproducir la sucesión de imágenes en una acción cualquiera, los pasos previos a un gol, una canasta, un mate o nocaut, se emplea fotos en serie, captadas una tras otra, recurso que permite plasmar el movimiento y que depende, por cierto, de los reflejos y habilidad del reportero gráfico.

En sustitución de las fotos seriadas se utiliza el dibujo, donde existe aunque sin el mismo impacto de aquellas, la posibilidad de representar escenas panorámicas con lujo de detalles, nombres y posiciones de los jugadores, en el caso de los deportes colectivos.

La fotografía periodística debe reunir cuatro grandes atributos: actualidad que corresponde al hechos novedoso que aún es noticia; claridad para reflejar con nitidez el mensaje que se quiere transmitir; precisión para mostrar los detalles que corresponden a la información; y, como quedó dicho, el movimiento, donde los personajes presentan su estado de ánimo, gestos o acción.



La fotografía periodística debe reunir grandes atributos.



**En la redacción se deben usar verbos vigorosos que reflejen la energía de la competición.**

Es precisamente este último factor el que más se explota en el periodismo deportivo. Con mucha mayor razón en la modalidad impresa, donde se debe competir contra la mayor rapidez informativa y colorido realismo de la televisión.

En cuanto a la titulación, podríamos decir que es el primer elemento que atrae la atención del lector, con la fotografía, se pretende proyectar el movimiento, fuerza y dinamismo de la lucha competitiva.

Este es el ingrediente emocional que cautivan al lector y hay que saber destacarlo mediante titulares fuertes y el uso de verbos vigorosos que reflejen la energía de la competición.

La dimensión de los titulares estará ligada, naturalmente a la trascendencia de la lid, pero son frecuentes las situaciones en que una confrontación que esta predestinada a ocupar un segundo plano resulta salpicada por un hecho espectacular y, por tanto, se hace acreedora a ser calificada entre las llamadas "abridoras" o principales.

Es el caso de una espectacular golpeada o canasteadas, una gran gresca con expulsiones, o incidentes en las tribunas, en una confrontación de aficionados o segunda categoría. El deporte puede hacer noticia y espectáculo en cualquier nivel.



El periodista deportivo es consciente que no se puede dejar llevar por la exaltación de la competencia.

## 4. LENGUAJE

El redactor deportivo dispone de una relativa libertad para la elección de su vocabulario y el uso de figuras literarias o metáforas, como el crítico teatral o musical. Pero su obligación es dejarse entender ante todo por sus lectores, como cualquier buen periodista.

Algunas razones principales que otorgan esa libertad al periodista deportivo son:

- El factor conflictivo, que es un elemento básico en toda competición deportiva, requiere de un vocabulario activo y dinámico:

- Cada uno de los lectores del redactor deportivo, fanático o no, se sienten tan familiarizados con el deporte como con la jerga de esta especialidad, lo que permite su frecuente uso.

- A diferencia de otros redactores que sólo pueden escribir un tema de su especialidad cuando ocurre un hecho concreto, el redactor deportivo debe entregar todos los días cuando menos, un texto, haya o no algún hecho o actividad deportiva, lo que le otorga una mayor apertura para su creatividad.

- Cuando se debe publicar en una misma página las referencias de varias contiendas deportivas, resultaría tedioso que todos los textos fueran similares. Peor aún, con la creciente competencia de otros medios impresos involucrados en el mismo problema.

- Los diarios, en particular, tiene la inevitable necesidad de enfocar, tratar y profundizar los temas deportivos ya difundidos el día anterior por la radio y televisión, de una manera más original.

Pero estas razones tampoco otorgan, insistimos, facultad al periodista deportivo para el uso de un lenguaje retorcido o excesiva-

mente especializados. El público siempre preferiría aquello que pueda leer de buen gusto pero de una manera fácil, rápida y comprensible, sin llegar a la vulgaridad.

Claro que hay expresiones en la jerga deportiva que ya forman parte del vocabulario popular como bombear un balón, arrojarse en carretilla, lanzar un directo, rematar en chalaca, hacer la bicicleta, descolgar la pelota, regatear, etcétera.

En el lenguaje deportivo resulta por demás chocante el uso de eufemismos como la redonda en lugar de pelota, balompié por fútbol o mandoble por golpe. Si en la radio y televisión estas expresiones suelen pasar inadvertidas, el lenguaje deportivo escrito no admite improvisaciones.

