

Columnismo deportivo digital: noticia, ficción y kitsch

PEDRO PANIAGUA
Profesor de Periodismo -Universidad Europea-CEES

RESUMEN

El columnismo deportivo digital es idéntico, en general, a su homólogo en papel, ya que las versiones electrónicas de los diarios, tanto deportivos como de información general, suelen ser una mera traslación a la pantalla de lo que aparece en el soporte tradicional. Ahora bien, sí se pueden apreciar ciertas diferencias relativas a la presencia de ciertos textos en ambas versiones y al diseño y emplazamiento de las páginas. El autor aprovecha este estudio para referirse a las características redaccionales de las columnas analizadas, que, no porque se den también en el periodismo tradicional, dejan de ser significativas para el conocimiento del género. Por último este análisis sirve para constatar cómo un género, cuyas raíces se remontan a hace casi dos siglos, se mantiene vigente y lleno de vitalidad en el entorno electrónico.

PALABRAS CLAVE: Columnismo deportivo digital, periodismo electrónico

ABSTRACT

DIGITAL COMMENTARYS ON SPORTS: NEWS, FICCIÓN & KITSCH

The digital commentarys on sports are, basically, the same as the commentarys on sports in paper, because the electronic versions of the newspapers –both sports dailys or general information dailys– are in many cases just a translation into the screen of their traditional versions. Anyway, it is possible to appreciate some differences in the presence of some commentarys in both versions and in the design of the pages. The author also studies some cha-

racteristics of the writing that appears not only in the digital newspapers, but also in the traditional ones. At least, this analysis shows how the commentary, with two centuries of life, still healthy in the electronic environment.

KEY WORDS: Digital Commentaryps on Sports, Digital Journalism

Antes de entrar de lleno en el análisis del columnismo deportivo digital convendría delimitar con la mayor precisión posible un concepto que no siempre tiene el mismo contenido en medios profesionales y académicos. Me refiero al concepto mismo de columna, un género que muchas veces ha aparecido, y aparece, bajo la denominación de artículo, comentario o crónica. El paso del periodismo impreso al digital no ayudado a aclarar la terminología.

Entendemos por columna, normalmente, un género de opinión firmado con una serie de rasgos en los que prácticamente todos los autores que se han ocupado del tema coinciden. Estos son, más o menos, los que recogía Esteban Morán Torres en sus *Géneros del periodismo de opinión* (1988:126): “*la asiduidad, la extensión uniforme, la ubicación fija en la página y la presentación destacada del resto de los contenidos de la plana*”. Como se ve, todos ellos son rasgos que se refieren a aspectos de la edición y la maquetación, pero no de la redacción, no del mensaje.

Para ver el concepto de columna, desde el punto del mensaje, quizá sea útil referirse brevemente al repaso histórico que Fernando López Pan hizo de otros autores que han estudiado el género como José Luis Martínez Albertos y Luisa Santamaría:

“En el organigrama de los géneros para el comentario que plantea Santamaría, la columna acaba amparando el tradicional comentario/columna de Martínez Albertos más los artículos de costumbres y de humor que el profesor madrileño sitúa en el ámbito del género artículo” (López Pan, 1995:17)

La aparente contradicción entre ambos autores no es tal si tenemos en cuenta el discurrir, la evolución, de un género que no sólo está perfectamente vivo y en continuo crecimiento, sino que además tiene un claro afán fagocitador de otros géneros concomitantes, como muy gráficamente nos describe López Pan (1995:12), quien dice de la columna:

“...nace pequeña y, poco a poco, amplía su caudal con la afluencia de las aguas de regatos, correntías e, incluso, ríos caudalosos hasta convertirse en un río de gigantescas magnitudes. Sin duda, los primeros columnistas no pudieron ni soñar –algo habitual, por otro lado, en casi todo lo humano– que el cauce que ellos abrían, con los años, resultaría tan anchuroso y transitabile.

Quizá por eso, añade López Pan (1995:17):

Martínez Albertos tenía razón en 1974 y, quizá, en 1983: el artículo en general y los artículos de costumbres y de humor se escribían y se recibían como distintos de la columna. Sin embargo en 1990 la razón acompaña a Santamaría porque la columna ha absorbido a los otros tres géneros.

