

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

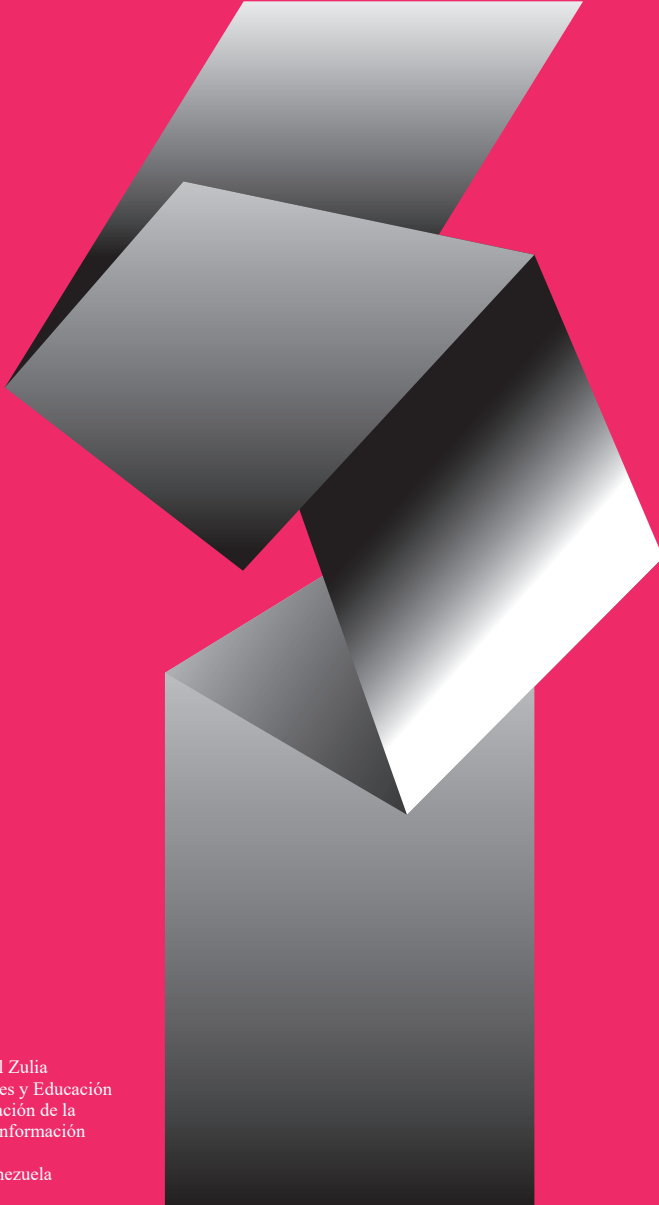
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



Programas sobre deportes en televisión. Indagación desde la perspectiva semiótica

Ángel Trinidad Bracho Cardoz y María Inés Mendoza Bernal***

Resumen

Esta investigación indaga desde la perspectiva semiótica, con énfasis en el análisis de contenido, la significación (plano de expresión y contenido) de los programas sobre deportes en la televisión regional (Maracaibo). Tiene como objetivo precisar los valores en los programas seleccionados. Los planteamientos teóricos se fundamentan en Eco (1969), Vilches (1989) y Van Dijk (2008). La muestra estuvo conformada por los programas: Full Deportes, Planeta Estadio y Desde las Gradadas. Se concluye que: a) hay deportes con mayor cobertura; b) existen improvisaciones por los moderadores; c) predominan las formas verbales en primera persona para manipular y persuadir al televidente; d) se enfatiza sobre valores relacionados con victoria, excelencia deportiva, nacionalismo y patriotismo. El contexto informativo propicia preferencias por determinados eventos.

Palabras clave: Programas sobre deportes; semiótica; valores; ideología.

Recibido: Enero 2015 Aceptado: Mayo 2015

* Docente de Comunicación Social en la UNICA (Maracaibo-Venezuela). angeltrinidadbc@hotmail.com.

** Docente e Investigadora de la Universidad del Zulia. mimber@hotmail.com

Sports programs on television. Inquiry from the perspective semiotics

Abstract

This research investigates from semiotic perspective with emphasis on content analysis, the significance (plane of expression and content) that characterizes the sport programs on local television (Maracaibo) to clarify and elucidate values on each selected show. The theoretical approaches are based on Eco (1969), Vilches (1989) and Van Dijk (2008). The study sample consisted of programs: Full Deportes (Full Sports), Planeta Estadio (Stadium Planet) and Desde las Gradas (From the Bleachers). It concludes that: a) there are sports that receive more coverage, b) there are improvisations by moderators c) dominated first-person verb forms to manipulate and persuade the viewer; d) emphasis is placed on triumph, sporting excellence, nationalism and patriotism values. The information context conducive preferences for specific sporting events.

Keywords: Sports programs; semiotics; values; ideology.

Introducción

Enmarcado en la concepción de la televisión como espectáculo, el deporte se convierte en un elemento de especial atractivo, debido a la particular importancia que representa para la captación de audiencia y mayor cantidad de ingresos económicos. En Venezuela, la presencia del deporte en la televisión se remonta a la llegada de este medio en 1952 y se ha mantenido con el establecimiento de televisoras de cobertura nacional y local. En el Zulia, la transmisión de programas sobre deportes se ha acentuado con el paso de los años, hasta el punto de que la gran mayoría de las estaciones televisivas en la entidad reservan al menos un espacio en su programación para este tipo de programas.