El lenguaje deportivo permite abreviar el uso de las frases y obtener completa claridad. Por ejemplo, es mejor escribir "Pelé empalmó de izquierda abriéndose el marcador" que decir "Pelé tocó la de cuero con la pierna izquierda, lanzándola tan bien que el gotero no pudo evitar que entrara en la portería". El primer caso obtiene un efecto más concreto y emocionante.

"Un fulminante rechazazo al mentón y un gancho de izquierda al hígado", resulta más impactante que "un severo golpe administrado con el puño derecho sobre el rostro de su rival, y otro con la mano izquierda a la región estomacal".

También es mucho más directo y claro, expresar "las delanteras rebasan con facilidad a las defensas y crean repetidas situaciones de gol" que "todo los delanteros superan a cada uno de los zagueros y disparan cuantas veces lo desean al arco".

Los redactores deportivos, en conclusión, deben dar colorido a su redacción, sin dejar de ser claros, breves y directos.

En cuanto al lenguaje radial y televisivo, diferencia del lenguaje escrito, tienen la gran ventaja de transmitir a través del uso de la palabra hablada un acercamiento mayor y más directo con el público aficionado al deporte.

Mediante la palabra hablada el periodista dirige de manera inmediata y en forma combinada, sus pensamientos y emociones. Estas últimas se recogen en el caso del periodismo escrito, sólo a través de la lectura detenida y en forma progresiva o gradual.

Por añadidura, en el caso de los grandes acontecimientos deportivos, donde es manifiesto el sonido ambiental, el griterío de las tribunas, o exclamaciones de los deportistas, el oyente radial o el televidente se siente conectado con mayor realismo a la emoción del espectáculo.

La influencia de los mensajes del periodista radial y televisivo es mayor definitivamente.

Pero la gran desventaja que representa el trabajo del periodista radial y televisivo es la improvisación frecuente a veces total a la que está sometido por la inmediatez de la información y rapidez del espectáculo.

Por encima pues, del impacto del trabajo radial o televisivo, el periodista que labora en estos medios debe ponerse a buen recaudo de las técnicas periodísticas, el uso correcto del idioma y conocimientos tanto técnico como de los reglamentos de la disciplina deportiva que se propala. Es decir, cuatro grandes grupos de conocimientos que el público aguarda sin improvisaciones.

Por lo demás, el estilo del lenguaje deportivo, en cualquier confrontación linda con lo bélico y destaca la rivalidad. Sin embargo, estas características inherentes a la lógica de toda disputa no debe hacer perder de vista al periodista deportivo su enorme responsabilidad de informar y orientar en forma constructiva, además de cooperar con en la función educativa que inspira el deporte.



La información del periodista deportivo, como en cualquier otra especialidad debe ser objetiva, es decir remitirse a los hechos reales y concretos. Para orientar se debe apoyar en las investigaciones y documentación previa de los hechos.

La tarea educativa del periodista deportivo consiste en la divulgación de principios que estimulen el culto de valores positivos en los aspectos físicos, intelectual y moral.

«En el caso de los grandes acontecimientos deportivos, donde es manifiesto el sonido ambiental, el griterío de las tribunas, o exclamaciones de los deportistas, el oyente radial o el televidente se siente conectado con mayor realismo a la emoción del espectáculo».



"Un fulminante rechazazo al mentón y un gancho de izquierda al hígado", resulta más impactante que "un severo golpe administrado con el puño derecho sobre el rostro de su rival, y otro con la mano izquierda a la región estomacal".



## 5. EL PERIODISTA DEPORTIVO

El espacio privilegiado que se asigna a las secciones deportivas en la generalidad de los grandes medios informativos determina que en cada uno de ellos se forman verdaderos equipos de personal, cada uno de cuyos integrantes, as u vez se convierte en una especie de sub especialista dedicado a un número reducido de fuentes y de temas, pero que investiga con profundidad.

Para trabajar con mayor eficacia, se evita que todos los integrantes de la sección hagan todo a la vez. Según la experiencia y vocación de los reporteros, el jefe de la sección distribuye las fuentes y temas, a través del cuadro de comisiones.

Además de sus respectivas fuentes, los periodistas deportivos chequean las páginas de su especialidad en los diarios de la competencia, las radios y televisoras, alertas a las novedades de último momento.

También chequean en los teletipos las mejores informaciones internacionales de las diversas agencias, los mensajes de los faxes y llamadas de los corresponsales de provincias.

Debido a la preferencia popular del fútbol como, la distribución de fuentes incluye uno o dos de los principales clubes del fútbol profesional. En cada una de estas fuentes indaga las ocurrencias del día, contrataciones, reapariciones, entrevistas y otros, aunque sólo se publiquen las mejores informaciones.

