BEGOÑA MONTERO-FLETA
ED TURNEY
CARMEN PÉREZ-SABATER
GEMMA PEÑA-MARTÍNEZ
Departamento de Lingüística Aplicada
Universidad Politécnica de Valencia, España
cperezs@idm.upv.es

Los comentarios deportivos en línea, un nuevo género electrónico

Resumen

El artículo forma parte de un estudio interlingüístico comparativo sobre la informalización del discurso escrito, en especial, del discurso electrónico. El estudio de la comunicación electrónica se ha centrado principalmente en correos electrónicos, foros de noticias o chats; en nuestro estudio, analizamos la posible presencia de rasgos orales en un género electrónico de reciente creación como son los comentarios deportivos en línea heredados de los géneros deportivos de radio y televisión de amplia tradición periodística. Hemos examinado comentarios en línea de partidos internacionales en periódicos en español, francés e inglés con el fin de distinguir la posible relación entre las características orales y el diseño de la página web, diseño que a su vez puede estar condicionado por la ideología del periódico y por su visión del fútbol como identidad nacional.

Palabras clave: análisis del discurso, oralidad, géneros electrónicos, comentarios deportivos.

Introducción

Este trabajo se enmarca en una línea de investigación basada en la presencia de elementos orales en la comunicación electrónica en inglés en comparación con algunas lenguas románicas. La presencia de rasgos coloquiales e informales en el inglés escrito ha sido objeto de diversos estudios diacrónicos y sincrónicos. Biber y Finegan (1989: 487), por ejemplo, se han referido a “the general pattern of drift towards more oral styles” en distintos géneros del inglés escrito en los últimos cuatro siglos. Muchos autores han hecho referencia al proceso que Fairclough (1995) denomina “informalización del discurso” (Biber y Finegan, 1989 y Baron, 2000, entre otros), proceso que implica una mezcla de géneros y que se asocia generalmente con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Fairclough ha analizado este proceso como fruto de la ‘tecnologización’ consciente de las prácticas discursivas en las sociedades tardocapitalistas. En el presente trabajo, se ha decidido ampliar este término e incluir también la influencia general de las nuevas tecnologías en la informalización del discurso. Esta definición más amplia de la tecnologización del discurso nos permite identificar el proceso de informalización con la presencia generalizada de rasgos orales en distintos géneros de comunicación electrónica en inglés (Baron, 2000), lo que Maynor (1994) denominó “written speech”. Los estudios llevados a cabo sugieren que en correos electrónicos, foros de noticias y chats existe un alto nivel de informalización del inglés escrito. En francés (Marcoccia, 1999), al igual que en español (Grijelmo, 2001) y catalán (Tuson, 2006), se ha identificado igualmente este fenómeno de la informalización del discurso escrito.

El estudio que pasamos a detallar, se centra en el proceso de informalización del discurso con el objeto de comprobar la presencia de este fenómeno en las lenguas románicas para comparar después su incidencia con respecto al inglés. En estudios abordados con anterioridad (Pérez-Sabater et. al., 2008), hemos detectado que, aunque la presencia de características del discurso oral va en aumento en géneros electrónicos escritos en catalán, español y francés, ésta es, sin embargo, más limitada que en inglés.

Los comentarios de fútbol en línea minuto a minuto, género de comunicación electrónica escrita de reciente creación, permiten comparar interlingüísticamente la informalización del discurso. Dichos comentarios presentan un especial interés para el estudio de la informalización del discurso, dado que se basan en géneros orales tradicionales, como son las retransmisiones deportivas por radio y televisión. Hemos considerado conveniente analizar estos comentarios en periódicos en español, francés e inglés y observar la posible presencia de rasgos lingüísticos propios de géneros orales y el distinto nivel de informalización en cada una de las lenguas del estudio. Al evaluar en trabajos anteriores la informalización en los comentarios deportivos, hemos observado que no existe una correlación clara entre lengua y grado de informalidad (Pérez-Sabater et al., 2008). En este estudio, argüimos la posible contribución de dos factores a la hora de explicar la variedad de estilos observada en este tipo de comentarios: el diseño de la página web y la ideología del periódico.