En esta investigación se estudian los programas sobre deportes en las televisoras de la ciudad de Maracaibo, tanto en su plano de *expresión*¹ como en el de su *contenido*, con el objeto de indagar qué valores e ideología vehiculan este tipo de mensajes audiovisuales. La muestra estuvo

1 ¹“El signo está compuesto de un significante y un significado. El plano de los significantes constituye el *plano de expresión* y el de los significados el *plano de contenido*” (Barthes, 1974: 32).

conformada por los programas *Full Deportes*²² (Niños Cantores Televisión), *Planeta Estadio*³³ (Coquivacoa Televisión) y *Desde las Gradadas*⁴⁴ (Telecolor). Los criterios de selección se basaron en la regularidad periódica en su transmisión y en eventos deportivos de reconocido prestigio en la región, como la realización de la Copa América de Fútbol, Argentina 2011.

En el *plano de expresión* se tendrá en cuenta: a) la ubicación espacio-temporal de los programas sobre deportes dentro de la programación de los canales que los transmiten; b) disciplinas deportivas que prevalecen; c) tipos de códigos y sub-códigos presentes en cada unidad de análisis; y, d) géneros que predominan en cada programa.

En el *plano de contenido* se indagará sobre los recursos retóricos y discursivos como la *selección*, la *focalización*, la *re-escritura* y la *re-contextualización* que se utilizan para matizar determinados valores e ideología.

Teóricamente este estudio se fundamenta en los postulados de teóricos que han investigado sobre: a) el mensaje televisivo como Eco (1969), Vilches (1989) y Casetti y Di Chio (1999); b) desde la perspectiva de la semiótica a Greimas y Courtés (1982); y, c) el aspecto relacionado con los valores e ideología a Van Dijk (2008).

2. Fundamentación teórica

2.1 Regulación de la televisión en Venezuela: Ley Resorte

En Venezuela, los contenidos televisivos están regulados en la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, conocida como “Ley Resorte”. Su entrada en vigencia (2004) y su posterior

- 2 *Full Deportes* es una revista o magazine en la que se comentan diversos acontecimientos del deporte regional, nacional e internacional. Es presentado por una dama y un caballero con edades oscilantes entre los 25 – 30 años, sentados uno al lado del otro en un estudio con una *set* previamente diseñado; se transmite de lunes a viernes en un horario vespertino de 5:00 a 5:30 por la televisora Niños Cantores Televisión. Para este trabajo el programa fue grabado el día lunes 18 de julio de 2011.
- 3 *Planeta Estadio* es un programa que se fundamenta en la entrevista y el comentario respecto a un evento de actualidad regional, nacional e internacional. Es presentado por un caballero de aproximadamente 30 años de edad. Se transmite de lunes a viernes de 3:30 a 4:00 de la tarde por la televisora Coquivacoa Televisión. La fecha de grabación correspondió al día 11 de julio de 2011.
- 4 *Desde las gradadas* es una revista deportiva que abarca diferentes contenidos con distintas secciones. Se transmite los días sábado en horario vespertino de 2:00 a 2:30 de la tarde. Es presentado por una mujer de aproximadamente 25-30 años de edad y se produce en locaciones exteriores, principalmente en estadios o gimnasios en los que se realice la práctica deportiva. La fecha de grabación del programa analizado fue el sábado 22 de mayo de 2011.

modificación en diciembre de 2010⁵, estableció varias directrices y regulaciones que son determinantes en la oferta programática de la televisión en áreas relacionadas con: tipos de programas, bandas horarias, clasificación de elementos relacionados con el lenguaje, la salud, el sexo y la violencia, las restricciones y los tiempos para publicidad, etc.

Las formas de regulación se aplican a la programación clasificada en: cultural, educativa, informativa, de opinión, recreativa o deportiva y mixta. También se establecen lineamientos precisos sobre los contenidos relacionados con el lenguaje utilizado y los temas que traten sobre salud, sexo y violencia; categorizaciones que varían de acuerdo al grado de complejidad, siempre en función del público al que se dirige cada programa. Igualmente se precisa la fijación de franjas horarias, tiempos para emisión de publicidad, propaganda y promociones, así como la prohibición de publicidad sobre cigarrillos, bebidas alcohólicas, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, juegos de envite y azar, etc.

2.2 El discurso televisivo: aspectos teóricos

2.2.1 Códigos y sub-códigos

El mensaje periodístico televisivo puede estudiarse en función de sus tres códigos (Eco, 1969): *el icónico* (sub-códigos: *iconológico, estético, erótico y de montaje*), *el lingüístico* (*jergas especializadas y sintagmas de valor estilístico adquirido*) y *el sonoro* (*sub-códigos emotivos, sintagmas de valor estilístico adquirido y sintagmas de valor convencional*).

Estos códigos no suelen presentarse en televisión de una manera aislada, sino que están yuxtapuestos o dispuestos de una forma intencional. “Para hacer una lectura correcta del mensaje es necesario que los códigos y sub-códigos se unan íntimamente como una amalgama y no como una simple superposición de elementos” (Roglán y Equiza, 1996: 46).

