

La agenda deportiva visible en la prensa de referencia y la prensa popular de Barranquilla

The Sports Agenda visible reference in the press and the popular press in Barranquilla

Carlos Antonio Toncel Sanjuán
ctoncel@uac.edu.co carlostoncel@yahoo.es

RESUMEN

El periodismo deportivo ha alcanzado una dimensión importante. De la mano de la relevancia que día a día marca el deporte en el ámbito social, político y económico, los medios están jugando un papel protagónico en una sociedad ávida de información deportiva. Sin embargo, esa información deportiva está ansiosa de una reestructuración del concepto de elaboración de su agenda. Este estudio, producto de una investigación, pretende revisar la agenda de la prensa de Barranquilla, a partir de la teoría de la agenda setting y la estructura del discurso periodístico que propone Teun Van Dijk. El surgimiento de nuevos tabloides con tendencia popular y de generación de espacios para informaciones de barrios, invita a dar un vistazo a lo que consideran agendar en la sección de deportes. Lo anterior, obedece a la necesidad de revisar si en este contexto geográfico se sigue la tendencia de cobertura dominante de ciertos deportes en detrimento de otros.

ABSTRACT

Sports journalism has reached an important dimension. From the hand of the relevance of everyday sports brand in the social, political and economic, the media is playing a leading role in a society hungry for sports information. However, that sports reporting is eager to restructure the concept of drawing up its agenda. This study, the result of research, aims to review the agenda of the press in Barranquilla, from the theory of agenda setting and journalistic discourse structure proposed by Teun Van Dijk. The emergence of new tabloids with popular trend and generation of spaces for neighborhood information invites you to take a look at what they consider to schedule in the sports section. These reflect the need to review whether, in this geographical context is still the dominant trend of coverage of certain sports over others.

*Docente – investigador.
Universidad Autónoma
del Caribe. Maestría
en Comunicación de la
universidad del Norte.*

Palabras clave:
*Agenda, prensa, deporte,
noticia, Barranquilla.*

Key words:
*Calendar, news, sports,
news, Barranquilla*

*Recibido:
Mayo 13 de 2009*

*Aceptación:
Septiembre 11 de 2009*

Introducción

Desde la antigüedad el deporte ha estado presente en la cotidianidad del ser humano. Diversos actos de la prehistoria como correr para escapar de los animales, la caza, el lanzamiento de armas como la jabalina, o la lucha cuerpo a cuerpo del hombre con sus enemigos tienen mención obligada cuando se habla de la génesis del deporte. Según la interpretación de algunos historiadores, el tejo o turmequé, deporte autóctono de Colombia y declarado deporte nacional por el Congreso de la República en junio de 2000, “como competencia fue practicado en sus inicios por una raza indígena descendiente de la familia Chibcha con el objetivo de desarrollar puntería” (García Sierra, 2004, p.1).

Por todos los aspectos que han ligado el deporte al crecimiento y desarrollo del hombre, es congruente señalar que hay coincidencia en que el juego, tal como lo señala Germán Arango Forero, es una actividad inherente a la naturaleza misma del ser humano. “La competencia permitió la consagración de grandes héroes y las crónicas sobre ganadores y perdedores estuvieron irreductiblemente ligadas a la reseña histórica de la humanidad, como una forma incipiente de lo que hoy podemos entender como periodismo deportivo” (2005, p. 4).

La aseveración de que la comunicación deportiva es tan antigua como el descubrimiento del juego por parte del hombre, está sustentada en la designación que Antonio Alcoba López (1993) hace de las pinturas rupestres como elementos indicadores de la actividad deportiva, a las que cataloga como una muestra irrefutable de la importancia del juego-deporte:

Miles de años más tarde aparece otra forma de lo que puede considerarse como el embrión del periodismo deportivo, los relatos sobre los Juegos Funerarios realizados por Homero en La Iliada y Odisea, con una descripción de las competencias que no las podría mejorar un especialista actual, y con la diferencia favorable a Homero y a quienes fueron los transmisores de sus obras, del estilo épico y la poesía existente en esas reseñas (p. 40).

Desde las pinturas rupestres, pasando por los Juegos Funerarios, los años han amalgamado importantes acontecimientos que le fueron dando madurez al deporte. Asimismo, tomado como un juego, pasatiempo o como una actividad para estar en forma, el deporte ha ido ganando un protagonismo más allá de la mera consideración como una actividad competitiva o de distracción. Tal como lo plantea Moscoso (2006) el presente de la palabra deporte ha adquirido una proliferación de sig-

nificados. Advierte el autor “que se trata de un fenómeno de una enorme complejidad: un sistema abierto, un fenómeno omnipresente... en definitiva, en nuestros días el deporte hace referencia a un fenómeno cultural de carácter global” (p.178).

Acorde con lo señalado por Moscoso (2006), y tomando como base varios referentes, el deporte, al margen de ser una actividad física, responde a su condición de competencia y genera entretenimiento, plantea análisis que vinculan identidades, política, movilidad social y sentimientos. Son estos campos, diferentes al deportivo, los que ofrecen una legitimación de la relevancia que ha adquirido el deporte y en consecuencia la información deportiva. En consonancia con lo planteado por Alcoba (1993), la información deportiva dejó de ser “la hermana pobre”, adquiriendo una dimensión sustentada en su presencia casi obligatoria en los medios de comunicación, pero una obligatoriedad que responde a la exigencia de esa sociedad, que encuentra en la producción mediática, la retroalimentación necesaria.

Además, es pertinente reconocer que el deporte se ha convertido en protagonista en diversas y diferentes dimensiones que le quitan el rótulo de inquilino exclusivo y consuetudinario del discurso de los medios masivos

de comunicación. Pablo Alabarces (2000), por ejemplo, destaca que el deporte tiene presencia en la conversación cotidiana y los graffitis callejeros o sanitarios. Continúa diciendo Alabarces que “asistimos a una suerte de *deportivización* de la agenda cotidiana (que en la mayoría de los casos se materializa como *futbolización*), según la cual todo debe ser discutido en términos deportivos” (pp.16-17).