Materiales

El corpus estudiado está formado por las últimas 1000 palabras de cada comentario en línea minuto a minuto del partido entre España y Francia, en el caso de los periódicos españoles y franceses, e entre Inglaterra y Portugal, en el caso de los británicos, del Mundial de Fútbol celebrado en Alemania en 2006. Hemos analizado aquellos comentarios en los que participa la “selección nacional” del país al que pertenece el periódico dada la importancia, ampliamente documentada, de la ideología nacionalista en el discurso futbolístico (Galeano, 1995; Hernández, 2003; Vázquez, 2005). Los comentarios de los partidos provienen de dos periódicos españoles *El País* (de centro-izquierda) y *El Mundo* (de derechas), dos franceses, *Le Monde* (de centro-izquierda) y *L’Équipe* (periódico deportivo) y dos británicos, *The Guardian* (de centro-izquierda) y *The Times* (de derechas). Tales caracterizaciones no deben tomarse como descripciones literales de la ideología de los periódicos estudiados, sino, más bien, como indicadores de la forma en que la mayoría de los lectores del periódico se identifican ideológicamente (un lector de *El Mundo Obrero,* el órgano de información mensual del Partido Comunista de España, probablemente consideraría tanto *El País* como *The Guardian* periódicos de derechas).

Obsevamos que el formato de los comentarios en línea puede variar enormemente. Como refleja la Figura 1, *The Guardian* presenta un formato muy simple en el que sólo aparecen el minuto del partido y el comentario de la jugada sin variación de color del texto ni iconos que indiquen incidentes importantes.

61 mins: Rooney sent off! He stamped on Carvalho's swingers. There was a right tussle with Carvalho for possession. He left his foot in. There has been a coiled, Gazza-91 feeling about Rooney all tournament - remember th tantrum v Sweden? - and you have to say that's been coming. I actually don't think the ref was going to send him until Portugal players came flying in - Ronaldo led the protests, an Rooney added to suspicions about them hating each other by shoving him - but ultimately he made a stamping motion, and he had to walk.

Figura 1. The Guardian

Un ejemplo más elaborado lo encontramos en el comentario de *El País* (Figura 2), donde el texto aparece distribuido en cuatro columnas e incluye la posibilidad de oír la retrasmisión radiofónica del gol en el campo al pinchar sobre un enlace.

83:00		GOL	Gol de Vieira (1-2) de cabeza. Ha marcado después de un rechace. Estaba dentro del área grande. OIR
82:53		Centro al área	Centro al área de Zidane de saque de falta. El balón es despejado.
82:14		Tarjeta	Amarilla a Puyol.

Figura 2. El País

De todo el corpus analizado, el diseño del periódico *Le Monde* (Figura 3) es el más sofisticado: la pantalla se divide en dos columnas principales que representan las partes del campo asignadas a cada equipo.

83' **Patrick VIEIRA**
Milieu
Nationalité française
Né le 23/06/1976
Club : Juventus Turin (Italie)
Mondial 2006 : 3 m. - 2 buts

83' But de Patrick Vieira !!! Vieira Vieira Vieira !!! Vieira qui reprend au second poteau de la tête un coup franc de Zidane parti de la droite du terrain. Tête smashée que dévie Ramos dans son but. Les Bleus prennent l'avantage ! **Espagne - France : 1-2**

Carton jaune pour Carles Puyol qui fait obstruction sur Henry. 82'

80' **FRAPPE DE GOVOU !!!**
Ribery passe côté droit et depuis le coin de la surface sert en retrait Govou pour une frappe qui passe juste au-dessus !

79' **Info Banc**
William Gallas sort sur civière pour se remettre de ce mauvais coup là où ça fait mal.

JOAQUIN !!! 78'
Abidal est débordé côté droit, Joaquin rentre dans la surface et frappe fort. Gallas prend le ballon dans l'entrejambe et dévie en corner.

Figura 3. Le Monde

El diseño de *The Times* es muy similar al de *The Guardian* (Figura 1). En *El Mundo* observamos la misma sencillez en el diseño, aunque el comentario se divide en dos columnas, donde algunos iconos resaltan las jugadas más importantes. *L'Équipe* sigue la misma distribución a dos columnas con iconos y texto resaltado con gran variedad de colores. (Se puede consultar un estudio detallado de los formatos en Pérez-Sabater et al., 2008)

Resultados

Contrariamente a nuestros trabajos anteriores, en los que los rasgos orales en los géneros electrónicos escritos en inglés eran considerablemente más abundantes que en las lenguas románicas estudiadas, en esta ocasión no aparece una correlación clara entre lenguaje y grado de informalización en los comentarios analizados.