El código icónico, se basa en los procesos de percepción visual y corresponde al grupo de imágenes que por tradición o por convención adquieren significados convencionales. Este código se sistematiza en los siguientes sub-códigos: el *iconológico* que se refiere a ciertas imágenes que

5 La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión fue aprobada en el año 2004 y modificada durante el mes de diciembre de 2010 por la Asamblea Nacional de Venezuela a solicitud de la Vicepresidencia Ejecutiva de la República. Tras esta modificación pasó a ser llamada *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos*. A efecto de este trabajo también se le denominará con el término *Ley Resorte*, aceptado en la sociedad venezolana (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2010).

connotan alguna otra cosa por tradición o costumbre; el *estético* comprende aquellos íconos que por convenciones históricas del gusto estético asemejan a la “belleza” y que tradicionalmente son aceptadas por su alto nivel estético; el *erótico* está fundado en convenciones, en un ordenamiento histórico-sociológico reconocido por la colectividad como erótico; y, el de *montaje* que establece reglas combinatorias de las imágenes. Estos sub-códigos deben presentar una sintaxis con métodos y formas de combinación que obedezcan a los criterios y las reglas establecidas en la televisión.

El código lingüístico se refiere a todas las formulaciones verbales presentes en el mensaje televisado. Puede manifestarse a través de una determinada clase de términos o *jergas especializadas* que incluye jergas científicas, políticas, jurídicas, profesionales, etc. También engloba los *sintagmas estilísticos* cuyo resultado es un conjunto de palabras articuladas que pueden connotar “clase social, actitud artística, etc.; comprenden las figuras retóricas (ironía, alarma, sospecha, etc.)” (Eco, 1969: 136).

El código sonoro: engloba la música, los efectos sonoros y estilos de combinación establecidas en la gramática tonal que determinan categorizaciones o valores semánticos específicos (una música puede ser campestre, clásica, salvaje, etc.).

También se puede analizar el mensaje televisivo teniendo en cuenta el *código de la realidad* que se refiere al mundo que representa la televisión y comprende (Casetti y Di Chio, 1999): a) *Códigos verbales* (los discursos de los sujetos en escena); b) *Códigos no verbales* (proxémicos y paralingüísticos que tienen que ver con el modo como los sujetos se “sitúan” en el mundo: su orientación espacial, su aspecto físico, la expresión de su cara, sus gestos, su postura, su tono de voz, etc.; también, los códigos espaciales que están relacionados con la “forma” como se presenta al mundo delante de las cámaras); c) *Códigos discursivos* se refieren al lenguaje audiovisual, es decir, al modo en que el aparato televisivo representa al mundo. Estos códigos los conforman: códigos visuales (encuadres, tomas, iluminación, movimiento de cámara); códigos gráficos (títulos, subtítulos, superposiciones, logotipos, animaciones multimedia, 3D, etc.); códigos sonoros (voces, ruidos, músicas); códigos sintácticos (montaje de imágenes) y códigos temporales (modalidades de transmisión); d) *Códigos ideológicos* se “refieren al tipo de mentalidad que gobierna al mundo representado, así como al modo de representarlo. (...), se trata de códigos simbólicos, tomados del sistema social y cultural donde nace el texto” (Casetti y Di Chio, 1999: 262).

Como se puede observar la televisión construye sus mensajes, apoyándose en sistemas más o menos formalizados, es decir, que “re-crea la realidad a partir de criterios funcionales a las características técnicas y lingüísticas del aparato, a la intencionalidad comunicativa del emisor y al contexto cultural” (Casetti y Di Chio, 1999: 263).

Al abordar el mensaje televisivo también se debe considerar la forma como se construye el mundo en la pantalla teniendo en cuenta los ejes del *espacio* y el *tiempo*.

El *espacio* representado en la televisión es el resultado de la superposición de la *puesta en escena* (espacio “pro-filmico”, es decir, el situado delante de las cámaras, preparado para ser filmado) y la *construcción del discurso* que “examina el modo en que la dirección ha tratado el espacio preparado” (Casetti y Di Chio, 1999: 276). De tal forma que el “discurso” televisivo interviene en el espacio “real” manipulándolo, fragmentándolo, recomponiéndolo, engrandeciéndolo, minimizándolo, oscureciéndolo o exaltándolo, etc.

La representación del *tiempo* en cualquier programa de televisión se puede abordar desde: a) punto de vista del *orden*, “es decir, a partir de la disposición de los acontecimientos en el eje temporal” (Casetti y Di Chio, 1999: 279), lo que significa que puede ser *vectorial* (progresión temporal) y *anacrónico* (no hay relaciones cronológicas que se puedan definir); b) punto de vista de la *duración*, se refiere a la extensión del acontecimiento en el eje temporal y puede ser: *continuo* (sin cortes ni intervenciones posteriores), *discontinuo* (no hay continuidad entre el evento y su grabación), *contemporáneo* (cuando el tiempo de la grabación y la trasmisión son simultáneos), y *no contemporáneo* (no existe simultaneidad entre el tiempo de la grabación y la trasmisión) (Casetti y Di Chio, 1999).

2.3 Géneros periodísticos en la televisión

Los géneros se pueden definir como “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (Martínez, 1983: 272). En el caso concreto de la televisión, los géneros constituyen una forma de textos o manifestaciones comunicativas que facilitan la transmisión de un mensaje audiovisual que responda a las necesidades expresivas del periodista y del receptor.