Ejemplos como el anterior sustentan la propuesta de estudiar la agenda de las páginas deportivas de la prensa de Barranquilla, porque siendo Colombia un país considerado futbolero, el golf y el automovilismo son dos disciplinas que han logrado posicionarse a partir de deportistas que se han convertido en referente. En el caso del automovilismo, Barranquilla, ciudad caribeña cuna de futbolistas, boxeadores y peloteros, vivió y está viviendo un proceso interesante con esta disciplina deportiva. A partir de la figuración mediática de Juan Pablo Montoya, se generó un interés inusitado, no solo por el desenvolvimiento deportivo del piloto colombiano, además hubo una preocupación por entender el deporte como tal. A partir del boom de Montoya, creció igualmente en la ciudad el interés por la práctica de disciplinas afines a la velocidad.

Sin embargo, el deporte no es solo el puñado de disciplinas que tienen

ganada la atención por una herencia mediática, o por la ‘genética deportiva’ de un pueblo. El Comité Olímpico Colombiano tiene listada treinta federaciones deportivas nacionales, por lo que una revisión de la agenda de las páginas deportivas de la prensa de Barranquilla permitiría determinar hasta qué punto ésta se juega en un terreno democráticamente delineado, o si por el contrario, son solo algunos deportes los que figuran, lo que invita a una reflexión juiciosa sobre el tema.

Lo expuesto en estas líneas, y en consonancia con la relevancia que el deporte ha alcanzado, su masificación mediática, y la necesidad de las disciplinas deportivas de figurar en los medios como una alternativa de reconocimiento, es pertinente plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la agenda de las páginas deportivas de la prensa de referencia y prensa popular de Barranquilla?

Para abordar esta pregunta de investigación es pertinente revisar la génesis del periodismo deportivo, punto que permitirá un acercamiento del periodista y la historia, procurando un sentido de pertenencia que desligue del trabajo diario esa condición de usufructo, generando miradas diferentes sin perder la correspondencia con la esencia del deporte mismo.

¿Por qué mirar la prensa de referencia y la prensa popular? Ésta no es otra pregunta de investigación, es una respuesta que procura justificar el estudio. El surgimiento en mayo de 2007 de un nuevo formato de prensa escrita, Nuestro Diario⁹ y Al Día, periódicos tamaño tabloide con un amarillismo predominante en sus páginas, y una tendencia a generar espacios a informaciones propias de cada barrio, de lo popular, invita a un análisis de lo que consideran agendar en la sección de deportes.

El análisis no pretende demostrar la importancia del deporte en la sociedad, pues esa condición ya está en evidencia. Este trabajo busca describir cómo está estructurada la agenda de las páginas deportivas de dos diarios de la ciudad de Barranquilla, analizar la estructura de las informaciones y demostrar que en el contenido de las páginas deportivas de dos diarios representativos de la prensa de referencia (El Herald) y la prensa popular (Nuestro Diario) de Barranquilla, predomina la información sobre fútbol. Si bien la temática del deporte ha tenido abordaje científico, el análisis de las páginas deportivas de dos de los diarios de Barranquilla tiene una pertinencia académica y profesional.

⁹ Este tabloide apareció el 22 de mayo de 2007 con el nombre de Nuestro Diario, pero el primero de octubre de 2008 cambió su nombre por Q'Hubo.

Este trabajo, inicialmente hará un recorrido por aspectos que han tenido un relevante abordaje investigativo. Él mismo va desde los antecedentes del deporte, los cuales según los investigadores, están conectados a la génesis del periodismo deportivo; el desarrollo alcanzado por el deporte, su consolidación mediática y sus diferentes campos de incidencia, muchos de ellos aparentemente ajenos a su naturaleza. Seguidamente, se establecerá la estructura teórica que soporta la investigación, planteando las categorías de análisis y la metodología.

Los resultados tendrán un análisis particular de cada periódico, pero se realizará un análisis global, el cual será confrontado con algunos de los resultados alcanzados por la investigación adelantada por González Ramallal (1994), sobre el reflejo del deporte en los medios de comunicación de España. Finalmente, de acuerdo con los resultados logrados, se establecerá una serie de recomendaciones para futuras investigaciones. Así mismo, se pretende a partir de los datos obtenidos, propiciar una reflexión sobre la manera como se está estructurando la agenda de las páginas deportivas de los diarios de Barranquilla.

Revisión de literatura

El deporte creció y se instaló en la sociedad sostenido por el interés que

despertaba. Ese mismo interés fue generando lo que podríamos denominar exigencias informativas. A mediados del siglo XIX, ya se hablaba del nacimiento del periodismo deportivo.

A través de registros y relatos sobre carreras de caballos, peleas de boxeo, combates de esgrima... que fueron consignados en los periódicos de la época y que inspiraron incluso la fundación de los primeros diarios especializados en la actividad física (Arango Forero, 2005, pp. 4-5).

El final del siglo XIX marcó el despegue del periodismo deportivo. William Randolph Hearst, propietario del New York Journal, decidió conceder mayor espacio a la información deportiva. “Ante el éxito de la experiencia, amplió todavía más el espacio, dedicándose a contratar deportistas retirados o aficionados de prestigio, encargándoles el cometido de escribir comentarios, crónicas y reportajes de las figuras más relevantes y de las competiciones” (Alcoba, 1993, p. 64). Sin embargo, esta, que por su continua utilización parece en los medios una modalidad insoslayable, es considerada como una alternativa que poco contribuye a la consolidación del periodista y el medio. Sobre esto Lara (2006) afirma:

Los diarios que hoy ocupan la vanguardia informativa en materia deportiva, siguen desperdiciando la

maravillosa oportunidad de hacer periodismo sustentable, ya que en muchas ocasiones, quienes escriben las editoriales son figura mediáticas, ex futbolistas por lo general, que no tienen la sensibilidad para hacer periodismo, simplemente son parte del negocio, es decir venden (p.8).

