

## **EL FÚTBOL TRANSMITIDO POR T.V. : REGLAS DISCURSIVAS Y MODALIDADES ENUNCIATIVAS. CANALES DE AIRE. LA PLATA 1998**

**Leticia Muñoz Cobeñas, Celia Silva, Reynaldo Huck,  
María Teresa Pérez**

---

El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación iniciado en el mes de mayo dentro del Programa de Incentivos y que continúa al anterior: "Formas específicas de producción audiovisual: programas deportivos en T.V y cable. La Plata. 1996".

Continuamos con el supuesto teórico de considerar a la producción audiovisual como un discurso en el que intervienen múltiples dimensiones de lo material, lo social y lo estético. Entendemos por material a todos los soportes que intervienen en la constitución del discurso (dispositivos técnicos, a los que se agregan en el actual proyecto los de conformación digital); lo social entendido como las condiciones de producción y circulación del discurso televisivo que deja huellas o marcas textuales a las que hay que analizar, nombradas desde los objetivos específicos del actual proyecto como sustancias del contenido (contenido cultural propiamente dicho), y las formas del contenido (estructuras semánticas de la imagen) y la dimensión estética muy presente en los diferentes encuadres con abundantes figuras retóricas, en especial en los casos analizados de automovilismo fórmula 1.

En este proyecto, nos hemos propuesto superar algunos obstáculos teórico - metodológicos que se relacionan con el abordaje a un discurso audiovisual.

Los consideramos como propios de una disciplina como la semiótica de reciente incorporación al análisis de lo específicamente audiovisual, con mucho recorrido teórico en el campo particular cinematográfico desde donde hemos extraído las variables de análisis.

Desde su desprendimiento de la lingüística, la semiótica viene proporcionando conceptualizaciones en torno al signo icónico que le son propios a su estatuto sígnico, pero que debido a su reciente conformación teórica revela desajustes que dificultan el ser traspolados por entero al análisis de una imagen, en este caso televisiva.

Con abundantes ejemplos empíricos, concretos, pero con muy poco nivel de generalización transferible a nuevas situaciones, no obstante, hemos incorporado al anterior marco conceptual la bibliografía de Jean Marie Schaeffer, *La imagen precaria* que problematiza sobre las significaciones en relación a los dispositivos , trabajando puntualmente el caso de la fotografía; a José Luis Fernández, *Los lenguajes de la radio*, en relación al dispositivo en la radio; Michel Chion, *La audiovisión* y la relación entre el sonido y la imagen y a Oscar Steimberg y el estudio sobre género especialmente en las producciones massmediáticas.

La investigación anterior nos ha permitido sintetizar las marcas textuales que dan cuenta de por qué determinados discursos, en base a la repetición y frecuencia de rasgos han constituido un género deportivo transmitido por T.V.

Estos rasgos han sido relevados teniendo en cuenta aquellos aspectos que remiten a lo temático, lo enunciativo y lo retórico del discurso televisivo analizado.

Los hemos sintetizado en: a) Los eventos deportivos transmiten aspectos lúdicos de la cultura, b) Son interpretaciones de un hecho, en el que se narran como en el propio deporte aspectos de mito, ritual, simulacro, experiencia, y conocimiento de la propia sociedad que se pone en juego en el deporte y que de una manera particular son narrados por T.V. c) En los programas deportivos se hace alusión a la identidad en general y a lo biográfico particular del deportista, d) El ritmo transmitido por la imagen sigue el ritmo del juego o lo intenta reproducir, e) En la transmisión de programas deportivos de la muestra analizada en el proyecto, hay diferencias de resultados de imagen que tienen que ver con la inclusión de mayor o menor tecnología: una imagen estática y empobrecida con falta de ritmo y figuras retóricas (canal 5 y 45 de cable, año 1996) o una imagen con enorme despliegue tecnológico que da por resultado imágenes con importantes componentes estéticos (uso del color, iluminación, encuadres, etc) , y con despliegue de recursos retóricos ya sea a nivel de la filmación o a nivel de la edición del programa, f) La transmisión de un hecho deportivo genera un placer diferente al producido por la vivencia personal del evento. De ahí, que en el caso de los aficionados, puedan ver el evento en vivo y luego escucharlo por la radio, leerlo en el diario y verlo por cable o T.V. siendo en este caso “la presencia viva de un presente simulado” y para la audiencia que no lo vio personalmente, el juego por T.V. tiene vida propia en la que no hay pérdida de la autenticidad, g) La estructura del relato se repite en sí mismo en cada uno de los programas dándole una identidad a la programación, h) Los eventos

deportivos constituyen un género atravesado por otros géneros, por ejemplo el clip-musical o en el estilo de noticioso periodístico de algunas programaciones deportivas.