Frente al planteamiento de ambos, (*ibíd.*:18):

Morán propone denominar columna al comentario/columna de los otros dos autores y reservar el nombre de comentario para aquellos artículos en los que se apostilla, se explica, se aclaran los hechos más destacados entre los que constituyen la información del día

La falta de acuerdo en la terminología no se ciñe a los géneros antes citados ni al ámbito académico, sino que se da también con otro género –la crónica– y en el ámbito profesional. No es infrecuente que columnistas que escriben en la actualidad en los medios, impresos o digitales, se autodenominen, quizá por modestia, cronistas. Y que, inmediatamente detrás del texto, el diario pregunte al lector: “¿Recomendaría este artículo?”. Esto es exactamente lo que se puede leer, por ejemplo, en una columna reciente de Vicente Salaner, en la versión electrónica de *El Mundo* (1 de abril de 2000) El autor acaba diciendo: “Pero North Carolina... ¡ya saben, para este cronista North Carolina siempre será North Carolina! Sin Michael Jordan pero, hoy, con Joseph Forte.”

ANÁLISIS Y OPINIÓN

Pero más importante que intentar precisar los límites, siempre cambiantes, de la columna, sea quizá distinguir un aspecto clave que va a tener una presencia mayor en nuestro estudio. Nos referimos al binomio análisis-opinión. Aquí, en principio, parece haber un mayor acuerdo terminológico, si bien, profesionalmente, como luego veremos, van a andar ambos términos también revueltos en los textos de los diarios digitales. Tomemos, como punto de partida, la distinción que hace Martínez Albertos (1997:205) entre columna de análisis y columna de opinión, esta última más cercana al comentario:

El análisis corresponde a las funciones propias de la interpretación periodística (o dicho de otra forma, al segundo nivel de profundidad de la información periodística), mientras que el comentario debe quedar reservado meticulosamente a la reducida parcela de la opinión.

La primera, la de análisis, incluye, según podemos leer en el mismo texto, el acontecimiento principal, antecedentes y circunstancias actuales, reacciones e interpretaciones y un análisis valorativo apoyado en razones probatorias objetivas. La segunda, la de opinión, por el contrario, se basa más bien en la argumentación apoyada en razones probatorias de carácter persuasivo y puntos de vista evidentemente personales. Si a esta última le añadimos otros rasgos, tales como la nombradía del autor y la preocupación literaria, estaremos ante lo que comúnmente se denomina columna personal.

El hecho de que el autor de la columna sea un escritor famoso fuera del mundo de la prensa, como ocurre a menudo en el columnismo del periodismo general, no es un rasgo que suela estar presente en las columnas del periodismo deportivo, ni impreso ni digital, al menos con la característica de la asiduidad, que, como hemos visto al principio, es una de las que definen el género. Sí, en cambio, está presente con cierta frecuencia la preocupación literaria, aunque pocas veces se llega a lo que otros autores denominan “*un fenómeno más claramente literario que periodístico*” (Santamaría, 1997:123).

En la columna personal también se suelen dar otros rasgos que sí encontramos en el periodismo deportivo, como son la libertad –entendida desde el punto de vista del lenguaje, del tema y de la estructura– y la flexibilidad en su relación con la noticia. En este último se da una clara diferencia entre el análisis, normalmente basado directamente en una noticia reciente, y la columna personal, donde la relación puede no ser tan directa ni tan cercana en el tiempo.