El periodista deportivo suscita la envidia de todos pues, con su credencial se codea con las mejores figuras y entrenadores, ingresa a los vestuarios, está al corriente de las últimas novedades y ocupa una butaca preferencial en los grandes estadios.

Sin embargo, se debe adecuar a horarios cambiantes, apremiantes horarios de cierre y elaborar largas estadísticas.

Mientras el público acude a los estadios para divertirse, el periodista deportivo está allí para trabajar. Debe vigilar constantemente el reloj y las acciones, recoger apunte y analizar los resultados.



El periodista deportivo aprende pronto a mantenerse al margen de la euforia de la multitud y conserva una fría atención sobre los hechos que se desarrollan.

Las observaciones del periodista deben incluir las reacciones del público y la atmósfera de la competencia para dar color a la información, pero primero se destacará los hechos concretos y ordenados.

El periodista deportivo responsable es consciente que no se puede dejar llevar por la exaltación, ni contagiarse por el delirio de las tribunas pues la mínima ofensa o intromisión en la vida privada de quienes enjuicia lo puede llevar como demandado ante los tribunales.

### a. El trabajo del periodista deportivo en televisión

El trabajo ante el micrófono y las cámaras, inspira algunas veces nerviosismos e inseguridad en el periodista novel. Este inconveniente atenta, principalmente, contra la capacidad de concentración, el razonamiento, la respiración el control de la voz y de los gestos.

Los cuatro primeros casos deterioran el rendimiento del periodista radial, y los cinco en general, al periodista televisivo. Por supuesto que ocurren casos extremos donde las manifestaciones de nerviosismo son más numerosas, al punto de incapacitar totalmente al periodista. Pero suele ser una situación infrecuente. Cuando el periodista conoce su profesión y, además, el tema que va a tratar, los temores se reducen al mínimo.

De cualquier modo, para contrarrestar el temor es conveniente alejarse del escenario de la transmisión, física o mentalmente, respirar en forma profunda, relajarse y ordenar las ideas.



La concentración se debe limitar al trabajo que se va realizar, hacer un rápido ensayo mental y dejar en el pensamiento el mensaje o los objetivos con toda claridad.

A la hora de hablar frente al micrófono y/o las cámaras, simular que se está hablando a una o dos personas de respeto, con quienes se desea entablar una comunicación privada, aunque haya una multitud o gran sintonía. Al mirar al micrófono o las cámaras el periodista puede asumir que es la persona a quien se dirige.

En la televisión, la mirada se debe dirigir a las cámaras, no por encima ni a un lado de ellas, pues se trata de entablar contacto con la audiencia a nivel de los ojos. Otras recomendaciones específicas son:



- **Concentración:** Para lograr una perfecta concentración se debe aislar en la mente la información que deseamos transmitir de cualquier otra idea o ruido ambiental. Es aconsejable ensayar y practicar mentalmente. El entrenamiento progresivo facilitará la concentración.

- **Abstracción:** Es importante que el periodista aprenda a abstraerse de otros aspectos ajenos a la transmisión mentalmente con el fin de observarse a sí mismo en forma crítica, analítica y desapasionada. Evitar pensar en cualquier eventual error pues podría desencadenar otros mayores.

- **Ensayo mental:** Se debe emplear la imaginación para descubrir diversas acciones. Es necesario ejercitar mentalmente la narración de algunas escenas o jugadas relacionadas con aspectos esenciales.

- **Confianza en sí mismo:** El periodista debe tener y transmitir seguridad en sí mismo y en sus habilidades, pues su papel es convertirse en ojos y oídos del público. Evitar titubeos o nerviosismo ante cualquier imprevisto. Un arranque firme, seguro y vibrante dará confianza al periodista para continuar el mismo ritmo y ase-

gurar una transmisión exitosa.

- **Improvisación:** Prever cualquier vacío que exija una oportuna y correcta improvisación. Para este caso hemos recomendado preparación en las técnicas periodísticas, dominio del idioma y conocimiento técnico, como de reglamentario, con todo lo cual bastará una anécdota, recuerdo o información que salvará el desarrollo de la transmisión.

- **Respiración:** Para una buena locución se debe respirar con el diafragma, situado debajo de la caja torácica. Al hablar se recomienda respirar por la boca, pues a través de la nariz se suele producir ruidos molestos. Además, cuando se habla es mayor la cantidad de aire que se exhala por la boca que la que ingresa por los huecos de la nariz. También es aconsejable no incurrir en ninguna sobre excitación que agote la respiración, ni acumular grandes cantidades de aire que tornen tensa y forzada la voz.