Lara (2006) señala, además, que la dimensión que ha alcanzado el deporte lo ha llevado a ser considerado como el fenómeno cultural con mayor desarrollo dentro de la esfera humana, y a los deportistas se les da la categoría de reyes mediáticos “cuyo valor se basa en lo que los medios de la comunicación digan o dejen de decir sobre ellos” (p.1).

Es tal la importancia y el desarrollo alcanzado por el periodismo deportivo, que este no sólo se ha limitado a las cabinas de radio, las cámaras de televisión, las páginas de los diarios, o los escenarios naturales de cada disciplina. Hoy el deporte exhibe varios años de tránsito por el campo de la investigación, con trabajos que legitiman su práctica y el protagonismo que juega en los medios masivos (González Ramallal, 2004), y otros centrados en las críticas, reconocimientos y peculiaridad del lenguaje deportivo (Hernández, 2003).

Muy a pesar de la consolidación del deporte, su presencia en diversos ámbitos sociales y el carácter prota-

gónico que juega en el campo mediático, el mismo estilo que le ha consolidado se ha convertido referente de cuestionamiento para sus críticos. En este aspecto Jesús Castañón Rodríguez precisa:

Por eso parecen tener más fuerza las tradicionales acusaciones de difícil asepsia intelectual, excesiva subjetividad, tendencia a la opinión, uso que se desvía de la norma común, inflación de extranjerismos y tópicos, proliferación de terminología bélica y consideración como ámbito de torpezas gramaticales e incorrecciones que da patadas a los diccionarios (Castañón Rodríguez, 2006b, p.1).

La trascendencia que ha marcado el deporte en la sociedad no se ha limitado sólo a su esencia. Su condición masiva lo ha ubicado en contextos sociales, políticos, culturales y económicos, que evidencian que éste no puede ser tomado como un simple juego y exige que el periodista deportivo antes que un mero informador, debe convertirse en un profesional diverso, capaz de enfrentar diferentes circunstancias, abandonar el terreno monotemático del resultado y las anécdotas, y articular un discurso que contraste con la superficialidad.

Existen diferentes análisis que legitiman la importancia del deporte en la sociedad, en una dimensión en la que adopta un papel más protagónico

en el campo de la cotidianidad del individuo. Villena (2002), destacó el valor social y pedagógico del deporte en el proceso de socialización considerándolo como un canal privilegiado para la transmisión de valores cívicos. “La difusión de una ética deportiva a través de la difusión de mitologías que tienen en deportistas destacados a sus héroes ejemplares cumplirían precisamente ese papel positivo” (p. 126).

Citando a Eco, Villena (2002) toca el deporte, como “actividad ‘distractiva’ de las masas en relación con la discusión de problemas políticos sustantivos”. (p. 128). Resalta, además, que el deporte ha servido de trampolín para quienes desean hacer carrera política, aunque reconoce que a raíz de la creciente comercialización del deporte, la política también puede convertirse en el trampolín para llegar a la dirigencia deportiva.

Pero el fenómeno del deporte, el periodismo deportivo y su papel protagónico en la sociedad no son de manejo exclusivo en el contexto latinoamericano. En España, y aterrizando un poco más en la intención del presente estudio, Alcoba (1993) y González Ramallal (2004), en distintos momentos sus investigaciones arrojaron resultados que se identifican con la hipótesis de este trabajo: el predominio de la información sobre fútbol en las páginas deportivas.

Sobre lo anterior en Alcoba (1993) se destaca al fútbol como el rey de los deportes. Los resultados dan cuenta que los diarios de información general dedican casi el noventa por ciento de su espacio deportivo a ofrecer noticias, crónicas y referencias del fútbol, mientras en los diarios deportivos, el cincuenta por ciento, o más, de sus páginas, se destina a este deporte.

Once años después, en la investigación adelantada por González Ramallal (2004), los resultados confirmaron el reinado del fútbol en las páginas deportivas. El estudio, llevado a cabo en prensa, radio y televisión, señala al fútbol como “el lugar común de todos los medios españoles. Aproximadamente tres cuartas partes de las unidades de información contenidas en los medios, versan sobre el acontecimiento fútbol” (p. 275).

Aquí es pertinente precisar que las preferencias por el fútbol y su alto nivel de aceptación en la sociedad no son un fenómeno novedoso. El tema ha sido abordado desde diferentes ópticas. En el caso de América Latina, Villena (2003) señala que el fútbol adquirió en algunos países la dimensión de pasión y tradición nacional, y “en consecuencia, de un acontecimiento simbólico de profundas implicaciones geopolíticas, llegando a ser considerado incluso como una forma de guerra ritual entre naciones” (p. 258).

Por su parte, Denis Müller (2006) no sólo reconoce en él su popularidad y la pasión que despierta, también destaca un poder de seducción incluso en aquellas personas en las que aparentemente no genera interés o no les gusta.

Debido a la gran pasión popular que despierta y la falta de distancia crítica de buena parte de la prensa y de la opinión pública, ha sido atacado con frecuencia –especialmente en la tradición marxista y post marxista– como una nueva versión del opio del pueblo (p. 1).

Levinsky (2002), inspirado en Marshall McLuhan, plantea el deporte como una de las maneras de programar las sociedades, asimismo, cita a Enrique Gastón a manera de complemento ya que éste considera el deporte “una forma clara de control social que, efectivamente, permite evadirse de la sociedad de sus problemas reales, de sus problemas fundamentales” (Gastón, 1975, en Levinsky, p.48).

Y es tal el poder de penetración del fútbol en la sociedad y su grado de aceptación, que inclusive en momentos en los que es otra la disciplina en la que un deportista logra un triunfo, aunque el fútbol no tenga relación directa con el hecho, éste es utilizado como referencia. “En Argentina, el diario Olé resumió la alegría por la medalla de oro del equipo de volei-

bol con un juego de palabras que sintetizaba el nombre del deporte con una euforia parecida a la del fútbol: ‘voleygol’” (Castañón Rodríguez, 2006a, p. 5).