Podría decirse que también casan con el columnismo deportivo digital muchas de las características que los propios cultivadores del género en el periodismo general consideran como propias de este tipo de textos. Por ejemplo, las que subrayan Jaime Campmany, Beatriz Pottecher y Francisco Umbral. Para Campmany, la columna: “*llama la atención del lector hacia acontecimientos especiales y ofrece elementos de juicio para que el público medite, reflexione o abra los ojos ante una realidad que en principio no se ve muy claramente*” (López Hidalgo, 1996:65) Pottecher define la columna como denuncia, como voz crítica o como “*salva corrosiva y subversiva*” (ibid., 1996:69), algo que se aprecia continuamente en José María García, quien ha trasladado a sus textos de opinión del diario *Estrella Digital* el estilo beligerante que le hizo famoso en la radio. Umbral, por último, mantiene que la columna debe ofrecer “*un poco de espectáculo, de emoción y si se tiene suerte de sonrisa*” (ibid., 1996:68)

FOTOCOPIA ELECTRÓNICA

Una vez definido el género y las principales variantes con las que nos vamos a encontrar, estamos ya en condiciones de entrar de lleno en el espacio de las colum-

nas deportivas digitales. Para ello he seleccionado –sin carácter exhaustivo, pero sí, creo, representativo– los textos que mejor se adaptaban a los perfiles antes descritos y que aparecieron durante el mes de marzo y los primeros días de abril. Los medios elegidos han sido las versiones digitales de los diarios de información general *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *La Razón*; la del diario deportivo *As*; y el diario exclusivamente electrónico *Estrella Digital*. Otros medios de información general, como *ABC*, o deportivos, como *Marca*, también han sido analizados, pero no he encontrado en ellos el tipo de columnas definidas en las líneas anteriores.

Tras una primera ojeada a los medios digitales, lo primero que se puede constatar es que, al igual que en el terreno puramente informativo, no existe un columnismo deportivo de papel y otro electrónico. Ambos son, esencialmente, iguales. O, por decirlo en un orden más acorde con la Historia, el segundo no es sino una fotocopia del primero, una traslación perfecta del papel a la pantalla. Ahora bien, incluso después de haber constatado la anterior identidad, no creo que un estudio del columnismo deportivo, basado exclusivamente en los medios digitales, sea algo completamente inútil. Y ello por dos razones, fundamentalmente. La primera es que, aun siendo ambas versiones idénticas desde el punto de vista de la redacción, presentan diferencias en aspectos relativos a la presencia y a la maquetación. Y la segunda, y más importante, es que con este análisis se confirma la presencia en un espacio nuevo, con toda su vigencia y vitalidad, de un género que tiene sus raíces en los artículos de costumbres de hace casi dos siglos, lo que parece augurar un importante futuro a la columna. Quizá durante los próximos años, en los cambios que se sucedan en el género, sigan yendo de la mano los medios tradicionales y los digitales, pero no es descartable que en no muchos años más los cambios se produzcan sobre todo en el ámbito electrónico.

He señalado que una de las diferencias entre el columnismo deportivo tradicional y el digital radica en la presencia. Esto es, aunque en la mayoría de los casos las mismas columnas están presentes en ambos soportes, en otros, como en el de Albert Turró en *La Vanguardia*, se da la circunstancia de que su columna “*Cada lunes*” sólo aparece en la versión de papel. (Al menos es lo que ocurrió los días 20 y 27 de marzo y 3 de abril de 2000). Pero esto no quiere decir que el diario catalán no incluya, en su versión digital, otras columnas sobre deportes. El 3 de abril, por ejemplo, *La Vanguardia* incluía, en ambas versiones, una columna –magnífica, dicho sea de paso– de Josep María Casasús sobre la “Tele ping-pong”, lo cual nos da pie para hablar de una figura que no habíamos mencionado antes, y es la del columnista que habitualmente se ocupa del periodismo general pero que en ocasiones, como ésta, escribe de deportes.

El caso de Casasús es raro si se tiene en cuenta que buena parte de los textos analizados –más de veinte– han sido escritos por columnistas exclusivamente deportivos. Pero no por raro se deja de agradecer. El columnista y teórico del periodismo aporta unas cualidades muy difíciles de ver en otros colegas centrados exclu-

sivamente en el deporte. La primera de ellas sería una estructura diáfana, clara, que parte de una tesis rotunda, expresada sin preámbulos en la primera línea del texto: “La televisión acaba imponiendo sus leyes en todos los ámbitos visualizables de la vida” (“Tele ping-pong” en *La Vanguardia digital*, 3 de abril de 2000). La segunda, su capacidad para fijarse en hechos concretos aparentemente nimios que dan pie a planteamientos generales ciertamente relevantes. La noticia que provoca la columna es que el diámetro de la pelota de ping-pong va a ser aumentado de 38 a 40 milímetros para que ésta vaya más lenta, sea más visible, más flotante, y pueda ser seguida mejor por televisión. El paso intermedio, inevitable, que da pie a la tesis, es que la televisión ha acabado condicionando el funcionamiento de muchos deportes como el fútbol, el tenis, el baloncesto, el ciclismo, el motor y el golf. Un hecho en principio irrelevante le da a Casasús la oportunidad de hablar del factor que sin duda más está influyendo en el mundo del deporte en los últimos cincuenta años.

Esta columna de *La Vanguardia* sería de esas que guardan una escasa relación en el tiempo con la noticia concreta. Esta había nacido un mes antes, pero en el tratamiento que le da Casasús no pierde ni un ápice de actualidad, porque la influencia de la televisión en el deporte se va a poder seguir contemplando quizá durante otros cincuenta años más. El columnista de *La Vanguardia*, además, no se detiene ahí en su labor de abstracción. Eleva su punto de vista por encima del ping-pong, del deporte y de la televisión para llegar a contemplar nada menos que la evolución de las especies:

Los partidarios de aumentar el tamaño de la pelota confían en que de esa manera el ping-pong se adaptará a las leyes selectivas de la televisión, del mismo modo que, según Darwin, las especies se adaptaron a las condiciones del medio ambiente. Las que no lo hicieron han desaparecido.

Si exceptuamos *La Vanguardia* –que, como ya se ha dicho con el caso de Turró, es el único diario de los estudiados que no reproduce en su versión digital las columnas de su versión tradicional– el resto mantiene, en general, idénticos textos, y en los mismos días de la semana, en sus dos versiones, lo que confirma una de las características propias del género, la periodicidad. Un seguimiento más detenido de las versiones electrónicas de cuatro de ellos –*El País*, *El Mundo*, *As* y *Estrella Digital*– durante la última semana del periodo analizado –la que va del 28 de marzo al 3 de abril– arrojó el siguiente balance: *El País* incluyó tres columnas deportivas: el martes (de Xosé Hermida), el jueves (de Ramón Besa) y el sábado (de Julio César Iglesias). *El Mundo*, cuatro: una el sábado (de Vicente Salaner) y tres el lunes (del propio Salaner, de Carlos Toro y de José María Sirvent). *As* incluyó una columna diaria (de su director, Alfredo Relaño); este diario suele incluir además otra los lunes (de Juan Mora). Y *Estrella digital*, por último, ofreció a sus lectores una columna diaria (del ya citado José María García).

PEQUEÑAS DIFERENCIAS

Vistas las diferencias –mínimas, ciertamente– que presentan las versiones en papel y digitales en lo que se refiere a la presencia de columnas en los medios estudiados, veamos ahora las que se derivan del diseño de los textos, de las páginas y del periódico en su totalidad. En el soporte tradicional las columnas se suelen distinguir de los textos puramente informativos por una serie de rasgos que tienen que ver con la maquetación y el emplazamiento. La columna, que debe su nombre a la medida de maquetación con la que se empezó a confeccionar, debe también al diseño el que haya sabido destacarla visualmente. Los rasgos de los que se vale son, fundamentalmente: un ancho de línea, un cuerpo de letra y una firma del autor, mayores; un lugar privilegiado dentro de la página o una página privilegiada dentro del diario; y la presencia de corondeles y recuadros que resalten el texto. Debido sobre todo a las características técnicas de ambos soportes, sólo dos de los cinco rasgos anteriores se mantienen en el periodismo electrónico: la firma de mayor tamaño y la presencia de recuadros.

El ancho de columna y el cuerpo de letra mayor son difícilmente justificables en los medios digitales, ya que las columnas no conviven en la misma página con textos informativos. Cada una, normalmente, ocupa su propia página, por lo cual, en principio, no hay necesidad de destacarlas. Del emplazamiento privilegiado es difícil hablar en los diarios electrónicos de la misma forma que lo hacemos en los tradicionales. En éstos queda perfectamente clara la gradación: portada, contraportada, primera de sección, página impar, columna de salida, etc. En los digitales, en cambio, el privilegio de la columna se plasma a menudo en la colocación de la firma del autor en el índice de la sección correspondiente. Ningún texto informativo de los diarios estudiados aparece en este índice con la firma de su autor.

El rasgo que con mayor uniformidad se mantiene en los diarios electrónicos es el mayor tamaño de la firma que encabeza la columna. Como dice Federico Jiménez Losantos, “*columna es lo que se empieza a leer por la firma del auto*” (López Pan, 1995:23), y esto se cumple en el soporte digital en mucha mayor medida que en el papel. No sólo por la firma en el índice, sino porque su tamaño, mayor que el de los textos informativos, y su presencia invariable en la cabecera del texto hacen que sea materialmente imposible que un lector de medios electrónicos lea una columna sin empezar por su firma.

Pero la afirmación de Jiménez Losantos no tiene sólo un carácter cronológico. No importa tanto, obviamente, que se lea la firma lo primero, como el hecho de que dependiendo de la firma se siga leyendo el texto. Lo que se corresponde con otro rasgo de la columna que no he mencionado todavía: la relación especial que se produce entre el columnista y el lector. Es indudable que muchos lectores, sobre todo con el tiempo, leen una columna más que por su tema o por su título, por su firma. Y algo de esto, por no decir mucho, se ha trasladado al periodismo digital. En los

índices de las secciones de este tipo de periodismo no se coloca simplemente la firma del autor debajo del título del texto, sino que muchas veces se dice “la columna *de* Alfredo Relaño”, o “la columna *de* Juan Mora”, como si con esa preposición se quisiera dar a entender que ese espacio les corresponde en propiedad a los columnistas para decir lo que quieran —el cheque en blanco del que habla Martínez Albertos (1991: 382)— y que en virtud de esa propiedad, y de la libertad que ella les confiere, es allí donde van a ser buscados por sus lectores.

La presencia de recuadros, filetes y corondeles, por último, no es frecuente en los diarios electrónicos. Sólo se ha detectado en uno de los analizados. Curiosamente, en el único que no tiene versión tradicional, en el *Estrella digital*. En él, invariablemente, la columna de José María García aparece siempre destacada, y no por un recuadro simple, sino por uno doble. Más que por destacar la columna de otros textos —que no es necesario puesto que los textos no conviven— el recuadro aquí obedece a motivos estéticos, o bien al deseo de conservar cierta afinidad con los medios de papel, ascendientes de los electrónicos, como si las líneas que destacan la columna fueran el recuerdo o la herencia de un mundo que irremediablemente se acaba, y que el propio *Estrella Digital* —el primero exclusivamente electrónico en España— estuviera ayudando a eliminar. El recuadro lavaría así, quizá, la mala conciencia por el parricidio.

LITERATURA Y BANALIDAD

Al principio de este estudio he distinguido entre columnas de análisis y de opinión, basándome en los más sólidos teóricos del género. He considerado también cómo el carácter literario suele estar cada vez más presente a medida que nos vamos acercando a ese tipo de columna denominada personal. Por eso, conviene ahora detenerse brevemente en los columnistas deportivos analizados en el mundo digital para ver, a la luz de lo anterior y una vez analizadas otras características de carácter más externo, qué derroteros suelen seguir en sus textos en lo que se refiere a la pura redacción.

En general, las columnas estudiadas se acercan más a lo que anteriormente he considerado como análisis. Es decir, realizan una interpretación de los hechos, basándose en razones probatorias objetivas y suelen incluir antecedentes y circunstancias que rodean a la noticia que da pie a la columna. Suelen, también, estar estrechamente pegadas a la actualidad. Éste sería el caso de las columnas de Xosé Hermida y Ramón Besa, en *El País*; de Vicente Salaner y Carlos Toro en *El Mundo*; de Alfredo Relaño, en *As*; de Julián García Candau, en *La Razón*; y de José María García, en *Estrella digital*. Muchas de sus razones probatorias objetivas están centradas exclusivamente dentro del mundo del deporte y se refieren a tácticas, estrategias, estadísticas y trayectorias de equipos y jugadores y de los distintos colectivos que rodean a la competición.

No se suele dar aquí lo que vimos, por ejemplo, en la columna de Casasús: que el texto se refiera a un hecho ocurrido un mes antes y que la abstracción le llevara a elevarse por encima del deporte para hablar del mundo de la televisión y de la evolución de las especies. En nuestras columnas tanto la interpretación, como la noticia misma, suelen girar siempre dentro del mundo del deporte. Y dentro de éste, como ocurre con la información, del mundo del fútbol. Este deporte es mayoritario, como tema, en la opinión y el análisis. Aunque no todos los textos leídos hablaban de fútbol, por supuesto. Ya hemos visto el de Casasús, que lo hacía de ping-pong; y, junto al suyo, tenemos el de Carlos Toro, que habla de ciclismo, en concreto de Pantani, y los de Salaner que tratan invariablemente de baloncesto. Este último autor nos permite citar la especialización como otro rasgo que se da en algunos columnistas dentro del periodismo deportivo digital.

Como autor intermedio entre los que escriben pegados a la noticia y los que dejan volar libremente su imaginación llegando a terrenos a veces cercanos a la ficción, nos encontramos a José María Sirvent, en *El Mundo*. Sus columnas son más literarias que las de los autores anteriores si nos atenemos al lenguaje, aunque también en su caso se puede hablar más de análisis que de opinión, pues el desarrollo del texto discurre por un camino más cercano a la interpretación que a la persuasión. Su relación con la noticia es también, en general, estrecha.

Y por último, nos encontramos con Julio César Iglesias, en *El País*, sin duda el autor más literario de los estudiados, por su estilo pero también por sus planteamientos. En su caso, las tesis que defiende —si es que se puede hablar de tesis propiamente dicha en textos que introducen constantes elementos de ficción— son a menudo también subjetivas. Y su relación con la noticia que provoca el texto es más distante que en los columnistas anteriores. No es que haga ficción en el sentido de que se *invente* las cosas. Los hechos de los que parte son ciertos, pero muchas de sus exuberantes descripciones parecen propias de un mundo completamente literario:

*Nadie discute que es una criatura con un impecable aspecto de androide. Tiene una de esas musculaturas calculadas por ordenador: cuello firme, brazos nervudos, espalda simétrica, piernas estriadas y un juego de articulaciones capaz de desafiar los más exquisitos hallazgos de la ortopedia. Sus movimientos sobre el campo confirman las primeras sugerencias y son la viva expresión de la elasticidad; cuando el instinto se lo exige, el tipo salta y se repliega sobre sus zarpas de cuero con la naturalidad desenvuelta de un felino vertical (“El marciano” en *El País*, 18 de marzo de 2000)*

El pasaje anterior está dedicado al célebre, por lo caro e inútil, jugador del Real Madrid Nicolás Anelka. En Julio César Iglesias se da, aparte de un estilo exagerado, otra de las características que Martínez Albertos (1997:290-291) considera propias del lenguaje deportivo, el enigma: “...*esta desmesura y este barroquismo supo-*

nen con gran frecuencia que el discurso metafórico de los periodistas deportivos sea un material sólo inteligible para los ya iniciados. De este modo, el discurso deportivo se convierte en un enigma para todos aquellos ciudadanos que no participan de las claves y de los sobreentendidos épicos que nacen de una muy peculiar visión hipertrófica de la realidad social

Este enigma está presente en numerosos pasajes que sólo se entienden si se está muy encima de la actualidad no sólo deportiva, sino futbolística. Cuando Iglesias dice: “Perece que en la intimidad se entiende con una de esa maquinillas infernales”(ibíd.), hay que entender que se refiere a los videojuegos. Y cuando habla de que Anelka “está rodeado de una corte de titiriteros y comisionistas que se hacen pasar por hermanos”, hay que saber que el representante de ese futbolista es su hermano real. El sobreentendido se da también cuando escribe de las actividades de esos “hermanos”: “No se sabe muy bien si se limitan a aliñarle los contratos como si fueran ensaladas o si también se permiten indicarle cómo debe manejar la cuchara de la sopa”(ibíd.). Para entender esta última frase es necesario saber que Anelka fue invitado por Aznar a comer a La Moncloa, durante una visita que hizo el presidente francés Jacques Chirac a España en el otoño de 1999. Seguramente la nacionalidad francesa del jugador y el hecho de que fuera un futbolista de moda influyó en la invitación de unos presidentes que veían en el gesto una forma fácil y simpática de acercar su imagen a la del deporte. El jugador dijo entonces que no acudía a la comida, si no iba acompañado por su hermano y representante. Al final, tras conversaciones entre el Gobierno y el Real Madrid, el jugador acudió, y solo, pero la anécdota ha quedado como ejemplo del carácter caprichoso del “androide”.

Otra de las cualidades de Julio César Iglesias es su don de la oportunidad, su capacidad para prever el futuro y anticiparse a los acontecimientos. Esta cualidad, que se supone en muchos columnistas, como uno de los principales rasgos del género, rara vez está presente y cuando lo está pierde eficacia al hacerse la previsión de forma vaga. El columnista de *El País*, sin embargo, vaticina en ocasiones aspectos concretos del juego con un acierto considerable: “Hoy, bajo los voladizos de Anoeta, Iker Casillas sumará un nuevo episodio a la asombrosa aventura de su carrera profesional”(El País digital, 1 de abril de 2000). Quizá aquí parezca que no era difícil prever que esa noche iba a jugar Casillas. Después de todo era el guardameta titular de su equipo. Pero el acierto está, no tanto en la frase en sí, sino en haber elegido para personaje de su columna, para su titular –“Iker Casillas”– y para su arranque de texto, a un jugador del que al día siguiente, debido a su gran actuación, iban a hablar todos los medios en sus portadas: “Casillas, el nuevo “niño prodigio” (EL Mundo digital, 2 de abril); “Casillas impide la victoria de la Real Sociedad ante el Madrid (1-1)”(El País digital, 2 de abril); “El Madrid respira por Casillas”(ABC, 2 de abril).

Un estilo radicalmente distinto es el que muestra José María García en *Estrella Digital*. Si bien es cierto que el popular periodista radiofónico cuenta con una gran

trayectoria a sus espaldas en el terreno informativo, no lo es menos que en el de la opinión escrita muestra en ocasiones algunos rasgos que se podrían acercar a lo que Maurizio Dardano denomina “*kitsch periodístico*”, es decir, “*el reino de la banalidad, de la incongruencia*” (M. Albertos, 1997:291). O a lo que Umberto Eco define como kitsch: “*es la obra que, para poder justificar su función estimuladora de efectos, se recubre con despojos de otras experiencias, y se vende como arte sin reservas*” (Ibíd.)

Banalidad, incongruencia, despojos... la gradación entre los teóricos del kitsch va descendiendo. Hasta llegar a otro, Milán Kundera (1992:250), quien, en un paso más en ese camino escatológico, afirma: “*...el ideal estético del acuerdo categórico con el ser es un mundo en el que la mierda es negada y todos se comportan como si no existiese. Este ideal estético se llama kitsch*”. Sin pretender tocar fondo en el descenso antes descrito, sí que podemos constatar que ciertos rasgos de ese ideal estético podrían estar presentes en las columnas de García. Tomemos, casi al azar, un par de párrafos de su columna “*S.O.S.*” en *Estrella Digital* (28 de marzo de 2000):

Me da la impresión que lo más parecido a la tragedia del “Titanic” es lo que está pasando al Atlético de Madrid (sic). Tendrán razón los judiciales, tendrán razón los opositores y tendrá razón la madre que parió a esta situación... lo que está claro es que entre todos la mataron y ella sola se murió.