- **Leer con naturalidad:** Si se trata de leer un texto se debe hacer en forma natural con un material legible luego de haberlo revisado antes de salir al aire.

- **Control de la voz:** Es importante que el periodista tenga conocimiento de los puntos débiles y fuertes de su voz para practicar y mejorar. Un buen consejo es grabar la propia voz para corregir



El periodista debe tener y transmitir seguridad en sí mismo y en sus habilidades



La descripción de lo que ocurre alrededor de la contienda, del marco general o ambiente, ubica al oyente y prepara para la acción como si lo introdujera física y gradualmente al escenario, estimulando la imaginación.

defectos, pero luego ensayar una clara vocalización y pronunciación de las consonantes, hacer resonar la voz en la parte anterior de la boca y no en la garganta y hablar con entera naturalidad.

- **Gestos:** El comportamiento ante las cámaras debe ser también natural. La mirada fija e intensa, dirigida hacia la cámara de turno o al foco rojo que se ubica arriba de ésta como guía. Se debe evitar tanto gestos como posturas rígidas o forzadas, del mismo modo que movimientos bruscos fuera de lugar. Es también recomendable evitar el movimiento de las manos y piernas si fuera el caso, por delante del rostro hacia las cámaras. Las manos o piernas adquirirían, de no evitarlo una dimensión desproporcionada en relación con el rostro en las pantallas.

#### b. El periodista deportivo en radio

El narrador radial debe describir, jugada a jugada, el desarrollo de una contienda deportiva, con todo detalle y claridad. El oyente se debe formar una imagen mental de lo que realmente ocurre en el escenario de la disputa.

También en este caso de debe tener presente que la voz debe ser natural. El contacto con el oyente en la radio es muy directa y personal por lo que no cabe otro estilo que el coloquial. El tono de voz natural causará credibilidad en lo que se narra.

Existen atributos que distinguen la calidad del narrador como el tono o colorido de voz y el talento para crear expresiones impactantes y de buen gusto. Pero, cuando se trata de una narración no se deja de lado, junto a la descripción, la capacidad interpretativa personal del narrador. Este puede agregar su enfoque personal sobre el significado de una jugada, su relación con otras contiendas, el desempeño de un deportista en relación con otras jornadas o rivales, etcétera.

El narrador radial, como el televisivo, debe anunciar periódica-

mente el tiempo y resultado. Hay tres pasos básicos para una buena narración, según puntualiza John Hitchcock en su tratado "Periodismo deportivo":

- **Establecer el contorno:** La descripción de lo que ocurre alrededor de la contienda, del marco general o ambiente, ubica al oyente y prepara para la acción como si lo introdujera física y gradualmente al escenario, estimulando la imaginación.

- **Describir la acción:** La descripción debe acompañar a la acción en el escenario. Para evitar falsos y desordenes en la descripción emplear expresiones y frases claras, como detalles que resulten vitales para la comprensión de las incidencias más importantes o que justifiquen una mayor aplicación.

- **Informar los resultados:** Luego de que cada jugada importante haya culminado es aconsejable dar detalles adicionales y un resumen de lo acontecido para que la audiencia pueda "visualizar" lo que no hubiera quedado claro. También ese momento es utilizado por el comentarista para explicar la jugada agregar otro enfoque a la descripción del narrador y reforzar la comprensión del oyente.

Para agilizar la descripción de las acciones es recomendable dos precisiones adicionales en el caso de los deportes colectivos:

- **Memorizar** los nombres y ubicación de los jugadores con un esquema previo de las formaciones en las que figuren las respectivas distribuciones. El narrador debe identificar y mencionar oportunamente los nombres de los jugadores en medio de la celeridad de las acciones.

- **Puntos de referencia:** el narrador deberá tener permanentemente en cuenta las zonas claves del campo, como referencia para ubicar el desplazamiento de los jugadores y situar al oyente durante las acciones.

# Periodismo Deportivo

Hitchcock, John: Periodismo Deportivo, técnicas básicas para el manejo de la información deportiva en radio y televisión. Editorial Voluntad, Colombia. 1993  
pp. 29-34

## Escribir sobre Deportes

### Precisión

La precisión es una de las facetas más importantes de cualquier tema, y por ende, uno de los lemas bandera de la United Press International, UPI, es: "Obtégalo primero, pero obtégalo con precisión". Este es un excelente principio, que debe guiar el trabajo de todo periodista, ya que incita a verificar una y más veces los hechos, cifras y nombres, antes de que la historia sea emitida. Las limitaciones de tiempo propias del medio obligan al redactor a contar toda la historia, pero resumida; a sopesar la importancia de los acontecimientos, a evitar los detalles irrelevantes para no recargarla, y a descartar aquellos elementos que no pueden ser ampliados o sobre los que no existen suficientes antecedentes.

