

La Copa del Mundo de Futbol: Análisis de la construcción periodística de los mensajes deportivos.

Sergio Ricardo Quiroga.

Cita:

Sergio Ricardo Quiroga (1999). *La Copa del Mundo de Futbol: Análisis de la construcción periodística de los mensajes deportivos*. LECTURAS EDUCACION FISICA Y DEPORTES (BUENOS AIRES),.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/149>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/tkm>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

<http://www.efdeportes.com/efd17a/copa.htm>

La Copa del Mundo de Fútbol: análisis de la construcción periodística de los mensajes deportivos

Sergio Ricardo Quiroga (Argentina) Investigador en Comunicación y Deporte - icaesfinv@yahoo.com.ar

Resumen

Este estudio tiene como objetivo comprender las tendencias utilizadas en las llamadas materias deportivas, frente a un evento como la Copa del Mundo de Fútbol, realizado en Francia en 1998. También pretende identificar los géneros periodísticos utilizados (opinativos informativos), en la construcción de los mensajes. Fueron analizados los diarios: *El Diario de la República* y el *Diario Clarín* en el período del 01 de junio al 18 de julio de 1998.

Palabras clave: Copa del Mundo Francia 98. Géneros periodísticos. Mensajes deportivos. Jergas.

Introducción

Desde la primera disputa de la Copa del Mundo de Fútbol en 1930 estuvieron presentes intereses políticos, económicos y sociales. No fue diferente en el mundial de Francia 98.

El fútbol es cada vez más un hecho político. Llegar a la presidencia de la FIFA significa estar entre los personajes más poderosos del planeta. En el mundial de Francia 98, el plantel iraní se quejó amargamente por una película que se emitió por televisión. Culparon al gobierno francés y decían que era una campaña en su contra, antes del partido con los Estados Unidos. En la *Gazzeta dello Sport*, el escritor colombiano Gabriel García Márquez expresaba su pesimismo por la suerte de su selección y advertía que "el fútbol es en Colombia, un instrumento para conquistar el poder". El presidente argentino Carlos Menem inauguró las emisiones del programa "El equipo del Mundial" producido por T & C y brindaba pronósticos. Menem es uno de los políticos más "mediáticos" de Argentina.

En Argentina, se siguieron con gran atención los encuentros del seleccionado. Los partidos Argentina Inglaterra y Argentina Holanda hicieron que el interés creciera. Por vez primera, además pudieron seguirse los encuentros por la computadora a través de la "red de redes".

Expertos en política de los estados Unidos convirtieron a los medios de comunicación en un espacio para debatir sobre el fútbol que reivindica el rol de las naciones en un mundo globalizado. "El estado nación está vivo y coleando en los campos de fútbol franceses " escribió el politólogo Hogland.

La propia FIFA ingresó a la red para verificar el penal de Brasil Noruega. La prueba del delito que la televisión no mostró se publicó en internet. (www.nrk.no/vm98) Claramente se advirtió la imagen del delantero noruego Tore Flo y el defensor brasileño Junior Baiano, previa al penal que sancionó el árbitro estadounidense Esfandiar Baharmast. La fotografía fue usada por la FIFA para defender al señor de negro y demostrar que no se equivocó al conceder el polémico penal. Según David Will, presidente del Comité Arbitral, la foto mostró el incidente exacto.

El perfil histórico del Diario *Clarín*
El 28 de agosto de 1945, con la escena informativa claramente dominada por la postguerra, el periodista Jorge Roberto Noble, ex disidente del socialismo en la década del 20, fundador del socialismo independiente, ex –ministro del interior del gobierno conservador de Manuel Fresco en la provincia de Buenos Aires de los años 30 y estanciero, lanzó el diario *Clarín*. Con pocas personas, en un departamento de dimensiones reducidas en la calle Moreno, cerca de Once, sin imprenta propia, *Clarín* salió a la calle con la idea de apoyar los cambios agrícola ganadero que aspiraba a hacerse fuerte en grandes, medianas y pequeñas industrias.

Desde 1993, el propio diario aceptó que era un grupo de telecomunicaciones y se convirtió en un holding. Hoy el grupo *Clarín* tiene el diario del mismo nombre, participación mayoritaria en Canal 13 de TV, participación mayoritaria en Radio Mitre y FM 100, canal de cable Multicanal de Argentina, participación mayoritaria en Papel Prensa, agencia de Diarios y Noticias (DYN), Nueva, revista para diarios del interior, participación en Torneos y Competencias (T & C), editorial de libros *Clarín Aguilar*, Centros de Estudios de la Opinión Pública (encuestadora), *Medicus*, participación en radiofonía celular del interior, editorial de revistas (*Elle*), empresa productora de eventos artísticos, y estudios de televisión Buenos Aires Televisión.