En esta investigación se tendrá en cuenta una de las tradicionales clasificaciones de los géneros periodísticos, circunscrita a la distinción entre *informativos*, *interpretativos* y *de opinión*, en función de que algunas

de estas modalidades se presentan con mayor frecuencia en los programas sobre deportes en la televisión. .

Los géneros **informativos** tienen que ver con: a) La *noticia* que corresponde a la unidad mínima de contenido de la información audiovisual, incluye los sujetos, la acción y las circunstancias de lugar y tiempo; b) La *encuesta* “es un género perteneciente al periodismo informativo que tiene como objetivo reflejar la opinión de un grupo de personas” (Dragnic, 1994: 91) sobre un tema del que no tienen por qué ser expertas; es una técnica que se utiliza para el estudio de actitudes, valores, creencias y motivos; además se adapta a todo tipo de información y a cualquier población; y c) La *entrevista* entendida como “un **diálogo** con una persona que es **fuentes de información** y, por consiguiente, tiene algo que decir que el público tiene derecho a saber e interés en conocer” (García, 2000: 88).

Los géneros **interpretativos** se catalogan en:

- a) La *crónica* considerada como un subgénero mixto porque combina el relato de los hechos con una interpretación y valoración de las causas y los motivos que los han provocado y de su alcance y repercusiones. La crónica

“tiene como fin el análisis y la valoración, es decir, se hace en ella un uso frecuente de datos explicativos y estimativos (...) El análisis sirve para situar a éstos (los hechos) en un determinado contexto que sirve al receptor para evaluar consecuencias” (Fagor, 1982: 104).

- b) El *reportaje* presenta un hecho real, acaecido recientemente. Es la modalidad periodística interpretativa por excelencia. El presente es su tiempo de enunciación y está asociado a la actualidad. Fundamentalmente se concreta en el análisis y la descripción de la acción informativa (García, 2000). El reportaje se estructura alrededor de un tema del que se proporcionan antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias.
- c) El *documental* es un subgénero interpretativo que mezcla información con interpretación y opinión. Se “sustenta en datos seguros, fiables y contrastados y posee un guion muy cuidado y elaborado. (...) es fruto de la observación minuciosa y de la organización de los observados y registrados” (García, 2000: 161).

Los géneros de **opinión** incluyen: a) La *crítica* que es “un subgénero interpretativo y valorativo que se caracteriza por la distancia que separa en tiempo y espacio al comentario respecto al hecho o acontecimiento de referencia.(...) se expresa en tiempo pretérito y se ejerce fuera del escenario de los hechos” (García, 2000: 169); y, b) El *comentario* que trata de una “exposición de ideas y de juicios valorativos suscitados a propósito de hechos que han sido noticia más o menos reciente” (Martínez, 1992: 272).

2.4 Valor e ideología

El proceso de selección y construcción, por medio del cual los valores se incorporan a las ideologías, se adecúa a los intereses propios de una sociedad, lo que significa que las ideologías se relacionan con:

“Marcos básicos de cognición social, compartidas por miembros de grupos sociales, están constituidas por selecciones de valores socioculturales relevantes, y se organizan mediante esquemas ideológicos que representan la autodefinición de un grupo. Además de su función social de sostener los intereses de los grupos, las ideologías tienen la función cognitiva de organizar las representaciones (actitudes, conocimientos) sociales del grupo, y así monitorizar indirectamente las prácticas sociales grupales, y por lo tanto también el texto y el habla de sus miembros” (Van Dijk, 2008: 208).

Si los *valores* gobiernan las creencias sociales y monitorean las dimensiones evaluativas y las actitudes, entonces desempeñan un papel central en la construcción de la ideología de los grupos humanos. Las ideologías proporcionan la base de juicios que le indica a una sociedad qué está bien o mal, qué es correcto o incorrecto y facilitan guías básicas para la percepción social y la interacción (Van Dijk, 2008).

Los valores se revelan a través de determinados recursos retóricos y discursivos que tienen como función contribuir a un determinado tipo de manipulación que comprende “una amplia categoría de procesos que modifican (modalizan y transforman) tanto objetos concretos como abstractos” (Vilches, 1989: 21). Esta transformación “es una labor de reescritura porque se trata de convertir núcleos informativos o narrativos separados y frecuentemente discontinuos en un todo coherente y comprensible” (Vilches, 1989: 23).

Entre los diferentes tipos de re-escritura que se utilizan en los mensajes periodísticos e informativos (que tienen que ver con la ideología) y que se transmiten a través de la televisión están:

- a) La *selección*, relacionada con la escogencia de una parte de la información para estructurar un fragmento que se convertirá en el texto informativo. *Seleccionar* implica “hacer una preselección de los núcleos o sintagmas que parecen los más útiles para construir el texto informativo” (Vilches, 1989: 22).
- b) La *focalización* es el proceso por el cual el redactor adopta una posición de lector para determinar desde qué aspecto debe reseñarse la información y en consecuencia, puntualiza algunos tópicos con los que estructura un texto capaz de comunicar en la perspectiva mejor situada. Con la *refocalización* “los núcleos de la información original se pueden reordenar modificando sus propiedades y sus funciones originales” (Vilches, 1989: 23).
- c) La *re – dacción o reescritura audiovisual* se refiere a la reorganización de la imagen y el sonido en el texto informativo con la intención de crear un discurso audiovisual nuevo con *sentido* claro y definido.
- d) La *re-contextualización* se orienta a agregar detalles contextuales de una información a otra, para darle un sentido específico al discurso informativo.