Retomando a Villena (2002) y su estudio sobre fútbol e identidades, el autor señala que las investigaciones sobre fútbol adelantadas en América Latina no están enmarcadas en los estudios culturales del deporte que han caracterizado las realizadas en Europa, aunque destaca el creciente interés académico por el tema apoyado en las transformaciones del propio deporte. En Colombia también se han registrado incursiones en el campo del fútbol. En algunas se maneja el tema de identidad (Dávila, L. y Londoño, 2003), en este caso estudian la selección Colombia como uno de los factores fundamentales en la construcción de discursos de nación. Sin embargo, “Por los lados de Colombia existe un vacío muy grande en materia de investigación. Poco rigor y mucha anécdota...” (Opinión entregada por Germán Arango Foreiro, vía correo electrónico personal. 15/11/2007).

El anterior recorrido, no exhaustivo, sustenta el amplio campo, que a partir de su naturaleza, ofrece el deporte como objeto de investigación. Sin embargo, es pertinente apuntar que aunque es considerable la exploración científica en la temática deportiva, en

Barranquilla no se evidencia incursiones rigurosas en este campo. Es ésta, precisamente, una de las pretensiones de este trabajo, convertirse en un aporte a una necesaria generación de miradas con rigor académico.

En consecuencia, una revisión de cómo está estructurada la agenda de las páginas deportivas de los diarios de Barranquilla permitiría a través de sus resultados observar, por ejemplo, la frecuencia de aparición de la información sobre los diferentes deportes, lo que podría conectar con una reflexión sobre los criterios que marcan el proceso de selección de las noticias publicadas en las páginas deportivas de la prensa barranquillera. Sería como establecer qué es noticia en la sección deportiva y cuáles deportes prevalecen. Y aunque se presume demasiado ambicioso pretender un cambio en la estructura de las páginas deportivas, y es evidente que éste no es el objeto de estudio del trabajo, no es ambicioso pretender que a partir de la lectura de los resultados, se considere la posibilidad de un espacio de reflexión por parte de los periodistas deportivos.

Es pertinente señalar que a partir de la generación de un espacio de reflexión en el ejercicio profesional la intención no es otra que, en una ciudad como Barranquilla, el periodismo pueda dar una mirada al campo investigativo, tarea que no necesaria-

mente implique un desconocimiento de la función informativa de los medios; es pensar el deporte desde una dimensión diferente, tal como lo señala Galindo (2005) cuando reconociendo la importancia que ha ganado el deporte en la conversación diaria afirma que “estudiar al deporte, investigar al deporte, es por fuerza un ejercicio de profundización y sistematización para ir más allá de lo evidente” (p. 3).

Marco Teórico

Varios autores (Beltrán en Fuentes, 1999, p.106; Merino Utreras en Emanuelli, 1999) ya se habían referido al hecho de que la investigación sobre comunicación en Latinoamérica ha estado enmarcada por modelos conceptuales foráneos, especialmente establecidos por investigadores de Europa y Estados Unidos.

Este trabajo de corte deductivo, está enfocado desde la agenda setting, teoría introducida por Maxwell Mc Combs y Donald Shaw en 1972, quienes postulaban que “los medios de comunicación –al dar o restar importancia a un tema, al cubrir más o menos extensamente una noticia– transmitían la relevancia y la jerarquización de los problemas que se perciben como importantes” (Leiva, 1997, p. 27).

Buscando un mayor acercamiento al alcance y orientación de los estudios de la agenda setting, Miralles (2002) cita a Bregman: “La prensa puede no ser exitosa la mayor parte del tiempo para decirle a la gente qué pensar, pero es sorprendentemente exitosa para decirle a sus lectores acerca de qué pensar” (p. 40). Al respecto, Raquel Rodríguez Díaz (2004) apunta:

El medio no decide por el público qué es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública. A este conjunto de contenidos se le denominará: la agenda (p.15).

Según Lozano (1996) en América Latina este enfoque de establecimiento de la agenda, cuyo primer estudio empírico fue llevado a cabo por McCombs y Shaw sobre las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 1968, es una perspectiva de uso esporádico en investigación. Señala que los fenómenos de comunicación política “siguen siendo analizados desde teorías como la economía política crítica, sin tomar en cuenta los procesos concretos de recepción de mensajes políticos por parte de las audiencias” (p. 155).

Los antecedentes de la agenda setting están inspirados en Walter Lippmann,

quien a principios de siglo, año 1922, en su obra *Public Opinion* le dio a los medios informativos la condición de alimentador de las imágenes que el individuo tiene sobre el mundo, debido a que éste ante la cantidad de información no puede tener acceso a toda, en este caso los medios se establecen como fuente a partir de la relevancia que otorguen a algunos temas –noticias– a través de la agenda, por su puesto contados los hechos a partir de la percepción de los medios. Ésta teoría presenta un primer nivel en el que los medios determinan que incluyen o no, generando así que el individuo, de acuerdo con su publicación y despliegue, le de un determinado grado de importancia a la noticia. “El poder de los medios de comunicación es realmente el que se ha llamado primer nivel de la agenda setting” (Miralles, 2002, p. 46). El segundo nivel ya considera las características y atributos de un hecho, por lo tanto, le da a los medios la posibilidad de que “no sólo determinen sobre qué pensar, sino también qué y cómo pensar sobre algo” (Leiva, 1997, p. 28).

Por su parte, McCombs (1996) otorga a la noticia una influencia en la vida cotidiana, desde el modo de vestir hasta los sentimientos de bienestar e inseguridad. Además le da un valor determinante en el enfoque que el individuo hace del mundo. “De vez en

cuando un dictamen de las noticias trastorna nuestro comportamiento global de forma instantánea y por completo” (p. 13).