Hemos elegido de los deportes anteriormente seleccionados (basquet, automovilismo y fútbol), profundizar la mirada sobre fútbol por considerar que desde los deportes transmitidos por T.V es el que posee mayores efectos de enunciación vinculados con todas las perspectivas: estéticas, ideológicas y técnicas.

En este sentido consideramos la necesidad de relacionar el análisis con la trayectoria adquirida en el campo de las ciencias sociales, especialmente con el conocimiento antropológico y su articulación con una semiótica visual que puedan dar cuenta de la complejidad discursiva de la televisión y en especial la del fútbol.

Coincidimos con Van Dijk en que “Este análisis interdisciplinario y crítico de las relaciones entre las estructuras y las estrategias del discurso, la cognición social, la interacción y las relaciones de sociedad, será una de las labores importantes del análisis del discurso durante la próxima década” ( Van Dijk, 1996, pág. 185).

Consideramos que el discurso audiovisual televisivo, en este caso futbolístico, contiene y despliega una cuota de saber y de poder. Genera un nuevo imaginario que agrega la presencia viva de un presente simulado puesto en juego a través de distintas actitudes y emociones que resultan diferente mirándolas por T.V.

A partir de lo expuesto, hemos formulado las siguientes hipótesis de trabajo:

- La simulación que produce la retórica televisiva futbolística crea una forma discursiva particular de lo real.
- Los programas futbolísticos generan discursos diferenciables según el canal que los transmita.
- La incorporación de nuevas tecnologías analógicas y digitales han complejizado el discurso audiovisual futbolístico.

Desde lo metodológico la muestra representativa estará compuesta por todas las transmisiones que durante el primer semestre hayan conformado por saturación, secuencias representativas según las variables e indicadores propuestos. Estos son: a) la tecnología interviniente en la producción y transmisión del evento ( dispositivo técnico que hace a las condiciones de producción del discurso televisivo) b) la formalización semiótica del lenguaje cinematográfico trasladable al discurso audiovisual televisivo (planos, códigos de representación, códigos de puesta en escena, códigos de montaje,

movimientos de cámara, uso del color, iluminación, tiempo del acontecimiento), c) el sonido, d) textos gráficos, e) operaciones retóricas y f) los intertextos.

Hemos previsto Guías de observación para la selección de la muestra representativa que permitirán también la comparación entre los diferentes canales de aire seleccionados y para la sistematización y análisis, Plan de cuadros que se presenten como red de relaciones entre las variables y los niveles de análisis propuestos desde el marco teórico.

## **Bibliografía**

- Alabaces**, P., (1995), *Cuestión de pelotas*, Buenos Aires, Editorial Atuel.  
**Archetti**, E., (1985), *Fútbol y ethos*, Serie Investigaciones, FLACSO.  
**Barbero**, J. M., (1990), *Memoria narrativa e industria cultural*, Editorial Mimeo.  
**Bourdieu**, P., (1996), *Sobre la televisión*, Editorial Anagrama, Barcelona, 1.996  
**Carlón**, M., (1995), *Imagen de arte/ Imagen de información*, Editorial Atuel, Buenos Aires.  
**Chion**, M., (1993), *La audiovisión*, Barcelona, Editorial Paidós.  
**Gonzalez Requena**, J., (1995), *El discurso televisivo: espectáculo de las posmodernidad*, Madrid, Editorial Cátedra.  
**Grupo Mu**, *Tratado del signo visual*, Barcelona, Editorial Cátedra.  
**Morley**, D., (1996), *Televisión, audiencia y estudios culturales*, Buenos Aires, Editorial Amorrortu.  
**Schaeffer**, J. M., (1990), *La imagen precaria*, Madrid, Editorial Cátedra.  
**Steimberg**, O., (1993), *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Editorial Atuel.  
**Van Dijk**, T., (1996), *Estructuras y funciones del discurso*, México, Editorial Siglo XXI.  
**Verón**, E., (1993), *Semiosis social*, Barcelona, Editorial Gedisa.