Todos los recursos retóricos anteriores conducen, en el fondo, a un proceso de manipulación en los informativos televisivos, lo que implica una comunicación destinada a un proceso de *hacer – saber* y un *hacer - hacer* en la que “un destinatador – manipulador impulsa al destinatario – manipulado hacia una posición de carencia de libertad (*no poder/ no hacer*) hasta verse obligado éste a aceptar el contrato propuesto” (Greimas y Courtés, 1982: 252).

3. Análisis

Este apartado se inicia con el desglose realizado a tres programas sobre deportes que se titulan: *Full Deportes*, *Planeta Estadio* y *Desde las Grada*. A continuación se detalla el estudio completo y pormenorizado de los espacios seleccionados teniendo en cuenta: horario de transmisión, duración aproximada, tiempo de contenido neto, estructuración y tiempo de publicidades/promociones de la televisora. Posteriormente, se describen los elementos característicos de la puesta en escena: *estructuración*, *géneros*

periodísticos, perfil de los presentadores, codificación, y algunas de las estrategias de presentación y manipulación de la información.

3.1. Ubicación espacio – temporal

Los tres programas comentan acontecimientos de interés del deporte regional, nacional e internacional y como elemento en común se observa que se transmiten en horario vespertino:

- a) *Full Deportes* se emitió de 5:00 a 5:30 de la tarde; su duración aproximada fue de 25 minutos con 22 segundos, distribuidos de la siguiente manera: tres (3) segmentos de contenido “neto” que suman 21 minutos con 20 segundos y 4 minutos con 02 segundos destinados a la difusión de publicidad – propaganda.
- b) *Planeta Estadio* se transmitió de lunes a viernes de 3:30 a 4:00 de la tarde con una duración aproximada de 23 minutos con 21 segundos, distribuidos de la siguiente manera: tres (3) segmentos de contenido “neto” que suman 17 minutos con 40 segundos y 5 minutos con 51 segundos destinados a la divulgación de publicidad – propaganda.
- c) *Desde las gradas* se emitió los sábados y domingos de 2:00 a 2:30 de la tarde con una duración aproximada de 23 minutos, distribuidos de la siguiente manera: tres (3) segmentos de contenido “neto” que suman 22 minutos y 1 minuto de publicidad.

3.2. Géneros periodísticos

El *comentario* es el género periodístico predominante en los tres programas. En *Full Deportes*, los presentadores se apoyan en este género para desarrollar los temas tratados a través de un conversatorio en el que mantienen un continuo intercambio de ideas y juicios valorativos. Resaltan las formas verbales personales de opinión (“yo creo que...”, “a mi me parece que...”, “estamos felices por...”, “esta es nuestra Vinotinto...”, “nuestra historia es corta”, etc.).

Planeta Estadio se fundamenta en la *entrevista* y el *comentario*, con diálogos orientados a plasmar la opinión del entrevistado y especialmente del entrevistador/presentador, quien estructura su discurso con la constante utilización de formas verbales personales apoyadas en frases como “muchos me preguntan que cómo veo a Venezuela, mi respuesta es..., yo creo que... a mi me parece que..., me siento privilegiado por la oportunidad que ustedes me dieron..., etc.”.

En *Desde las Gradadas*, la *entrevista* es el género *periodístico* predominante, utilizado en ocho (8) ocasiones, es decir, 67 % del total del programa; la segunda modalidad más empleada fue la *noticia* en tres (3) ocasiones, mientras que la *reseña* se usó en una oportunidad. Esta proporción demuestra la preponderancia de los géneros periodísticos informativos y, en particular, de la entrevista.

3.3. Códigos y subcódigos

En los programas deportivos seleccionados, el manejo de los códigos audiovisuales se basó en la utilización de imágenes de apoyo tomadas de otras televisoras o de portales web; se observó poca y a veces ninguna relación, entre el relato audiovisual que se mostraba y lo comentado por los narradores. Desde el punto de vista gráfico, el concepto de coetillas, cintillos y animaciones no experimentó cambios y se utilizaron pantallas para recrear datos de la Copa América de Fútbol, resultados del baloncesto venezolano, etc.

En *Full Deportes*, las imágenes utilizadas para recrear visualmente los temas tratados se obtuvieron de *internet*, concretamente de la página web: *youtubechannel/copaamerica*⁶, *Meridiano Televisión*⁷ y *ESPN Latinoamérica*; no se mostraron imágenes propias de la televisora, ni se mencionó la fuente de obtención de las usadas como archivo y tampoco se colocaron créditos de cortesía a las fuentes. Los planos efectuados para las intervenciones de los presentadores fueron con *cámara fija*, combinando planos *generales* y *primeros planos*.