El perfil histórico de *El Diario de La República*
El 2 de mayo de 1966 se conoció en Diario de San Luis. Fue el nombre original de lo que más tarde se llamó *El Diario de la República*. El matutino fue fundado por los hermanos Perez y en la actualidad es el único diario de tirada provincial en la región de San Luis.

En los años 80 cambió de dueño. La empresa fue vendida al entonces Senador de la Nación Dr. Alberto Rodríguez Saá. En los años 90 modernizó sus sistema de impresión y concentró la publicidad del Gobierno de la Provincia de San Luis. Hoy muestra un estilo de redacción apelativo y editorializante.

Metodología

La investigación se inició el día 01-06-98 con la idea de poder comprender los preparativos de la selección argentina para la disputa de la última copa del siglo y analizar como fueron las coberturas de los medios en esos momentos. Los partidos amistosos, las concentraciones, los juegos decisivos, la llegada de la selección a Francia y su trabajo posterior. Finalizó el día 18 07 98 cuando el mundial ya había finalizado y Argentina ya había sido eliminada en su encuentro frente a Holanda.

Fueron seleccionados dos diarios, uno de ámbito regional, *El Diario de la República* y uno nacional , el *Diario Clarín*. El material de los dos diarios fue analizado en cinco categorías temáticas:

- Victoria
- Derrota
- Aspectos políticos
- Aspectos sociales
- Prestigio/autoconfianza

De análisis de los contenidos de los temas y su categorización encontramos tres tendencias utilizadas por los periodistas para contruir los mensajes periodísticos. Esas formas las denominaremos "jergas".

Las jergas deportivas más utilizadas hacen referencia a la violencia, a la creatividad (juego de palabras), y a la información. Estos tres elementos fueron los más utilizados por los periodistas para expresar la victoria, la derrota, los aspectos políticos, los aspectos sociales y el prestigio y la autoconfianza.

Las categorías fueron creadas con la idea de agrupar los temas contenidos en los mensajes periodísticos que se referían a la Copa Mundial de Fútbol.

Las categorías encontradas en el Diario <i>Clarín</i>				
Victoria	Derrota	Aspectos políticos	Aspectos sociales	Prestigio/ autoconfianza
La selección armó un show de Goles 21 06 98	Una despedida a la inglesa 02 07 98	Más tensión por Irán EUU 18 06 98	Tiempos violentos 16 06 98	Ortega –Lo único que quiero es jugar 14 06 98
Ortega resuelve todo con la fórmula del potrero 22 06 98	El sueño terminó 5 07 98	Una final que tuvo emoción y audacia: Argentina Holanda 1978 25 06 98	La noche del mundial 23 06 98	La gambeta 17 06 98
Canción con todos 26 06 98	Los hinchas no se guardaron nada. Argentina 1 Holanda 2	Algo más que un partido de fútbol 01 07 98	Tolouse o una ciudad sitiada 23 06 98	Todos sabemos que podemos dar más – Piojo López 18 06 98

	05 07 98			
La vida es sueño Argentina 1 – Croacia 0 27 06 98		Los últimos tesoros de la colonización 11 07 98	Bati, el más caro – Fútbol negocio 3 07 98	En octavos de final cualquier rival nos da lo mismo dijeron los jugadores argentinos. 24 06 98
Cantó la victoria desde el corazón 01 07 98		La publicidad y las pasiones 11 07 98	Cartas a la selección 05 07 98	

Las categorías encontradas en <i>El Diario de La República</i>				
Victoria	Derrota	Aspectos políticos	Aspectos sociales	Prestigio/ autoconfianza
Con un fútbol en alza, Argentina "bailó" a Jamaica 22 06 98	Holanda terminó con las aspiraciones de Argentina 05 07 98	Blatter ganó el primer partido del mundial 09 06 98	Los japoneses lloraron por las entradas 12 06 98	El romance del Batigol con la red fue lo mejor 22 06 98
Argentina venció a Croacia sin pasar sobresaltos 27 06 98	La actitud de Ortega lo privó de ser uno de los mejores 05 07 98	Blazevic denuncia espionaje 12 06 98	La selección restringió el contacto con la prensa 19 06 98	La prensa habló de héroes 02 07 98
Esta vez no fue la mano de Dios, fueron las manos de Roa 01 07 98	La prensa reconoció que la derrota fue justa 05 07 98	Lalas no la mezcla política 20 06 98	Los porteños, los mismos inadaptables de siempre 01 07 98	Batistuta "No me molesto que me cambiaran" 03 07 98
Roa y Ortega son los heridos de la batalla de Saint Etienne 02 07 98				Un duro escollo para estar entre los mejores 04 07 98
Francia abrazó la Copa del Mundo 13 07 98				
La convicción de Francia fue la clave para la conquista de la Copa 14 07 98				