### Formato

El redactor debe utilizar hojas de papel tamaño carta u oficio, que sean suaves y no hagan ruido al moverlas, y escribir por un solo lado. Aunque el uso de computadores ha cambiado la costumbre, los libretos para televisión se suelen escribir en bloques cuyas hojas llevan intercalado papel carbón. Cada hoja puede tener diferente color para distinguir las diferentes copias: café para el locutor y rosado para el director, por ejemplo.

Los márgenes deben fijarse para un renglón de 65 a 70 espacios para radio y 35 a 40 espacios para televisión. Esto permite que el locutor pueda controlar el tiempo, pues se ha comprobado que con líneas de 65 a 70 espacios, el lector promedio cubre aproximadamente 15 renglones por minuto (cerca de 4 segundos por renglón), y con las de 35 a 40 espacios, más o menos 30 renglones por minuto (2 segundos por renglón). Los libretos para televisión se escriben en la mitad derecha del papel, puesto que las instrucciones de video se escriben al margen izquierdo. La mayoría de las cadenas de televisión utilizan también el teleprompter para la transmisión deportiva, lo que exige que el libreto sea mecanografiado solamente en medias páginas. El teleprompter es un método que permite colocar un libreto y proyectarlo en un espejo montado sobre la cámara de televisión del estudio, para que el locutor aparezca en pantalla mirando al lente de la cámara a la vez que lee el libreto.

Las hojas deben ir escritas a doble o triple espacio, en mayúsculas y minúsculas porque así se facilita la lectura, sin sangrías para no alterar la medición de tiempo y con un espacio extra entre párrafos. No se debe separar una palabra en dos renglones, ni una frase en dos páginas, ni iniciar dos renglones sucesivos con la misma palabra. Si la historia pasa a una segunda página, es importante determinar el mejor lugar para hacer la separación después del décimo renglón y luego, centrada al final de la hoja de la primera página, escribir la palabra "más", o "sigue", encerrada en un círculo y con una flecha hacia el borde derecho de la hoja. Para indicar el final de la historia, se acostumbra dejar tres espacios en blanco y escribir en el centro de la hoja el signo de número (#) o la palabra "-fin" con un guión a cada lado. Una buena táctica es numerar las hojas sólo cuando ya casi se va a salir al aire, pues se pueden presentar cambios en la secuencia de la historia y, al fin y al cabo, es la historia la que debe numerarse más que las hojas en sí. Si es necesario insertar una hoja por ejemplo entre las páginas 6 y 7, debe numerarse como la 6A.

El libreto debe mantenerse unido con clips y no con ganchos de cosedora –que sólo se utilizarán para archivarlo– y debe llevar la fecha y una ficha de identificación en la esquina superior derecha o izquierda. Esta ficha debe contener la información básica, como el nombre del autor, el nombre de la historia, el programa para el cual fue escrita y la fecha de emisión; estos datos pueden variar o aumentar de acuerdo con las exigencias propias de cada cadena.

### Edición

Si la copia debe ser editada, el periodista no debe utilizar los símbolos propios de la edición de copias, sino tachar con un lápiz aquellas palabras que deben ser eliminadas o corregidas y colocar encima la palabra sustituta. Si la copia no es totalmente legible, es aconsejable escribirla de nuevo, encerrar en un círculo toda palabra que no deba leerse en voz alta, subrayar las palabras a las que se les quiere dar énfasis y marcar con una línea ondulada las que puedan causar dificultad de lectura, bien sea por su significado o por su pronunciación.

En cuanto a los libretos, las citas siempre se deben evitar, a menos que sean absolutamente esenciales para la historia, pues generalmente confunden al oyente. El locutor no puede confiarse en que las comillas que tiene escritas en el libreto le van a servir al público para aclararle la situación, pues aun si el lector es hábil para hacer una inflexión con la voz para indicar el comienzo y el final de una cita, la audiencia puede confundirse. Si es indispensable citar, el locutor debe comenzar diciendo "comillas", pero no es necesario terminar con "cierro comillas", pues en este caso la inflexión de la voz sí permite a los oyentes comprender que ha terminado.