Parece ser que el señor Rubi está ofreciendo el club del Manzanares al mejor postor (un grupo americano de muchos billones de pesetas, Sogecable, Telefónica, etc.) pero todo eso son ganas de joder la marrana, porque cuando eso fructifique, sí es que eso fructifica (sic), el Atlético estará ya detrás del Sevilla, que ya es decir.

Pero a pesar de la ausencia de preposiciones y de pronombres, y de la presencia injustificada de acentos, de lenguaje vulgar y de frases hechas, ninguno de esos elementos por sí mismos constituyen todavía los rasgos del kitsch. Los fallos gramaticales se pueden deber a una edición defectuosa y ese lenguaje lo podemos ver también en columnistas consagrados del periodismo general como Umbral, Raúl del Pozo o Maruja Torres. El Kitsch precisa además la presencia del talante, del *ethos*, del columnista. A ese elemento se refiere el escritor checo en otro de sus libros (Kundera 1987:148):

“El kitsch es algo más que una simple obra de mal gusto. Está la actitud kitsch. El comportamiento kitsch. La necesidad de kitsch del “hombre kitsch” (Kitschmensch): es la necesidad de mirarse en el espejo del engaño embellecedor y reconocerse en él con emocionada satisfacción”

Tomemos un ejemplo más de otra de las columnas del popular periodista. En ella vuelve a hablar, en tono crítico, de los administradores judiciales del Atlético

de Madrid que rigen el club en sustitución de su anterior presidente, Jesús Gil. Como colofón de su texto (*Estrella Digital*, 23 de marzo de 2000) dice: “Espero y deseo que quién corresponda repristine con más acierto que entraron en el club del Manzanares¹ (sic). Y volvemos a lo que decíamos antes. No se trata sólo de que en esta frase sobren acentos, ni de que haya verbos inexistentes, ni tan siquiera de que esté mal construida. El rasgo que verdaderamente hace honor a lo dicho por Kundera está en que antes de esa frase, como punto de partida que le ha permitido desembocar en la conclusión reseñada, el columnista se ha permitido no sólo titular su texto en latín —en latín ficticio: “*Intervenire*”—, sino además comenzar dando lecciones de etimología y citando a las más altas instancias de la Lengua:

La palabra y verbo intervenir viene del latín intervinere y según la Real Academia de la Lengua Española una de sus acepciones es “tratándose de cuentas, examinarlas y censurarlas con autoridad suficiente para ello”. La palabra interventor-interventora viene del latín interventor-interventoris... y según la Real Academia de la Lengua se refiere a la “persona que autoriza y fiscaliza ciertas operaciones para garantizar su legalidad.

Según Kundera (1992:258), hay varios tipos de Kitsch: “católico, protestante, judío, comunista, fascista, democrático, feminista, europeo, americano, nacional, internacional”. En nuestro caso, y ante “el espejo de ese engaño embellecedor” que podría hacer creer a lectores del columnista José M^a García que se encuentran frente a un pasaje de genuino arte, o de genuina ciencia del lenguaje, muy bien podríamos considerar el texto citado como perteneciente a un nuevo tipo de kitsch: el kitsch filológico

BIBLIOGRAFÍA

- KUNDERA, Milan (1987): *El arte de la novela*. Barcelona, Tusquets
- KUNDERA, Milan (1992): *La insoportable brevedad del ser*. Barcelona, RBA
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio (1996): *Las columnas del periódico*. Madrid, Libertarias/Prodhufi
- LÓPEZ PAN, Fernando (1995): *70 columnistas de la prensa española*. Pamplona, EUNSA
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1991): *Curso general de Redacción Periodística*. Madrid, Paraninfo

¹ José María García, “Intervenire”, en *Estrella Digital*, Madrid, 23.III.2000, Deportes.

- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1997): *El ocaso del periodismo*. Barcelona, CIMS
- MORÁN TORRES, Esteban (1988): *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona, EUNSA
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa (1997): *Géneros para la persuasión en periodismo*. Madrid, Fragua

(Artículo recibido el 11 de abril de 2000. Aceptado el 11 de mayo de 2000)