En *Desde las Gradadas*, las imágenes de apoyo fueron tomadas del canal de cobertura nacional *Meridiano Televisión*, pero a diferencia de *Full Deportes*, sobre ellas se colocó en la zona inferior izquierda la frase "*Imagen de archivo*". En este programa predominó el *Plano Medio* para las apariciones de la presentadora en cámara y los *Primeros Planos* y *Planos Generales* durante las entrevistas; la iluminación por momentos dificultó la visualización de los elementos mostrados en pantalla.

6 *Youtubechannel/Copa América*, canal creado por *Youtube* para la transmisión en vivo y directo de los partidos de la 43 Copa América de Fútbol, Argentina 2011. Este canal web ofreció resúmenes de las mejores jugadas de los partidos del mencionado torneo.

7 *Meridiano Televisión* fue fundada el 5 de diciembre de 1997 como una cadena de televisión privada de Venezuela, dedicada exclusivamente al deporte nacional e internacional. Pertenece al Bloque De Armas, que es propietaria del diario *Meridiano* y *Radio Deporte*, especializado también en deportes en Venezuela.

En *Planeta Estadio*, se combinaron el plano *General* y el *Primer Plano* para quien tuviese la palabra durante la entrevista. En este programa no se utilizaron tomas de apoyo para reforzar el contenido de la entrevista realizada.

En *Desde las Gradadas* utilizó ocho pantallas informativas para las diferentes secciones del programa; sin embargo, la comprensión de estas ilustraciones se dificultaba debido a que el contraste entre la coloración de la fotografía y el tamaño y color de la fuente no facilitó su visualización; además, se realizó un montaje de los cintillos sobre las mencionadas pantallas informativas, lo que las saturó por completo.

En el *código lingüístico* se percibieron muletillas, tartamudeos, pausas innecesarias y otros problemas de dicción tanto en la aparición en cámara de los presentadores como en la lectura de textos *en off*.

Respecto al *código sonoro*, *Full Deportes* y *Desde las Gradadas* emplearon el *rock pesado* como fondo musical durante todo el programa, sin percibirse sonidos ambientales u otros que pudieran reforzar las informaciones tratadas. En *Planeta Estadio*, no se usó ningún fondo musical durante la realización del programa, lo que mantuvo la atención permanente en la conversación que se realizó entre el presentador y su invitado.

3.4. Presentación y manipulación de la información

La *selección y focalización* fueron las estrategias narrativas de presentación de la información.

Full Deportes, *focaliza* su temática en la Copa América, al hacer hincapié en la significación de la victoria de Venezuela ante Chile y se catalogó este triunfo como una hazaña histórica de La Vinotinto en su participación en la Copa América.

En *Planeta Estadio* la temática de la entrevista se *focalizó* sobre la clasificación de la selección de Venezuela a la fase de Cuartos de Final de la Copa América y se analizaron los posibles rivales de *La Vinotinto* en la fase de Cuartos de Final de ese torneo.

Por su parte, el programa *Desde las Gradadas* focaliza su temática fundamentalmente en el funcionamiento del Zulia FC⁸ en el Torneo Clausura 2011 de Primera División, así como en la reseña de los resultados de las categorías Sub – 18 y Sub 20 de ese equipo. También se observa esta figura –focalización– en los temas dedicados al atletismo en cuanto a la edad

8 Zulia Fútbol Club es un club de fútbol con sede en la ciudad de Maracaibo, estado Zulia. Sus colores distintivos son los mismos de la bandera del estado Zulia: el azul (predominante) y el negro. Fue fundado el 30 de junio de 2005.

para iniciarse, requisitos, perfil del atleta, recomendaciones de profesores y estudiantes, etc., así como en la mención de las estadísticas de los jugadores de las Águilas del Zulia⁹ en las ligas de Estados Unidos, México y Europa.

En cuanto a las formas de *manipulación* de la información, predominó el uso de la *reconstrucción* y el *comentario*. En *Planeta Estadio*, se exhibió un empleo continuo de *comentarios*, con los cuales se reiteraron las opiniones de agrado tanto del presentador del programa como de su entrevistado por la clasificación de la selección venezolana de fútbol a los Cuartos de Final de la Copa América 2011; de igual forma, se apreció un *ocultamiento* de las fallas, flaquezas o puntos débiles en el funcionamiento colectivo de “*La Vinotinto*” como equipo de fútbol.

En *Full Deportes*, se observó *énfasis* al exaltar la primera clasificación de la selección venezolana a las semifinales en la historia de la Copa América de Fútbol; por otro lado, se percibió *ocultamiento* al exaltar el aspecto “victorioso” del equipo nacional solapando las derrotas que históricamente signaron a Venezuela como uno de los equipos más débiles de la Copa América.

Desde las Gradas privilegió la *selección* en la escogencia de temas referidos al Zulia FC, con los cuales se reseñó la actualidad del fútbol venezolano, así como en la elección de las entrevistas a entrenadores y estudiantes de la Escuela de Atletismo José Beracasa¹⁰. De igual forma, se evidenció *reescritura audiovisual* al combinar la narración de los resultados de los equipos Sub – 20 y Sub 18 del Zulia FC con las imágenes de los entrenamientos del equipo principal; también se empleó *reescritura* al utilizar imágenes de los partidos de la temporada 2010 – 2011 del beisbol venezolano para detallar la actuación de los jugadores de las Águilas del Zulia en el extranjero. Igualmente, se usó la *cita* en la sección “*Así van*” y “*Aguiluchos en el exterior*” en donde se mostraron mediante gráficos, las posiciones del fútbol nacional y las estadísticas de los jugadores de Águilas del Zulia respectivamente.