Si son imprescindibles, las citas deben ser cortas; por sobre todo hay que evitar a toda costa las muy largas –cuatro o cinco frases, ya que el oyente no discrimina cuándo terminó la cita y empezó nuevamente la voz del locutor. En lugar de citar, siempre es mejor parafrasear.

### **Opciones de estilo**

El redactor debe escribir las horas tal como se leen "3 en punto" o "3 y 25" y no -pasadas las 10" o "faltando un cuarto"; no debe utilizar la palabra "hoy", porque se presume que la transmisión de las noticias y los deportes es la de la fecha. No debe utilizar "a.m." o "p.m." sino "esta mañana", "anoche" o expresiones similares. Debe poner los verbos en tiempo presente o pretérito perfecto para no tener que especificar el momento de la acción. No debe utilizar expresiones como "90 minutos", sino "hora y media" y no usar frases como "Esta información acaba de llegar" o "Nos acabamos de enterar", a menos que la información tenga menos de 5 minutos; tampoco aseverar que un evento sucedió "hace sólo unos minutos", a menos que haya sucedido con menos de media hora de anterioridad.

Se deben omitir todos los títulos de cortesía, excepto cuando sean necesarios para evitar confusiones, como en el caso de dos deportistas —hombre y mujer— con el mismo apellido. Los cargos de las personas y los nombres de organizaciones deben explicitarse en forma completa la primera vez que se usan, para poder abreviarlos en las referencias posteriores. Los títulos muy largos pueden también abreviarse. Hay que evitar ciertas combinaciones, y nunca adjetivar los gentilicios en los títulos. Y hay que poner especial cuidado para no utilizar adjetivos al comienzo del programa.

Otro buen consejo es evitar los números. Pero, cuando sean imprescindibles, es conveniente simplificarlos aproximándolos. También se pueden establecer analogías para ilustrar cantidades, con elementos que sean familiares a la audiencia. Por ejemplo, en lugar de decir "110 metros de largo" se puede decir "tan largo como una cancha de fútbol". De ser posible, hay que evitar los números en la presentación y al inicio de las frases. Pero, si es necesario utilizar un número para iniciar una frase, éste debe escribirse en letras. Por ejemplo: "Veinticinco hombres estaban en la nómina" o "la nómina incluye 25 hombres". Los números uno y once deben escribirse en letras. Con excepción del número once, deben utilizarse dígitos del 2 al 999. Cuando se mencionan cantidades grandes, deben combinarse números escritos y dígitos. Para escribir millones y miles de millones la fórmula es la siguiente: "8 millones de dólares" ó "3 mil millones de pesos". Y las fracciones también deben escribirse en letras, por ejemplo "un quinto". En cuanto a los decimales, las décimas deben escribirse en letras: "3 y tres décimos" y no "3,3". Los decimales deben transformarse en sus equivalentes fraccionarios regulares, si los tienen ("tres cuartos" en vez de "0,75"). En definitiva, hay que esquivar los decimales de más de un lugar; si no es posible, se debe utilizar dígitos y escribir "coma", por ejemplo "9 coma 32 libras". Los porcentajes deben escribirse en números, pero con la palabra "por ciento": "82 por ciento". En cifras de uno o más decimales debe escribirse "coma": "9 coma 3 por ciento".

Las direcciones se deben omitir, excepto cuando hacen parte de la historia. Si se citan, hay que escribirlas en la forma usual: Calle Tal número 4-02". Hay que separar claramente los números de calles y los números de casas o edificios: Calle 134 Oeste número 111" o "Calle 22 número 7-44". Si no es usual que en determinada área según la nomenclatura vigente se separe el número de la casa del número de la calle, el más corto de los dos debe escribirse con letras: "Avenida Décima 10-25". Y siempre se deben escribir con letras "Calle Primera" y "Calle Once", porque "1a." y "1 1a." se prestan a confusiones en el momento de la lectura. De ser posible, igualmente, es mejor no mencionar las edades.

Las fechas deben escribirse en forma completa: "15 de diciembre de 1993", y las sumas de dinero combinando letras y números, así: "3 dólares y 25 centavos" y no "US\$3,25". Finalmente, las cantidades deben aproximarse cuando sea posible, a menos que la cifra exacta sea de vital importancia para la historia. También las distancias deben explicitarse en letras, como par ejemplo "kilómetros por hora" y no "k/h". Las únicas abreviaturas que se pueden usar son Sr., Sra., Srta., Dr. y Dra. De resto, es mejor escribir la palabra completa para facilitar la lectura. Algunas abreviaturas tales como "Sto." por Santo o "Pto." por Puerto pueden usarse en nombres geográficos muy comunes, como "Sto. Domingo" o "Pto. Príncipe".