El estilo lingüístico y, por tanto, los grados de informalización no parecen venir definidos por el lenguaje o por criterios culturales; sin embargo, parece que el diseño de la página web puede contribuir a la configuración del estilo de los comentarios. Así, en el caso de *El País*, su diseño web determina claramente el estilo utilizado por los comentaristas, puesto que su sencillez y sobriedad no dejan mucho espacio a la creatividad (la 2ª columna se limita a una serie de iconos que recogen los incidentes oficiales del juego, mientras que las frases nominales de

la 3ª columna describen simplemente la jugada). Por el contrario, el sencillo formato de *El Mundo*, *The Times* y *The Guardian* concede una mayor libertad e impone menos restricciones, lo que permite al comentarista una presencia más personal: las descripciones son más elaboradas, incorporando, en el caso de *El Mundo*, características propias de los géneros electrónicos o "written speech"; por último, la sofisticación de *Le Monde* permite una variedad de estilos que abarca desde rasgos asociados a la tradición impresa hasta características típicas del comentario oral.

En otros géneros electrónicos, como los chats, los correos electrónicos o los foros de noticias, el estilo utilizado es, en cierta medida, decisión del autor del texto, pero, en un periódico, la elección de un determinado estilo es extremadamente importante por razones económicas; la mayor parte de su financiación proviene de los anuncios y, dado que han pagado por ello, estos anunciantes quieren asegurarse de que sus anuncios van dirigidos al público adecuado; tal y como argumenta Conboy (2007: 27), "*news media, particularly newspapers … are mainly in the business of delivering consumers to advertisers … [t]his advertising needs to be targeted to the income of the audience*". Es, por lo tanto, importante que el periódico sea capaz de "diseñar el público" (A. Bell, 19991), de ofrecer noticias que le resulten interesantes (o que despierten su interés), expresadas en un lenguaje con el cual pueda identificarse, un estilo apropiado, o, como dice R. Bell (1991), "*a public idiom*". Como han argumentado (A. Bell, 1991; Conboy, 2007; Richardson, 2007), la lexis constituye un parámetro fundamental a la hora de definir el estilo periodístico. Por consiguiente, En nuestro trabajo, hemos analizado el uso de vocabulario evaluativo, coloquial y técnico en los comentarios deportivos en aquellos partidos en los que juega la selección nacional, dado que el léxico evaluativo permite al comentarista alinearse del lado de la selección nacional, mientras que el vocabulario coloquial puede usarse para intensificar un sentimiento común de identidad nacional. Por otra parte, el vocabulario técnico permite dar la impresión de una presentación "objetiva" de los acontecimientos, "objetividad" de la que alardean los medios de comunicación comerciales y que McChesney (2000) ha descrito, acertadamente, como "suspect, if not entirely bogus".

En los periódicos españoles, hemos encontrado dos tendencias claramente contrapuestas. Por una parte, *El País*, donde el uso de vocabulario técnico es mayor que en los otros periódicos, se desmarca abiertamente de cualquier lectura nacionalista, pues existe una ausencia total de léxico evaluativo o coloquial; este supuesto grado cero de expresividad (Hernández, 2003) excluye cualquier tipo de expresión de carácter evaluativo o "lenguaje callejero". Por otra parte, *El Mundo* utiliza abundantes expresiones coloquiales con la clara intención de recrear el discurso oral de los comentarios deportivos, manifestando abiertamente su apoyo a la selección española mediante términos de carácter evaluativo.

Por su parte, los periódicos franceses no se muestran tan agresivamente partidarios de la selección nacional a la hora de elegir sus términos. Su apoyo se manifiesta, por el contrario, en la cantidad de tiempo dedicada en sus comentarios al juego francés o al despliegue de recursos tipográficos de tipo retórico utilizados para anunciar los goles franceses. Así, *L'Équipe* presenta un estilo homogéneo y parece hallarse a medio camino entre las dos opciones representadas en los dos periódicos españoles, si bien, el apoyo a la selección francesa se halla efectivamente presente. El comentario de *L'Équipe* incluye consideraciones sobre cuestiones tácticas y estrategia futbolísticas, así como hipótesis sobre el estado de ánimo de los jugadores que resultarían fuera de lugar en *El País*, que pretende ceñirse a una relación "objetiva" de acontecimientos indiscutibles. Sólo existen siete expresiones de carácter coloquial en los comentarios de *L'Équipe*, todas utilizadas en secciones que resumen el partido, y no en el texto mismo de los comentarios minuto a minuto. El diseño sofisticado de la página web de *Le Monde* presenta comentarios con muy pocas expresiones coloquiales y escaso vocabulario evaluativo.