La consistencia de los anteriores postulados está legitimada en la tarea diaria que enfrenta el periodista al momento de seleccionar cuáles noticias saldrán publicadas. Este es un juicio valorativo indisoluble a una subjetividad presente desde el proceso de selección hasta la publicación. Tal como lo señala McCombs (1996), todo el material que supera esa preselección no obtiene el mismo tratamiento en la publicación. Este es el punto en el que algunas noticias reciben mayor despliegue que otras. “Los periódicos, por ejemplo, expresan claramente la relevancia periodística de una noticia según su colocación, titular y extensión” (p. 17).

El presente estudio trabaja la estructuración de la agenda en las páginas de la prensa deportiva. Esa relevancia periodística no sólo se estudiará desde la perspectiva del deporte en general. La propuesta es dar una mirada particular al fútbol, que por su prominencia ha alcanzado un carácter de visibilidad superior al de otras disciplinas. Estos deportes que tienen un menor protagonismo o visibilidad en los diarios, tal como señala Antonio Alcoba (1993), han recibido de los medios de comunicación un injusto calificativo de minoritarios:

“Muchos de esos deportes, y esto es lo sorprendente, cuentan con más deportistas practicantes que algunos de los denominados de masas. Sucede, no obstante, que esos deportes no pertenecen al mundo del espectáculo” (p.75). En 1975, Carl N. Warren, en su texto *Géneros Periodísticos Informativos* ya había planteado una división esquemática de los deportes en dos grupos: Los de participación (la pesca, la caza, los bolos, el golf, la natación y el patinaje sobre ruedas), y los de espectáculo (como el fútbol, el béisbol y las carreras de caballos).

Para analizar cuál es la tendencia de la agenda deportiva y de esta forma trabajar en la confirmación de la hipótesis de trabajo, se tomó como referencia la página del Comité Olímpico Colombiano y así poder establecer, a través de su organización y reconocimiento de la entidad como federaciones, cuáles son las disciplinas deportivas en Colombia.

El estudio no sólo se limita a la comprobación del predominio de la información futbolística en las páginas deportivas. A partir de la clasificación de macroestructura - titulares y primer párrafo de la noticia- y microestructura -cuerpo de la noticia-, que hace Van Dijk (1990), de la estructura del discurso de los textos periodísticos, se analizarán los titulares (macroestructura) y la infografía (microestructura).

Si bien esta segunda parte del análisis está enfocada desde la estructura de la noticia planteada por Van Dijk (1990), es pertinente considerar algunos aportes que nos acercan a la comprensión de la muy particular información deportiva. Una de ellas la de Jesús Castañón Rodríguez (2006b) quien asegura:

El léxico periodístico del deporte se ha convertido en un privilegiado observatorio de las tendencias más actuales en el uso del idioma y requiere, en palabras del Coordinador de la Fundación del Español Urgente, Alberto Gómez Font, un análisis con cintura de boxeador (p.3).

Teniendo en cuenta que el periodista deportivo no se ha limitado a la noticia como género exclusivo, es necesario revisar las herramientas que éste utiliza para la divulgación de la información. La entrevista y el reportaje figuran como alternativas de manejo informativo, sin embargo, tal como lo plantea Néstor Hernández Alonso (2003), la crónica deportiva es el género en el que el lenguaje del deporte adquiere toda su grandeza y personalidad. Citando a Martínez Albertos, señala: “una crónica tiene todas estas características: a) mitad narración, mitad valoración; b) continuidad y regularidad en el relato; c) estilo directo y llano; d) realizada por reporteros” (p. 45).

Gomis (1991) también reconoce en la crónica la función de relato, pero además establece en ella una perspectiva temática, y califica al cronista como un entendido que está encargado de enterarnos de las cosas. “De la crónica literaria a la judicial, de la taurina a la de fútbol, de baloncesto o de golf, el cronista nos cuenta los hechos que presencia o de los que oye hablar y nos da su impresión para que nos hagamos mejor cargo de ellos” (p. 46).

Por lo anterior, es congruente, entonces, dedicar un espacio a la comprensión de un léxico que como dijimos anteriormente maneja rasgos particulares como neologismo inherentes a la naturaleza misma de cada deporte, titulares dinámicos y un lenguaje figurado que ya no es de uso exclusivo del periodista deportivo, ya el aficionado lo vincula a sus comentarios y discusiones sobre las diferentes temáticas deportivas que aborda.

La titulación también merece un espacio de análisis. Para Gómez Mompart (1982): “Un título es ya una información y, a su vez, es también opinión”, y citando a Florio reconoce la fuerza del titular: “un buen título hace leer el artículo” (p. 9). Centrando este análisis en el tema de estudio, los titulares deportivos responden a las características de la titulación general, pero a la vez tienen una serie de rasgos muy particulares que están

en consonancia con el estilo y dinamismo del periodismo deportivo.

Hernández (2003) señala la importancia que la prensa no deportiva le está dando al deporte al titular alguna de sus informaciones en la primera página, ya sean noticias que den cuenta de hechos positivos o negativos. “No acostumbran a ser títulos centrales, pero si resultan visibles, al ocupar alguna zona de la parte central de la página o lado derecho, en todos casos, acompañan a cada titular fotografías, muy relacionadas con el contenido del título” (p. 128). Por su parte, Castañón Rodríguez (2006a) destaca la importancia del color en la jerarquización de los titulares deportivos.

Los recursos no lingüísticos no pueden dejarse de lado en el análisis de la construcción de los textos deportivos. Algunos autores (Castañón Rodríguez, 2006a) los analizan de manera global como la actualización del lenguaje visual. Esto a partir del color, tipografía más legible, fotografías informativas “y una gran fuerza expresiva para destacar el dramatismo o la mitificación del deportista” (p.5).

Con la firme intención de procurar un mejor abordaje del tema, se estableció una gran categoría denominada agenda de las páginas deportivas de Barranquilla. Para el análisis se

definieron subcategorías a través de las cuales se llevará a cabo la lectura del tema: Ubicación, origen, unidad de información deportiva (González Ramallal, 2004), titulares, género periodístico, e infografía.

Método

Este trabajo se realizó a partir del análisis de contenido (Babbie (1996), Berganza y Ruiz (2005), Hernández Sampieri, Fernández-Collado y Baptista, 2006), técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa. (Berelson en Hernández Sampieri et al.).

Como unidad de análisis se tomaron las piezas periodísticas publicadas en las secciones deportivas, exceptuando las columnas de opinión, los editoriales y las revistas deportivas propias que publican semanalmente algunos diarios. En este caso, El Heraldo publica los martes la revista El Heraldo Deportivo. Se optó por no incluir esta revista en el análisis, porque en Nuestro Diario, el otro periódico que hace parte del estudio, es una publicación tabloide de un sólo cuerpo al que siempre están integradas las noticias deportivas.

Aunque no se integraron al análisis, si se tomarán como referencia las informaciones publicadas en otras secciones de los periódicos, que aun-

que no reflejen la esencia y un hecho deportivo como tal, si son asociadas como consecuencia de alguna práctica deportiva específica.

La muestra la constituyen las noticias publicadas en dos diarios: Uno de carácter regional, El Heraldito, y uno de circulación local, Nuestro Diario. El período de estudio fue de un mes, entre el 20 de octubre de 2007 y el 20 de noviembre de 2007. El criterio para escoger estas fechas se basó en que durante este tiempo la selección colombiana de fútbol no jugó partidos por la ronda clasificatoria al mundial de Sudáfrica 2010. Igualmente se tuvo en cuenta que durante los 30 días seleccionados no se presentarán eventos, que por su importancia, distorsionarán los resultados del trabajo.

En los ocho documentos, seleccionados por la técnica de semana compuesta, se analizaron 116 unidades de información deportiva publicadas en la sección deportiva de cada periódico. Es pertinente precisar que se otorgó la calidad de unidad de información deportiva a cada noticia publicada sobre una disciplina deportiva específica.

Se analizó, además, la frecuencia de aparición de noticias deportivas en la primera página de los diarios. Igualmente se tuvieron en cuenta los recursos no lingüísticos empleados

(iconografía) y la unidad deportiva de información a la que hace referencia la noticia.

Para intentar responder a la pregunta sobre cuál es la agenda de las páginas deportivas de la prensa de referencia (El Heraldito) y la prensa popular (Nuestro Diario) en Barranquilla, se definieron las siguientes subcategorías de análisis:

- **Ubicación**
Esta subcategoría midió la página en la que apareció la noticia, si ésta tuvo figuración en la primera página o la portada del periódico (Nuestro Diario es un periódico tabloide que en la portada están integradas primera y última página), y la cantidad de espacio asignado a cada información (columnas).
- **Origen**
Esta subcategoría ubicó geográficamente el hecho noticioso como local, departamental, regional, nacional e internacional.
- **Unidad de Información Deportiva**
Esta subcategoría midió el número y la frecuencia de aparición de noticias sobre cada deporte.
- **Titulares**
Esta subcategoría analiza la construcción de los titulares, anali-

zando si definía el tema en forma concreta, la utilización de superlativos, adverbios y adjetivos, el lenguaje coloquial entendido como el uso de palabras o expresiones populares o cotidianas; el juego de palabras, los extranjerismos, y la utilización del lenguaje bélico.

- **Género Temático**
Analiza los géneros periodísticos utilizados por los periodistas para la presentación de las informaciones deportivas.
- **Iconografía**
Esta subcategoría analiza la presencia de fotografías, infografías y otros recursos utilizados en la presentación de las noticias. En cuanto a la fotografía se establecieron indicadores específicos para analizar si la fotografía era en color o blanco y negro, o si ésta era una toma del deportista o hacía referencia al hecho deportivo como tal.

A partir de las anteriores subcategorías se diseñó el instrumento para llevar a cabo el análisis de la muestra seleccionada. Los datos fueron codificados por el investigador.

Tal como fue señalado anteriormente, con los datos obtenidos en este estudio se establecerá un paralelo con los resultados de la investigación

adelantada en España por González Ramallal (1994). Si bien los trabajos presentan algunas deferencias en cuanto a la categorización y la muestra mediática (González Ramallal analizó la información deportiva publicada y emitida en diarios, informativos de televisión y programas deportivos radiofónicos), sus resultados se convierten en un interesante referente para el análisis.

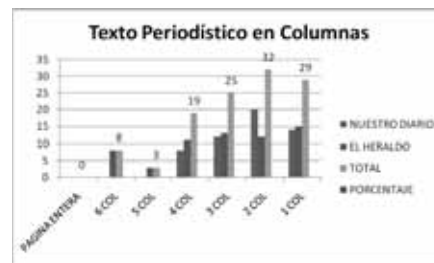
Resultados

El presente estudio está orientado a describir la agenda de las páginas deportivas de la prensa de Barranquilla. De acuerdo con el análisis llevado a cabo en 116 unidades de información deportiva se pudo establecer que la tendencia de estos diarios (28%) es la de presentar las noticias en dos columnas. Lo anterior puede estar en consonancia con el carácter de dinamismo de la información deportiva. Se observa igualmente un número importante de noticias en una sola columna. Esto tiene correspondencia con el 34% de noticias breves, que por lo general se establecen como resumen de informaciones indistintamente de una o varias disciplinas deportivas.

Las noticias de tres y cuatro columnas representan el 22 y 16% respectivamente. Las noticias de seis columnas figuran con solo un 7%, y están presentes únicamente en El Herald.

En este aspecto, Nuestro Diario, periódico tabloide de 54 unidades analizadas, 20 eran de dos columnas, 14 de una columna y 12 de tres columnas.

Gráfico 1



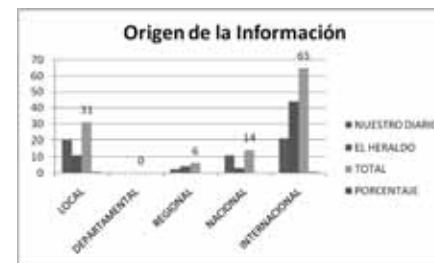
Fuente: elaboración propia.

En cuanto al origen de la información, el análisis general muestra una elevada presencia de noticias internacionales (56%), duplicando la presencia de informaciones locales (27%). La información nacional figura con un 12% y la regional con un 5%. En este aspecto, y dando una mirada particular, en Nuestro Diario, de las 54 noticias analizadas, 20 son de carácter local y 21 son internacionales. En El Herald, al establecer la relación se marca una gran diferencia: 44 noticias internacionales por 11 locales.

Hablando de la estructura de la noticia, éste se analiza desde los criterios establecidos por Van Dijk (1990). Partiendo de la macroestructura, en un 73% los titulares definen en forma concreta el tema tratado en la infor-

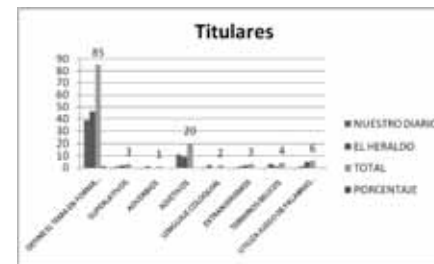
mación. En ambos diarios hay utilización de adjetivos (17%), el doble sentido y el juego de palabras (5%), y algunos apelan a términos bélicos (3%), extranjerismos (3%) y el lenguaje coloquial (2%).

Gráfico 2



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 3

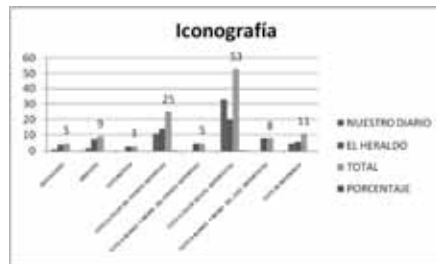


Fuente: elaboración propia.

Desde la microestructura, el primer análisis se centra en la utilización de la fotografía. De las 116 unidades de información deportiva analizadas, en 105 hay presencia de fotografías. El 58% corresponde a fotografías del deportista, el 28% son fotografías del evento deportivo como tal. De las 105 noticias, solo 13 son en blanco y ne-

gro, lo que evidencia el predominio del color en las páginas deportivas.

Gráfico 4



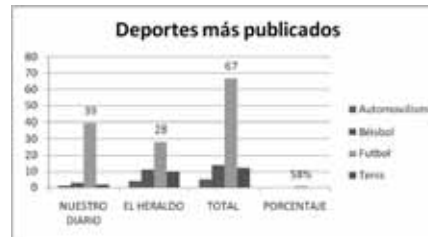
Fuente: elaboración propia.

La última subcategoría analizada es la frecuencia de aparición de la unidad de información deportiva. Aquí se hace evidente el predominio del fútbol en las páginas deportivas de los periódicos estudiados. Del total de unidades analizadas el 58% corresponde al fútbol. Le sigue el béisbol con un 12% y el tenis con el 10%. Si el análisis se hace por separado la tendencia se mantiene. Por ejemplo, en Nuestro Diario de las 54 noticias deportivas publicadas durante el periodo de estudio, 39 son referentes al fútbol. En El Heraldo de las 62 noticias publicadas en el periodo analizado 28 son informaciones sobre fútbol.

Para el instrumento se listaron 43 disciplinas deportivas, de las cuales 29 no figuraron en ninguno de los documentos analizados. Deportes como: ciclismo, fútbol de salón, mo-

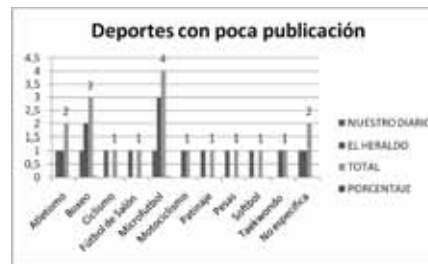
tociclismo, patinaje, pesas, softbol y taekwondo aparecieron solo en una oportunidad en las publicaciones revisadas.

Gráfico 5



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 6



Fuente: elaboración propia.

Si se comparan los resultados de estudio con el que llevó a cabo González Ramallal (2004) se aprecian algunas similitudes interesantes. En primera instancia hay identidad en torno al predominio del fútbol en la información deportiva (60.9%). Otro punto interesante es que González Ramallal cita a George Ritzer, quien en 1996 en su texto *La McDonalización de la sociedad*, para referirse a las

unidades de información deportiva de pequeño tamaño a las que Ritzer denomina “noticias Mc Nuggets”, esto es, noticias donde la narración se reduce al máximo, exponiéndose los hechos, más o menos, desnudos” (p.274). Para el autor esta es la justificación de que el género que prevalece es la noticia. En el estudio, las breves y la noticia aparecen como los géneros periodísticos por excelencia en la información deportiva. La crónica parece exclusiva para informar sobre algún encuentro deportivo específico. El reportaje y el informe especial tienen una preocupante ausencia en las páginas deportivas.

Conclusiones

En la agenda de las páginas deportivas de la prensa de Barranquilla se refleja una marcada desproporción en el cubrimiento noticioso. El fútbol tiene un mandato mediático, mientras otros deportes se enfrentan a una para nada justificada invisibilidad informativa. En el estudio, el béisbol aparece como el segundo deporte en la agenda de las páginas deportivas, pero es cierto también que esta investigación coincide con el final de la serie mundial de béisbol y el inicio del torneo local. Éste es un importante punto de análisis, el cual reafirma que un buen evento genera una mirada obligatoria del periodista y un espacio en la agenda del periódico.