Las organizaciones muy conocidas pueden citarse por sus iniciales. Si es necesario pronunciar cada letra, pueden colocarse guiones en vez de puntos para separarlas; ejemplo: F-B-I. Las siglas muy conocidas pueden escribirse sin guiones, como UNESCO, por citar sólo una.

La negación siempre debe enfatizarse. Los negativos se pueden subrayar o separar con tres signos de puntuación, que indican una pausa en la lectura. No debe utilizarse punto y coma (;), signo de admiración (!) ni corchetes ([1]). La coma indica una pausa corta; los autores algunas veces la omiten cuando no desean pausas en la lectura. La raya ( ) indica una pausa más completa, más larga que la coma. Por lo tanto, vale la pena captar la diferencia entre un guión y una raya. En efecto, la raya sustituye el paréntesis y separa los enunciados de un programa. El guión sirve para unir dos palabras y formar una palabra compuesta de más fácil lectura: por ejemplo, "anglo-americano". No hay que utilizar la raya para unir una serie de palabras que deben formar una frase completa. Los puntos suspensivos, (...) indican una pausa aun más larga y más completa que la de una raya.

## **Pronunciación**

El redactor debe proporcionar una guía de pronunciación para aquellas palabras que pueden ser confusas para el locutor, como nombres de jugadores o lugares extranjeros. La palabra debe subrayarse con una línea ondulada y entre paréntesis escribir la guía, así: "Utah (yuta)", pero no utilizar marcas diacríticas como las utilizadas en un diccionario. La sílaba acentuada se indica con letras con mayúsculas. Los cables no tienen letras minúsculas (a menos que se utilicen computadores), de manera que el acento se muestra con un apóstrofe al final de la sílaba acentuada (YU'-TA). Otros utilizan las mayúsculas para mostrar el acento (YU-ta).

Los servicios de cable proporcionan guías de pronunciación en sus comunicaciones para la mayoría de las palabras consideradas difíciles, y publican también una lista diaria de nombres, lugares y palabras extractados de las noticias, con una guía fonética para su pronunciación; como complemento, un buen diccionario actualizado proporciona la pronunciación correcta de la mayoría de las palabras para no tener que "adivinarlas." Si un locutor, a pesar de todos los esfuerzos posibles, no puede hallar la pronunciación correcta de una palabra, no tiene más remedio que pronunciarla como mejor le parezca aunque siempre igual, para que al menos haya consistencia, hasta que pueda indagar cuál es la acertada. Y debe consultar cómo se pronuncian los nombres propios y los lugares extraños para evitar que no lo comprendan.

Por lo general, los nombres extranjeros no se pronuncian como se escriben, e incluso algunas palabras pueden desafiar cualquier pronunciación fonética lógica. Pero no espere pronunciar perfectamente todas las palabras extranjeras, pues es casi imposible. Sin embargo, hay que asegurarse que el locutor pueda decir las bien, y por tanto el redactor debe facilitarle la labor mediante la eliminación de las palabras difíciles de pronunciar, o al menos limitándolas al máximo. Muchas palabras extranjeras, especialmente los nombres de lugares, han sido traducidas al español, como Londres o Ginebra (y no London o Génève) y así deben utilizarse, puesto que la audiencia está acostumbrada a escucharlos así. Un locutor puede verse obligado a deletrear alguna palabra de difícil grafía para evitar que el público se confunda; lo mejor es que consulte la pronunciación utilizada localmente para que la audiencia comprenda de qué se trata.

## **Estructura del contenido**

La presentación o entradilla (lead) de una transmisión deportiva debe estructurarse con esmero, de tal manera que atraiga la atención del oyente, pues con esas primeras frases que hacen las veces de titulares el escritor del libreto logra que el oyente se prepare para recibir toda la información que sigue posteriormente. En la entradilla se enfatiza lo que ha sucedido o lo que está sucediendo, sin incluir nombres (se citarán cuando se amplíe la información), ni preguntas, sino develando el "qué" de la historia. La hora y el lugar pueden incluirse ocasionalmente en la presentación, pero sin perder de vista que el énfasis siempre radica en el "qué".