Conclusión

Los dos periódicos: *El Diario de la República* y *Clarín* divulgaban entre un 25% y un 35% de información sobre la Copa sobre el total de información deportiva el día 10 de junio, fecha en que se inició la disputa de la Copa del Mundo. El total de información deportiva (Copa del Mundo y demás deportes) era entre un 10% a un 20% del total de información contenida en el diario.

En los primeros juegos, la temática cuyo contenido era sobre el Mundial de Fútbol llegó a ser un 50% del total de los mensajes deportivos y en la primera semana constatamos que el 75% del contenido de las páginas de deporte estaba referido a la Copa y el 20% dedicado a otros deportes. Esta tendencia fue registrada en el diario *Clarín*. En tanto, en *El Diario de la República* encontramos un 65% de noticias referidas al Mundial y un 30% destinado a otros deportes o al deporte de la región.

Los dos diarios presentaron un "cuaderno" o suplemento especial sobre la Copa. En *El Diario de la República* el suplemento se denominó "*Multitud*" y tenía 16 páginas. Cuando Argentina fue eliminada el suplemento se redujo a 8 páginas. En el diario *Clarín* el suplemento se denominó "*Mundial*" y tenía 28 páginas. Encontramos en él la descripción y en análisis de temas políticos, históricos, sociales e información y notas de color. La participación de destacados columnistas, de ex jugadores de fútbol recordando sus experiencias en los mundiales, la obtención de la Copa de Argentina en 1978 en plena dictadura militar y las relaciones del plantel argentino con la prensa fueron algunos de los aspectos destacados.

Los géneros periodísticos más utilizados en la construcción de los mensajes deportivos fueron opinativos en un 56%. Allí encontramos columnas asignadas a los comentaristas, artículos escritos por los colaboradores, análisis de juegos, cuadros y estadísticas. El género informativo tuvo un 44%. Estos datos fueron comunes en ambos periódicos.

La categorización de los temas contenidos en los periódicos fueron divididos en cinco grupos para su relevamiento.

- Victoria
- Derrota
- Aspectos políticos
- Aspectos sociales
- Prestigio/autoconfianza

Encontramos tres tendencias utilizadas por los periodistas para expresarse. La utilización de jergas que hacen referencia a la violencia, a la creatividad y a la información pura u objetiva. En ese sentido, *Clarín* utilizó un 50% de jergas que hacen referencia a la violencia, un 35% que hacen referencia a la creatividad o juego de palabras y un 15% relacionado a la información pura u objetiva.

En tanto, encontramos en *El Diario de la República* una tendencia similar. Este medio no tenía corresponsales en Francia y recibía casi toda la información de cables de las agencias de noticias. Un 45% de información que hace referencia a la violencia, un 25% que relacionaba sus contenidos con la creatividad o los juegos de palabras y un 30% de información objetiva o pura. No estamos afirmando o sugiriendo que los dos periódicos inciten o sugieran la violencia como actitud o modo de actuar, pero las palabras utilizadas por los periodistas podrán ser distintas y ser modificadas.

Concluyendo con esta investigación, deberíamos reflexionar sobre el rol del periodismo deportivo y su forma de construcción de los mensajes deportivos utilizando más creatividad, mayor riqueza expresiva, y un mayor bagaje cultural. Para que la violencia llegue a su fin, entendemos que los periodistas deportivos, como operadores semánticos, tienen un gran papel que cumplir. El deporte es fascinante, pero no inocente y los periodistas deberían contribuir a mejorar la comunicación deportiva y no incitar a la violencia. No solo deben decirnos en que sociedad vivimos, sino en que sociedad les gustará vivir.

Bibliografía

- Carlos Ulanosky (1997) *Parén las rotativas*. Buenos Aires, Espasa.
- Diario Clarín (1997) *Manual de estilo del Diario Clarín*. Buenos Aires.
- Diarios *Clarín* y *El Diario de la República*.