El predominio de informaciones a una y dos columnas es una confirmación de lo práctica y dinámica que se ha convertido la información deportiva. Esto justifica la preponderancia de las breves y la noticia como los géneros más utilizados en la prensa deportiva, incluso sobre la crónica considerada por Néstor Hernández Alonso (2003) como el género que encaja perfectamente en lenguaje deportivo.

El origen de la información también requiere un giro. Aunque las noticias locales marcaron un 27%, éste continúa siendo un porcentaje bajo comparativamente con el 56% de conteni-

do internacional. Sin embargo, sería recomendable para futuras investigaciones revisar qué origen se le debe dar a las noticias provenientes del exterior pero que tienen como protagonista a un deportista colombiano.

La fotografía continúa siendo elemento importante en el discurso deportivo. A diferencia de otras secciones, el deporte parece amarrado al registro gráfico de los deportistas y del evento. Además, el color podría considerarse una característica propia de este tipo de información. El tamaño de la fotografía, también maneja características muy particulares.

Sería importante abordar en futuras investigaciones a los editores de las páginas deportivas para conocer el criterio que aplican en la estructuración de las mismas, y plantearles a partir de los resultados del presente estudio, la necesidad urgente de reconsiderar la distribución noticiosa, ser más equitativos, y quitar ese velo de invisibilidad que ha marcado a varios deportes que necesitan de la figuración mediática para alcanzar una mayor dimensión e hipotéticamente mayores resultados en la competencia.

REFERENCIAS

- Alabarces, P. (2003), (comp.) *Futbologías. Fútbol, Identidad y Violencia en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.
- Alabarces, P. (2000), (comp.) *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.
- Alcoba López, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Editorial Paraninfo; Madrid, España.
- Arango Forero, G. (2005). Siglo XIX. Hacia una Nueva Deontología del Periodismo Deportivo. *Revista Palabra Clave*, No. 13. Universidad de la Sabana, Colombia.
- Castañón Rodríguez, J. (2006a). *Cambios en la redacción periodística del deporte en América y España en el siglo XXI*. Revista Digital Universitaria, Volumen 7 número 6. Disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art50/jun_art50.pdf.
- Castañón Rodríguez, J. (2006b). *El léxico periodístico del deporte: las palabras en juego* Disponible en <http://www.efdeportes.com/> Revista digital – Buenos Aires, año 11 No 101.
- Castañón Rodríguez, J. (2003). *Magia y fiesta del lenguaje deportivo*. Disponible en <http://www.efdeportes.com/> Revista digital – Buenos Aires, año 9 No 67.
- Dávila, A & Londoño, C. (2003). La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia 1985-2000”, en Alabarces, P (comp.) *Futbologías*. Buenos Aires: Clacso.
- Emanuelli, B. (1999). Investigación de la comunicación en Argentina- Reflexiones sobre la investigación crítica en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 23 de noviembre 1999, La Laguna (Tenerife). Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>.

- Fuentes Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI en *Comunicación y Sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 36, julio-diciembre 1999, pp.105-132.
- Galindo Cáceres, J. (2005). Comunicación y Deporte. Un Ejercicio de Exploración, Especulación y Análisis, Hacia una Comunicología Posible. Texto publicado en la *Revista Comunicología: indicios y conjeturas*, Publicación Electrónica del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Primera Época, Número 4, Otoño 2005, disponible en: http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=101&Itemid=127
- García Sierra, F. (2004). *El Tejo Deporte y Cultura*. Colombia: Artes Gráficas Industriales.
- Gómez Mompart, J. (1982). *Los titulares en prensa*. Barcelona: Editorial Mitre,.
- Gomis, Lorenzo. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. España: Ediciones Paidós Ibérica,.
- Gonzalez Ramallal, E. (2004) *El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España*. Revista Española de Sociología, RES No. 4, pp. 271-280. Universidad de la Laguna.
- Hernández Alonso, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lara, M. (2006). Periodismo Deportivo: La Fantasía de un Oficio Hecho Profesión. Texto publicado en la *Revista Comunicología: indicios y conjeturas*, Publicación electrónica del departamento de comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Primera Época, Número 6, Otoño 2006.
- Leiva, P. (1997). *Hay que reinventar la noticia* Entrevista a Maxwell Mc Combs en Cuadernos de Información No. 12 / 1997. Disponible en http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/12/02.pdf.
- Levinsky, S. (2002). *El deporte de informar*. Buenos Aires: Paidós.
- Lozano Rendón, J. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra Mexicana.
- Mccombs, M. (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*, en Bryant, Jennings, y Zillmann, Dolf (comp.) Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Paidós, Barcelona.
- Miralles, A. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Moscoso Sánchez, David. (2006). La Sociología del Deporte en España. Estado de la Cuestión. *Revista Internacional de Sociología*, Vol. LXIV, No 44, págs. 177-204.
- Müller, D. (2006). *El fútbol como espejo*. Revista Criterio. No. 2316. Junio de 2006. Año 79. Disponible en http://www.revistacriterio.com.ar/art_cuerpo.php?numero_id=129&articulo_id=2501.
- Protzel, J. (2005). *Las Multitudes del Fútbol*. Texto publicado en la revista Diálogos de la Comunicación, revista electrónica de Felafacs, número 38, 15/08/2005, disponible en <http://www.felafacs.org/taxonomy/term/2?from=20>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. Disponible en <http://www.obets.ua.es/obets/libros/AgendaSetting.pdf#search=teor?a%20de%20la%20agenda%20setting>
- Van Dijk, T. (1990). *La Noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. España: Ediciones Paidós.
- Villena, S. (2002). *El Fútbol y la Identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina*. Iconos. Revista de Ciencias Sociales, agosto, número 014. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de Ecuador. Quito, Ecuador. pp. 126-136.
- Villena, S. (2003). *“Gol-balización, identidades nacionales y fútbol”*, en Alabarces, Pablo (comp.) *Futbologías*. Buenos Aires: Clacso.
- Warren, C. (1975). *Géneros periodísticos informativos*. España: Editorial ATE.