Tampoco se deben incluir en la entradilla nombres desconocidos, ni las iniciales de un nombre, excepto cuando la persona se conoce por el nombre que sigue a la inicial, o para diferenciar dos personas con nombres iguales. Los apodosos deben colocarse entre paréntesis para indicar al locutor que puede mencionarlos o ignorarlos, aunque pueden usarse solos cuando la persona es más conocida por el sobrenombre. Los pronombres no se deben suprimir; es mejor repetir los nombres para evitar ambigüedades; tampoco deben utilizarse expresiones que las causen, como "éste último" o "el primero". También se deben evitar las series de palabras discordantes, como "las sensatas sugerencias del señor Cerinza", o las aliteraciones, es decir, palabras contiguas en las que se repiten las mismas vocales o consonantes. Es necesario estar siempre atento para no utilizar palabras de igual pronunciación pero diferente significado.

Puede darse el caso de que el locutor deportivo tenga que escribir la entradilla de un informe previamente grabado en video o en audio, que se utilizará para introducir una entrevista con la fuente de la noticia. A esta presentación se le debe dar el tratamiento descrito en los párrafos que preceden, pero teniendo en mente que no debe "robarse" la historia, y por tanto no puede contener información que se repita en el programa sino, simplemente, identificar las voces o rostros incluidos en el video o el audio,

sin sobrepasar diez segundos ni contener frases similares a las de otros párrafos del informe.

El cierre se utiliza para resumir la historia y efectuar la separación entre diferentes bloques de noticias. Puede enfatizar la identidad de la persona que apareció en la entrevista grabada o dar información adicional que no se proporcionó en la historia.

El redactor de televisión debe sincronizar las palabras con las imágenes y equilibrar el texto con la parte visual para que no haya exceso o carencia del mismo. No debe describir lo que el televidente puede ver, sino resumir la historia para que termine junto con las imágenes. Si la historia visual la cubrió un periodista que ha descrito la escena desde el lugar de los hechos, no es necesario hacer un cierre. Pero en aquellos programas que cubren varios bloques, el presentador del programa debe hacer un cierre después de cada segmento para suavizar la transición entre uno y otro. Los libretos deben seguir el orden de la transmisión y los cierres pueden escribirse en hojas separadas que se intercalan en los lugares apropiados. Si el cierre de un segmento es breve, puede escribirse a lápiz en la parte superior de la hoja de una historia, siempre y cuando pueda leerse con facilidad. Cada parte de la historia que se relata en el libreto debe conducir a la siguiente en forma lógica para minimizar la necesidad de muchos cierres. Un libreto bien organizado puede no necesitar transiciones.

Como las noticias deportivas están dirigidas a un público específico, no siempre hay necesidad de preocuparse por los antecedentes. Aunque los términos utilizados deben ser lo suficientemente claros para que puedan entenderlos todos los fanáticos, por lo general se permite un uso más liberal de los modismos y de ciertos términos de la jerga propia de cada deporte. Una de las áreas más importantes es siempre la de los marcadores. Muchas cadenas o estaciones seleccionan marcadores específicos y están pendientes del desempeño extraordinario de un deportista o de un equipo para atraer a los fanáticos. Mientras que algunas estaciones sólo mencionan a los ganadores, otras incluyen toda la lista de los marcadores, de tal forma que el oyente puede seleccionar los que sean de su interés e ignorar el resto.

Los redactores deportivos han ideado innumerables variaciones para decir que un equipo ha vencido. Cuando un equipo le gana a otro, muchos periodistas refieren este hecho utilizando calificativos como superado, aplastado, barrido, humillado, acabado, aniquilado, y similares. El periodista debe consultar un libro de sinónimos en busca de la mayor variedad posible de palabras para describir los partidos. Los verbos que denotan gran acción son apropiados, pero es bueno evitar aquellos demasiado rudos o exóticos, pues, aun en el momento de mayor emoción, pueden sonar fuera de tono.

Otro problema que hay que evitar es el de los clichés y los lugares comunes. El béisbol en particular ha generado una enorme cantidad: "Es un juego de pulgadas", o "tan sólo una canasta puede hacer que haya que jugar tiempo extra", son algunos ejemplos. Puede que el periodista adopte el enfoque del "lenguaje deportivo" y hable en términos de "pelota chica", "onceno", "novena", o de bolas que se convierten en "manzanas" o "balas". Rara vez se le pega a la bola, ya que los redactores deportivos encuentran diferentes maneras —según el tipo de deporte— para describir esta acción. Sin embargo, hay que tener presente que el lenguaje siempre debe ser claro, preciso, significativo y pintoresco para que logre poner el énfasis en la acción del juego.