9 Las Águilas del Zulia es un equipo de béisbol perteneciente a la Liga Venezolana de Béisbol Profesional en Venezuela. Fue fundado en 1969 y cuenta con 5 campeonatos liga y 2 Series del Caribe. Su sede es el Estadio Luis Aparicio “El Grande” de Maracaibo, estado Zulia.

10 La Escuela de Formación Deportiva Don José Beracasa es la escuela que forma atletas en el estado Zulia. Fue fundada en 1986 con sede en el Complejo Polideportivo Luis Aparicio Montiel en Maracaibo. Tiene capacidad para formar a 300 atletas en las disciplinas de esgrima, voleibol, baloncesto, atletismo, ajedrez, boxeo, judo, lucha, pesas, natación, tiro con arco, kárate, taekwondo y tenis de mesa.

3.5. Valores perceptibles en los programas deportivos analizados

Los valores que se coligieron del análisis de los tres programas sobre deportes: *Full Deportes*, *Planeta Estadio* y *Desde las Gradas* están relacionados con el *patriotismo*, la *venezolanidad* y la *historicidad deportiva*, que se fundamentaron en la significación de *La Vinotinto* como factor de integración social, situación que permitió exaltar la trascendencia histórica del pase a semifinales de la Copa América, así como la repercusión que este éxito, puede representar para el deporte nacional. También se mostró interés en destacar el *regionalismo*, al comentar reiteradamente todo lo relacionado con el béisbol (considerado como el deporte de mayor seguimiento en la ciudad de Maracaibo). *Planeta Estadio* enfatizó sobre el valor relacionado con la *venezolanidad*, al maximizar la repercusión de la buena actuación venezolana en la Copa América y se dimensionó a “*La Vinotinto*” como un factor unificador de la sociedad venezolana. De igual forma, se evidencia el *regionalismo* cuando se analiza detenidamente la trayectoria de los jugadores Johandry Orozco y Grenddy Perozo, miembros del combinado nacional nacidos en el estado Zulia.

3.6. Síntesis visual y analítica de los programas: Full Deportes, Planeta Estadio y Desde las Gradas

Los programas analizados durante el desarrollo de la Copa América Argentina 2011 presentaron una estructura temática centrada en ese evento continental y se concedió especial atención a la reseña, análisis y celebración por la actuación de la selección venezolana de fútbol, que alcanzó su mejor figuración en la historia del torneo¹¹. Así, *Full Deportes* cedió casi todo su contenido a la valoración de la victoria de *La Vinotinto* sobre Chile 2 – 1 en la fase de Cuartos de Final¹²; *Planeta Estadio* orientó su análisis a la actuación de Venezuela en la primera parte de la Copa América, en la que alcanzó su clasificación a los Cuartos de Final tras vencer 1 – 0 a Ecuador¹³. Igual situación se observó en *Desde las Gradas* en el que el fútbol fue el principal tema comentado (Ver gráficos 1 y 2).

11 En la Copa América Argentina 2011 Venezuela alcanzó el 4to. Lugar, siendo ésta, la mejor participación de este país en su historia respecto a este torneo.

12 El 17 de julio de 2011, Venezuela derrotó 2 – 1 a Chile en la fase Cuartos de Final de la Copa América. Este triunfo representó que “*La Vinotinto*” pasase a la fase de Semifinales, en la que se enfrentaría a Paraguay.

13 Venezuela derrotó 1 – 0 a Ecuador en partido de la Fase de grupo B de la Copa América realizado el día 9 de julio de 2011. La victoria le permitió a “*La Vinotinto*” asegurar su clasificación a los Cuartos de Final de este torneo.

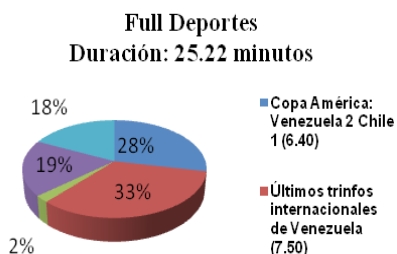


Gráfico # 1: Estructuración temática de Full Deportes

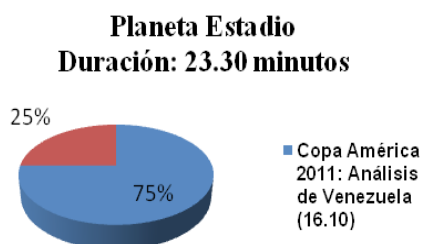


Gráfico #2: Estructuración temática en "Planeta Estadio"

El tiempo destinado a las publicidades/promociones en *Full Deportes* fue de 4.02 minutos y en *Planeta Estadio* 5.52 minutos, equivalentes al 25 % del total del espacio. Llama la atención el hecho de que *Desde las Gradadas* sólo haya dedicado un minuto a la publicidad de la televisora, situación atípica si se le compara con los otros programas analizados.