The Times utiliza poco lenguaje evaluativo, generalmente bien delimitado y aceptado por la clase media. Sus comentarios son bastante homogéneos lingüística y estilísticamente y, al igual que los comentaristas deportivos tanto en prensa escrita como en radio y televisión, se identifican con la selección nacional.

En *The Guardian*, por su parte, la figura del comentarista se halla bastante presente, aunque curiosamente apoya al equipo contrario. Aquí encontramos una mezcla de vocabulario desde el argot más moderno e incluso tabú, hasta un léxico de un registro lingüístico más elevado. La presencia de lenguaje evaluativo y de expresiones coloquiales es bastante frecuente y, contrariamente a *The Times*, dichas expresiones pretenden claramente alejarse de registros lingüísticos asociados generalmente con la clase media británica. El predominio de lo demótico no excluye, sin embargo, lo jerárquico: el amplio uso de un vocabulario popular, e incluso tabú, va unido al uso de cultismos. Así, encontramos arcaísmos utilizados jocosamente junto con tecnicismos propios del fútbol como "dullard", "Our Brave Dullards (4-5-1)" en representación de la alineación inglesa o expresiones que podríamos considerar cultas ("hubris", "nemesis", "epitome") o acrónimos técnicos no asociados con el fútbol.

Con el fin de ampliar nuestro análisis inicial basado en el vocabulario, hemos considerado la ideología general de los periódicos y su contribución a la hora de conformar tanto el lenguaje de los comentarios minuto a minuto como el diseño de la página web. En este sentido, hemos analizado el papel que la metáfora juega en los comentarios deportivos. Se ha subrayado en multitud de ocasiones la importancia de la metáfora en el discurso ideológico, ya que impone a menudo al lector una visión de la realidad sin ningún fundamento lógico o argumentativo. Numerosos estudiosos han resaltado la importancia de la metáfora a la hora de establecer las líneas ideológicas de un periódico; tal y como sostiene Conboy (2007:40), el lenguaje metafórico puede actuar "as a bridge between the factual world and the world of ideological persuasion […] metaphors have an important role in establishing powerful commonsense associations within newspaper texts, associations which do not seem to require very much in the way of justification or explanation".

Así pues, hemos examinado las metáforas empleadas para intentar establecer una correlación entre las líneas ideológicas del periódico y el lenguaje usado en los comentarios. Tras un primer análisis, nos hemos centrado en las metáforas relacionadas con la guerra y la violencia, dado que son las más recurrentes. Muchos autores (Hernández, 2003; Thorne, 2006; Conboy, 2007) han señalado la importancia de las metáforas sobre la guerra en los comentarios deportivos, relacionando dicho fenómeno con consideraciones de tipo ideológico o de clase social. De hecho, la importancia de las metáforas de la guerra y la confrontación en el discurso deportivo es tal que muchas de ellas se han transformado en metáforas convencionales, pasando a formar parte del vocabulario técnico deportivo ('attack', 'defence', 'to shoot at goal'). Por consiguiente, creemos necesario, tal y como exponen Lakoff y Johnson (1980), distinguir entre metáforas convencionales (SU DISPARO NO ENCONTRÓ PORTERÍA) y no-convencionales (EL MARISCAL ZIDANE).

En nuestro análisis cuantitativo de las metáforas no-convencionales relacionadas con la guerra, llama la atención su total ausencia en *El País*, así como su escaso número de ejemplos en los periódicos franceses. En ambos casos, dichos periódicos parecen aspirar a una visión de las noticias deportivas basada exclusivamente en hechos, evitando así el sentimiento nacionalista transmitido por las metáforas sobre la guerra. Esta falta de fervor nacionalista puede a su vez relacionarse, en el caso de *El País* y *Le Monde*, con su línea política editorial de centro-izquierda. En el caso de *L'Équipe*, podría explicarse por su carácter exclusivamente deportivo, lo que implica situarse por encima de cualquier sentimiento nacionalista para centrarse en un "tratamiento científico" del fútbol. Existe asimismo una significativa correlación entre el escaso número de metáforas sobre la guerra, la escasez de vocabulario coloquial y un diseño web altamente sofisticado.

Las metáforas sobre la guerra son más abundantes en *El Mundo, The Times* y *The Guardian*, algo nada sorprendente en los dos primeros periódicos, dado que estudios como el de Hernández (2003) asocian la prensa de derechas con las metáforas sobre la guerra en los comentarios deportivos. El caso de *The Guardian* merece especial atención y pone de manifiesto los límites de un análisis basado exclusivamente en contenidos, sin prestar atención al contexto, sin un análisis textual en profundidad (Richardson, 2007); en este periódico, las metáforas sobre la guerra adquieren un especial significado si consideramos que el comentarista afirma en repetidas ocasiones que está del lado de Portugal frente a Inglaterra y presenta el comentario minuto a minuto como una parodia de los comentarios de fútbol tradicionales.

Conclusiones

Del análisis llevado a cabo, podríamos concluir que el diseño de la página web condiciona en gran medida la oralidad del texto escrito, así como el lenguaje empleado en este tipo de comentarios. Así, cuanto más estilizado es el diseño de la página web, menos coloquial es el texto escrito y menos metáforas de guerra encontramos. Sin embargo, no podemos extraer conclusiones precisas en cuanto a la relación estrecha entre ideología y oralidad, ya que los comentarios con mayor número de rasgos orales, los publicados en *El Mundo* y *The Guardian*, defienden posturas ideológicas contrapuestas: mientras que *El Mundo* se identifica coloquialmente de forma continuada con la selección nacional representativa de la identidad nacional, el comentario extremadamente coloquial de *The Guardian* parece más bien una parodia de los comentarios deportivos, especialmente si tenemos en cuenta que desde un principio el comentarista se confiesa partidario de la victoria del equipo contrario. El uso de metáforas sobre la guerra en este tipo de comentarios en un periódico supuestamente de centro-izquierda, junto con un registro de lengua coloquial, demótico, permite vehicular una representación invertida del sentimiento nacionalista y posiblemente cuestionar la imagen del fútbol como una afirmación de la identidad nacional.

Nuestro estudio confirma asimismo que no es la lengua (las particularidades específicas de cada lengua, español, francés o inglés) la que establece diferencias entre los distintos periódicos, sino que son las convenciones estilísticas, el diseño web y la ideología las que definen el estilo que la editorial imprime a sus comentarios deportivos en línea.

Referencias

Baron, N. S. (2000). *Alphabet to Email*. Londres: Routledge.

Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell Publishers.

Bell, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Londres: Routledge

Biber, D. y Finegan, E. (1989). "Drift and the evolution of English style: A history of three genres". *Language*, 65, 3: 487-517.

Conboy, M. (2007). *The Language of the News*. Londres: Routledge.

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. Londres: Longman.

Galeano, E. (1995). El Fútbol a Sol y Sombra. Madrid: Siglo XXI.

Grijelmo, A. (2001). "El ciberlenguaje provisional". Actas del II Congreso Internacional de la Lengua Española. El Español en la Sociedad de la Información. Última consulta 20 de junio de 2008, http://www.cgcnet.org/nuestroidioma/hemeroteca/ciberlenguaje.html.

Hernández Alonso, N. (2003). *El Lenguaje de las Crónicas Deportivas*. Madrid: Cátedra.

Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: Chicago University Press.

Marcoccia, M. (1999). "La normalisation des comportements communicatifs sur Internet: Étude sociopragmatique de la Nétiquette" en N. Guegen y L. Tobin (eds.), *Communication, Société et Internet*, 15-32. Paris: Harmattan.

Maynor, N. (1994). "The language of electronic mail: Written speech?" en G. D. Little y M. Montgomery (eds.), *Centennial Usage Studies*, 48-54. Tuscaloosa: Alabama University Press.

McChesney R.W. (2000) “Journalism, Democracy, and Class Struggle”. *Monthly Review*, 52, 6. Última consulta 20 de junio de 2008, http://www.monthlyreview.org/1100rwm.htm

Pérez-Sabater, C., Peña-Martínez, G., Turney, E. y Montero-Fleta, B. (2008). “A spoken genre gets written: Online football commentaries in English, French, and Spanish”. *Written Communication*, 25, 2: 235-261.

Richardson, J. E. (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. Houndmills: Palgrave Macmillan.

Thorne, S. (2006). *The Language of War*. Londres y Nueva York: Routledge.

Tuson, J. (2006). *Lletres sobre Lletres*. Barcelona: Editorial Empúries.

Vázquez Montalbán, M. (2005). *Fútbol. Una Religión en Busca de un Dios*. Barcelona: DeBolsillo.