Desde las Gradadas
Duración: 23.05 minutos

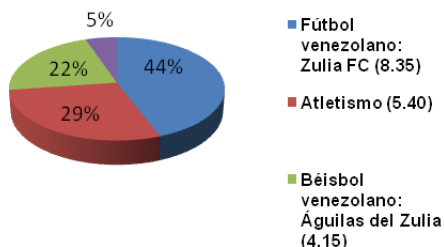


Gráfico 3. Estructuración temática en "Desde las Gradadas"

Desde las Gradadas (Gráfico 3) no centró su temática en la Copa América de Fútbol, pero sí mantuvo al fútbol como disciplina predominante. En sus 23.05 minutos de duración total adjudicó 8.35 minutos, equivalentes al 40 % al fútbol nacional; el atletismo amateur (Escuela de Formación Deportiva José Beracasa del estado Zulia) corresponde al 26 %, mientras el seguimiento a los jugadores de las Águilas del Zulia en las ligas de béisbol de Europa y Estados Unidos obtuvo el 20 % de mención (4.15 minutos).

Conclusiones

Los programas deportivos, emitidos por las televisoras locales, presentan un patrón y estilo de producción muy semejante. Su horario de transmisión no forma parte del *prime time* u horario de mayor audiencia, lo que permite concluir que su posición obedece más a estrategias que buscan completar la programación por encima de criterios de captación de audiencia (sin que esto quiera decir que el público no los vea).

El contexto y el momento histórico inciden en la jerarquización de los programas con formatos basados casi exclusivamente en comentarios y análisis de competencias que determinan la preferencia de las audiencias. Se observan improvisaciones y predominio de determinados temas sobre otros, por ejemplo, en Desde las Gradas se aprecia desorden en la estructura temática: fútbol – atletismo – fútbol – atletismo – béisbol – fútbol – béisbol – fútbol.

Desde el punto de vista *icónico* se privilegia el uso de imágenes tomadas de televisoras de cobertura nacional o de internet con baja calidad de resolución. El código gráfico lució saturado, situación que dificultó la comprensión de los contenidos; la utilización de animaciones en 2D y 3D fue excesiva y lejos de ser un atractivo visual, se convirtió en un elemento de distorsión del mensaje. Esta recarga del soporte gráfico permite inferir que no existe un patrón definido en los conceptos estilísticos y estéticos, factores que alteran el sentido del contenido informativo y dificultan la comprensión de la temática tratada.

La noticia, la reseña, la entrevista y el comentario fueron los *géneros periodísticos* que se emplearon con mayor frecuencia, lo que significa que los programas sobre deportes se fundamentan en la información y especialmente en la opinión.

El lenguaje utilizado por los presentadores, en general, se caracterizó por el uso de formulaciones verbales en primera persona, lo que evidenció una retórica que maximiza su protagonismo sobre los temas tratados.

Desde la perspectiva del plano de contenido, relacionado con los valores que prevalecen en este tipo de programas sobre deportes, se observa que se da mucha importancia al *triunfo* y la *excelencia deportiva* en detrimento de las derrotas de un equipo, de una selección o de algún deportista; la temática del programa se estructura en función del atleta o equipo *ganador* y no del *perdedor*. Se aprecia la exaltación del *nacionalismo* y el *patriotismo*, al mencionar los triunfos de la selección venezolana de

fútbol y reiterar la importancia de su buena actuación en la Copa América Argentina 2011 y su relevancia para el deporte venezolano en general, situando a “*La Vinotinto*” como un elemento unificador de una sociedad con acentuadas diferencias políticas y sociales.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2010). **Ley de Reforma de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión y Medios Electrónicos**. Publicada en *Gaceta Oficial N° 39.579 del 22 de diciembre de 2010*. Caracas, Venezuela.
- Barthes, Roland (1974). Elementos de la semiología. En: **La semiología**. Editorial Tiempo Contemporáneo, S.A. Buenos Aires, Argentina.
- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico (1999). **El análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación**, Barcelona, España, Editorial Paidós.
- Dragnic, Olga (1994). **Diccionario de comunicación social**, Caracas, Venezuela, Editorial Panapo.
- Eco, Umberto (1969). “Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo”. En: **Los efectos de la comunicación de masas**, Buenos Aires, Argentina.
- Fagor, Carlos (1982). **Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia**, Barcelona, España, Editorial Mire.
- García, Jesús (2000). Información audiovisual. **Los géneros (Tomo II)**, Madrid, España, Editorial Paraninfo.
- Greimas, Algirdas y Courtes, Joseph (1982). **Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje**, Madrid, España, Editorial Gredos.
- Martínez, José Luís (1983). **Curso general de redacción periodística**. Barcelona, España, Ediciones Mitre.
- Martínez, José Luís (1992). **Curso general de redacción periodística**. Madrid, España, Ediciones Paraninfo.
- Roglán, Manuel y Equiza, Pilar (1996). **Televisión y lenguaje. Aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico**. Barcelona, España, Editorial Ariel, S.A.

- Van Dijk, Teun (2008). Semántica del discurso e ideología (Traducción de Cristina Perales). En: **Revista Discurso & Sociedad**, Issn 1887-4606, Vol. 2, N° 1, Págs. 201-261, disponible en: <http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2%281%29Van%20Dijk.pdf> (Consulta: 2010, julio 20).
- Vilches, Lorenzo (1989). **Manipulación de la información televisiva**, Barcelona, España, Ediciones Paidós.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

QUÓRUM ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada
en diciembre de 2015, por el **Fondo Editorial Serbiluz,**
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve