

**UACM**

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

*Nada humano me es ajeno*

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA**

**"EL LLAMADO DEL FÚTBOL": ANÁLISIS SEMIÓTICO DE  
LOS SPOTS DEL MUNDIAL SUDÁFRICA 2010**

**TRABAJO RECEPCIONAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA**

**PRESENTA:**

**OCTAVIO ÁNGEL CALDERÓN CORONA**

**DIRECTOR DEL TRABAJO RECEPCIONAL**

**MTRO. GUILBALDO F. LÓPEZ LÓPEZ**

**MÉXICO, D.F. ENERO DE 2012**

**UACM  
BIBLIOTECA  
SAN LORENZO TEZONCO**

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

#### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

UACMA TST-194

TE  
GT3913.16  
.MK  
C35

Índice.	
Introducción	6
<b>Capítulo 1. Fútbol y televisión, un recorrido de los últimos 50 años en México.</b>	<b>11</b>
1.1. Ubicación histórica del Mundial de Fútbol	11
1.1.1. Orígenes del Mundial de Fútbol	12
1.1.2. Los Mundiales de Fútbol y los países sede	16
1.2. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales de Fútbol	26
1.2.1. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales de Fútbol en Europa	26
1.2.2. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales en México	28
1.3. La publicidad y los Mundiales de Fútbol en la televisión Mexicana	31
<b>Capítulo 2. El estudio del fútbol desde las Ciencias Sociales</b>	<b>35</b>
2.1. La configuración contemporánea de las disciplinas de las ciencias sociales un paso a la Interdisciplinariedad	35
2.2. El deporte como objeto de estudio de las ciencias Sociales	39
2.3. Las disciplinas de las ciencias sociales en el estudio del fútbol	42
2.3.1. Sociología y fútbol	44
2.3.2. Antropología y fútbol	45
2.3.3. Psicología y fútbol	47
2.4. La institucionalización del estudio del fútbol desde las ciencias sociales	48

2.5. Comunicación, semiótica y el estudio del fútbol en México	51
<b>Capítulo 3. Metodología de la semiótica estructural de Roland Barthes</b>	<b>55</b>
3.1. Orígenes del estructuralismo	55
3.2. Aproximaciones a la definición de Estructuralismo	58
3.3. El estructuralismo como metodología de Análisis	59
3.4. La metodología estructural de Roland Barthes	62
3.4.1. Vida y obra de Roland Barthes	63
3.4.2. El estructuralismo de Roland Barthes	65
3.4.3. La Aventura semiológica de Roland Barthes	66
<b>Capítulo 4. Análisis de “El llamado del fútbol” a partir de la metodología de la semiótica estructural de Roland Barthes.</b>	
4.1. Diseño metodológico	77
4.2. Análisis del primer spot “vamos rumbo a Sudáfrica 2010, el llamado del fútbol, Televisa Deportes”	80
4.2.1. Análisis lingüístico	80
4.2.2. Análisis de la denotación	85
4.2.3. Análisis de la connotación	89
4.3. Análisis del segundo spot “estamos en camino a Sudáfrica 2010, Televisa Deportes El llamado del fútbol”	94
4.3.1. Análisis lingüístico	95
4.3.2. Análisis de la denotación	99
4.3.3. Análisis de la connotación	102
4.4. Análisis del tercer spot “estamos en	107

camino a Sudáfrica 2010, Televisa Deportes, El llamado del fútbol”	
4.4.1 Análisis lingüístico.	107
4.4.2. Análisis de la denotación.	109
4.4.3. Análisis de la connotación.	111
Conclusiones.	114
Fuentes consultadas	118
Anexos.	136

## **Agradecimientos**

Durante un encuentro de fútbol el aficionado siente alegrías, tristezas, desesperación, angustia y frustración, principalmente cuando está en juego la camiseta del equipo predilecto. El fútbol despierta pasiones, en donde el orgullo está por encima de todo, se defiende la pertenencia de un equipo formando una identidad en cada una de los aficionados.

La elaboración de esta investigación me provocó sentirse similares a los que provoca el fútbol y durante este proceso, algunas personas me brindaron su apoyo y comprensión, es por ello que les doy las gracias a mis padres Francisco Calderón y Flora Corona quienes se preocupaban por mis desvelos y mi estrés en la creación de la tesis. También agradezco a mi hermana Alejandra Calderón y a mis sobrinos Alberto y David quienes me daban apoyo moral en mi desesperación y angustia cuando se presentaban conflictos en la creación de la tesis. Mi novia Minerva Serrano fue una de las personas que aguantó mi estado de ánimo ante la desesperación y angustia, es por ello que le agradezco por darme su comprensión y cariño.

Otra persona a la que le agradezco es al maestro Guilebaldo López quien me dedicó su tiempo y me brindó sus conocimientos que hicieron posible el entendimiento para la construcción de la tesis y se ha convertido en un gran amigo. También les doy las gracias a las maestras Laura González, Marisol Chan, Aleida Gaspar y al doctor Jerónimo Repoll por haberme brindado sus conocimientos y ayudado a reforzar esta investigación.

Un cordial agradecimiento a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México quien me otorgó el apoyo económico para la impresión de la tesis, por otro lado, la UACM y el Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal ICyTDF me otorgaron la beca para el término del trabajo recepcional, la computadora que prestaron como dato fue fundamental en la creación de la tesis, además del apoyo económico, mil gracias a estas dos instituciones.

## Introducción

La comunicación es la única disciplina de las ciencias sociales que no ha logrado tener una configuración epistemológica, diversos autores se han preocupado por tratar de establecer la comunicación como una ciencia, pero no ha sido posible, debido a que diversos investigadores no encontraban la forma de hacerlo, pues sólo se enfocaba en el estudio de los medios de comunicación, agregando que otras disciplinas como la sociología han enfocado su estudio en los procesos comunicativos de los medios y es desde ahí donde se han planteado algunas teorías.

En este sentido, en la búsqueda de la inserción de la comunicación en un marco epistemológico, Carlos Vidales propone a la comunicación como una disciplina desde la mirada de la semiótica en tres niveles: el primer nivel está referido a los conceptos, el segundo a las proposiciones y el tercero a la teoría. Carlos Vidales construye estos tres niveles a partir de la historia que ha tenido la comunicación en cuanto a los elementos que los diversos investigadores han tomado como eje de análisis.

“El primer nivel es el de los conceptos, las unidades mínimas de análisis que plantean una historia propia de emergencia. Pero los conceptos generan a su vez un segundo nivel, puesto que son con los que se construyen las proposiciones. Las proposiciones satisfacen algún cálculo proposicional y pueden ser evaluadas en lo que respecta a su grado de verdad aunque en algunos casos no se disponga aún de procedimientos para efectuar tal evaluación. En nuestro caso, la observación y definición de todo hecho comunicativo o de la comunicación misma guarda una cierta relación con aquellas proposiciones que la representan, las cuales inevitablemente se fundamentan en ciertos conceptos. Un tercer nivel implica, entonces, la agrupación de proposiciones con referentes comunes que forman a final de cuenta contextos, los cuáles, a su vez, forman una teoría, es decir, una teoría, en este sentido, es un conjunto de proposiciones enlazadas entre sí y que poseen referentes en común” (Vidales, 2006: 3).

El establecimiento de la comunicación como semiótica es el postulado que más se aproxima a la creación epistemológica de la comunicación a partir de la tesis que dice “la semiótica estudia las significaciones sociales como parte de la comunicación” (Vidales, 2006, 3); es decir, la comunicación es la que hace posible el intercambio de información entre los interlocutores dentro de los procesos de significación.

En un proceso de comunicación se hacen presentes emisor, receptor, mensaje, código y canal, elementos que permiten la unión de la comunicación con la semiótica, pues si faltara alguno de estos cambia la significación del mensaje que se está dando. Por ejemplo, en una conversación puede cambiar el sentido de lo que se está diciendo si los

interlocutores no están en el mismo código de lo que se está conversando, uno puede referirse a una determinada cosa y el otro puede estar interpretando otra.

La semiótica es la ciencia que integra de forma inmediata a la comunicación a partir de sus procesos de significación en cualquiera de las formas del lenguaje, escrito, orales, mímico, etc., la semiótica y la comunicación forman parte de la vida cotidiana y es fundamental para el flujo de información del ser humano.

Entonces la comunicación y la semiótica dan cuenta de estos hechos cotidianos, y de fenómenos mediáticos, como el deporte, en este caso particular del fútbol, que ha pasado a ser un espectáculo de masas; es importante señalar que el fútbol es un deporte estudiado por diversas disciplinas que forman parte de las ciencias sociales, se ha investigado desde diferentes enfoques; desde la comunicación en su mayoría son análisis de contenido de los programas deportivos, sin embargo, la semiótica la pasan por alto siendo que diferentes actos que se generan durante un partido de fútbol tienen una diversidad de significaciones que no son tomadas en cuenta.

Este es el contexto semiótica y comunicación, el cual permite explicar diferentes fenómenos, entre ellos el fútbol, de ahí el interés por estudiar al fútbol tema del cual pesa el mito de la *enajenación* olvidándose de otras cuestiones que se hacen presentes, una de ellas es la publicidad y el fútbol, pues mediante la publicidad se crean signos a través de representaciones de lo que es el producto que se anuncia y el fútbol, relación que ha generado grandes ganancias a la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), las empresas, los medios de comunicación y a los clubes.

En esta relación compleja de la industria del fútbol, consumo mediático, las representaciones y significaciones de sentido, llega el Mundial de Fútbol, torneo en el que participan los representantes de diferentes países del mundo, el cual se lleva a cabo cada cuatro años.

Ante la proximidad de este evento, Televisa Deportes lanza una campaña titulada “El llamado del fútbol”<sup>1</sup> en la que anuncia que estará dando los principales acontecimientos del torneo; dicha campaña la hace a partir de una serie de spots en donde crea representaciones de lo que es el fútbol y la cultura sudafricana.

Las representaciones que hace Televisa Deportes en los spots las realiza a través de signos que se han creado sobre la jungla y la cultura africana, en la que se muestran las diferentes características de los personajes, se alcanza a percibir la desigualdad entre los que conforman el equipo de Televisa Deportes y los sudafricanos, personajes que sólo sirven para contextualizar el país sede.

A partir de las representaciones de los spots de “El llamado del fútbol”, surge el interés de analizarlos a partir de la metodología de la semiótica estructural de Roland Barthes, que se da en tres fases el análisis lingüístico, el significado denotativo y el significado connotativo, y dentro de estas tres se aplican los ocho conceptos metodológicos: lengua, habla, significado, significante, sistema, sintagma, denotación y connotación.

Para comprender el fenómeno que se presenta en los spot, en este trabajo se ha planteado los siguientes elementos. El objetivo general trazado, está dirigido hacia el reconocimiento de la Sudáfrica que presenta Televisa Deportes en sus spots promocionales, para explicarlo es necesario tomar en cuenta los diferentes signos que se utilizan en la trama de cada uno de los spots.

Así mismo los objetivos específicos son: reconocer a la Sudáfrica que presentan los spots “El llamado del fútbol” a partir del contenido lingüístico de cada uno de ellos, así como el significado literal de cada spot el cual corresponde a la denotación, encontrar

---

<sup>1</sup> El primer spot que se realiza se difunde en Julio del 2009; dos meses después aparece un segundo spot y el tercero en Octubre del mismo año; pero a pocos meses de la llegada del Mundial de Fútbol, crean nuevos spots, uno de ellos lo usan para anunciar los partidos de preparación de la selección mexicana, pero en éste, Sudáfrica no aparece en todo el spot, sólo al inicio en donde el perro Bermúdez se encuentra comiendo arroz con miembros de Sudáfrica y dice una palabra que da la impresión que es parte del idioma que usan allá, dice “lo bombo”, además de que aparece con una vestimenta diferente a las que han mostrado en los demás spot. Ante la aproximación del Mundial de Fútbol, Televisa lanza otros spots, en el que vuelven a mostrar la convivencia de los reporteros, cómicos y comentaristas con la cultura Sudafricana; en este anuncian la programación de Televisa Deportes sobre el mundial. En este spot, aparece el equipo de Televisa instalado en aldeas y están haciendo una fiesta, algunos reporteros juegan fútbol de mesa con personas sudafricanas, como fondo aparece otra canción diferente a la de “El león duerme esta noche”.

los signos que se han construido social y cultural mente nivel que corresponde a la connotación y por último se busca comparar la posible realidad sudafricana con las representaciones que se hacen en los spots.

Para lograr lo que se plantea en los objetivos, se aplican los ocho conceptos semióticos propuestos por Roland Barthes retomados de Ferdinand de Saussure, que son: lengua, habla, significado, significante, sistema, sintagma, denotación y connotación. Para Roland Barthes, la lengua es el código que se usa dentro de una sociedad; y habla, es el uso individual para aplicar el lenguaje; el significado es la interpretación del significante y significante, es lo que se está mostrando físicamente; el sistema es la relación de los elementos presentes y ausentes en el discurso; sintagma, es la relación lineal antes y después de cada elemento; y por último denotación y connotación, el primero remite al significado literal y connotación que es el significado social de lo denotado (Barthes, 1990).

Esta investigación se estructura a partir de cuatro capítulos íntimamente relacionados. El primero consta de la historia de los Mundiales de Fútbol hasta llegar al Mundial Sudáfrica del año 2010 en donde se hace un contexto de la situación política que se vive en este país, con el objetivo de dar a conocer a Sudáfrica desde una visión diferente a la que representan los spots. Este primer capítulo concluye con un breve contexto de las transmisiones deportivas por televisión y la forma en que la televisión como medio de comunicación utiliza al fútbol, con el propósito de hacer la relación entre el pasado de Sudáfrica y importancia que tiene el fútbol en este medio tomando en cuenta que la televisión es un medio creador de significados a través de su barra programática y el fútbol.

El segundo capítulo se refiere a la relación de la semiótica y la comunicación para estudiar al fútbol, así como un breve contexto de la forma en que lo han estudiado otras disciplinas y así se expone cómo las ciencias sociales han abordado la investigación sobre el fútbol.

Para dar referencia de la teoría que se está usando en el análisis semiótico, en el tercer capítulo se inicia con los orígenes del estructuralismo y los procesos por los que pasa hasta llegar a la semiótica de Roland Barthes.

En el Cuarto capítulo se hace el análisis de los tres spots de “El llamado del fútbol”. Aquí se analizan las categorías y los niveles de análisis de los tres spots a partir de la metodología de la semiótica estructural de Roland Barthes, integrada por: el análisis del contenido lingüístico, la denotación y connotación de cada spot.

## **Capítulo 1. Fútbol y televisión, un recorrido de los últimos 50 años en México**

El Mundial de Fútbol y las Olimpiadas son los principales eventos deportivos en el mundo, pero el Mundial de Fútbol es el que tiene un mayor seguimiento por los aficionados, logrando que a través de este deporte se obtengan diferentes beneficios, esto se puede visualizar en la primera parte de este capítulo, el cual se inicia con los orígenes de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y los conflictos que ocurrieron para la creación del Mundial. Posteriormente se hace un recuento de lo que ocurre en cada Mundial de Fútbol desde Uruguay en 1930 hasta Sudáfrica en el 2010, conjuntándolo con los problemas sociales, culturales, políticos y económicos que sucedían en la sede mundialista en la que se llevó a cabo cada torneo, resaltando a Sudáfrica país que se representa en los spots promocionales denominados “El llamado del fútbol”.

En la segunda parte de este capítulo se contextualizan los orígenes de la televisión en México y el mundo, y las primeras transmisiones del fútbol. En esta parte del primer capítulo se pretende mostrar cómo es que la televisión crea signos que configuran a ciertas partes de la sociedad en cuanto al fútbol, pues la mayoría de las investigaciones que se hacen en torno a la televisión toman como objeto de estudio la enajenación, las significaciones y estereotipos; y el fútbol es un deporte que también ha sido víctima de la televisión un ejemplo es el club de fútbol América, el cual Televisa le formó una significación de un equipo con dinero odiado y amado por la afición, logrando la rivalidad que creó con el equipo de fútbol Chivas de Guadalajara.

### **1.1. Ubicación histórica del Mundial de Fútbol**

Diversas investigaciones hechas para conocer los orígenes del fútbol, muestran que este deporte tiene sus inicios en China, aproximadamente en el siglo II o III A. C. Según la Federación Internacional de Fútbol Asociación, en China existía un juego de pelota similar a lo que ahora se conoce como fútbol, el juego consistía en patear una pelota e incrustarla a una red con diferentes aperturas; el esférico estaba compuesto de cuero relleno de tripas de ganado e hilos, este deporte era muy rudo, debido a que surgió de la instrucción militar.

El juego que más se asemeja al fútbol era el de China, no obstante los griegos, los romanos, algunas culturas de América Latina y parte de Europa también practicaban el juego de pelota similar al fútbol, aunque variaban las reglas.

Entre el año 800 y 1000 el fútbol llegó a las Islas Británicas, a través del imperio Romano con el nombre de Haspartum, este deporte tenía características de otros juegos como el Rugby y el balón mano. El juego causó un gran impacto en las sociedades y se expandió por varios países, debido a la falta de reglas y los daños materiales que se provocaban durante su práctica, este deporte fue prohibido durante varios siglos. “Se llegó a jugar entre pueblos enteros, en ciudades chiquitas, pueblos, calles, campo traviesa o cualquier superficie apta. Con el paso de los siglos, el fútbol se vio envuelto en un torbellino debido a los efectos sociales que provocaba dentro del gobierno del imperio inglés” (Fragoso, 2006: 51).

En el siglo XIX se volvió a practicar el juego de pelota en las universidades del Imperio Británico lo que llevó al desarrollo del fútbol soccer. La Universidad de Cambridge es la escuela donde se establecen las reglas del fútbol, las cuales han ido cambiando a través de la historia hasta llegar a lo que ahora se conoce. Francia e Inglaterra desarrollaron Asociaciones de fútbol a través de universidades y usaron a este deporte para otros fines sociales tales como el combate a las adicciones entre los jóvenes y el desarrollo del trabajo en equipo.

El fútbol tuvo un mayor desarrollo e incremento de seguidores gracias a la práctica y profesionalización del mismo y a los diferentes medios de comunicación que han jugado un papel importante en la promoción de este deporte. Diversos torneos han marcado la historia dentro del fútbol profesional, cada uno ha tenido sus propias características, pero hay uno en especial, que desde su creación, cada cuatro años ha ido reuniendo a personas de diferentes naciones, todas ellas con un sólo objetivo, ser campeones, a este torneo se le ha denominado “Mundial de Fútbol de la FIFA”.

### **1.1.1. Orígenes del Mundial de Fútbol**

El Mundial de Fútbol tuvo sus orígenes en Europa a finales del Siglo XIX; desde la creación de la Federación Internacional de Fútbol Asociación FIFA (1904), se comenzó

a pensar en la organización de un torneo Internacional de fútbol en el que participaran las selecciones de diferentes países del mundo. El Francés Robert Guérin primer presidente de la FIFA fue el que inició la idea del Mundial, sin embargo diversos aspectos políticos y sociales retrazaron dicho evento deportivo, hasta que Jules Rimet ocupó la presidencia de la FIFA y convocó a la realización del mismo.

Los antecedentes del Mundial de Fútbol inician con la creación de la FIFA, conformada por las Federaciones de los países que en ese momento comenzaban a promocionar el Fútbol. Las primeras Federaciones fueron la de Gales, Irlanda y Escocia formadas en 1870, fecha en que Inglaterra comenzó a fomentar el fútbol dentro de estos países pertenecientes al Reino Unido de la Gran Bretaña.

“Los ingleses difundieron el fútbol por otros rincones del planeta como: Holanda, Dinamarca, Nueva Zelanda, Argentina, Chile, Suiza, Bélgica, Italia, Uruguay, Hungría, Noruega, Suecia, España, Alemania, Paraguay y Finlandia. La industria minera inglesa también fue la encargada de regar el fútbol por otros continentes, especialmente en América Latina. En África y Asia tardaría en cobrar auge. La apertura internacional del balón pie se dio en 1902 cuando Austria superó 5-1 a Hungría en el primer choque de selecciones no británicas” (Fragoso, 2006: 53).

Las Federaciones de los países mencionados tomaron fuerza con las uniones de los equipos de su liga, logrando que en 1904, en Francia se consolidara un órgano internacional, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) que actualmente rige las normatividades del fútbol.

Pero no todo fue beneplácito para la recién creada agrupación, ya que los representantes de la Federación Inglesa no aceptaron que otra institución manejara las normatividades del fútbol, teniendo ésta el poder hasta ese momento.

Dos años después del surgimiento de la FIFA en 1906, por ciertos movimientos burocráticos dentro de la Federación, el presidente Robert Guérin fue destituido del cargo y la idea de hacer un torneo mundial quedó truncada; con la salida del francés, la presidencia de la institución fue ocupada por Daniel Burley miembro de la Federación Inglesa, este acto también permitió la aceptación y la incorporación de Inglaterra a la FIFA, país que más tarde sería organizador de los Juegos Olímpicos de Londres 1908. Daniel Burley tuvo varios logros al estar como presidente de la FIFA, consiguió hacer el primer boletín oficial de la FIFA y estableció el idioma Francés como lengua oficial de la FIFA.

Con una nueva administración dentro de la FIFA se comenzó a pensar nuevamente en un torneo mundial, pero los problemas políticos y sociales que surgieron en Europa, con la primera Guerra Mundial, lograron que el torneo nuevamente fracasara.

“Los avances para la realización de una copa del mundo se vieron truncados con la primera guerra mundial en 1914. Tras el receso por el belicismo europeo, los juegos olímpicos se reanudaron en 1920 en Amberes, Bélgica, ciudad donde la FIFA convocó a nueva sesión. Se eligió un nuevo Consejo Administrativo provisional con el francés Jules Rimet a la cabeza, se reactivó la actividad futbolística internacional, pero a la vez tensó las relaciones entre FIFA y los ingleses, a quienes se les impidió participar en las olimpiadas con futbolistas profesionales. Posterior a esos juegos las federaciones británicas se apartaron de la FIFA por no aceptar la anexión de Alemania, Hungría y Austria, protagonistas de la primera Guerra mundial” (Fragoso, 2006: 55).

En 1920 con Jules Rimet a la cabeza de la FIFA inicia una nueva etapa en el organismo; entre otras cosas, éste logró la realización de tres juegos Olímpicos los de Amberes, Bélgica 1920, los de París 1924 y Ámsterdam 1928, además de que continuó la idea de realizar un torneo Mundial de Fútbol, el cual los dos primeros presidentes del organismo no pudieron realizar.

En 1928 la FIFA organizó una junta en Suiza para determinar el nombre del torneo y finalmente se decidió por el nombre del presidente del organismo: Jules Rimet<sup>2</sup>.

“En ese mismo congreso de la FIFA se integró el comité organizador de la Copa del Mundo, el cual quedó formado por el uruguayo Enrique Bueno, el alemán Fischer, Hirschmann (Holanda), Johansson (Suecia) y el italiano Zanetti. Debía elegirse el país organizador, Hungría, Italia, Holanda, España, Suecia y Uruguay presentaron sus candidaturas” (Fragoso, 2006: 7).

En ese mismo año, la Federación Inglesa junto con las federaciones de los países que conforman al Reino Unido, como Gales, Irlanda y Escocia, tuvieron un conflicto con la FIFA, debido a que a éstos primeros se les negó la incorporación de jugadores profesionales asalariados a las competencias internacionales entre ellos los juegos Olímpicos y el Mundial de Fútbol, este segundo era el principal objetivo de los ingleses; El motivo de su inconformidad fue, que dichos países fueron los únicos a los que se les prohibió el registro de estos jugadores, pues a otras naciones la FIFA les permitió la inscripción de jugadores profesionales registrados como amateurs, pero con tales

---

<sup>2</sup> La copa Jules Rimet fue construida en 1929, cuyas medidas fueron: treinta y cinco centímetros de altura, con un peso de cuatro kilos, bañado de oro macizo sobre una base de piedras semipreciosas (lapislázuli), cuyo costo fue de 50.000 francos franceses (14,540 dólares). Ver. Todos los mundiales. disponible en: <http://www.todoslosmundiales.com.ar/> (Consultado el 2 de mayo de 2010).

federaciones se aplicaba una mayor exigencia y cumplimiento de las normas, y esto originó la separación de las mismas con el órgano rector del fútbol.

Un año después de la reunión en Suiza, en una junta celebrada en Barcelona se determinaron las nuevas reglas que se serían aplicadas en el torneo y así mismo se estableció la primera sede mundialista Uruguay (Orozco, 2010: 3).

En esa junta, en representación del continente americano se encontraba Uruguay, quien llegó hasta la última fase de selección junto con Italia, pero el favoritismo del presidente de la FIFA, Jules Rimet, ayudó a este país sudamericano para ser sede del Mundial, bajo el argumento de su buen desempeño en las olimpiadas de 1924 y 1928 al conseguir la presea de oro en fútbol; otro factor que ayudó fue la víspera del festejo del centenario de su independencia, aunque los países europeos eliminados en la lucha por la sede se inconformaron por esta decisión. Con la celebración del Mundial y el festejo del centenario de la independencia, Uruguay construyó un estadio que lleva por nombre "Centenario".

Al quedarse Uruguay como sede mundialista los europeos no aceptaron su derrota y decidieron negarse a participar en el primer Mundial de Fútbol, cuya inauguración se dio el 18 de Julio de 1930. Frente a su renuencia a participar en la Copa del Mundo, aparecieron otros factores como la crisis mundial que se da en el periodo de entreguerras, y por la reconfiguración de las nuevas alianzas de los países perdedores y ganadores de la Primera Guerra Mundial<sup>3</sup>.

"En aquella primera edición la participación en el torneo no fue por eliminatorias sino por invitaciones. Luego de enviadas las invitaciones se dio un plazo determinado para confirmar su participación. La fecha máxima de inscripción fue hasta el 30 de Abril de 1930 y hasta ese momento ningún país europeo dio señales de vida. Las inscripciones se hicieron de manera tardía, ya que muchos países del viejo continente recurrieron a absurdas excusas para justificar su ausencia al certamen" (Orozco, 2010: 4).

En el Mundial de 1930 sólo participaron 13 países, cuatro europeos y el resto del continente americano; Francia, Rumania, Yugoslavia y Bélgica fueron los

---

<sup>3</sup> Por la lejanía de los países europeos y la sede mundialista, el costo del viaje resultaba elevado y de acuerdo a la crisis económica que se daba en ese momento, imposibilitaba la asistencia de dichos países, pero eso no fue obstáculo para Uruguay, puesto que se ofreció a cubrir los gastos de los mismos, pero la oferta fue en vano, ya que, fue rechazada debido a que éstos mostraban un inconformismo en cuanto la decisión del presidente de la FIFA en la elección de la sede mundialista.

representantes de Europa. Cabe destacar que Francia y Rumania estuvieron apunto de faltar al Mundial, pero Jules Rimet logró su asistencia, el país que levantaba una mayor controversia era Francia pues “cómo iba a faltar el país natal del presidente de la FIFA y el lugar donde surgió ésta misma” (Orozco, 2010: 4).

Los países del continente Americano que asistieron al Mundial de Fútbol fueron Brasil, Argentina, Chile, Perú, Bolivia, México, Estados Unidos y Uruguay, este último resultó campeón del primer Mundial después de vencer a la selección de Argentina por diferencia de cuatro goles a dos.

Los conflictos de poder que se han dado históricamente entre los países también se reflejan en eventos deportivos, mucho tiene que ver con el hecho de que el pensamiento occidental se ha universalizado y así mismo, estos países pertenecientes al mismo, son considerados como potencias de primer mundo y los países de América latina como inferiores.

“Si no hay cultivo y cosecha, ni la ocupación efectiva sirve para generar derecho; otros usos no valen, esa parte de la tierra, este continente de América, aunque esté poblado, puede todavía considerarse vacante, a disposición del primer colono que llegue y se establezca. El aborigen que no se atenga a esos conceptos, a tal cultura, no tiene ningún derecho. Al construirse la noción de la universalización a partir de la experiencia particular de la historia europea y realizar la lectura de la totalidad del tiempo y del espacio de la experiencia humana a partir de esa particularidad, se rige una universalidad radicalmente excluyente” (Clavera, 1994:21-22).

A través de los años, algunos países occidentales han creado prestigio dentro del fútbol y las diferentes ligas que los conforman han sido colocadas como las mejores del mundo y así estos países en cada Mundial son tomados como favoritos para llevarse el título, aunque dicho pronóstico no siempre resulte acertado.

### **1.1.2. Los Mundiales de Fútbol y los países sede**

Una vez recuperado de la crisis económica consecuencia de la Primera Guerra Mundial, Italia no se dio por vencida y siguió peleando para que le concedieran la sede mundialista, misma que no consiguió para el primer Mundial de Fútbol, la lucha tuvo frutos y en la segunda emisión del Mundial de Fútbol realizada en 1934 tuvo como sede la patria italiana<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> En ese segundo Mundial de Fútbol Italia consigue el campeonato al vencer a la selección de Checoslovaquia, Alemania consiguió el tercer lugar, tras vencer a la selección austriaca.

“En Italia, Mussolini se convirtió en primer ministro en 1922 y creó lo que él llamaba un Estado corporativo, controlado por su Partido Fascista, que era a la vez, nacionalista y, en cierto modo socialista. Mussolini se inspiraba en el pasado grandioso del imperio Romano, y organizó la nación en grupos de trabajadores que abarcaban todos los campos posibles, obligando a los obreros a cooperar en una causa común”. (Gray, 1991: 8).

Como parte del revanchismo, y cobro de facturas, Uruguay después de ser sede mundialista deja de participar en los siguientes dos mundiales, la razón fue devolver la actitud de desprecio que los países europeos tuvieron durante el Mundial de 1930, este país latinoamericano se reincorporaría al evento hasta 1950.

El tercer Mundial de Fútbol de la historia se celebró en Francia en 1938<sup>5</sup>, la situación de Europa en ese momento era tensa debido a los problemas bélicos, cabe recordar que recientemente España había vivido la guerra civil y Alemania comenzaba su dominio en Checoslovaquia y Austria.

“El paso vital se llevó a cabo en Marzo de 1938. En ese mes las tropas alemanas entraron en Austria y sin encontrar ninguna resistencia, e incorporaron el país a lo que a partir de entonces se le llamaría la Gran Alemania. A algunos austriacos les gustó la idea pues, como germano parlantes, desde que el imperio Austro-Húngaro se había desmembrado en 1918, habían esperado poder unirse alguna vez a Alemania” (Gray, 1991: 21).

En el último Mundial de Fútbol de 1938, un año antes de la Segunda Guerra Mundial, el poder y la política que ostentaba en ese momento Adolfo Hitler, no dejaba de tener presencia en el deporte<sup>6</sup>. En este Mundial se jugó un partido de fútbol entre Alemania y Austria, los austriacos pasaban por un buen momento futbolístico, por lo que, algunos futbolistas de esta última pasaban a formar parte de la selección alemana, pues como bien se sabe los austriacos fueron dominados por los alemanes.

En este mismo torneo, el poder de Hitler trastocó el deporte al grado de reprimir al delantero austriaco, Matthias Sindelar, al negarse a participar en la selección alemana y defender con honor a la selección de su país. Ante esta presión, la selección austriaca

---

<sup>5</sup> Los *berrinches* de los diferentes países que luchan por la sede mundialista se hacen presentes en cada edición, en este mismo mundial la selección Argentina luchó junto con Francia para ser anfitrión del torneo, pero el poder de Jules Rimet al ser presidente de la FIFA se volvía hacer presente con el favoritismo hacia su país natal y estableció que Francia sería la sede mundialista, lo que llevó al enojo a Argentina y omitió su participación dentro del mundial de ese año.

<sup>6</sup> “En los juegos olímpicos de Berlín 1936, Adolfo Hitler propinó la organización del evento e hizo que Alemania demostrara la superioridad ante los demás y se llevó el mayor número de medallas: 33 de oro, 26 de plata y 30 de bronce” (Hernández, 2009: 28).

tenía prohibido ganar frente a los alemanes, ya que, recibió una serie de amenazas.

El “acuerdo” fue respetado durante el primer tiempo, pues Sindelar “le hacía el juego” a Hitler dejando pasar las oportunidades de gol que se le presentaban, pero en el segundo tiempo se olvidó de la situación y sacó el orgullo y la casta austriaca metiéndole un gol a Alemania, el festejo lo hizo frente al palco alemán y eso le costó la vida, esa misma noche apareció muerto en su departamento. “desconociéndose” las causas de su asesinato, existen diferentes teorías acerca de la muerte de este jugador, pero la más cercana es la intervención de los nazis debido a las circunstancias que se daban en ese momento.

Luego del Mundial de Francia 1938, los conflictos bélicos continuaron, Alemania fungía como principal mediador, dado que de acuerdo a su política y sus acuerdos con los demás países, se le prohibía la elaboración de armas, pero ésta no hizo caso a tales prohibiciones y aumentaron los empleos clandestinos con la elaboración de armas y la preparación de pilotos de aviones de guerra y comerciales. La Segunda Guerra Mundial comenzó en Septiembre de 1939, cuando Alemania invadió varios países europeos, en esta conflagración Francia e Inglaterra le declararon la guerra.

La guerra duró aproximadamente seis años llegando a su fin en 1945, durante ese periodo 1939-1945, el Mundial que correspondía a 1942 se omitió al igual que el de 1946, las condiciones de los países europeos eran deplorables, pero el presidente de la FIFA Jules Rimet no dejó caer el proyecto, convocando a diferentes reuniones durante este lapso, en la última de ellas, se estableció que la siguiente sede mundialista sería en un país del continente Americano.

El siguiente Mundial se planeó para 1949 y el país que estaba en mejores condiciones para que se llevara a cabo el evento es Brasil, pero al no contar con el lugar en el que se llevaran a cabo los diferentes encuentros correspondientes al Mundial, en 1948 se inicia la construcción del estadio “Maracanã” situado a las afueras de Río de Janeiro, pero hubo un retraso en la construcción, lo que incitó a posponer el mundial un año después.

“Para 1946, la FIFA volvió a reunirse en Luxemburgo y se acordó que los mundiales se reanudaran partiendo del continente americano. Brasil fue electo, se planeó que el mundial se reanudara en 1949, sólo que la falta de instalaciones recorrió el torneo hasta 1949. Mención

aparte merece la sanción que FIFA impuso a Alemania por sus actos de la guerra, el debut de Inglaterra y el regreso de Uruguay” (Fragoso, 2006: 58).

Debido a la mala organización de la Federación Brasileña para la realización del Mundial, el torneo se pospuso para 1950, pero la FIFA ya no confiaba en dicha Federación y propuso a Ottorino Barassi presidente de la Federación italiana, continuar los trabajos, este personaje tenía buenas referencias de acuerdo a la buena organización del Mundial Italia 1934 y fue quien concluyó la organización del presente Mundial.

En Julio de 1950 se inauguró el estadio “Maracanã” en el marco de la ceremonia de apertura del Mundial de Fútbol (Orozco, 2010), esta edición fue muy importante debido a que los países que habían tenido algunas diferencias con la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y habían retirado su participación en Mundiales anteriores, se reintegraban, tales como Uruguay, Argentina e Inglaterra. A pesar de que los ingleses tenían un antecedente muy grande en la promoción del fútbol no consiguieron ocupar una buena posición dentro del torneo, pues Uruguay logró ser campeón por segunda vez al derrotar a Brasil; Suecia ocupó el tercer lugar y España el cuarto.

A casi diez años de haber concluido la Segunda Guerra Mundial, Europa se reponía de la crisis que se originó a consecuencia de ésta, lo que significaba que un país europeo estaba listo para ser anfitrión del siguiente Mundial, entonces Suiza fue el país encargado de organizar la Copa del Mundo de 1954. En este Mundial Alemania Federal consiguió el título por primera vez, hay que recordar que después de la Segunda Guerra Mundial y antes de la caída del Muro de Berlín, Alemania estaba dividida en dos partes Alemania Federal y Alemania Oriental, la primera era la que resaltaba en el fútbol y en la final derrotó a Hungría.

En dicho Mundial Jules Rimet entregó la copa del mundo por última vez al capitán de la selección alemana Fritz Walter. Al dejar la presidencia Jules Rimet, el cargo lo ocupó el belga Rodolphe William Seeldrayers. Dos años después de dejar la presidencia, Jules Rimet fallece a la edad de 83 años.

En 1955, al fallecer Rodolphe Wiliam<sup>7</sup>, el inglés Arthur Drewry ocupó la presidencia provisionalmente y fue hasta 1956 cuando se llevaron a cabo las votaciones para la elección del presidente, en donde participaron las diferentes Federaciones y el presidente electo fue Arthur Drewry.

El siguiente Mundial de Fútbol se celebró en Suecia en 1958. Este Mundial inicia la historia de Brasil al conseguir su primer campeonato derrotando a la selección de Suecia. A partir de ese campeonato Brasil se convierte en pionero en la producción de talentos futbolísticos, logrando cinco campeonatos de la Copa del Mundo siendo el equipo con mayor número de campeonatos.

En 1962 el Mundial de Fútbol se vuelve a celebrar en Sudamérica y el país asignado por la FIFA para el evento fue Chile<sup>8</sup>. En este Mundial, Brasil se convirtió en bicampeón de la antes llamada copa de Jules Rimet, que hasta 1970 pasó a denominarse FIFA WORLD CUP.

En esos momentos Chile tenía una economía estable y tenía un buen desarrollo en el ámbito deportivo en especial en el fútbol, usándolo como parte del desarrollo cultural y educativo de ese país.

“Lo ocurrido en esta relación entre fútbol y política con posterioridad a 1973 significó un violento contraste con lo reseñado antes. La implantación de la dictadura militar y la acción de su régimen llevaron a cabo una permanente intromisión manipuladora del deporte y del fútbol. No hubo práctica social ni expresión cultural que el régimen dictatorial no tratara de instrumentalizar, de manera muchas veces brutal, para la remodelación de la sociedad chilena. En muchos planos el régimen logró la transformación deseada. En el fútbol tuvo éxitos parciales y grandes fracasos. La intervención descarada, la manipulación desembozada, la politización autoritaria no lograron, sin embargo, los efectos de transformación radical que se perseguían. En

---

<sup>7</sup> “Rodolphe William Seeldrayers fue un deportista de talento que ayudó a fundar la Asociación Belga de Fútbol para, a continuación, destacarse en los campos de la dirección y del periodismo deportivo. Sirvió en el Comité Olímpico Internacional y ejerció el cargo de Vicepresidente de la FIFA durante más de un cuarto de siglo, antes de suceder a Jules Rimet. Seeldrayers gestionó la celebración del 50º aniversario de la FIFA en 1954, pero falleció en el cargo al año siguiente” (FIFA.com). Disponible en <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/pastpresidents.html>.

<sup>8</sup> “Un año antes del mundial Chile 1962, la FIFA sufrió nuevos cambios en la presidencia y el cargo lo ocupó el inglés Stanley Rous quien ya había realizado una admirable contribución al fútbol dentro y fuera de los terrenos de juego antes de ser nombrado Presidente de la FIFA. Como árbitro de primera categoría, arbitró la final de la Copa de Inglaterra así como 36 partidos internacionales. Luego, tras ocupar el cargo de Secretario de la Asociación Inglesa de Fútbol, ayudó a redactar las nuevas Reglas del Juego en 1938, en tanto su paciencia y sus dotes diplomáticas propiciaron la reincorporación de las asociaciones británicas a la FIFA en 1946” (FIFA.com). Disponible en <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/pastpresidents.html>.

otras palabras, en el caso del fútbol el régimen desarticuló lo existente, provocándole una profunda crisis, pero no pudo generar una nueva estructura, un nuevo sistema, basados en sus postulados programáticos, que en el terreno del fútbol profesional apuntaban a subordinar su faceta de expresión social y cultural a la dimensión comercial del fútbol como espectáculo-mercancía” (Santa Cruz, 2009: 205).

Para 1966, Inglaterra es la sede de la Copa Mundial, esta misma selección queda campeona al derrotar a Alemania Federal; en 1970, México es el lugar donde se lleva cabo el torneo FIFA WORD CUP y Brasil vuelve a conseguir otro campeonato al ganarle a Italia, por lo que se llevó el cetro Jules Rimet, pues éste trofeo lo adquiriría la selección que consiguiera primero tres campeonatos de la Copa del Mundo, así que en esa final no sólo se jugaba el campeonato de ese mundial, sino que un trofeo extra, ya que, ambas selecciones tenían dos campeonatos en ese momento.

En 1970 México como sede mundialista pasaba por una situación en la que la política y los problemas sociales estaban presentes, lo que llevó a que se desataran diversos movimientos sociales en diferentes partes de la República, hay que destacar que habían pasado dos años desde que se celebraron los juegos Olímpicos, pero lo que marcó la historia en ese año fue el movimiento estudiantil llevado a cabo en la plaza de las tres culturas, en el cual hubieron muchas muertes por mandato del Gobierno Federal encabezado por Gustavo Díaz Ordaz, presidente en turno.

“El movimiento estudiantil-popular de 1968 dejó un profundo legado al estudiantado de la ciudad de México (el mayor centro educativo del país). Las características de dicho movimiento, sus demandas de ampliación de las libertades democráticas, el carácter masivo de las movilizaciones, y la respuesta represiva que dio el gobierno para contenerlo, crearon en el Estudiantado palpable radicalización ideológica en el periodo que va de 1968 a 1971” (Huacuja, 1992: 98).

Después de cuatro años de haberse celebrado el Mundial de Fútbol en México, llegaba la décima edición de la Copa del Mundo, cuya sede fue Alemania y la historia de los países anfitriones se repite, pues Alemania se llevó el campeonato de la Copa del Mundo, Holanda se queda en el intento después de ser vencido.

En 1974, Stanley Rose deja la presidencia de la FIFA y el brasileño Joao Havelange jugador de wuaterpolo y nadador olímpico, fue elegido como presidente de la Federación Internacional de Fútbol Asociación. Hay que destacar que Joao Havelange fue el primer presidente proveniente del continente americano y el que logró cambios significativos en la FIFA y en los Mundiales de Fútbol, dado que, en su mandato

umentó el número de participantes en el torneo, de 16 pasó a ser de 32 selecciones nacionales, además de que situó al fútbol como deporte universal a través programas de desarrollo que ayudaban a la integración de los países de Asia y África al Mundial de Fútbol. (FIFA.com)<sup>9</sup>.

En 1978 Argentina es la sede mundialista, el país se encontraba en medio de un sistema dictatorial encabezado por Jorge Rafael Videla quien obtuvo el mandato en 1976 a través de un golpe de Estado.

“Inmediatamente se eliminó cualquier forma de participación popular y se dispuso, entre otras medidas la disolución del congreso, el cese de la actividad de los partidos políticos, la destitución de la corte suprema de justicia, la intervención de los sindicatos, la suspensión de los derechos de los trabajadores, la censura de los medios de comunicación y la prohibición de huelga” (Hernández, 2006:38).

En ese Mundial, la selección de Argentina consiguió el campeonato al derrotar a Holanda; este triunfo se cuestionó debido a que el Mundial se usó para disfrazar el número de muertes que consiguió el Estado con la militarización, acciones paralelas de represión y atentados que se registraban mientras se jugaba la final del torneo.

Años antes del Mundial de Argentina 1978, España vivía una de las peores crisis económicas en su historia, además de que pasaba por conflictos políticos a través de la lucha entre los diferentes partidos que buscaban la presidencia de esta nación. En junio de 1977 se llevaron a cabo las elecciones para la presidencia de España y el partido de Unión del Centro Democrático (UCD) representado por Adolfo Suárez, triunfa, su primer logro fue crear la constitución de 1977.

“El nuevo gobierno de Suárez se aprestó a hacer frente a los dos principales desafíos del momento: elaborar una Constitución que articulara políticamente el nuevo sistema democrático y hacer frente al terrorismo de ETA, que seguía atentando pese a una amnistía total decretada en octubre de 1977, y al peligro golpista. Todo este delicado proceso político debía hacerse en un contexto de profunda crisis económica. La crisis del petróleo de 1973 había golpeado duramente a España y el paro y la inflación crecían alarmantemente. Para estabilizar la situación económica las principales fuerzas políticas firmaron en octubre de 1977 los Pactos de la Moncloa, una serie de medidas consensuadas para hacer frente a las graves, dificultades económicas” (Historiasiglo20.org).

A cinco años de haberse dado la recuperación económica en España, además de la creación de su nueva Constitución; el país pide a la FIFA ser sede mundialista y se la

---

<sup>9</sup> Disponible en <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/pastpresidents.html>

concede, era una buena oportunidad para mostrar su recuperación, al organizar el Mundial de Fútbol de 1982.

España estaba en un alza económica, pero su nivel futbolístico no tuvo mejoras, dado que, no le alcanzó para obtener el campeonato, pues Italia se llevó por tercera vez el trofeo FIFA WORLD CUP al derrotar a la selección alemana.

Por otro lado, en el mismo año en que se celebraba el Mundial de España 1982, México era un país que no se libraba de una crisis económica, y Miguel de la Madrid obtenía la presidencia de la República, en su mandato, este presidente buscó que México se recuperara de esa crisis y lo hizo a través del modelo neoliberal<sup>10</sup>.

Cuatro años después de que obtuvo la presidencia Miguel de la Madrid, México nuevamente se vuelve participe en la realización del Mundial de Fútbol, este evento se buscó realizar en otro país de América Latina, pero ninguno estaba en condiciones para hacerlo, dado que la crisis económica que sufrió México a los inicios de los ochentas, también se reflejaba en los países de América Latina. México no era un país que estuviera en las mejores condiciones, pero podía sustentar el torneo.

En este Mundial, México 1986, Argentina consigue el campeonato con la ayuda de un jugador que ha levantado diversas polémicas, y es considerado como el mejor jugador de la historia, esta persona de la que estamos hablando es Diego Armando Maradona, quien en la final del mismo Mundial logró meter un gol con la mano el cual el árbitro no se percató y lo dio por bueno, este gol llevó a los argentinos a la gloria mundialista, al conseguir el segundo trofeo de la Copa del Mundo.

En 1990 Italia es la sede mundialista y Alemania Federal se impone a Argentina en la final, hay que recordar que la selección que consiguió el título pasaba por un momento de conflicto tras la caída del Muro de Berlín, esto provocaría que Alemania Federal u occidental y Alemania Democrática u Oriental se consolidaran como una sola nación.

Cuatro años después, en 1994, Estados Unidos es el lugar donde se realiza el torneo

---

<sup>10</sup> De acuerdo a las diferentes crisis económicas que se vivieron en Europa se insertó un modelo económico que lleva por nombre "Neoliberalismo", que consiste en la apertura del mercado mundial.

Mundial de la FIFA y Brasil termina siendo campeón al ganarle a Italia. En Francia 1998, la Selección anfitriona se corona al ganarle a Brasil. En este año, Joao Havelange deja la presidencia de la FIFA. El suizo Joseph S. Blatter es quien sustituye al brasileño y aun actual presidente de la FIFA.

En el 2002 por primera vez, la sede mundialista se situó en Asia. Corea del Sur y Japón fueron los anfitriones del torneo, en donde Brasil obtiene su quinto campeonato de la Copa del Mundo. El siguiente Mundial que correspondía al 2006, se realizó en Alemania y queda campeón la selección de Italia.

En el Mundial del año 2010 la sede es Sudáfrica, un país africano que en esos momentos se encuentra en mejores condiciones económicas para realizarse el Mundial de Fútbol, aunque no contaba con un estadio condicionado a la inauguración del evento tal y como ocurrió en otras sedes mundialistas en donde se construyó un estadio para el torneo. España consigue por primera vez el campeonato de la copa FIFA WORD CUP y la Selección anfitriona se quedó en la primera fase, al lograr el tercer lugar del grupo número uno.

Sudáfrica es el primer país africano que es sede mundialista, bajo un pasado histórico de represión. La colonización en los países africanos se ha hecho presente, y sus colonizadores de Sudáfrica en su mayoría son de origen británico, los cuales explotaron los recursos naturales tales como el diamante haciéndolo una parte central de su economía durante muchos años. Las personas de origen sudafricano ocuparon el lugar de obreros en donde se ocupaban principalmente de la mano de obra a marchas forzadas y bajo salario.

“La acumulación de capital tendría como fundamento la explotación de una fuerza de trabajo africana gastable con salarios bajos y altamente controlada, que se reproduciría –a un costo mínimo para el capital– en un sistema de “reservas nativas”. Un detalle importante es que esa fuerza de trabajo se reclutaría en el subcontinente: hasta la década de los setenta la industria minera empleaba más trabajadores no sudafricanos que sudafricanos” (Marais, 2002:26).

Durante las jornadas de trabajo, en los centros urbanos existen divisiones raciales, las cuales se hacen presentes a partir de la desigualdad y el racismo, éstas se hacen presentes entre las personas blancas preparadas inmigrantes y sudafricanos; la otra división es la gente poco preparada las cuales eran las personas negras. Las personas

blancas son las que organizan los sindicatos y entre sus logros se encuentra el control salarial basado en el color de las personas. Sin embargo, la marginación a personas negras se vuelve más fuerte con la formación de extensos grupos de obreros que sirvan de reserva para que cumplan con la inmensa producción, privándolos de su libertad y negándoles los derechos de salud y educación.

Posteriormente se desatan una serie de conflictos en los que se lucha por las igualdades raciales, logrando el incremento de salarios a los trabajadores de raza negra tratando de posicionarlos en una clase media, pero con el establecimiento neoliberal el Estado elabora una regla en la que obliga a los obreros a comprar productos elaborados por empresarios de raza blanca.

“Entre las consecuencias de esos ajustes estuvo la intensificación de la competencia por los puestos de trabajo y los recursos de entre las secciones establecidas o permanentes de la clase trabajadora urbana africana y los trabajadores migrantes. Eso estimularía animosidades entre esas capas y llevaría a años futuros a un conflicto abierto y violento además de proporcionar una cabeza de puente al movimiento Zulú Inkatha en el corazón industrial del país alrededor de Johannesburgo” (Marais, 2002:74).

Como se puede visualizar, Sudáfrica es un país que ha sufrido desigualdades raciales y la lucha por la igualdad de derechos ha sido basta, sin embargo, ese pasado se ha quedado en la memoria de la Historia Universal y por ende, se ha reproducido estigmatizado a este país. Esta etiqueta que se les ha puesto a los países africanos como Sudáfrica se conjunta con los ecosistemas de este continente, en donde existe la jungla de la sabana.

Conjuntando la sabana con los conflictos históricos de Sudáfrica, la mascota del mundial Sudáfrica en el 2010 es un león llamado Zakumi, personaje que tiene diferentes significaciones en cuanto a su creación, puesto que, su nacimiento no es en el 2010, esta mascota surge según el comité organizador del evento, en 1994 al terminarse el régimen racial, en donde los negros comienzan a tener más derechos; bajo este contexto es que esta imagen se retoma para representar a Sudáfrica en el evento deportivo, aunque se le agregan nuevas características como es el color verde de su afro el cual sirve para confundir al enemigo dentro de la cancha de juego.

“Zakumi recibió una biografía y un nombre que evocan la historia y aspiraciones de Sudáfrica. El personaje "nació" el 16 de junio de 1994, dijeron los organizadores. Ese año se puso fin al apartheid o régimen de segregación racial. La fecha específica alude al Día de la Juventud que

aquí marca el levantamiento de Soweto en 1976, cuando jóvenes sudafricanos salieron a protestar contra el gobierno de minoría blanca. Las primeras dos letras de Zakumi son las iniciales del país en afrikaans, uno de los 12 lenguajes oficiales en Sudáfrica. "Kumi" significa 10, por el año del torneo en varios idiomas africanos. Tim Modise, portavoz del comité organizador del mundial, dijo que "zakumi" también puede significar "ven aquí" en los idiomas del país. Los mundiales han tenido mascotas desde la Copa de 1966 en Inglaterra, con el león Willie. Otras famosas fueron Footix, el gallo de Francia en 1998; Pique, el chile jalapeño de México en 1986; Naranjito, la naranja de España en 1982; y Gauchito, el niño gaucho de Argentina en 1978" (Siglo de torreón, 2008).

Estos elementos simbólicos son los que representan finalmente la configuración del Mundial, y son los que forman parte del estudio de la comunicación desde una perspectiva semiótica.

## **1.2. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales de Fútbol**

La televisión a través de su barra programática es una de las principales fuentes ideológicas en el mundo, en ella se hacen representaciones de cosas y lugares que en diversas ocasiones el televidente no conoce; es por ello que existen diversos estudios e investigaciones sobre este medio de comunicación.

El fútbol es uno de los deportes con más seguidores en el mundo y su función en la televisión es fundamental, ya que es una de las principales fuentes de ganancias para las televisoras con la publicidad que ofrecen durante un partido de fútbol, en los spots que anuncian se crean signos entorno al fútbol y al producto anunciado, es a ese punto donde se pretende llegar en esta parte del primer capítulo, lo primero es contextualizar las transmisiones deportivas con el afán de dar cuenta cómo es que se crean los signos para representar a Sudáfrica en los spots promocionales "El llamado del fútbol".

### **1.2.1. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales de Fútbol en Europa**

El periodismo ha ido cambiando y cada vez tiende más a la especialización, tal es el caso del periodismo deportivo, que a la par de la aparición de los nuevos medios de comunicación también tiende nuevas formas de presentar la información. El recorrido histórico de los medios va conformando nuevos públicos, por ejemplo antes de la llegada de la televisión lo que pasaba en el mundo del deporte era dado a conocer a través de periódicos que informaban de una forma elocuente.

Fue hasta los inicios de la segunda década del siglo XX cuando la televisión comenzó a transmitir los eventos deportivos, entre los más destacados se encuentran los del Mundial. En el Mundial de Suiza, 1954, pasaron algunos partidos a través de Eurovisión<sup>11</sup> que televisó los partidos a ocho países europeos, y así fue como se inició la cobertura de este gran evento deportivo, aunque cabe destacar que la forma de dar la información cambió, ya que la apuesta principal fue el entretenimiento, después se buscó la profesionalización de los conductores<sup>12</sup>.

Para el Mundial de Suecia, 1958, la cobertura de este evento deportivo futbolístico por televisión se extendió a los demás continentes y se permitió que las personas de otras partes del mundo observaran el primer campeonato de la selección brasileña con el surgimiento de una de las leyendas del fútbol mundial, Edson Arantes, mejor conocido como Pelé.

En el Mundial de Chile de 1962, los encuentros entre las diferentes selecciones de fútbol eran grabados por las televisoras y después retransmitidos a diferentes partes del mundo. En México se transmitieron algunos de los partidos de dicho Mundial, el evento tuvo dos consecuencias importantes:

1. se crearon grandes audiencias para este deporte.
2. Aumentó el número de aficionados.
3. Las televisoras resultaron beneficiadas.

Al iniciarse la transmisión de los diferentes Mundiales de Fútbol a través de la televisión, se creyó que disminuirían las entradas a los estadios pero fue todo lo contrario, ya que, las cadenas de televisión llevaron al fútbol por diferentes partes del mundo, logrando que el número de aficionados aumentara, lo que llevó a esta misma a obtener grandes beneficios por el nivel de audiencia.

---

<sup>11</sup> Eurovisión es una empresa televisiva que inició en 1950 a través de una unión europea que llevaba por nombre The European Broadcasting Unión (EBU) conformada por los países de Italia, Francia, Holanda, Suiza, España, Alemania y Bélgica; La televisora se fue desarrollando y hasta los inicios de 1954 se definió el nombre de Eurovisión señal que llegó a millones de televidentes.

<sup>12</sup> A pocos años de haber surgido la televisión en México, la política dictaminaba nuevas reglas a la libertad de expresión “se establecía que la libertad de expresión seguiría siendo un derecho fundamental de los mexicanos, no obstante, en cuanto a los programas y la publicidad especificaba que el Estado dictaría normas para garantizar que lo transmitido: “no atente o dañe a su salud, a la cultura, a las buenas costumbres y a los derechos del individuo y de la colectividad; y al propio tiempo, la paz y la tranquilidad pública”. (Dirección General del Archivo Histórico, 2005:3).

En 1965, la tecnología televisiva crecía en Europa y otros países avanzados, pues surgía el primer satélite comercial de comunicaciones que llevaba por nombre de “El Pájaro Madrugador”, el cual hacía posible las transmisiones televisivas a diferentes partes del mundo sin que las televisoras tuvieran que grabar previamente los acontecimientos y después transmitirlos en sus países. A través de este satélite se transmitieron diferentes eventos deportivos internacionales, tales como las peleas de box y el Mundial de Inglaterra de 1966.

La instalación de “El Pájaro Madrugador” benefició a México de forma indirecta, dado que Estados Unidos recibía la señal y la enviaba a México a través de microondas, ya que México no contaba con la infraestructura suficiente para recibir de forma directa la señal de este satélite.

### **1.2.2. Las primeras transmisiones televisivas de los Mundiales en México**

Para el Mundial de México de 1970, las transmisiones televisivas de los partidos cambiaron, debido al desarrollo tecnológico, las televisiones con imágenes de color estaban en el mercado, por lo que los espectadores europeos y mexicanos podrían disfrutar el evento con una sensación distinta.

“El deporte de alto rendimiento continuó su desarrollo. Sin embargo, a largo plazo, el poder de la imagen transformó completamente la manera en que se desarrollaba el periodismo deportivo en México. El deporte espectáculo se impuso sobre cualquier otra variante. El amateurismo fue desapareciendo poco a poco, mientras que la cobertura deportiva de los diferentes medios iba enfocada principalmente al profesionalismo” (Dromundo, 2009:102).

En el Mundial de 1970, México, siendo anfitrión, ya contaba con diferentes canales de televisión, había un consorcio llamado Telesistema Mexicano que contaba con los canales 2, 4 y 5 cuyo dueño era Emilio Azcarraga Vidaurreta quien murió en 1962. En 1963 Emilio Azcarraga Milmo hijo de Vidaurreta, logró fusionar Telesistema Mexicano con Televisión Independiente que contaba con el canal ocho y así se forma grupo Televisa.

Los orígenes de la televisión en México surgen a partir de las investigaciones de los ingenieros “Francisco Javier Stavolini y Miguel Fonseca profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y del Instituto Técnico Industrial.

Stavoli era además, el encargado técnico de la emisora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR), instalada en 1930 e inaugurada en 1931” (Mejía, 2007:1). Las investigaciones comenzaron cuando Francisco Javier Stavolini fue patrocinado por la XEFO para que realizara un viaje a Estados Unidos y consiguiera un aparato receptor, cámaras mecánicas, receptores y un transmisor; con el objetivo de montar un estudio televisivo en México.

Una vez que se hicieron las pruebas de las transmisiones por televisión, el ingeniero Guillermo González Camarena quien había sido alumno de Francisco Javier Stavolini, siguió el prototipo de la cámara mecánica y buscó su mejora, lo que lo llevó a ser el inventor de la primera cámara electrónica. Así fue como se comenzaron los orígenes de la televisión.

La fecha inicial de la televisión en México es en 1950 ante la llegada del IV informe de Gobierno del presidente en ese tiempo, Miguel Alemán Valdez. Un día antes, se transmitió un evento musical en el hipódromo de las Américas y el canal que inició esas transmisiones fue XHTV canal 4, cuya concesión fue adquirida un año antes y la persona que estaba a cargo de esa emisora fue Rómulo O’Farril quien era dueño del periódico Novedades.

“La aparición de la televisión en México fue también un paso determinante, ya que la vida de los mexicanos cambió en torno al aparato receptor, aun que la primera transmisión se realizó en 1942, los canales en forma empezaron a funcionar en 1950, canal cuatro, canal dos en 1951, en 1952 canal 5, que se fusionaron en 1954 y en 1955, y las transmisiones de deportes, en especial el boxeo, lucha libre y fútbol fueron los más frecuentes” (Madrid, 2001: 51).

Otras fuentes dictaminan que la fecha oficial del inicio de las transmisiones fue en 1950, sin embargo, se dice que en 1942 fue la primera emisión y el medio fue el mismo canal 4.

En 1951 Emilio Azcarraga Vidaurreta adquiere la concesión del canal 2 con las siglas XEWTV, pero antes ya existía la concesión de canal cinco XHEGC dirigida por Guillermo Gózales Camarena.

“Así de manera individual, iniciaron en operaciones los canales de televisión, sin embargo los dueños advirtieron que para seguir funcionando requerían cubrir fuertes sumas de dinero, así que los cambios no tardaron en presentarse anunciándose así la creación del sistema Telesistema Mexicano como medida de protección de los intereses económicos” (Navarro,

Con la realización de las Olimpiadas de 1968 y el Mundial de Fútbol 1970, comenzó el negocio productivo de Emilio Azcarraga con las transmisiones de los eventos en donde se obtuvo el primer lugar de audiencia a nivel mundial.

Por otro lado, en cada Mundial de Fútbol existe una mascota oficial que está relacionado con algo representativo del país anfitrión y en el Mundial de 1970, la mascota fue "Juanito", representado a través del estereotipo del mexicano. Según el historiador Manuel Ignacio, esta mascota es un niño obeso que trae puesto un uniforme de fútbol, y que lleva un sombrero en la cabeza que trae una leyenda que dice "México 70".

"Es precisamente en 1968 cuando nuestro país incursiona en la era de las comunicaciones vía satélite, al transmitir a todo el mundo, los diversos eventos de la XIX Olimpiada México 68. 17 años después, en 1985, se colocan en órbita los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones, Morelos I y II. En 1992 y 1993, se colocan otros dos satélites, Solidaridad I y II, con ellos, se utilizan las tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas, principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 países del continente americano" (Mejía, 2007: 24).

La relación de Televisa y el fútbol se inicia con la adquisición del equipo de fútbol de la liga mexicana llamado *América*, un equipo que en sus inicios fue creado y organizado por alumnos de algunas escuelas privadas (Varela, 2009: 3). *Record* fue el primer nombre de este equipo, el segundo fue *unión* y el último es tal y como se le conoce hasta el momento que es *América*, nombre que se le asignó en 1920; a finales de la década de los cincuenta fue adquirido por Emilio Azcarraga Milmo quien modificó la infraestructura del Club y comenzó a darle una imagen de un equipo popular ante la afición, pero millonario y así mismo consiguió agrandar la rivalidad en contra del club de fútbol Chivas de Guadalajara que comenzó en el año de 1943.

El nuevo negocio de Emilio Azcarraga proponía grandes ganancias para el empresario, hay que destacar que ese era el principal objetivo, pero la falta de conocimientos de Emilio hacia el fútbol lo orilló a poner a Guillermo Cañedo de Bárcena como presidente del club. Para la década de los sesentas comienza las contrataciones de altos costos para el club bajo el mando de Guillermo Cañedo.

"En cuanto al Club América, Azcarraga fue muy directo con Cañedo: no quería que el Club fuera simplemente exitoso, quería que fuera un equipo amado u odiado por los aficionados al

fútbol, un equipo que inspirara una gran rivalidad con el mejor club de México en esa época, Las Chivas de Guadalajara, para así subir los ratings en televisión". (Fernández y Pasmán, 2000: 101).

Por lo que se puede ver, el Club de fútbol América traería beneficios para Emilio Azcarraga debido al incremento del rating de la televisora, pero el mayor logro fue la llegada de los jugos Olímpicos y la presidencia de Guillermo Cañedo de la Federación Mexicana de Fútbol; y ante esto se dice que hubo una influencia por parte de éste para que el Mundial de Fútbol de 1970 se celebrará en México, logrando grandes ganancias a la televisora.

"Según el geopolitólogo francés Pascal Boniface, (la televisión convierte el planeta en un estadio único donde todos toman asiento). El fútbol como fenómeno social viene siendo explotado inteligentemente desde hace años por los medios visuales. La batalla por las audiencias ha llevado a las cadenas televisivas a utilizar el fútbol como herramienta de conquista de los telespectadores, fieles seguidores de este deporte" (Alcaide, 2009: 148).

Así, las transmisiones del fútbol a través de la televisión comenzó a costar debido a que la FIFA al darse cuenta que el fútbol le iba a traer grandes ganancias, comenzó a cobrar los derechos por transmisiones del Mundial. Ante lo anterior, los Clubes de fútbol y federativas locales comenzaron de igual manera a cobrar a las televisoras por retransmitir los encuentros de los diferentes equipos; así es como comienza el negocio de las televisoras, pues a partir de las retransmisiones se comenzó a vender la publicidad.

"La fortuna de Televisa radica, sobre todo, en los cuatro canales nacionales, asegura el Wall Street Journal: el canal 2, la cadena en lengua española con mayor número de telespectadores en el mundo y absorbe más del 50% de los ingresos publicitarios, basa sus contenidos en telenovelas o culebrones. El canal 5, con una cobertura del 70 por 100 de todo el territorio nacional y un 22 por 100 de la audiencia, se especializa en dibujos animados y en programas concurso e infantiles con voluptuosas presentadoras de largas trenzas y faldas cortas. El canal 4, especializado en la transmisión de series norteamericanas, como los intocables de Eliot Ness o Kojak y, por último, el canal 9, que es tal vez una función de los tres anteriores". (Fernández y Pasmán, 2000: 15).

### **1.3. La publicidad y los Mundiales de fútbol en la televisión mexicana**

El deporte, en especial el fútbol ha logrado tener un gran impacto en el mundo, lo que ha llevado a algunos investigadores a considerarlo como objeto de "alienación", lo que hace que las televisoras se interesen por las transmisiones de los eventos deportivos de talla mundial como la copa del Mundo de la FIFA. La publicidad es la causa por la que los medios de comunicación se interesan por informar sobre los acontecimientos del

Mundial de Fútbol<sup>13</sup>.

Las transmisiones del fútbol forman un doble discurso, en el que por un lado los comentaristas y los narradores deportivos hablan sobre el fútbol y lo que está ocurriendo en la cancha y por otro lado anuncian al televidente, donde tiene que guardar su dinero, con que pintar su casa, que comer cuando hay fútbol, con qué rasurarse, etc., estos discursos crean significados, formando contextos en los que se debe consumir el producto anunciado, es cuando el fútbol pasa de ser un deporte a un objeto de consumo y negocio.

“El acontecimiento deportivo N. 1 ha vuelto a alcanzar cifras excepcionales en términos de audiencia televisiva en el 2002. La copa Mundial de la FIFA Corea/Japón 2002 fue transmitida en 213 países, prácticamente en todo el mundo, con mas de 41,100 horas de programación dedicadas al tema. Esto representa en un aumento del 38% en la cobertura con respecto al mundial de 1998, a pesar de las dificultades en las diferencias de horas en Europa y América, un récord tratándose de un acontecimiento deportivo individual. El total acumulado de los partidos del torneo en el 2002 alcanzó un total de 28.8 millones de espectadores” (FIFA. com).

Cada cuatro años, ciclo en el que se lleva a cabo cada Mundial de Fútbol las televisoras abiertas y de paga se preocupan por dar a conocer los acontecimientos del evento, y surge la disputa por el rating, es ahí donde se incrementan los costos por transmitir los infomerciales. Según la consulta IBOPE en México el rating de la inauguración del Mundial Sudáfrica en el año 2010 sobrepasó a otros mundiales, conjuntando los canales en los que se transmitieron los eventos se alcanzaron los 16.6 puntos que hace un promedio de diez millones doscientas sesenta mil personas. (AMAP, 2010).

“Aun que presente todo el abanico de los medios de comunicación, la proposición de los valores de los mensajes publicitarios ha sido especialmente creciente en el medio televisivo. La televisión, merced a su enorme caudal de recursos (música, imagen, sonidos, movimiento, etc.), ha consolidado una publicidad cada vez más emotiva y espectacular en detrimento de otra más informativa y racional. Y, al tratarse del (medio rey), ha arrastrado tras de sí a los demás medios publicitarios, que han adoptado la propuesta de valores como el modo más eficaz y directo de diferenciar los propios productos y lograr una atractiva personalidad de marca”. (Serrano, 2002: 218).

Esta audiencia que se logró en la inauguración del evento es la unión de diferentes canales de televisión abierta y de paga, sin embargo, de manera individual es la lucha,

---

<sup>13</sup> Del Mundial de 1966 en Inglaterra a la fecha, la televisión ha cobrado una gran importancia en el desarrollo del fútbol. En este momento no se puede hacer ningún gran espectáculo futbolístico sin la presencia de la televisión: el Mundial, las copas de Europa, la Libertadores, las intercontinentales, etcétera necesitan de las transmisiones. (Fernández, 1994: 63).

principalmente entre los canales de Televisa y TV Azteca, la publicidad que se anuncia en estas televisoras les genera grandes ganancias, cobrando millones de pesos por cada segundo que se transmite en la televisión durante el Mundial.

Hay que destacar que así como gana la televisora con la publicidad también tiene que pagar los derechos de transmisión, otro beneficio más para la FIFA, contando que a ésta se le afilian distintas marcas que se hacen llamar patrocinadores; de acuerdo a ello en cada Mundial de Fútbol se instalan escenarios con un colash de marcas, los cuales sirven como fondo para las entrevistas a jugadores por parte de las televisoras.

*“La segunda explicación se podría resumir así: “La industria televisiva aprovecha (y fomenta) la falta de sentido crítico de los espectadores, y, por intereses de la propia industria, acaba convirtiendo el fútbol en el centro de la programación”. El medio es desde esta perspectiva el origen del portante peso relativo que el fútbol tiene en la vida cotidiana de los ciudadanos. Los responsables de las empresas televisivas y los periodistas colaboran de este modo con el deterioro cultural que se radica de las masas de ciudadanos en las sociedades del capitalismo avanzado” (Zamora, 2009: 4).*

Algunas marcas más recordadas en el Mundial de Fútbol, según una encuesta de IBOPE, la marca más reconocida es Coca Cola, después le sigue TELMEX, NIKE, Corona, Pepsi, Sol, Bimbo, la Costeña y Moví Star.

En el Mundial de Fútbol la comercialización y el consumo son factores que generan ganancias a la FIFA, a los clubes de fútbol que tienen jugadores en alguna selección, a las televisoras y a las marcas anunciadas, gracias a que el fútbol es un deporte en el que no importa la clase social o raza etnológica, las audiencias se reúnen para disfrutar los encuentros correspondientes al Mundial de Fútbol.

*“En la medida en que la vida social se ha ido mediatizando y mercantilizando, la publicidad comercial ha adquirido un lugar central en la vida de los contemporáneos. Sin exagerar, podría decirse que la importancia actual de la misma en la redefinición de los imaginarios colectivos nacionalistas es similar al que desempeñaron la novela y las noticias en el desarrollo inicial de una esfera pública burguesa. La publicidad se articula con los imaginarios sociales que le preexisten y los somete a un conjunto de transformaciones formales, de las cuales resulta su productividad simbólica. Es decir, la publicidad se articula al texto general de la cultura, el cual “trabaja” y resignifica permanentemente a la manera de un discurso “amo” (Zamora, 2009:3).*

Como se puede visualizar, los medios de comunicación hacen del fútbol además de un deporte, un fenómeno mediático, el cual genera grandes ganancias a las empresas televisivas y a las multinacionales. Entender al fútbol mediático es complejo, sin embargo la semiótica hace posible su manifestación tomando en cuenta los significados

de los discursos y el lenguaje utilizado que en su mayoría es audiovisual.

Esos significados creados por los discursos mediáticos y la práctica de este deporte en la sociedad, han logrado que el fútbol sobrepase el límite y no sólo sea un beneficiario económico para las empresas, sino también sea objeto político y social, fenómenos que se estudian a partir del enfoque de las diferentes disciplinas de las ciencias sociales, y es lo que se da a conocer en el capítulo dos, en donde se contextualiza el estudio del fútbol y su evolución a través de la modernidad, pero lo más importante es que se demuestra que es una investigación a través de la semiótica, ciencia que no se ha abordado el estudio del fútbol.

## **Capítulo 2. El estudio del fútbol desde las Ciencias Sociales**

En este capítulo se expone la importancia que tiene el hacer un análisis semiótico de los spots promocionales “El llamado del fútbol”, partiendo desde los orígenes de las ciencias sociales hasta llegar al estudio del fútbol desde la semiótica, resaltando el impacto que tiene el fútbol dentro de la sociedad.

Con el desarrollo de la modernidad las formas de pensamiento fueron cambiando y se fue desarrollando el trabajo a través del capitalismo y esas fueron algunas de las razones por las que surgió el deporte y con ello el fútbol. Debido a su aceptación, el fútbol se fue expandiendo a todo el mundo provocando cambios en el comportamiento de las sociedades, es por ello que la antropología, historia, sociología, psicología, comunicación, entre otras; se ocupan de la investigación de los procesos que provoca este deporte.

### **2.1. La configuración contemporánea de las disciplinas de las ciencias sociales un paso a la interdisciplinariedad**

Las ciencias sociales estudian los diferentes fenómenos y hechos sociales del sistema de la sociedad, para explicarlo se necesita de un racimo de disciplinas que intervienen en un determinado campo de estudio, éstas a su vez delimitan el objeto de estudio; con esta forma de aprehensión y búsqueda de explicación de fenómenos aparecen las diferentes disciplinas científicas que ayudan a responder cuestionamientos del comportamiento de los individuos en sociedad. Por la diversidad de los temas de investigación en las ciencias sociales, el abordaje teórico o metodológico dependerá de cada objeto de estudio.

La conformación de las ciencias sociales como disciplina pasó por diferentes etapas, una de ellas es el periodo en el que se ha denominado la visión general de las ciencias, es decir, cuando ésta estaba inmersa dentro de las ciencias concretas y se le reconocía como la ciencia que estudiaba los comportamientos sociales; posteriormente los científicos sociales comenzaron a visualizar que quedaban muchos acontecimientos sin definir, lo que era necesario una especialización de las ciencias, a raíz de la ubicación

histórica o periodización se produjo el ordenamiento o agrupación de las diferentes disciplinas que conforman a las ciencias sociales, entre ellas la antropología, sociología, historia, psicología, economía, política, comunicación entre otras.

“En el proceso de lo que Dogan y Pahre (1991) han llamado “el ciclo histórico” de las disciplinas sociales. En efecto, según estos autores, el desarrollo de las ciencias sociales habría pasado por las siguientes fases históricas: la fase clásica o fundacional, en la que la sociología se presenta como una ciencia de pretensión sintética y globalizante; la fase neoclásica o de expansión, en la que se enriquece el patrimonio clásico pero sin dejar de presentarse como un campo de conocimiento sintético y globalizante; la fase de especialización, que implica la fragmentación de la sociología en numerosas subdisciplinas cuyo número tiende a crecer exponencialmente; y la fase de “hibridación” o “amalgamación” (que no debe confundirse con “interdisciplinaridad”) entre disciplinas fronterizas o entre segmentos de disciplinas, que sería la que con mayor fuerza se está manifestando en nuestros días” (Giménez, 2004: 2).

Según los autores Dogan y Pahre, las ciencias sociales se conforman en el grupo de las ciencias concretas en las que están incluidas la astronomía, geología, biología, filosofía, ésta última es considerada como la matriz de las ciencias sociales; en esta composición o acomodo de las disciplinas hay otros dos grupos de ciencias, las ciencias abstractas, conformadas por la lógica y matemáticas; y las ciencias abstractas concretas adheridas a ellas la mecánica, física y química.

“Es evidente que las ciencias sociales se originaron en la filosofía, la cual se dividía en dos ramas: la filosofía natural y la filosofía moral. Estas ramas se llegarían a convertir en las ciencias naturales y las ciencias sociales. Cada una prosiguió su crecimiento con la consecuencia previsible de que “como resultado de la rápida exposición del conocimiento, esta evolución hizo que cada una de las disciplinas sociales se separaran, convirtiéndose en una ramificación del tronco original” (Easton, 1953; versión castellana 1966, p. 104). La economía política clásica fue una de las primeras en llevar a cabo tal separación, bajo la conducción de Adam Smith, Thomas Malthus y David Ricardo” (Dogan y Pahre: 1993: 17).

En un principio la filosofía se encargaba de estudiar al ser humano a partir de lo espiritual, cultural y social, de éstos dos últimos es donde surgen las ciencias sociales, pero antes existió la polémica en cuanto a la posibilidad de ser una ciencia, puesto que, para considerarla como tal los investigadores pretendían darle seguimiento a las ciencias verdaderas, nombre al que se le asignó a las ciencias físico – naturales. A la ciencia se le definió como “la búsqueda de las leyes naturales universales que se mantenían en todo tiempo y espacio” (Wallerstein, 1996: 4).

En el contexto de la definición de ciencia, esta se puede entender como la búsqueda de la verdad a través de experimentación y comprobación, aunque el termino verdad sea muy ambiguo. De acuerdo a Wallertein, antes de los siglos XVII y XVIII las ciencias

Naturales era el nombre que recibía la ciencia, con ella pusieron a prueba y comenzaron a experimentar los fenómenos del ser, lo que originó que la filosofía fuera considerada como parte de la teología, pues su estudio no podía ser comprobado y se dieron cuenta que estas dos eran iguales aunque estaban independientes, lo que orilló a que comprendieran que existían cosas que no se podían comprobar pero eran verdaderas, procesos que motivaron años más tarde el nacimiento de lo que hoy se conoce como ciencia, y los límites entre las ciencias sociales y la filosofía.

“Si miramos el panorama de la filosofía de la ciencia, o de la reflexión acerca de la ciencia y de lo que tiene que ser considerado como tal, desde la altura de su historia, se distinguen dos tradiciones importantes: la llamada aristotélica y de la denominada Galileana. Son dos tipos de ciencia o dos planteamientos diferentes acerca de las condiciones que ha de satisfacer una explicación que se quiera denominar científica. Ambas tradiciones tienen sus raíces y representantes en el mundo griego. Desde este punto de vista, no nos deben engañar las denominaciones. La tradición aristotélica se remonta a Aristóteles como a uno de sus primeros y más conspicuos representantes, pero la Galileana, aunque recibe su nombre de Galileo Galilei (1564-1642), hunde sus raíces más allá de Aristóteles, en Pitágoras y Platón” (Mardones, 1991: 21-22).

Dentro del proceso de las ciencias sociales existieron tres modelos que explicaban la conformación de la ciencia; la primera viene del siglo XIX con el predominio del modelo aristotélico y galileano, esto fue parte del proceso para que se diera reconocimiento a las nuevas ciencias sociales, un siglo después, en el siglo XX, las formas de concebir la ciencia se habían modificado, por lo que el modelo que se adoptó para explicar los fenómenos sociales era el planteamiento newtoniano que fue fundamental para el nacimiento de las disciplinas que conformaron a las ciencias sociales.

“¿Cómo responder a esta cuestión? Antes, a la entrada del siglo XX, la respuesta parecía clara. La ciencia (newtoniana, determinista y lineal) era aceptada como el único modo legítimo de responder a la cuestión señalada. Se trataba de una ciencia autonomizada primero de la teología y luego de la filosofía y de las humanidades, con lo que se introdujo la nefasta división del conocimiento en lo que se ha dado en llamar las dos culturas, división que ha dominado la estructura del conocimiento en las dos últimas centurias. De aquí surgió la dicotomía entre ciencia y filosofía/humanidades. La primera se consideraba como nomotética, y la segunda como ideográfica y hermenéutica. Esta dicotomía repercutió en la sociología a través del llamado *Methodenstreit*, esto es, disputa por el método, dando por resultado la fragmentación de las ciencias sociales en numerosas disciplinas, algunas de las cuales se definían como “nomotéticas” (economía, ciencia política, sociología), y otras como “ideográficas” (historia, antropología, estudios orientales)” (Giménez, 2004: 6).

Esos cambios sociales, culturales, tecnológicos e intelectuales propiciaron la necesidad de fomentar un estudio social más exacto, provocando que los filósofos encargados del estudio de la sociedad comenzaran a fijarse en los sistemas sociales que funcionaban en

diferentes partes del mundo, trayendo consigo la institucionalización de las mismas a través del cambio estructural de las universidades principalmente en la facultad de teología.

Los estudios sociales surgieron a partir de un cambio que se dio en el pensamiento humano y la aparición de la tecnología. Durante muchos siglos el pensamiento estaba dirigido a Dios como único creador del mundo, a este primer periodo se le conoció como Edad Media; posteriormente diversos intelectuales comenzaron a darse cuenta que existían otras cosas y que el mundo de Dios no era lo único, a partir de ello, surgieron diversas teorías que explicaban el origen del universo alejados de la creación de Dios, etapa que se le llamó renacimiento. Hasta el siglo XVIII fue cuando se dio el auge del pensamiento científico y lleva por nombre Revolución Industrial e Ilustración, en este movimiento es cuando se abrió paso a la modernidad, lo que llevó a grandes cambios sociales, tecnológicos y de conocimiento.

“Lo que hoy llamamos ciencias sociales es heredada de esa sabiduría, pero es heredada distante, que a menudo no reconoce ni agradece, porque la ciencia social se definió conscientemente así misma como la búsqueda de las verdades que fueran más allá de esa sabiduría reducida o deducida. La ciencia social es una empresa del mundo moderno; sus raíces se encuentran en el intento plenamente desarrollado desde el siglo XVI y que es parte inseparable de nuestro mundo moderno; por desarrollar un conocimiento secular sistemático sobre la realidad que tenga algún tipo de validación empírica” (Wallerstein, 1996: 4).

Una vez conformadas las ciencias sociales, la llegada de la Ilustración<sup>14</sup> y el paso de la modernidad, los fenómenos sociales comenzaron a sufrir cambios provocando que éstas ciencias no pudieran abarcar todo, dejando muchas cosas sin definir, obligando a que se segmentaran diversas disciplinas para que enfocaran su estudio a diferentes partes del comportamiento humano.

Una de las forma de dar cuenta de la separación de las disciplinas de las ciencias sociales ha sido el crecimiento de instituciones académicas en el mundo, las primeras se manifestaron en 1840, posteriormente fueron apareciendo más, pero el mayor auge se dio a partir de 1980, puesto que antes de ello sólo habían aproximadamente 12, y

---

<sup>14</sup> Para Emanuel Kant la ilustración es la salida del estado de tutela del hombre, siendo más específicos, los procesos históricos y sociales han hecho al ser humano ser dependientes de algo, pero un ser ilustrado es pensar por sí mismo y ser libre de pensamiento sin tener que depender de alguien.

después mas de cien instituciones se hacían presentes en el mundo. “Desde 1880 hasta 1899, la progresión es constante: aparecen 27 asociaciones. Luego aparecen 43 entre 1900 y 1919, 58 entre 1900 y 1939, y 77 entre 1940 y 1959. Durante las dos décadas siguientes la tasa casi se duplica con 150 asociaciones científicas nuevas, lo que constituye más del 40% del total de las 367 asociaciones científicas existentes” (Dogan y Pahre: 1993: 18).

A partir del surgimiento de los centros académicos, los investigadores comenzaron a visualizar cada una de las partes de las ciencias sociales y es cuando surge la especialización, una vez que fueron formándose las ramas de las ciencias, el estudio de cada una de ellas logró acotar de manera mas específica a cada disciplina lo que orilló a la creación de sub-disciplinas dentro de las disciplinas. “Por tal motivo, la escíparidad, la división en dos de una disciplina según el modelo de la amiba, constituye un proceso corriente de fragmentación. Al respecto, la división de física en física y astronomía, y aquella de la Química en Química orgánica y Química física, constituyen dos ejemplos importantes”. (Dogan y Pahre: 1993: 17).

Una vez que las universidades colocaron dentro de su plan de estudios a las disciplinas de las ciencias sociales, los investigadores no pararon su estudio y en la actualidad han logrado formar subdisciplinas que explican de manera más exacta los campos de estudio de cada una.

“Del derecho surgió la política, así como en los últimos tiempos el derecho ha tenido otras divisiones como el derecho penal, jurídico entre otros. De la antropología se desprendió la antropología física y la antropología cultural, que decir de la psicología que ya se decía en el ejemplo anterior que ha sufrido diferentes divisiones y entre ellas se encuentran psicología, psicología social, psicología clínica, psicoterapia y psiquiatría”. (Dogan y Pahre: 1993: 18).

Se pude decir que cada disciplina ha tomado una identidad y se ha posicionado como independiente aunque el tema a investigar sea el mismo, el enfoque va a ser diferente.

## **2.2. El deporte como objeto de estudio de las ciencias sociales**

El deporte se ha convertido en un fenómeno social importante para los individuos y para las ciencias sociales, debido a que su práctica se ha vuelto parte de la vida cotidiana y sus efectos influyen en diferentes fines, tales como políticos, económicos y sociales.

El progreso capitalista desarrolló la manifestación del trabajo y su apego de la clase obrera, ésta es una corriente sociológica que plantea Carlos Marx. A finales del siglo XIX el deporte únicamente se manifestaba dentro de las universidades de las clases elitistas de Inglaterra, pero la manifestación del trabajo exigía una distracción de dichas clases, pues buscaban alejarse de las masas proletarias y del trabajo originando que el deporte se manifestara no solo en las universidades, sino también como parte de la sociedad.

“La popularización del ferrocarril y el crecimiento del turismo burgués interior obligaron a las clases más opulentas a buscar en la cacería, las regatas, los *country Clubs* y la hípica una identidad social que las alejase de la masa. Esta identificación del deporte con el ocio moderno elitista se generalizó a finales del siglo, lo cual ya se detecta en crónicas anteriores sobre los hábitos deportivos de la sociedad de las Islas Británicas... es para las clases opulentas que esta división (el deporte) es sobre todo necesaria, dado que no tienen ni la necesidad ni la voluntad de hacer el trabajo un placer, sino que hacen del placer una ocupación o incluso, en definiciones sobre el concepto de deporte en los diccionarios europeos” (Pujadas, 2010: 19-20).

El desarrollo del deporte continuó con su expansión a las demás clases sociales, puesto que no sólo la élite gozaba del deporte, sino también las clases bajas, ante el surgimiento de los derechos laborales, como el día de descanso y las vacaciones, el deporte se convirtió en la principal fuente de ocio dentro de la sociedad. Herbert Marcuse, miembro de la escuela crítica de Frankfurt, mencionó que la sociedad moderna ha logrado crearle a los sujetos falsas necesidades, cuyo sentido crítico se reduce a la obediencia del sistema.

Posteriormente el deporte se fue expandiendo en todo el mundo, primero fue en las colonias que pertenecían a Inglaterra, después llegó a los otros países del mundo. A partir de esta contextualización en cuanto al surgimiento del deporte y su influencia social, se pueden explicar los motivos que tienen las ciencias sociales para tomarlo como objeto de estudio, pues una vez que surgió, su desarrollo continuó arduamente en el mundo, haciéndolo parte de las sociedades contemporáneas.

“El carácter multidisciplinar del análisis no debe dejar de lado otros aspectos relacionados con la economía, la política o la comunicación, que influyen de manera decisiva en el fenómeno deportivo. Así por ejemplo en el caso de la comunicación Moragas recuerda que no es posible en la actualidad interpretar el deporte moderno al margen de la realidad construida por los medios: “Los medios de comunicación no sólo difunden los valores y los usos sociales del deporte sino que los transforman, implicando a millones de personas que nunca han practicado ni practicarán deporte alguno”. Así mismo, Moragas propone que el análisis sociológico del deporte vaya más allá que el simple análisis de sus contenidos, ya que estos contenidos se

expresan en acciones sociales verdaderamente excepcionales (rituales, fiestas masivas...) que implican ya el ámbito social de la cultura cotidiana y de la educación" (Cayuela, 1997: 4).

Haciendo un resumen del cambio que tuvo el deporte dentro de las sociedades, los medios de comunicación han sido el principal promotor de éste, pues no sólo ha sido parte del ocio, también ha pasado ser parte de su cultura y sus representaciones, provocando que el deporte sea interdisciplinario.

"La palabra "ocio" al igual que otras utilizadas con cierta frecuencia, ha tenido diversidad de acepciones ligadas a aptitudes diametralmente opuestas a la puridad de su significado. Así, recuerda J.A. Rodríguez y J.M. Zambrana, que en la decimoctava edición del diccionario de la Real Academia de la Lengua, se entiende por ocio: "Cesación de trabajo, inacción o total omisión de la actividad. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque éstas se toman por descanso de otras tareas". A igual, se define "ociosidad" como el vicio de no trabajar, perder el tiempo o gastarlo inútilmente. Resulta pues evidente que en castellano, salvo en pocas excepciones, el término "ocio" ha quedado desprestigiado recibiendo el significado de "ociosidad". Así lo subrayan Ángel Zaragoza y Nuria Puig: "para muchos ocio es sinónimo de inactividad de gandulería". Estos autores opinan que detrás del término ocio se esconden una pluralidad de significados que no incluyen, para nada, inactividad (al menos mental)" (Cayuela, 1997: 5).

El concepto de ocio se refiere a la inactividad del ser humano, al descanso, a ningún esfuerzo físico y mental, pero la vida cotidiana del trabajador y la enajenación del trabajo ha logrado que el tiempo libre u ocio sea considerado como la salida del trabajo laboral y el esfuerzo físico, en el descanso que recibe el trabajador, éste consume el deporte buscando otras actividades que lo ayuden a pensar y olvidarse de las problemáticas laborales.

"Es necesario tener en cuenta que aparece indudable que esta identificación entre ocio moderno y deporte no pudo desarrollarse sin la existencia previa de cambios profundos en los gustos sociales hacia un tipo de ocio organizado o, en palabras del historiador Georges Vigarello en el planteamiento de "ocio productivo". Esta transformación en el gusto por el tiempo libre fue anterior a la irrupción de los modelos deportivos ingleses, y se mostró en el siglo XIX con la extensión de espectáculos urbanos vinculados al ejercicio físico a la emoción controlada y el placer por el aire libre" (Pujadas, 2010: 19-20).

Una vez que se dio el surgimiento y expansión del deporte, no se podía dejar pasar esa oportunidad de generar grandes ganancias para los promotores, lo que provocó su institucionalización y el incremento de su desarrollo; ante tales efectos del deporte intervinieron las disciplinas de las ciencias sociales tales como la economía, la política, administración, historia, sociología, antropología, comunicación, psicología entre otras más. Las disciplinas de las ciencias sociales se interesaron por el estudio del deporte debido a que, en la sociedad se presentaban ciertos cambios en los que no solo era el

esfuerzo físico, ni la salida al ocio, sino que éste se volvió parte de la cultura de cada comunidad, en la que unía sociedades sin importar las diferencias.

“La sociología es una de las disciplinas que más se ha preocupado por la relación entre los individuos y las prácticas deportivas. La Sociología se ha encargado de analizar los procesos y configuraciones que el deporte ha causado en las estructuras sociales, sobre todo en la actualidad, basado en diversas perspectivas de análisis, por ejemplo la perspectiva funcionalista, estructuralista, marxista, interaccionista simbólica de la sociología figurativa” (González, 2008: 33).

### 2.3. Las disciplinas de las ciencias sociales en el estudio del fútbol

En un principio, el estudio del fútbol se realizó desde un enfoque marxista, sin embargo con el progreso, los campos de estudio fueron cambiando, y el impacto del fútbol en la sociedad rebasó fronteras, hoy el fútbol, ya no sólo se puede explicar desde una perspectiva marxista, pues además de ser un gran generador de dinero, también crea imaginarios, identidades y consumismo en los aficionados al fútbol.

El fútbol que se conoce en la actualidad se originó en Inglaterra y gracias a su impacto se logró su profesionalización, lo que llevó a que el consumo del fútbol comenzara a costar. Posteriormente, el fútbol ya formaba parte de las sociedades. La primera manifestación del fútbol dentro de las Ciencias Sociales fue la crítica hacia el dominio ideológico de las masas obreras por parte de las élites, a través de dicho deporte.

“La incorporación a los repertorios de visibilidad de objetos y prácticas consideradas *inferiores*, desplazadas por la economía de valores del campo de los estudios de medios o de la sociología y la antropología cultural (los géneros de la industria cultural, las prácticas político-culturales de las clases populares urbanas, los rituales masivos, los repertorios del ocio, entre otros) había sido producida desde el llamado *populismo cultural* (Alabarces, 2003: 3).

Un ejemplo que se tiene para resaltar el gran impacto que generó el fútbol, es el triunfo de Silvio Berlusconi uno de los candidatos a la presidencia italiana, éste era presidente del Club de Fútbol Milán, su campaña la basó en el equipo, pues su discurso que emitía era que Italia tendría un buen gobierno como lo tiene el Milán el equipo que lo gana todo.

“En el verano de 1916, en plena guerra mundial, un capitán inglés se lanzó al asalto pateando una pelota. El capitán Nevill saltó del parapeto que lo protegía, y corriendo tras la pelota encabezó el asalto contra las trincheras alemanas. Su regimiento, que vacilaba, lo siguió. El capitán murió de un cañonazo, pero Inglaterra conquistó aquella tierra de nadie y pudo celebrar la batalla como la primera victoria del fútbol inglés en el frente de guerra” (Galeano, 1995: 7).

Esto que se ha dicho, en cuanto al impacto que tiene el fútbol en las sociedades, es una breve introducción para fijar la importancia de este deporte y el motivo que tienen las ciencias sociales para estudiarlo. La mayoría de los investigadores que se han interesado en el estudio del fútbol; menciones en sus planteamientos la trillada idea de que es el deporte que ha tenido mayor impacto en los seguidores deportivos y por ende ha generado enajenaciones.

Los motivos que tienen las disciplinas de las ciencias sociales para enfocar su estudio es que el fútbol se ha vuelto parte de la cultura de cada entidad del mundo, algunos de esos fenómenos es el nacionalismo y la generación de identidades; que se presentan cuando se juegan torneos internacionales y cada aficionado se une al equipo que representa a su nación, eso provoca que las diferencias sociales se anulen por un momento, no importa si el aficionado es de los barrios mas bajos o es de la elite, todos son uno solo porque son del mismo país, eso es una parte de las identidades, es decir sentirse parte de algo y reconocerse ante un determinado grupo.

Dentro de los torneos locales de cada país el nacionalismo pasa a segundo término y es donde se incursiona el regionalismo y las personas apoyan al equipo con el que se identifican y pertenecen en cuanto al lugar geográfico. Todo ese proceso lo integran diferentes cuestiones que unen a las disciplinas de las ciencias sociales, pues el planteamiento anterior, puede ser objeto de estudio de la antropología, sociología, psicología, economía y comunicación.

Por ejemplo, en las gradas de los estadios y en los lugares públicos en los que se consume el fútbol, los individuos sacan sus frustraciones, y eso es parte de lo que estudia la psicología, al mismo tiempo esas frustraciones se dice que provienen de un ambiente social de represión y explotación hacia las clases obreras, ese es tema de estudio de la Sociología, pero dentro de ello existen rituales que se manifiestan para el triunfo de los equipos, ahí entra la antropología, todo lo anterior tiene un costo, las entradas a los estadios y el mercado relacionado a los equipos, es parte de la economía. Por último, los medios de comunicación ofrecen la cobertura del evento y denotan diferentes discursos que son adoptados por los aficionados, además de toda la

publicidad que se ofrece y eso es parte de lo que estudia la comunicación. Todo el proceso ya mencionado es lo que hace al fútbol un objeto social y científico.

“Fútbol y patria, fútbol y pueblo: en 1934, mientras Bolivia y Paraguay se aniquilaban mutuamente en la guerra del Chaco, disputando un desierto pedazo de mapa, la Cruz Roja paraguaya formó un equipo de fútbol, que jugó en varias ciudades de Argentina y Uruguay y juntó bastante dinero para atender a los heridos de ambos bandos en el campo de batalla” (Galeano, 1995: 7).

Las ciencias sociales para dar cuenta o estudiar fenómenos como el fútbol, requieren de este ejercicio interdisciplinario, la interdisciplinariedad es elemento que necesita dicho deporte para que su estudio sea de forma más específica y los diferentes procesos que lo conforman sean cubiertos.

### **2.3.1. Sociología y fútbol**

Como ya se había dicho anteriormente los estudios sociológicos surgieron a partir del siglo XVIII, sin embargo el auge de esta disciplina se dio en el siglo XX entre los años 1945 al 1965 debido a que los objetivos de los teóricos parecían verse claros. Posteriormente se dio un contraste debido a los cambios que comenzaron a surgir a causa de la modernidad y todo lo que se había hecho en la época dorada de la que se está hablando se fue derrumbando y las ideas de los teóricos presentaron contradicciones.

“Pero esta época dorada no duró mucho. A partir de 1965 la sociología se fragmenta siguiendo diferentes derroteros, el futuro se vuelve incierto y las críticas externas se multiplican. Los desafíos que se presentan a la “cultura sociológica” son tan graves, que obligan a repensar algunas de sus premisas clásicas. Estos desafíos se derivan de los cambios generados en el sistema-mundo, y de los producidos en la esfera del mundo del conocimiento. Por eso, las cuestiones que planteamos en el siglo XXI en torno a la sociología y las ciencias sociales son muy diferentes a las que planteábamos en el transcurso de los últimos 150 años” (Jiménez, 1222: 4).

La sociología presentó diferentes cambios que se dirigían al progreso que comenzaba darse y era inevitable en donde la sociedad se forjaba individualista e iniciaba el mundo liberal además de que el marxismo tomaba un auge dentro del enfoque sociológico. El progreso que se estaba dando en esos momentos era muy fuerte lo que hacía que los teóricos de la Sociología enfocaran su estudio hacia el mismo debido a que ante el surgimiento de nueva tecnología las sociedades sufrieron cambios y alteraciones.

Por otro lado, el fútbol se convierte en un juego fácil de practicar pues no se necesita más que un balón y dos objetos que funjan como porterías, es por ello que este deporte se convierte en popular debido a que se juega en cualquier estrato social, desde los barrios más bajos de la ciudad hasta las zonas residenciales, aunque varían los lugares en los que se practican, en los barrios se pueden ver las cascaritas en las calles y en las altas alcurnias en modernos clubes deportivos.

“Los especialistas en este deporte señalan que la pasión por este deporte se habría incrementa por la conjunción de tres condiciones especiales: que es un deporte fácil de jugar, con reglas sencillas de aprender y barato (ya que no requiere de gran inversión económica para su práctica). Pero a esta triada de motivos podríamos sumarle otras de tipo social, histórico y organizacional que habrían facilitado la expansión y predominio del fútbol por sobre el universo deportivo en general” (Angelotti, 2010: 212).

### **2.3.2. Antropología y fútbol**

El fútbol se ha estudiado antropológicamente, pero ¿cuál es la visión de esta rama de las ciencias sociales? Pues bien, la antropología es la que se encarga del estudio del ser humano desde una perspectiva biológica, humanista y social, tiene sus estudios en el fútbol como lo hace la sociología, pero algo que lo distingue es que se ha encargado de la investigación de los orígenes del fútbol, analizando los diferentes grupos etnológicos del mundo que practicaban un juego con pelota algo aproximado a lo que ahora es el fútbol. (Landel, 2000).

“La antropología aporta análisis detallados que utiliza para destacar elementos como vestiduras, prácticas, ritos, etc., y hace una interpretación sobre los mismos y entonces se pueden aplicar a otras disciplinas. En este caso la antropología aborda al fútbol como ritual, al conferirle características litúrgicas y ceremoniales, además de descubrir identidades urbanas que se forman en torno a los equipos, jugadores y situaciones históricas determinadas” (Angelotti, 2010: 214).

La antropología estudia el comportamiento humano en grupo o sociedad, esa visión se puede dar a partir de tres ciencias, las naturales, las sociales y las humanas. En los inicios de los estudios antropológicos se hicieron diversas investigaciones y comparaciones en torno a los orígenes del hombre y su naturaleza, se dio un análisis de las doctrinas evolucionistas, tales como los darwinistas sociales y los comunistas marxistas.

La antropología estudia a las etnias o grupos culturales, en ella no se hacen desigualdades en cuanto a la inferioridad o superioridad dentro de los grupos,

simplemente estudia su comportamiento y su modo cultural aunque otras personas lo vean como irracionalidad o salvajismo, pues en ésta no se utilizan los términos de salvajismo, barbarie y civilización en cuanto sea para ofender al grupo étnico.

Uno de los principales teóricos que fomentó el estudio etnológico dentro de la antropología es el estadounidense Franz Boas, quien manejó el estudio de las relaciones humanas junto con otros investigadores. Boas propuso cosas diferentes en cuanto a las cuestiones culturales de los grupos, pues varios investigadores se inclinaban más a las culturas occidentales pasando por alto a las culturas de los otros países del mundo y es precisamente lo que rescató Franz Boas y se dio cuenta que a pesar que las personas de un cierto grupo vivan en comunidad la condición humana es independiente, debido a que éstos tienen una cultura distinta.

De acuerdo con lo anterior en un partido de fútbol se reúnen cantidades de personas para presenciar el acontecimiento ya sea en los estadios o a través del consumo mediático, en ello se da una multiculturalidad y se pierden las desigualdades sociales. Dentro del encuentro existen muchos factores determinantes a la investigación antropológica. Como ya se ha dicho ésta estudia los comportamientos humanos y uno de las mayores conductas que se han generado es a través del deporte en especial el fútbol, cuyo estudio se ha dado desde una vestimenta del aficionado hasta la guerra simbólica de las rivalidades entre grupos de animación.

Entre los estudios que se han hecho desde la antropología se toma a las identidades socioculturales en los aficionados mediante un espectáculo futbolero, es decir, dentro de las barras en los estadios y en los televidentes se forman representaciones culturales que se definen como rituales comunitarios ocasionando un simbolismo en los sentimientos del aficionado.

“La identidad no es, sino una serie de significados interiorizados que definen al individuo en la sociedad, y que pueden referirse a territorio ocupado, lengua, instituciones sociales, rasgos culturales, etc. De esta manera, el antropólogo tiene la obligación de adentrarse en todos estos elementos cargados de significado por los habitantes de una región específica para establecer criterios finales sobre la misma” (González, 2008: 36).

La antropología estudia al fútbol desde perspectivas diferentes, utilizado como base la metodología cualitativa en especial la etnografía; ésta se encarga de visualizar las

identidades colectivas formadas por los diferentes equipos de fútbol, así como el valor simbólico del fútbol dentro de las sociedades, así como los rituales que hacen los aficionados en las barras de los estadios a través de canticos, maquillajes en la cara y vestimenta.

### 2.3.3 Psicología y fútbol

La psicología es una disciplina de las ciencias sociales que tiene sus orígenes en los tiempos antiguos, que se sitúan a partir de que el hombre se comenzó a cuestionar los orígenes del ser. Como las demás disciplinas, la psicología tuvo un proceso que duró muchos años para que fuera tomada como ciencia y como disciplina de las ciencias sociales.

“Los primeros planteamientos mas o menos sistemáticos los encontramos entre los primeros filósofos quienes en sus escritos presentaron profundas reflexiones sobre el hombre (sus sensaciones, sus percepciones, su voluntad, etc.). Así que hablar del estudio de la psicología, durante un largo periodo, hablar de la historia de la filosofía, dado que desde su nacimiento se ha abordado problemas que podemos considerar planteamientos psicológicos” (Sáiz, 2009: 23).

En la historia de la psicología el renacimiento forma parte esencial de la misma pues los pensamientos y sentires cambiaron en torno a la creencia de que hay un solo creador del universo y es dios. Posteriormente como ya se sabe ocurrió la revolución Industrial y la ilustración lo que proyectó otro cambio de pensamiento y desarrollo el estudio de la psicología comenzó a ejecutarse y desde el siglo XIX, comenzaba a manifestarse como parte de las ciencias sociales.

La psicología al igual que la antropología estudia el comportamiento del ser humano pero con la diferencia de que ésta lo estudia a partir de la mente y sus procesos. Otras ciencias con la que se puede comparar a la psicología es la filosofía que de igual manera estudia el ser del hombre.

La psicología del deporte comienza sus estudios a partir de la actividad física, es decir, dirigida a lo que es el deporte y el rendimiento del atleta, a comparación de las otras disciplinas que toman el objeto de estudio a los actos de los aficionados; como ya se dijo los primeros objetivos de la psicología del deporte fueron el análisis de los atletas, futbolistas y jugadores de cualquier deporte, para mejorar su rendimiento físico a través

de la manipulación de la mente; posteriormente surgió el estudio para la formación de habilidades psicomotoras y cambios de comportamiento a través del fútbol y los demás deportes.

Hay que destacar que los cambios de comportamiento siguen permeando en los estudios actuales debido a que se han encontrado investigaciones que muestran el cambio de comportamiento de los aficionados al estar viendo un partido de fútbol, ya sea en masa o individualmente.

“Es hasta 1965 que se adquiere el reconocimiento internacional de la psicología del deporte, cuando se celebra en Roma, Italia con Ferruccio Antonielli el Primer Congreso Mundial de Psicología del Deporte. Asistieron 500 especialistas y se presentaron 230 trabajos. Que aunque tuvieron una gran dispersión metodológica y conceptual, marcaron el nacimiento de una nueva disciplina. Ahí se creó la Sociedad Internacional de Psicología del deporte, encargada de celebrar un congreso cada 4 años y se editó el “International Journal of Sport Psychology” el cual se publica en Roma desde 1970. Riveiro1975” (Heredia, 1987: 10).

La Psicología del deporte llega a México 1983 a través de la Universidad Nacional Autónoma de México, cuando se celebró un coloquio en el que participaron “maestros de la mencionada Facultad de la UNAM, Subsecretaría del Deporte, Confederación Deportiva Mexicana (CODEME), Escuela Superior de Educación Física, Promoción Deportiva del Departamento del Distrito Federal, y el Instituto Mexicano del Seguro Social”. (Heredia 2005: 6).

#### **2.4. La institucionalización de la investigación del fútbol en el campo académico de la comunicación en América Latina**

La institucionalización del estudio del fútbol se dio en la segunda mitad del siglo XX a partir de los estudios sociológicos y a partir de ello el estudio del fútbol se expandió a otras disciplinas de las ciencias sociales como la comunicación; uno de los principales estudiosos del fútbol desde la sociología, es Pablo Alabarces un antropólogo argentino que se ha preocupado por retomar la investigación de este deporte y argumenta que hubo un problema académico al tratar de configurar al fútbol desde una sola disciplina, un ejemplo de ello es Alfredo Poviña, académico de la universidad de Buenos Aires, e intentó postular una Sociología del deporte, pero los intentos fueron vanos debido a que su investigación quedó guardada en la antes llamada biblioteca de sociología de la

universidad en la que laboraba, actualmente es la facultad de ciencias sociales de la Universidad de Buenos Aires.

“El segundo problema, como dije, fue académico, o mejor dicho, de estructuración de las disciplinas académicas: *¿quién debía ocuparse del deporte?* Como veremos más adelante, el mundo anglosajón encontró una respuesta rápida en los departamentos universitarios de educación física, creados en los años 60. Aunque con debilidades (como señala Dunning, 1999), especialmente en el tono empiricista y en la ausencia de reflexión teórica, la existencia de estos departamentos permitió el surgimiento de una investigación en sede académica. Para los latinoamericanos, esa posibilidad no existirá hasta los 80's, y sólo en el caso brasileño; en el resto del continente, esta posibilidad continúa bloqueada. Así, no habrá disciplinas autónomas que se encarguen del deporte; o mejor, en tanto entendemos que los estudios sobre deporte no constituyen una disciplina *stricto sensu* sino un campo sub-disciplinar, no habrá un reconocimiento académico del campo de estudios hasta fecha muy reciente” (Alabarces, 2004: 3).

Posteriormente se realizaron diversas investigaciones con el mismo objetivo, y se publicaron diversos libros en los que planteaban una sociología del deporte a través de la idea marxista, pues se tomaba al fútbol como dominador ideológico, además de algunos otros libros que planteaban la misma idea, como Gerhard Vinnai quien escribió el libro *El fútbol como ideología (1970)*, pero dichas postulaciones no fueron de gran peso debido a que se dieron cuenta que el fútbol no se podía establecer como una sola disciplina.

“La propuesta desarrollada por Da Matta fue alentadora y bien acogida entre los estudiosos de la región. La misma habría servido para despertar el interés de los investigadores sociales hacia las prácticas deportivas. Desde entonces, se llegó a comprender que la importancia de los deportes excedía los contornos de los estadios y el momento mismo del juego, abarcando todos los rincones de la vida social y cultural de los pueblos en cuestión” (Angelotti, 2010: 214).

Los intentos por establecer al deporte como parte de las ciencias sociales quedó truncada por algunos años, pero en la última década del siglo XX, los estudios regresaron al campo académico y con otras propuestas, pero esta vez con más fuerza, además de que ya no era la sociología la que se inclinaba al estudio del deporte, sino también las otras disciplinas que forman parte de las Ciencias, una de ellas es la comunicación, que es totalmente nueva dentro del estudio académico, en México<sup>15</sup>.

El establecimiento de la comunicación como ciencia ha presentado diversos conflictos puesto que los estudiosos no han podido lograr establecer a la comunicación desde una

---

<sup>15</sup> La comunicación se comenzó a estudiar en las universidades hace aproximadamente 50 años, lo que implica que se constituyó la primera licenciatura en Comunicación en 1960 en la Universidad Iberoamericana, tiempo atrás existían escuelas de periodismo, pero no estaba constituido como una ciencia, ni como una disciplina de las ciencias sociales.

sola ciencia, dado que, el estudio de la comunicación está compuesto por diferentes ciencias que estudian lo relacionado a esta ciencia.

Además de las diferentes disciplinas que forman parte de las ciencias sociales, la Comunicación a pesar de no ser reconocida como una ciencia, ha sufrido diferentes subdivisiones, es decir ha sido parte de una especialización y una de ellas son los estudio sobre el deporte en particular en el fútbol.

Así como se hace presente la comunicación dentro de la psicología también es fundamental, para el derecho, la antropología, sociología y demás disciplinas que se han mencionado en el capítulo anterior; ya en específico la comunicación como ciencia se ha encargado de estudiar el papel de los medios de comunicación, el periodismo deportivo, la publicidad, los discursos y las mediaciones para el seguimiento del fútbol.

“Según Judith Lazar (1992), la genealogía más próxima de la ciencia de la comunicación se remonta a las dos primeras décadas del siglo XX y nos remite a la Escuela de Chicago de esa época, en la que tres autores fundamentales, relacionados con el interaccionismo simbólico y el pragmatismo – George Herbert Mead, Charles Cooley y John Dewey – pueden considerarse como los precursores inmediatos de la disciplina. En efecto, estos autores se interesaban por el papel de la comunicación en la vida social, y se proponían beneficiar los estudios sobre comunicación con los aportes de la sociología aplicada. Además, concebían la comunicación no como simple transmisión de mensajes, sino como un proceso simbólico a través del cual se construye y se mantiene una cultura” (Giménez, 2009: 2).

Ya con un recorrido sobre el estudio del fútbol desde la antropología y la sociología, se ve un panorama cada vez mas claro de la interdisciplinariedad para dar cuenta del fenómeno del fútbol.

Ha habido diferentes etapas de continuación y discontinuación de los estudios sobre el fútbol, en la década de los ochentas, se vio un receso, pero a partir de la siguiente década, los estudios florecieron nuevamente, esto fue en América latina mientras que en México, se da a partir de la segunda mitad de los noventas.

Dentro de las instituciones encargadas del estudio del fútbol en México se encuentra la Asociación mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), la cual después de dos décadas de su creación dentro de sus mesas de trabajo ha incluido al fútbol como objeto de estudio.

Otra institución es el Consejo Nacional de Estudios e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en donde en diversos encuentros se ha incluido dentro de sus ponencias y mesas de trabajo al deporte, pero en especial al fútbol y lo ha abordado desde el periodismo deportivo.

La red Mexicana de Investigadores de Comunicación y Deporte ubicada en la universidad Iberoamericana Ciudad de México es otra institución académica que se ha encargado de la investigación del fútbol desde la comunicación.

## **2.5. Comunicación, semiótica y el estudio del fútbol en México**

La comunicación es una disciplina que no ha podido ser considerada como una ciencia, algunas de las causas es que los teóricos no han considerado pertinente establecerla, puesto que, su objeto de estudio en primera instancia son los medios de comunicación, aunque esto ha ido cambiando. Sin embargo desde a finales del siglo XX diversos investigadores de la comunicación se han preocupado por hacer de la comunicación una ciencia.

“En tal contexto, la respuesta más sencilla es considerar la comunicación como una cuestión de medios y tecnologías, una actividad práctica que no requiere fundamentación y menos aún la creación de modelos teóricos y metodológicos específicos, simplificación que, a mi juicio, no hace más que dificultar el estudio y la comprensión de los procesos comunicacionales”. (Galindo, 2009:14).

Pensar la comunicación e investigar los fenómenos que le atañen, se hace en procesos cognitivos de complejidad, pues dar cuenta de la explicación de estos fenómenos requiere de la colaboración de otras disciplinas, es decir de un ejercicio interdisciplinario; ésta es una de las explicaciones que dan los estudiosos de la comunicación en su afán de establecer a la comunicación dentro de un marco epistemológico.

Carlos Vidales postula a la comunicación como una disciplina científica a partir de la semiótica. La semiótica es la ciencia que estudia los signos, Carlos Vidales plantea que dentro de los procesos de significación o de la construcción de signos, la comunicación es fundamental. A través de los discursos lingüísticos o de la imagen existe un proceso de comunicación, en donde hay un canal, emisor, receptor y mensaje; en este caso el

canal es importante en acto de significación, ya que, si los interlocutores no están en el mismo canal cambia el sentido del mensaje que se está dando.

“La semiótica, a diferencia de los estudios de la comunicación, nació de un lenguaje formal y nació exigiéndole esa formalidad a las ciencias con las que se relacionaba, pero al mismo tiempo era capaz de presentar una configuración estable de los procesos comunicativos no en términos de intercambio de mensajes, sino en términos de producción de sentido, de acción de los signos, de semiosis, de procesos de producción de significado, de sistemas de significación, de procesos culturales o de intercambios simbólicos, todo lo cual suponía una posibilidad de expandir el espacio de pertinencia no sólo del objeto «comunicación» sino de su naturaleza ontológica, epistemológica y fenoménica” (Vidales, 2011:11)

Los orígenes de la semiótica datan de más de un siglo y aun que ya es una ciencia establecida, tiene similitudes a la comunicación, pues ha sido relacionada con otras disciplinas como la biología, las matemáticas, los estudios culturales, la música y otras disciplinas más. Hasta estos tiempos es que se relaciona a la semiótica con la comunicación y se hace parte de ella para entrar en un marco epistemológico.

“Desde el nombre de *Ciencias de la Comunicación* con el que muchas de las facultades y Escuelas se denominan observamos la dispersión teórica. No existe una *ciencia* de la comunicación. Son muchas las que concurren al estudio de este fenómeno tan singular. Pero no existe ninguna como la Semiótica que logre integrar sus contenidos. Y puede hacerlo precisamente porque su objeto de estudio son los sistemas de significación con cualquier materia significante que se produzca y bajo cualquier estructura discursiva que aparezca. La Semiótica ha logrado, pues, integrar ese gran campo disperso de las *ciencias* de la comunicación en tomo a un centro dinamizador. Como señala O. Quezada, las facultades preparan un destinatario para convertirlo en un destinador cuyo destinatario es el gran público receptor, el "ciudadano anónimo" de la calle o del hogar. La Semiótica ha introducido rigor teórico allí donde había dispersión científica y superficialidad metodológica” (Bendezu y Blanco, s/f: 2).

En el planteamiento epistemológico de la comunicación se busca conceptualizar y plantear objetos de investigación, dejando a un lado el fenómeno tradicional, el de los medios de comunicación. Sin embargo, los medios de comunicación no se pueden pasar por alto debido a que tienen un papel importante en la sociedad y es uno de los principales productores de significados.

Entre la comunicación y la semiótica, hay una semejanza debido a que la semiótica ha sido tomada en cuenta desde la visión de otras disciplinas, y la comunicación aunque no ha sido definida como una disciplina su estudio ha sido abordado desde el enfoque de otras ciencias; esta similitud entre la semiótica y la comunicación tiene relación con el fútbol, ya que este fenómeno ha sido estudiado por la mayoría de las disciplinas de las ciencias sociales.

Continuando con esta comparación, en los inicios del estudio del fútbol, se pretendía establecer a este deporte desde una sola disciplina, la antropología, sin embargo, la investigación del fútbol sólo desde la antropología, no era completa pues el problema de investigación que tomaba la antropología no era el único fenómeno que provocaba este deporte, por lo tanto, su estudio se fue prolongando a las demás disciplinas.

Por otro lado, la comunicación la han querido establecer como disciplina y al igual que el fútbol se han tomado diversas cuestiones en cuenta a su establecimiento científico, con la diferencia de que el fútbol es un fenómeno y la comunicación busca ser una disciplina.

A lo largo de la historia de la comunicación, su investigación se ha tomado a los medios de comunicación, pero según los intelectuales que estudian a la comunicación desde un punto de vista científico, la semiótica es la ciencia más próxima que define a la comunicación y es ahí donde surgen otros objetos de estudio, pues en todo proceso de comunicación hay una significación y es donde entra la cultura en el estudio de la comunicación.

La comunicación, la semiótica y el fútbol es una relación compleja cuyos estudios no se han encontrado, en algunas investigaciones se han cuestionado significaciones que se le han atribuido a ciertas cosas, por ejemplo el papel de la mujer en el fútbol a partir del discurso televisivo, pero la semiótica no es parte de ella.

“Los modelos comunicativos que se analizan y que se integran en el espacio semiótico no son los devenidos del campo comunicacional, sino lo que se producen dentro del espacio semiótico, es decir, se considera que el objeto de estudio de la semiótica, es comúnmente entendido como el intercambio de cualquier tipo de mensajes, en una palabra, comunicación. Pero a esto tendría que ser adicionado también que la semiótica focaliza su preocupación hacia el estudio de la significación. La semiótica es por lo tanto clasificable como esa rama de enlace dentro de la ciencia integral de la comunicación” (Sebeok, 2001 en Vidales, 2006: 4).

El análisis semiótico de los spots promocionales de Televisa Deportes permite obtener las significaciones y representaciones del fútbol. Es una investigación en la cual se toma a la comunicación como ciencia partiendo de la semiótica, obteniendo los signos a partir de las formas del lenguaje u objetos comunicativos.

En el siguiente capítulo de esta investigación se retoma a la semiótica desde la propuesta de Roland Barthes, para dar cuenta de la metodología de la semiótica estructural que aplica al análisis de las imágenes discursivas.

### Capítulo III. Metodología de la semiótica estructural de Roland Barthes

La semiótica tiene más de un siglo de existir y la relación con otras disciplinas se sigue dando y una de ellas es la comunicación. La semiótica a partir de la lingüística de Ferdinand de Saussure es el modelo por el cual se basan diversos teóricos para postular a la semiótica desde otras disciplinas.

La propuesta de Roland Barthes es parte de la semiótica estructural, es por ello que en este capítulo se comienza con los orígenes del estructuralismo con dos objetivos, el de contextualizar y dar a conocer la forma de aplicación como metodología. Posteriormente se desarrolla la vida y obra de Roland Barthes con el afán de dar la importancia que tuvieron sus obras para que después propusiera la obra "La aventura semiológica", la cual se publicó pocos años después de su muerte.

#### 3.1. Orígenes del estructuralismo

En la historia del ser humano han existido diferentes etapas que fueron desarrollando ciertas formas de pensamiento, la que causó gran impacto fue la Ilustración, etapa con la que se inició el estudio de los fenómenos a través de la ciencia. Con el desarrollo de dicho periodo, surgió la idea de progreso, la cual fue refutada por diversos teóricos, por ejemplo, Michael Foucault mantuvo una postura opuesta al supuesto progreso a través de su propuesta filosófica de las estructuras epistémicas, basadas en tres momentos que contextualizan los procesos en los que se desarrolló el pensamiento humano, así como la científicidad y los cambios sociales.

"La primera es la que se conservó desde el renacimiento; la segunda es la que se impuso en los siglos XVII y XVIII; la tercera es la que se afirmó en el siglo XIX. Pero ¿qué hace epistémicas, las cuales, a su vez, cualificarían las tres épocas culturales? Pues bien en la primer estructura "las palabras tenían la misma realidad de lo que significaban", es decir, que lo que se lee en los signos del libro de la naturaleza son las cosas mismas" (Reale y Antiseri, 1995: 146).

Las estructuras epistémicas que planteó Michael Foucault se iniciaron con el Renacimiento campo de estudio de la primer estructura; la segunda estructura fue el resultado de ese desarrollo que se dio al terminar la Edad media y el Renacimiento, recibió el nombre de Ilustración; la tercera estructura fue la Historia Contemporánea, la

cual se ha reconocido por los grandes cambios sociales, políticos, tecnológicos, económicos y culturales que se manifestaron.

A partir de la Ilustración, se desarrollaron cambios sociales en todo el mundo, así mismo, el impulso de la ciencia se prolongó de manera constante, bajo este tenor surgieron las ciencias sociales, pues se necesitaba una ciencia que se encargara del estudio de los hechos sociales, económicos, políticos y culturales. Surgieron distintas metodologías dentro de cada disciplina, la cual ayudaba al entendimiento de ciertos acontecimientos; una de esas fue el estructuralismo.

El estructuralismo tuvo sus orígenes en la época de los griegos, a partir de los postulados filosóficos de Aristóteles, sin embargo, diversos intelectuales de Europa lo retomaron en el siglo XX.

“Aunque el estructuralismo tuvo su auge en el siglo XX, tiene sus fundamentos en la filosofía griega de Aristóteles los cuales fueron reelaborados posteriormente por Averroes en su obra el *Colliget* (Tratado universal de medicina). Para José Alberto Marín Morales (Filosofía, 1979), el estructuralismo “constituye o parece constituir el punto de partida del actual estructuralismo, a través de los conceptos de mezcla, equilibrio y predominio, y de que todo lo que existe está mezclado en todo, y en especial en el de la temperancia, equilibrio entre las almas o facultades, el espíritu y el calor” (Pérez, 2008:1).

Tuvieron que pasar varios siglos para que el estructuralismo fuera retomado y aplicado como metodología. En la segunda década del siglo XX, el suizo Ferdinand de Saussure propone algunos conceptos a partir de la lingüística estructural, dicha propuesta posteriormente fue retomada por los demás intelectuales para hacer sus propuestas estructurales a partir de otras disciplinas de las ciencias sociales.

Hasta 1915 es cuando Román Jakobson formó la primera institución científica encargada de la aplicación del estructuralismo y se le denominó Circulo Lingüístico de Moscú; su campo de estudio fue la lengua poética; con el avance de sus estudios Román Jakobson y Shklovski uno de los alumnos del Circulo lingüístico de Moscú, dieron nacimiento al Formalismo Ruso con el objetivo de establecer una relación entre lingüística y poesía moderna.

“Los presupuestos teóricos y métodos de análisis que propone el Formalismo Ruso –todavía en los primeros años veinte- constituyen un anticipo del estructuralismo, un estructuralismo *vant la lettre*, que sólo más tarde definirá el Circulo de Praga bajo la influencia de Saussure. La literatura centra el interés de este movimiento, o mejor, el hecho literario en sí, aislado de

implicaciones externas, factores biográficos o psicológicos, políticos o filosóficos” (Fernández, 1994: 26).

En 1926 el Formalismo Ruso trató de postular la relación causal que existe entre lo vivido por el autor y la obra, es decir, expresar científicamente el sentir del autor o su subjetividad a partir de una obra literaria. Jakobson definió a la obra literaria como los procedimientos artísticos que rige el autor para la elaboración de la obra. Uno de los autores que sobresalió en las investigaciones del Formalismo Ruso fue Vladimir Propp quien propuso la obra “Morfología del cuento”, planteamiento que tuvo un gran impacto en la literatura estructural.

Además del Formalismo Ruso, el Círculo Lingüístico de Praga fue otro centro de estudios interesado por la aplicación del estructuralismo desde los conceptos lingüísticos de Ferdinand de Saussure. “A través de tres postulaciones teóricas planteadas en 1928 por Jakobson y tyjanov el Círculo Lingüístico de Praga se convirtió en Estructuralismo Checo, en donde se hacia una continuidad de la metodología estructural con el fin de posicionar al arte como una forma social” (Galán, 1988: 147).

La primera postulación del Estructuralismo Checo antes Círculo lingüístico de Praga se inclinó hacia la estructura de una obra literaria a través de un ejemplo en donde se trató al discurso poético y a partir de esto fue que el arte poético discursivo está íntimamente relacionado con las convenciones sociales que contienen las películas. La segunda postulación teórica está relacionada con la diacronía, la cual se refiere a la sucesión del tiempo y la sincronía que está dirigida a la coincidencia de un acontecimiento en el tiempo; en la postulación, estos dos conceptos aparecen a través de una película en la cual argumentan que se puede ver la continuidad de tiempo a través del cambio de escenas e imágenes. El tercer punto propuesto fue concebido a partir de las diferentes formas de aplicación del estructuralismo.

“La esencia de esta ruptura metodológica está eficazmente resumida en la bien conocida afirmación de Román Jakobson en su ensayo “¿Qué es poesía?”: “lo que estamos destacando no es el separatismo del arte sino la autonomía de la función estética”. (Es importante señalar que con la utilización del “nosotros” Jakobson unió fuerzas con Tyjanov, Shlovskij y Mukarovský en un esfuerzo por defender “el estudio formalista de la literatura”. Es conmovedor, aunque anacrónico, ese gesto de alianza, una manera de acentuar una continuidad entre el trabajo de la Opajaz y el Círculo lingüístico de Praga, aun cuando Tyjanov, Shlovskij y otros formalistas estuvieron obligados a abandonar por completo la idea literaria. Así es como, haciendo eco del manifiesto conjunto de principios de Tyjanov en 1928, con el que se inició esta discusión del estructuralismo de Jakobson extendió su máxima vigorosa. “no proclamamos la autosuficiencia del arte componente de la estructura social. Correlacionado con otras partes componentes, el

arte está cambiando constantemente, ya que tanto el ámbito del arte como su relación con otros segmentos de la estructura social están en un flujo dialéctico” (Galán, 1988: 148).

La expansión del uso del estructuralismo llegó hasta los intelectuales franceses en los inicios de la segunda mitad del siglo XX, diferentes teóricos del Collage de France al igual que del Círculo lingüístico de Praga y del Formalismo Ruso retomaron las aportaciones lingüísticas de Ferdinand de Saussure para proponer ciertas formas de aplicación del estructuralismo desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales.

Las aportaciones estructurales de los teóricos franceses han sido las que han impactado dentro del estructuralismo contemporáneo. Uno de esos teóricos fue Roland Barthes que propuso analizar la literatura desde la metodología estructural hecho que vio reflejado en la obra “El análisis del relato” y posteriormente, en la semiótica, con “La aventura semiológica”. Otro de los autores que se incorporaría a este círculo de estudios es Levi-Strauss proponiendo al estructuralismo desde la antropología, con la obra “El lenguaje y parentesco”.

“El antropólogo Claude Lévi-Strauss define a la estructura como un sistema regido por cohesiones internas, que son las que determinan todas las actuaciones de un grupo, de un sistema, de un determinado objeto histórico. La historia es una dialéctica entre el orden de los eventos y el orden de las estructuras. Levi-Strauss influyó en la historiografía francesa de su tiempo a través de su planteamiento estructural, que favorecía los procesos de racionalización y síntesis histórica” (Aurell, 2005: 70).

### **3.2. Aproximaciones a la definición de estructuralismo**

Para comprender lo que implica la metodología estructural es fundamental aproximar una definición de ésta; su definición etimológica remite a la estructura, cuyo significado es construir, edificar, unir las partes de un fenómeno, en este sentido, desde el estudio de las disciplinas implica la base que conforma a los hechos, de ahí que se pueda afirmar que una estructura está constituida de diferentes elementos que integran un objeto a analizar y ayudan a darle sentido a la acción, son las bases que llevan a una significación.

“Se entiende como estructura el modo en que las partes de un todo de la clase que sea —una sustancia mineral, un mecanismo, un cuerpo viviente, un discurso— se conectan entre sí. Para descubrirla, es preciso hacer un análisis interno de la totalidad, distinguiendo los elementos y el sistema de sus relaciones. Entonces aparece la estructura como el esqueleto del objeto sometido a consideración, su armadura, lo que permite distinguir entre lo esencial y lo

accesorio, el conjunto de líneas de fuerza y, a veces, el mecanismo de su funcionamiento propio" (Caruso, 1969: 11).

Existen diferentes acepciones del estructuralismo, pero hay formas que lo hacen más que una simple corriente conceptual, pues es una metodología de análisis que ayuda a encontrar respuestas y explicaciones a fenómenos sociales, es decir que el estructuralismo es una metodología para estudiar los comportamientos del ser humano.

"Se debe reconocer entonces que existe efectivamente un ideal común de inteligibilidad, que alcanzan o que buscan todos los "estructuralistas", mientras que sus intensiones críticas son infinitamente variables: para unos, como en matemáticas, el estructuralismo se opone a la separación de capítulos heterogéneos, encontrando la unidad gracias a los isomorfismos; para los otros, como en generaciones sucesivas de lingüistas, el estructuralismo se distanció sobre todo en las investigaciones diacrónicas que tratan fenómenos aislados para encontrar sistemas de conjunto en función de la sincronía; en psicología, el estructuralismo ha combatido más las tendencias "atomistas" que buscaban reducir las totalidades a asociaciones entre elementos previos; en las discusiones corrientes se ve al estructuralismo acometer al historicismo, al funcionalismo y a veces incluso a todas las formas de apelación al ser humano en general" (Piaget, 1995: 5).

Para obtener las significaciones de algún fenómeno social, la metodología estructural es una forma de análisis que busca verdades a partir de la aplicación de planteamientos teóricos. El estructuralismo como metodología estudia los procesos y los hechos que han ocurrido antes del problema para explicar su funcionamiento y el ¿por qué? de esos comportamientos.

"Pero ese mismo carácter genérico y abierto permite que el estructuralismo pueda emplearse como metodología de trabajo, en combinación con una teoría que no necesariamente deba ajustarse a los axiomas del estructuralismo como filosofía. Es decir, el estructuralismo admite un uso como simple modelo y no sólo como heurística. Empleado como metodología, las dos principales distorsiones que introduce el estructuralismo son: obviar el principio de relevancia entre relaciones de un sistema, y considerar que –en la práctica un planteamiento formal equivale a un planteamiento empírico. En muchas ocasiones los modelos propuestos sólo sirven de guía para clasificar y entender ciertos fenómenos, quedándose al nivel de simples metáforas. Por eso, y para que el análisis y no se convierta en una contraposición de elementos reducidos a oposiciones binarias, el modelo estructural debe emplearse teniendo detrás de una teoría o una hipótesis que oriente hacia los elementos a comparar y que establezca, si es posible, relaciones causales entre ellas" (Garrido, 2003: 90).

El estructuralismo tuvo diferentes definiciones que se dieron desde las disciplinas de las ciencias sociales.

### **3.3. El estructuralismo como metodología de análisis**

La aplicación de la metodología estructural se dio en diferentes disciplinas que forman parte de las ciencias sociales y de las ciencias concretas. Algunas disciplinas que utilizaron al estructuralismo son las matemáticas, biología, medicina, psicología, sociología, lingüística, semiótica, entre otras, cada una lo aplicó de acuerdo a su objeto de estudio y de lo que se deseó investigar.

Algo fundamental que se tiene que mencionar nuevamente es que las propuestas estructuralistas desde las diferentes disciplinas de las ciencias sociales fueron planteadas a partir de la metodología de la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure.

Saussure se basó en un sistema que ha denominado díadico, el cual consiste en los siguientes elementos lengua y habla, denotación y connotación, signo y sintagma, significado y significante, elementos lingüísticos que posteriormente los retoma Roland Barthes en "La aventura semiológica".

Uno de los conceptos que Ferdinand de Saussure usó para establecer su metodología de la lingüística estructural, es la fonía, pues dentro de los signos que hay en la sociedad existen cosas que se dan a partir de los sonidos y hace diferencia entre lo visual y lo auditivo, en donde la fonía comprende un proceso lineal y el oído no comprende la diferenciación de las palabras, la comprensión del sonido va a depender de las significaciones. Esto quiere decir que dentro de las sociedades se forman significaciones en el lenguaje verbal y su entendimiento va a depender de lo establecido por la misma sociedad, es decir los significados atribuidos a las palabras que usan en su vida cotidiana y dentro de su entorno.

"La lengua no se presenta como un conjunto de signos deslindado de antemano, como si en ellos bastara estudiar la significación y la disposición; es una masa indistinta en la que la atención y el hábito son los únicos que nos pueden hacer hallar los elementos particulares. La unidad no tiene carácter fónico especial y la única definición que se puede dar de ella es la siguiente: un trozo de sonoridad que con exclusión de lo que precede y de lo que sigue en la cadena hablada, es el significante de cierto concepto" (Alonso, 2002: 106).

La lingüística estructural partió de la cultura y estableció como necesaria la relación del significado y significante con la lengua y habla, que sirven para reconocer un acto de comunicación e identificar las significaciones de una etnia o grupo social. La aplicación de esa metodología estructural entorno a la lingüística parte de los hechos sociales y de como la cultura se apropia de la lengua.

A partir de la lingüística diversos teóricos formularon sus propuestas de la metodología estructural para estudiar los diferentes fenómenos que se estudian dentro de las ciencias sociales. La lingüística fue una de las disciplinas que se tomaron como objeto de estudio, algunos intelectuales que se encargaron de su estudio se encuentran Sapir y Whorf, dos lingüistas estadounidenses que en la tercera década del siglo XX formularon hipótesis en las que se dice que el lenguaje depende de la cultura, puesto que el lenguaje se construye a partir de la construcción simbólica que se da dentro de las diferentes sociedades.

“Sapir estaba convencido, al igual que Malinowski, de que la lengua sólo podía ser interpretada dentro de una cultura. De hecho, fue más allá, proponiendo que dos lenguas no son nunca lo suficientemente similares como para representar una misma realidad y que los mundos en los que viven las diferentes sociedades son mundos distintos, y no un mismo mundo con diferentes etiquetas” (Sapir, 1929, en Molina, 2006: 26).

Whorf discípulo de Sapir, siguiendo con su investigación de la formación del lenguaje a partir de la cultura, preocupó por la relación entre el pensamiento y lenguaje, lo que llevó a crear la obra “Relatividad lingüística”, en la que se incluye la idea de que “el lenguaje es el verdadero formador de las ideas, el programa y guía de la actividad mental del individuo que es utilizado para el análisis de sus impresiones y para la síntesis de todo el almacenamiento mental con el que trabaja”. (Whorf, 1971, en Molina, 2006: 21).

Así como dichos autores hacen sus propuestas a partir de la cultura y la etnolingüística, dentro de las otras disciplinas de las ciencias sociales, la aplicación de la metodología estructural varía de acuerdo al objeto de estudio de cada una, por ejemplo, en el psicoanálisis el uso de la estructura se dio a partir del comportamiento del individuo y lo que influyó en la construcción del yo. La antropología ejerció reglas estructurales que cuestionan valores, ideas, mitos que se llevan en toda la vida del individuo. La historia utilizó al estructuralismo para explicar el desarrollo discontinuo del pensamiento, la práctica y las instituciones que se han manifestado en diferentes etapas del tiempo.

Otro de los autores destacados en el estructuralismo es Claude Levi-Strauss, antropólogo nacido en Bruselas Bélgica; antes de retomar la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure, Levi-Strauss fue profesor en Sao Paulo Brasil y fue donde

comenzó a estudiar a los “salvajes de Mato Grosso y Amazonía”. Posteriormente se interesó por la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure, a partir de la idea de que el lenguaje es una forma simbólica construida por la sociedad sin ninguna regla o ley que la sustente, lo que lo hace parte de diversos aspectos de la cultura, dejando como resultado la obra “Las estructuras elementales del parentesco” trabajo que le permite desarrollar una teoría estructuralista partir de la antropología.

“*Las estructuras elementales del parentesco (1949)*, que abandona la tradición del estudio monográfico de los sistemas de parentela en esta o en aquella cultura; y con base en una analogía de método y de objeto entre lingüística y antropología, considera la sociedad como un conjunto de individuos puestos en comunicación mediante diversos aspectos de la cultura. De modo que las reglas del matrimonio, del sistema de parentesco, son consideradas como una especie de lenguaje, un sistema de comunicación” (Antiseri y Reale, 1995: 139).

La concepción estructuralista de Levi-Strauss se involucró con la cultura y la conceptualizó como una serie de significaciones o signos que se forman a partir del sistema social; este autor señala que en diferentes momentos hay una variación de los signos, puesto que, no todos los sistemas sociales incluyen esos signos dentro de su forma, pues existen pautas que las establece el significado según su reconocimiento.

“El parentesco y el mito son los dos objetivos iniciales dentro del estructuralismo antropológico debido a su carácter doblemente sistemático y simbólico. Pero el objetivo concreto de Levi-Strauss no se limita a aislar los resultados empíricos de esa simbolización, sino en llegar a descifrar el alfabeto simbólico que lo genera. El análisis, por tanto consta de dos partes bien diferenciadas: la primera de comparación sistemática de elementos equivalentes en unidades diferentes; y la segunda de abstracción de las oposiciones binarias que sustentan tanto las coincidencias como las diferencias halladas en la fase anterior” (Garrido, 2003:90).

Otro de los teóricos que postuló la metodología estructuralista fue el semiólogo francés Roland Barthes, quien en primera instancia se interesó por la literatura y posteriormente retomó los aportes lingüísticos de Saussure y los estableció como parte de la semiología.

“Las principales producciones que responden a una forma de trabajar estructuralista al comienzo de los años sesenta surgieron –según Broekeman- de tres grandes académicos, en los que impartían cursos – muy poco preocupados por lo académico- las figuras que llegará a ser más relevantes, Lévi-Strauss, Venbeniste, Foucault, Aron y más tarde Barthes lo hicieron en el collage de France. En la École des hautes Études desarrollaron lecciones y seminarios Martinet – seguidor directo de Saussure-, Greimas y Barthes en el ámbito de la semiología. En el Cercle d’epistemologie de la École Normale Supérieure trabajaron pensadores como Derrida o Althusser. Otros ámbitos más autónomos, como la clínica Saint-Anne-dónde trabajo Lacan- o la revista *Tel Quel*, formaron parte también de esta nueva práctica discursiva que se denominó (estructuralismo)” (Fernández, 1994:49).

### 3.4. La metodología estructural de Roland Barthes

### 3.4.1. Vida y obra de Roland Barthes

Roland Gérard Barthes, ensayista y semiólogo francés nació el 12 de noviembre de 1915 en Cherburgo. Durante nueve años vivió en Bayona, una provincia que se encuentra en el sur oeste de Francia, en dónde cursó la educación primaria, para el año de 1924 se trasladó a París con el objetivo de seguir sus estudios en la secundaria. Para el año de 1939 obtuvo la licenciatura de lenguas clásicas. Tiempo después creó el Groupe de Théâtre; también fue profesor en Biarritz, en Rumania y Egipto (Vicente, 1999: 73).

De 1934 a 1947 Roland Barthes sufrió varios ataques de tuberculosis, durante su estancia en los hospitales consiguió leer una gran cantidad de libros que le permitieron publicar sus primeros artículos de literatura y durante su estadía en el sanatorio para estudiantes en Saint-Hilaire-du-Touvet, comenzó a estudiar a Carlos Marx y Jules Michelet, historiador francés que se caracterizó por estudiar la Revolución Francesa.

Para 1947 Roland Barthes comenzó a escribir para la revista de izquierda *Combat*, medio que nació durante la guerra de la Resistencia Francesa; en ese mismo año comenzó una etapa de la producción de sus obras, como "*El grado cero de la escritura*" y "*Responsabilidad de la gramática*". Posteriormente Barthes hizo un viaje a Rumania en compañía de su madre, en ese país buscó empleo y obtuvo un cargo de bibliotecario en el Instituto Francés de Bucarest, cuya estancia no fue larga dado que él y su madre fueron obligados a salir de ese país y regresar a Francia debido a que eran sospechosos de imperialismo.

En 1949 Roland Barthes emprendió un nuevo viaje a Egipto, durante su permanencia en este país logró una plaza de profesor en la Universidad de Alejandría. Durante su docencia como profesor, Roland Barthes conoció al semiólogo Litanes Algirdas Julien Greimas a quien le platicó su investigación entorno al estructuralismo y este último le recomendó leer a Ferdinand de Saussure. En este país, Roland Barthes es ayudado por Greimas<sup>16</sup> debido al problema de su tuberculosis, dado que las autoridades de la

---

<sup>16</sup> Algirdas Julien Greimas es lingüística e investigador nacionalizado francés, que promovió el estudio de la semiología y contribuyo en la formación del grupo de investigación semiológica y de la escuela

universidad consideraban que la enfermedad era contagiosa, pero su gran amigo intervino y refuto esa idea, logrando que Barthes permaneciera en la institución.

“El mayor dolor que sufrió Roland Barthes en su vida fue el día en que su amigo Philippe Rebeyrol ingresó a la Escuela Normal Superior de la calle Ulm y que a él se le cerró para siempre esta prestigiada puerta académica, a causa de la tuberculosis que lo tenía recluido en el sur de Francia. Es extraña esta confesión que el propio Roland Barthes le hizo a Romaric Sulger Büel, cuarenta años después del suceso, y que recoge Jean - Louis Calvet en su biografía. Cualquiera juraría que el mayor dolor en la vida de Roland Barthes habría sido la muerte de su madre, con quien vivió hasta su último suspiro en una complicidad que sólo opacaba el secreto de su homosexualidad” (Bradú, 1992: 5).

Tres años más tarde, ya en 1953 Roland Barthes ubicado en París logra publicar a través de la revista francesa “*Espirit*” su obra llamada “*mitologías*”. De 1952 a 1954, Roland Barthes se dedicó a la investigación de lexicología en el *Centre National Recherche Scientifique* (CNRS) en español el Centro Nacional de Investigación Científica de París (Vicente, 1999:75).

Durante su permanencia en el CNRS, Roland Barthes publicó otro libro llamado “*El grado cero de la escritura*”, obra en la que se plasmó la pérdida del uso de la escritura a partir de los significados que le atribuye la sociedad, a partir de esto dice que la escritura o el lenguaje literario pierde su inocencia.

“La escritura en grado cero está hecha de su ausencia. Cuando la escritura ya no es escritura, es decir cuando se ha desenmascarado a sí misma, es cuando la escritura retoma su inocencia. Y sólo desde esa inocencia puede descubrir lo que antes había sido: el lenguaje literario transformado por su destino social. En el momento en que el lenguaje literario se pone en servicio de una determinada sociedad pierde su inocencia y se convierte en lo que Roland Barthes denomina escritura” (Buckley, 1996, 71).

Dicho libro permitió a Roland Barthes ganar presencia y ser invitado a realizar otros escritos como: “*El extranjero novela solar*”, en 1954 y “*La Peste, ¿anales de una epidemia o novela de la soledad?*”, en 1955, en ambas, Roland Barthes hace una crítica al ensayista, novelista y dramaturgo francés Albert Camus<sup>17</sup> (Vicente, 1999:76).

---

semiótica de París. Este personaje es otro de los teóricos que se basó en la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure y Hjelmslev.

<sup>17</sup> Debido a las publicaciones mencionadas, Alberto Camus respondió ante ello desatando polémica, pero Roland Barthes a través de la revista “*les leerte Nouvells*” con las obras “*respuesta a Camus*” y “*¿soy marxista? Contestó a la polémica de Camus.*”

En 1967 Roland Barthes publicó su obra *“El sistema de la moda”*, escrito que cuestionó desde 1957 cuando pretendía hacerlo parte de su tesis doctoral.

Ubicado en París, Roland Barthes fue creador de dos seminarios titulados *“Sistemas contemporáneos de significaciones”* e *“Investigaciones sobre la retórica”*. Siguiendo con su carrera académica, Roland Barthes consiguió el puesto de director en Sociología de los Signos, Símbolos y Representaciones de la escuela Práctica de Altos Estudios. Para el año de 1966, dicho autor viajó a Tokio para realizar otro seminario titulado *“El análisis estructural del relato”*, obra que posteriormente fue publicada dentro de los tres momentos de *“La aventura semiológica”*, en 1990.

En 1968 Roland Barthes regresó a Francia y publicó la obra *“La muerte del autor”*, en donde le hace una crítica a Raimond Picar, representante académico de la tradicional crítica literaria francesa. En 1974 Roland Barthes logró crear otro seminario llamado *“El discurso amoroso”* en la Escuela Práctica de Altos Estudios. En 1977, Roland Barthes consiguió ser profesor en el *“Collage de France”* estando en esa institución logrando publicar el libro *“El grado cero de su vanidad”*.

Roland Barthes murió, el 26 de marzo de 1980, al ser arrollado por una camioneta de lavandería en París, luego de estar hospitalizado durante un mes en el Pitié-Sapetrière. Tras su muerte, algunos críticos comentan que éste se dejó morir a causa una depresión que tenía por la muerte de su madre, fallecida en 1977. Cabe resaltar que años después de su muerte, las editoriales retomaron tres obras realizadas por dicho autor *“lo obvio y lo obtuso (1986)”*, *“El susurro del lenguaje (1987)”* y *“La aventura semiológica (1990)”*.

### **3.4.2. El estructuralismo de Roland Barthes**

En los inicios de los años sesenta, dentro del Collage de France se interesó por el análisis textual a través del método estructural, proceso que desarrolló el planteamiento que le permitió hacer o ubicar las relaciones entre el escritor y el lenguaje, aspecto que va relacionado con la acción que tiene un locutor al usar el lenguaje.

“La escritura se inicia en el momento en que el escritor, sólo ante la inmensidad de la lengua y presionado por la angustia de su propia decisión –escribir–, se prende a un punto determinado del lenguaje y lo desarrolla. Su único fin es esta acción: colocarse en el cruce de los lenguajes y reflexionar sobre ellos. Barthes plantea en este punto toda una teoría del sujeto; ausente y disuelto en el lenguaje, disperso y sujeto a la estructura –siguiendo la dirección emprendida por Lévi-Strauss–, es posible reencontrarlo en el presente de la enunciación, esto es, en el acto de escribir, mostrándose así mismo en la escritura, no como aquel que escribe algo, sino aquel que desea escribir, que pone todo su esfuerzo y trabajo en la escritura” (Fernández, 1994:64).

El modo de escritura de Roland Barthes advirtió dos reconocimientos, el primero es el lenguaje como algo natural que permite llevar a la imaginación a mundos irreales; el segundo se refiere al dominio que se puede tener a partir de la escritura y del manejo del lenguaje. Estas dos propuestas sirvieron para que Roland Barthes inclinara su estudio por la semiótica<sup>18</sup>, la cual a partir de los planteamientos lingüísticos de Ferdinand de Saussure propuso ciertos conceptos que se refieren al el uso del lenguaje en todas sus dimensiones y así mismo los signos que se han desarrollado a partir de su buen manejo, esas propuestas se refieren a la semiótica.

Roland Barthes retomó ocho conceptos lingüísticos de Ferdinand de Saussure y los propuso desde la semiótica esos conceptos son: lengua y habla, sistema y sintagma, connotación y denotación, significado y significante. En estas categorías se apoyó para definir su metodología estructural, aplicada a las imágenes y los discursos para conocer las significaciones codificadas.

Los conceptos semiológicos fueron incluidos por Roland Barthes dentro de la obra “*La aventura semiológica*”, que se desarrolló en tres momentos y cada uno de ellos contiene diferentes etapas. El primer momento se llamó “*el deslumbramiento del lenguaje o el discurso*”; el segundo “*el establecimiento de la ciencia*” y el tercero es “*el texto como práctica significante*” (Barthes, 1990:3). Dentro de esta obra Roland Barthes retomó diferentes escritos que él elaboró durante su vida académica.

### **3.4.3. La Aventura semiológica de Roland Barthes**

---

<sup>18</sup> “La semiótica es una ciencia que estudia las diferentes clases de signos, así como las reglas que combinan su generación y producción. Es decir, que la semiótica está vinculada a la comunicación y a la significación y, en última instancia, de forma que las incluye a las dos, a la acción humana” (Serrano, 2001: 7).

### a) Primer momento (el deslumbramiento del lenguaje)

Roland Barthes dijo que la semiología es una aventura que se da durante tres momentos, el primero es "*el deslumbramiento del lenguaje o el discurso*" que se divide en tres subtemas: a). "*la cultura como historia*"; b) "*Lo natural en una forma de: el mito*" y c) "*las formas retóricas del mito*" (Barthes, 1990: 10).

El primer momento está referido a "*la cultura como historia*", y tiene estrecha relación con la obra del autor *El grado cero de la escritura* cuyo planteamiento está referido a la crítica de la literatura, y a lo mismo los signos que se hacen presentes dentro de la sociedad, Roland Barthes pone en tela de juicio la naturalidad de los signos, pues argumenta que todo tiene una causa, los hechos no se hacen por sí solos; a partir de ello es que se dice que existe una escritura blanca en donde las apariencias se hacen presentes en la supuesta naturalidad de los signos.

"En la práctica se presentan los signos como si fueran naturales y no lo son, no tiene nada de natural comer de determinada manera, ponerse tal vestido o realizar determinadas acciones sociales y no otras. Se trata de convenciones, de fenómenos históricos, de usos de época. Y sin embargo en el discurso (o los discursos que circulan, aparecen naturalizados como si apareciesen de una cultura universal de la que no es posible sustraerse sin resultar sospechoso. No hay entonces para Barthes signos naturales, todos son culturales aunque el "establishment", las instituciones pretendan naturalizar los signos a través del lenguaje" (Marro, 1999: 80).

El segundo momento está referido al mito, que se define desde el punto de vista del habla como un "modo de significación de una forma" (Marro, 1999: 83). Es decir el modo de representar a un objeto a través del discurso, por ejemplo, al escuchar la palabra casa se da la idea de lo que es una casa, pero si se describe de determinada forma, caracterizando una casa en particular ya se está dando un uso social del lenguaje; se puede decir que el habla mítica está conformada por los diferentes medios de comunicación que se dan dentro del sistema.

Roland Barthes definió el habla como "una unidad que da significado a las diferentes formas del lenguaje ya sea verbal y no verbal, o imágenes audiovisuales" (Marro, 1999: 83). Por otro lado, el autor dijo que el habla mítica no se puede tomar como si fuera la lengua, en realidad el mito contiene una parte de la lingüística pero forma parte de una ciencia que es la semiología. Para terminar, el mito es un habla que crea un sistema tridimensional y que consta del significado, significante y signo.

Del sistema tridimensional, planteado por Roland Barthes surgieron las “formas retóricas del mito”, “se postuló al mito como una lengua, y esto da referencia al significado, significante y signo, pero, plantea un nuevo concepto llamado el metalenguaje” (Marro, 1999: 84); el metalenguaje consiste en la aplicación del significado al significante, por lo que se relaciona con el ejemplo de la casa que se planteó anteriormente, el significante es la casa y el significado el valor que se le toma y va a depender de la persona y del contexto en el que se manifieste.

El mito tiene dos funciones elige e informa, hace entender y da a conocer los hechos, el mito permite descifrar el mensaje, es importante el como se expresa por ello deforma, éste no censura, ni tampoco miente y confiesa, no es un término ni un concepto, para Roland Barthes es una distorsión de algo lineal (Barthes, 1990: 9).

El tercer momento lleva por nombre “las formas retóricas del mito” que está dirigido hacia el significante y signo, lo que hace posible la incursión del mito a la semiología, es decir, el mito se plasma de acuerdo a la historia o lo patentado por la sociedad, lo ejemplifico a través de una imagen que muestra a un francés negro cargando su bandera nacional, la significación, la describe de acuerdo a lo que pasó con la colonización de los negros, dejando como héroes a los anglosajones.

La retórica del mito es una herramienta de análisis para identificar los signos que contienen diferentes iconos mostrados en los diferentes discursos. El contexto juega un papel fundamental en la retórica del mito, debido a que a través de éste se dan las interpretaciones de un hecho.

#### **b). Segundo momento (La científicidad)**

El segundo momento de la aventura semiológica de Roland Barthes es el de la “ciencia o la científicidad” de la semiótica, en esta parte se propusieron los conceptos metodológicos aplicables a los análisis de imágenes y discursos, dicha fase está dividida en cuatro subtemas: “*La construcción de la semiología*”, “*el sistema de la moda*”, “*aporte de los elementos*” y “*la retórica de la imagen*”.

La aplicación de la semiótica como metodología estructural tiene una división en tres formas, la semiótica teórica, la semiótica descriptiva y semiótica aplicada. La semiótica teórica es definida como pos conceptos en los que se incluyen signo y sistema, es decir, el modo en que están ubicados los elementos dentro de una imagen o un discurso, es la variación del orden en los que se ubican. La semiótica descriptiva se encargó de describir paso a paso los procesos que conlleva la comunicación, es decir, las variantes que tiene el modelo comunicativo como mensaje, emisor, receptor y canal. La semiótica aplicada se relaciona con la cantidad de formas en las que se puede usar, por ejemplo en el cine, en la moda, en la publicidad etc. Esta ciencia de los signos se usa en cada medio de comunicación de acuerdo a los significados establecidos por la sociedad tal y como apunta su definición.

“La semiótica teórica, se encargará de delimitarse y definirse ella misma, al delimitar su objeto y construir un mínimo aparato teórico con el cual tratarlo. Dará respuesta a ellas preguntas que llamamos preguntas fundamentales y fijará el marco en el que la podemos contestar. El marco es la comunicación. La semiótica descriptiva tiene como tarea fundamental describir situaciones quiere decir describir frases actos lingüísticos y no lingüísticos, secuencias de sonidos o de imágenes o todas ellas mezcladas. La semiótica aplicada es la forma en que se puede aplicar a las diferentes disciplinas” (Serrano, 2001: 17-18).

La siguiente fase del segundo momento es “*el sistema de la moda*” que se publicó en 1967. En el libro del sistema de la moda, se dijo que detrás del uso del lenguaje se encuentra una mezcla de elementos que constan de pautas de cambio, puesto que la forma de vestir también comunica las tendencias del individuo así como su personalidad. Por ende, Barthes consideró a la moda como un fenómeno que lleva un orden creado por ella misma y se encuentra en las prendas de vestir que usan las personas.

“El método estructuralista permite describir no sólo una moda particular (la de este verano) sino un inventario formal que ignora los contenidos de la moda y por ello permitirá explicar cómo funciona el sistema de la moda. Si abordamos la moda como sistema escrito y no como contenido se encontrará allí que existe una combinatoria infinita de elementos y de reglas de transformación. El conjunto de rasgos de lo que “está de moda” es extraído cada año, de un conjunto de rasgos que tienen sus obligaciones y sus reglas como la gramática” (Marro, 1999: 90).

El significante moda, da el significado a la combinación de prendas que se hace de acuerdo a la temporada. En este aspecto, el significante son las prendas que se usan en la vestimenta y el significado son las tendencias o el sentido que tiene la forma en que se está vestido.

*La aplicación de los conceptos semiológicos* es la segunda fase de la obra de Roland Barthes, en donde a partir de los aportes lingüísticos de Ferdinand de Saussure, Algirdas Julián Greimas, entre otros, se postulan ocho conceptos que surgen de la lingüística estructural y son transformados en semióticos por dicho autor, formando cuatro bloques de aplicación: lengua y habla, significado y significante, sistema y sintagma, y denotación y connotación.

El primer par de elementos semióticos de Roland Barthes es lengua y habla, que en primera instancia estaba referido desde el puro uso del lenguaje verbal, pero con la transformación que hizo Roland Barthes, su aplicación abarca a todo lo que se conoce como lenguaje.

“la Lengua como una serie de convenciones sociales estipuladas a partir del uso del lenguaje, es una forma colectiva que sirve para comunicar y forma parte de una identidad de algún lugar: ésta no puede ser modificada o inventada por las personas, es un pacto colectivo que se determina como necesario para el acto de la comunicación entre los miembros de una comunidad” (Barthes, 1988: 11).

Roland Barthes planteó que la lengua y el habla son dos términos que necesariamente se emplean dentro de una sociedad, a la lengua como el código que se usa dentro de una sociedad, mientras que el habla es el uso del lenguaje y así mismo la aplicación de ese código, es decir la lengua podrían ser las palabras o iconos establecidas dentro de un sistema y el habla es la unión de esas palabras o iconos formando una significación a través del discurso o la imagen audiovisual (Barthes, 1989: 30).

“Para este autor, el habla parte del uso individual y está relacionada con el código de cada persona para darle uso al lenguaje, es decir, el discurso que se emplea para la transmisión del pensamiento y sentimientos. La lengua es el idioma que se usa en determinado lugar y el habla es el uso de ese idioma a través del lenguaje y dialectos que se van construyendo a partir de la individualidad de la persona, por lo que a partir del uso del lenguaje se va contrayendo la lengua” (Barthes, 1989: 22).

El signo se presenta en la construcción de los mensajes a partir del uso de la lengua y el habla, a partir de ello es que se forman diversos grupos de decisión con el objetivo de jugar con el lenguaje dentro de su discurso que crea una polisemia, formando discursos con un sentido determinado.

El segundo par de conceptos de aplicación semiológica es el significado y significante, para que se de su desarrollo se comienza por definir al signo que es “un grupo de

conceptos diversos y semejantes tales como icono, símbolo, indicio, señal y alegoría” (Barthes, 1990: 36).

Roland Barthes definió al significado “como la representación de la cosa que tiene en mente un individuo, son convenciones que se han ido estableciendo a lo largo de la historia”. (Barthes, 1990:36). El significado es la imagen creada, es decir, el significado de la palabra vaca, es la imagen mental que tiene de una vaca.

“Roland Barthes define al significado como parte de los dos relatos del signo; la única forma que lo opone al significante es éste sirve como mediador. La situación no sería en lo esencial diferente en semiología donde objetos, imágenes, etc. en la medida de que, son significantes, remiten a algo que no es decible sino que mediante ellos, salvo la circunstancia de que el significado semiológico puede ser tomado a su cargo por los signos de la lengua”. (Barthes, 1990: 42).

En el significado semiológico, al decirse una palabra además de referirse a la imagen se construye un discurso que define a la cosa y eso se va a dar dependiendo del contexto en el que se diga por ejemplo, si alguien le dice vaca a una persona no solo nos vamos referir a la imagen del animal, sino que se va a dar una explicación del porque del uso de la palabra en la persona, en esto se pueden utilizar las analogías. Cabe resaltar que el significado no sólo se va a dar en objetos que se le han asignado un nombre sino también lo integran imágenes gestos y posiciones corporales.

El significante se postuló con las mismas características que el significado, con la diferencia de que el primero sirve como mediador y por ende le es necesaria la materia. “El significante hace la relación entre materia y sustancia, que se relaciona al decir que la sustancia que define al significante siempre debe de ser material tales como sonidos, imágenes, objetos y discursos; en general la materialidad del significante propone el signo típico que abarca ciertos tipos de signos tales como “signo icónico, el signo verbal, signo gráfico y signo gestual” (Barthes, 1990: 45).

El signo típico es simplemente la estructuración del significante, esto consiste en dividir el cuerpo del mensaje en las diferentes partes que lo conforman, es decir, si el significado es la oración que acompaña al nombre del objeto, imágenes, sonido, entre otros, el significante es precisamente estos, es lo que da pie al significado.

Luego de plantear la lengua y habla, significado y significante, Roland Barthes retoma nueva mente las contribuciones de Saussure y Jakobson para puntualizar el *sistema y sintagma*, Jakobson retoma la idea de Saussure a partir de las expresiones lingüísticas y su relación con la actividad mental; a partir de ello “Jakobson apunta que hay un sintagma que consiste en el orden de un discurso, argumentando que dos elementos no pueden ser pronunciados al mismo tiempo, cada uno de ellos tiene un valor por oposición de lo que precede y a lo que sigue”. (Barthes, 1989: 53).

Se puede decir que el sintagma es el orden lógico que tienen las palabras dentro de un enunciado, por ejemplo, si presidente Felipe Calderón da un discurso y en él incluye las palabras de “en el 2011 entrará un programa que combata la pobreza”, se puede cambiar el orden de las palabras siempre y cuando tenga coherencia y se entienda lo que se quiere decir, se podría poner “entrará un programa que combata la pobreza en el 2001”, pero no se puede decir “combata pobreza programa que en un 2011 entrará.

Por otro lado, se propone otro plano relacionado al anterior llamado sistema, y se caracteriza por vincular las diferentes palabras que se dan en un discurso con otras que no lo están, es decir, los sinónimos de cada palabra que se usa en la oración.

“Saussure dice que el reconocimiento de los valores sintagmáticos y paradigmáticos van a definir las características semióticas. En efecto en el eje paradigmático se hallan los esquemas o modelos virtuales, es decir, lo que es meramente potencial, aquello que está establecido como sistema referencial, mientras que el valor sintagmático establece la actualización del objeto semiótico, se trata por lo tanto, del componente reconocible por su presencia”. (Zeccheto, 1999: 30).

Roland Barthes señala que el sintagma se define como “el signo que se obtiene a partir de cierto orden de las acciones y se dan a partir de las formas del lenguaje y no sólo en el lingüístico” (Barthes, 1990: 60). Como en los conceptos lengua y habla, significado y significante, el sintagma también se relaciona con las imágenes, los gestos y las expresiones corporales y se dice que, “para que se obtenga un sentido de estas formas, debe de haber un orden en los hechos, sino quedaría confusa la idea que se quiere transmitir a través de esas formas del lenguaje. En términos más específicos, el sintagma es la variación del orden que se puede tener dentro de las imágenes y los discursos, siempre y cuando no se pierda el sentido.

El sistema lleva la misma estructura del sintagma, en términos lingüísticos “se refiere a las palabras que tienen una congruencia con los diferentes elementos que contiene el discurso” (Barthes, 1990:64). Por ejemplo, si se dice: “la casa tiene mucho polvo”, se deben de encontrar los diferentes términos que están relacionados con **la, casa, tiene, mucho, polvo**, pero sin perder el sentido, estas congruencias no están presentes en el enunciado o la imagen. Mientras que desde la semiótica “el sistema son las cosas que no aparecen dentro de una imagen audiovisual o discurso, pero se pueden relacionar” (Barthes, 1990:65). Por lo que, si en una fotografía se enumeran las cosas que la componen se puede buscar otro elemento que sirva para lo mismo y se pueda sustituir ese objeto, claro sin perder el sentido que tiene la fotografía.

Dentro de los conceptos semióticos de Roland Barthes hay dos que son similares al significado y significante, y reciben el nombre de connotación y denotación. La denotación según Roland Barthes consiste en la construcción del mensaje, lo que quiere decir el emisor al formar un discurso y la connotación es la interpretación de ese discurso que construyó el emisor y está referido al receptor.

“La connotación cubre determinados conceptos tales como los que se han mencionado anteriormente el significado, significante y signo, por lo tanto dentro de la connotación se desarrolla una serie de signos erráticos que agotan las diferentes dimensiones de la denotación dado que se puede encontrar los diferentes significaciones que se dan dentro del discurso semiótico. Connotación, por ser un sistema, abarca significantes, significados y el proceso que une unos con otros (significación), por lo que sería necesario emprender antes que nada el inventario de estos tres elementos en cada sistema. Los significantes de connotación, que llamaremos *connotadores*, están constituidos por *signos* (significantes y significados reunidos) del sistema denotado; naturalmente, varios signos denotados pueden reunirse para formar un solo connotador, si está provisto de un solo significado de connotación: dicho de otra manera, las unidades del sistema connotado no tienen forzosamente la misma dimensión que las del sistema denotado: largos fragmentos de discurso denotado pueden constituir una sola unidad del sistema connotado (es el caso, por ejemplo, del *tono* de un texto, formado por palabras múltiples, pero que remite sin embargo a un solo significado) (Barthes, 1989: 76).

Luego de proponer las aportaciones semiológicas, Roland Barthes consideró otro planteamiento que forma parte del segundo momento de “*La aventura semiológica*” y es *La retórica de la imagen*. La retórica de la que parte Roland Barthes dirige su análisis al estudio del metalenguaje<sup>19</sup>, pero en el sentido clásico se considera como un arte en el que se emplea el convencimiento o la persuasión al lector o receptor del

---

<sup>19</sup>El metalenguaje son los significados del segundo sistema los que están constituidos por los signos del primero. Hjelmslev precisó la noción de metalenguaje de la manera siguiente: dado que una operación es una descripción fundada sobre el principio empírico, es decir, no contradictoria (coherente), exhaustiva y simple, la semiótica científica o metalenguaje es una operación (Barthes, 1990; 104).

mensaje que se transmite a través de los diferentes medios de comunicación. “La retórica está penetrada por la ambigüedad de la palabra: es a la vez un manual de recetas animadas por una finalidad práctica y un código, un cuerpo de prescripciones morales, cuyo papel consiste en supervisar (es decir en permitir y en limitar, las desviaciones del lenguaje pasional”. (Barthes, 1990: 87).

De acuerdo a la cita anterior, la retórica de la imagen es la significación de cada elemento que integra la imagen, por lo que, a esos elementos se consideran significantes que están aislados del lenguaje; la retórica de la imagen son significaciones que se han dado a partir del tiempo, es decir, son las convenciones culturales que se han manifestado.

La variación de las significaciones que se pueden encontrar dentro de una imagen es diferente, pero existe una denotación que permite la estandarización del lenguaje en un mismo léxico y la connotación se va a dar dependiendo el nivel cultural y contexto que tenga el individuo.

“La variabilidad de las lecturas no puede entonces amenazar la de la imagen, si se admite que esta lengua está compuesta de idiolectos, léxicos o sub-códigos: así como el hombre se articula hasta el fondo de sí mismo en lenguajes distintos, del sentido atraviesa por entero la imagen. La lengua de la imagen no es sólo el conjunto de palabras emitidas (por ejemplo a nivel del que combina los signos o crea el mensaje), sino que es también el conjunto de palabras recibidas: la lengua debe incluir las “sorpresas” del sentido” (Barthes, 2005: 7).

En la connotación de la imagen se encuentran conflictos en cuestión del sentido que le da cada persona, ya que, las significaciones que está denotando el emisor a través de la imagen y los discursos empleados, puede variar en el momento de la interpretación del receptor además de que muchas veces se emplean dobles discursos en la creación.

La retórica es un término que se ha usado por miles de años y se ha puesto en práctica por los países occidentales que según Roland Barthes, ésta tiene una antigüedad de dos mil quinientos años y la propone como tabúes que permiten ver de forma científica a la historia de un pueblo, nación o continente (Barthes, 2005: 6).

Dentro de esta propuesta semiótica Roland Barthes utiliza una metodología estructural para hacer el análisis de la imagen. En esta propuesta se dice que interfieren elementos

como el discurso lingüístico y de la imagen, a partir de ello es que se plantean las tres fases de análisis.

En primera instancia, está el contenido lingüístico, pues se establece que las imágenes están cargadas de elementos que sirven de referencia y le dan un sentido, esos elementos son los enunciados verbales, sonidos y canciones. Para hacer el análisis se aplican conceptos como lengua, habla, sistema y sintagma.

La segunda fase es la imagen denotada, definición que ya se ha dado en párrafos anteriores. La denotación encuentra el significado literal de las acciones que se están realizando, utilizando los conceptos de significado, significante, sistema, sintagma, lengua y habla.

La tercera fase de análisis es la connotación cuyo significado se adquiere tomando en cuenta las significaciones construidas a partir de los signos sociales. En esta fase se utilizan los conceptos de significado y significante, se toma como significante al significado obtenido de la denotación. También se aplican los conceptos de sistema y sintagma, lengua y habla.

### **c) Tercer momento (El texto como práctica significativa)**

En esta parte Roland Barthes comienza a desarrollar el análisis de textos, pero este primer momento se remite al placer del lenguaje y está relacionado con la segunda fase de este tercer momento, que refiere al análisis estructural del relato.

Dentro de los relatos existe una innumerable cantidad de géneros que desarrollan los diferentes escritores de la literatura, a partir de la propuesta de Roland Barthes, el relato rompe con ese esquema lingüístico que tenía en sus inicios para formar parte de la semiótica y por ende abarca las imágenes fijas o movibles, las señas, gestos y discursos orales y escritos; y se presentan en los diferentes géneros de la comunicación entre ellos la literatura tales como fábula, mito, cuento, novela, tiras cómicas, cine, televisión, conversaciones entre otras.

“Muchos comentaristas, que admiten la idea de una estructura narrativa, no pueden empero resignarse a derivar el análisis literario del modelo de las ciencias experimentales: exigen

intrépidamente que se aplique a la narración un método puramente inductivo y que se comience por estudiar todos los relatos de un género, de una época, de una sociedad, para pasar luego al esbozo de un modelo general (Niccoline, 1977: 4).

La lengua del relato va más allá de la frase y se define como la sucesión de las frases dentro del enunciado, si recordamos el sintagma, se puede decir que tienen una similitud dado que, los dos son una cadena de palabras que conforman un sentido dentro del discurso. “A partir de lo anterior se dice que, a través del discurso y su sentido, surge una segunda fase de la lingüística común que va más allá de las reglas del discurso y esa fase es la retórica” (Niccoline, 1977; 7).

Esta última parte no es indispensable para el análisis pero se plantea para contextualizar a grandes rasgos. En este capítulo se encontró que Roland Barthes utiliza la metodología de la semiótica estructural reconociendo las diferentes formas del lenguaje que se pueden utilizar en algún objeto publicitario.

Tomando en cuenta la aplicación del estructuralismo que dice “el estructuralismo cuestiona a través del pasado”, se dice que en el análisis semiótico de los spots “El llamado del fútbol” se va a tomar en cuenta el pasado histórico de este país para obtener las significaciones que contienen; trabajo que se hace en el siguiente capítulo.

## **Capítulo 4. Análisis semiótico de “El llamado del fútbol” desde la metodología estructural**

### **4.1. Diseño metodológico**

Toda investigación necesita de una metodología para lograr los objetivos planteados. Existen dos metodologías la cualitativa y cuantitativa, la que importa en este caso es la metodología cualitativa, la cual se basa en entrevistas, observaciones, etnografía observación participante, etc.

La metodología cualitativa no utiliza variables y a sus informantes los considera como un todo y hace su estudio a partir del pasado de las personas así como lo hace el estructuralismo; la metodología cualitativa experimenta realidades tal y como otras personas la viven. “Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas. Este investigador busca “la verdad” o “la moralidad” sino una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas a todos se les ve como iguales”. (Taylor, 1984:21).

La metodología empleada en este trabajo es de corte cualitativo, con la cual se realiza el análisis de los spots, la metodología estructural es parte de la metodología cualitativa cuya función es unir los elementos que integran el objeto a analizar partiendo de una teoría, la cual es la semiótica de Roland Barthes que se constituye en tres fases, la primera que consiste en el análisis lingüístico; la segunda fase lleva por nombre denotación y la tercera fase es la connotación. Estas tres fases se aplican a los spots de “El llamado del fútbol”.

La técnica cualitativa es el análisis semiótico, para explicar el fenómeno se hace la aplicación de la primera fase que es el análisis lingüístico que consiste en obtener la significación de los mensajes verbales y los diferentes sonidos.

La segunda fase del análisis es la denotación que explicita la relación entre los significados literales de los mensajes de las imágenes y de los discursos lingüísticos contenidos en los spots, sin tomar en cuenta las diferentes significaciones que socialmente se le han atribuido a esta relación entre la imagen literal y el discurso que la nombre.

La tercera fase de este análisis es la connotación, que consiste en la obtención de los significados de los mensajes tomando en cuenta los signos socioculturales que contiene el spot, es decir, los mensajes implícitos contenido en éste.

El análisis semiótico de los spots se da a partir de la relación que se establece entre la metodología cualitativa y la técnica de análisis semiótico. A las tres fases del análisis lingüístico, la denotación y connotación se les aplican ocho conceptos planteados por Roland Barthes los cuales son: lengua, habla, significado, significante, sistema, sintagma, denotación y connotación. Estos conceptos se usan en cada una de las tres fases; cada concepto se aplicara de acuerdo a la necesidad del objeto de estudio, no es necesario que se apliquen los ocho a una misma fase.

Las tres fases del análisis semiótico se aplicaran a cada uno de los tres spots de “El llamado del fútbol”. Hay que precisar que de forma individual los spots no tienen un nombre específico, se les denomina la leyenda que aparece al final de cada spot como forma de identificación. Los discursos emitidos al final de los spots son los siguientes, el primero se enuncia con: **“Vamos rumbo a Sudáfrica 2010, el llamado del fútbol, Televisa Deportes”**; en seguida situamos a: **“Estamos en el camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, el llamado del fútbol”**, y el último es: **“Estamos en el camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, el llamado del fútbol”**.

Para el análisis semiótico de los spots, es necesario determinar las unidades de análisis de cada uno de ellos, fragmentando cada spot en tres segmentos, en cada uno de éstos se aplicaran algunos de los ocho conceptos semióticos y serán parte de las tres fases metodológicas. El primer spot se divide en tres segmentos o partes, las acciones que se realizan antes del canto o grito que representa el llamado; durante el llamado y después del llamado. En el spot 1 el primer segmento es cuando hace una serie de imágenes en las que se muestran a los cuatro protagonistas Javier Alarcón, Ricardo Peláez, Enrique Bermúdez y Antonio de Valdez (comentaristas de Televisa Deportes) e inician un juego de sonidos que conjugan la canción el león duerme esta noche.

El segundo segmento el grito o cántico de Antonio de Valdez el cual representa el llamado<sup>20</sup>. El tercer segmento es la fiesta que se hace en las oficinas después de haberse hecho el llamado, ahí es donde comienzan a salir los sudafricanos y animales de la jungla africana.

El segundo spot de igual forma se divide en tres partes, la primera es la narración en la que se da cuenta de la forma de vida de los mamíferos y se presentan imágenes de algunos animales. La segunda parte es cuando finaliza la narración y se da pie al equipo de Televisa Deportes y entablan una conversación. En la tercera parte aparece Antonio de Valdés en medio de una tribu africana haciendo el llamado, alzando las manos y cantando.

En el tercer spot no hay canto que representa el llamado, sin embargo hay una trama principal, la escena en la que un cocodrilo se come a un integrante del equipo de Televisa Deportes. Para realizar el análisis de este spot hay dos momentos que se toman para aplicarlos conceptos, el primero es cuando cómicos y comentaristas van caminando por diversas partes de la sabana encontrándose con algunos animales. El segundo momento es cuando se produce la escena que ya se mencionó y el equipo cruza el pantano.

Cada una de estas partes en las que se dividieron los tres spot es la unidad de análisis según la fase de la metodología de Roland Barthes que corresponda. En el análisis lingüístico del spot 1, hubo tres unidades de análisis, los sonidos que llevaban un ritmo, el canto y la canción que ambientaba la fiesta. En cada unidad de análisis se aplica un par de conceptos según sea el caso.

En la denotación y connotación se unen los elementos lingüísticos y de la imagen para aplicar otros conceptos como significado, significante, sistema, sintagma, denotación y connotación. Esta secuencia se utiliza en los tres spots a partir de las clasificaciones que ya se dijeron.

---

<sup>20</sup> Para mayor detalle ver transcripción en anexos.

## 4.2. Análisis del primer spot “vamos rumbo a Sudáfrica 2010, el llamado del fútbol, Televisa Deportes”

### 4.2.1. Análisis lingüístico

En esta fase, el análisis se centra en los elementos lingüísticos del spot, es decir: los sonidos, tarareos y discursos verbales que emiten los personajes en las diferentes escenas.

Los elementos lingüísticos que se encuentran y componen este primer spot, son a partir de que se escucha el ritmo de una parte de la canción “el león duerme esta noche” construido a partir de la combinación de sonidos provocados con objetos cotidianos de oficina y tarareos realizados por los personajes que aparecen en el video. El segundo elemento lingüístico del spot es el grito que emite Antonio de Valdez (cronista deportivo de Televisa Deportes) que alude a la canción citada, cuya letra dice: “*wee-oooh wim-o-weh. wee-oooh wim-o-weh*”, conjunto de sonidos que forman parte de “el llamado”.

El tercer elemento lingüístico es el tercer segmento, en donde se toma como tema musical la canción “el león duerme esta noche” con una combinación de sonidos de animales que aparecen a lo largo de la escena<sup>21</sup>. En la última parte del spot aparece una narración discursiva que hace referencia a la idea central del spot, y que nombra la leyenda: “vamos rumbo a Sudáfrica 2010, el llamado del fútbol, Televisa Deportes”.

Una vez identificados los elementos que componen la fase del análisis lingüístico, éstos se analizaran a partir de los conceptos semióticos propuestos por Roland Barthes. Estos conceptos son la lengua y habla; “la lengua se constituye como una parte del lenguaje usado dentro de la sociedad, adoptada por una comunidad lingüística, mientras que el habla es el acto singular por el que el emisor cifra un mensaje, extrayendo del código los signos y las reglas que necesita en ese momento”. (Jiménez, 2007:348)

---

<sup>21</sup> Escuchar la canción “el león duerme esta noche” en CD en anexos.

Ahora bien, en el primer segmento, la lengua está conformada por los sonidos y el tarareo que inicia Antonio de Valdez, estos sonidos constituyen el lenguaje, que se logra a través de sonidos provocados con diferentes objetos, como el tacón del zapato de Antonio de Valdez, que golpea el piso, simulando el ritmo de una nota musical; en tanto que Enrique Bermúdez provoca sonidos a través del *golpeteo* que hace con la cuchara sobre la tasa de café; enseguida se observa a Ricardo Peláez *tecleando* en la computadora; En tanto que Alberto Latí sigue el tarareo y mueve la mano derecha de un lado a otro, posteriormente Mara Escalante contribuye al sonido al engrapar unas hojas, finalmente Javier Alarcón golpea sobre su escritorio con una pluma.

Todos estos elementos configuran la lengua, ya que, es un lenguaje creado a partir de una combinación de sonidos logrados con diferentes objetos, partes del cuerpo y tarareo.

En la música se crean ritmos con instrumentos musicales que se han institucionalizado a través de la creación de reglas para su utilización, para crear un ritmo se deben de seguir ciertas notas, ritmos y compases; sin embargo, en el spot, los instrumentos son objetos cotidianos que no necesitan seguir la formalidad de la ejecución de la partitura musical para formar sonidos emitidos; sin embargo, es necesario el entendimiento y coordinación para articular el ritmo de los sonidos y los tarareos.

En ese sentido, el tarareo y el ritmo de la canción son lenguajes contruidos por los personajes a través de un mecanismo que permite al receptor imaginar una realidad a partir de una representación sonora, y es en esta parte donde interviene el habla, pues es la forma en que el receptor reconoce y da sentido a cada elemento de la imagen sonora, sin intervenir en su creación, sólo lo reproduce a partir de lo que ya está dado, “la lengua se trata, en síntesis de lenguajes fabricados; el usuario se atiene a estos lenguajes, extrae los mensajes (las hablas), pero no participa en su elaboración”. (Barthes, 1990: 46).

Se entiende entonces que el habla es la socialización del lenguaje; por lo tanto, en la aplicación de este primer elemento lingüístico, se puede señalar que el habla es el sentido que se alcanza en el ritmo de los sonidos generados y el tarareo de la canción ya mencionada, pues los personajes que contribuyen a su creación conocen la canción “el león duerme esta noche”, por lo tanto tienen el mismo referente para crear ese ritmo.

Para comprender el sentido del spot en esta parte, el receptor debe de tener referencia de la canción de lo contrario sólo lo entendería como simples sonidos, y el sentido implícito se perdería.

El elemento del segmento número dos de la fase lingüística, de igual forma se analiza a partir de la lengua y el habla, pero antes de continuar, es preciso dar una pequeña descripción de esa parte del spot. Los personajes están entonando la canción del león duerme esta noche” a través de la creación de sonidos y el tarareo, cuando de pronto se escucha un grito: “Wee-oooh wim-o-Weh. Wee-oooh wim-o-Weh. Wim-o-Weh o-wim-o-o-Weh wim Weh-o-o-wim-o-Weh”, el cual forma parte de la misma canción.

Aplicando los conceptos semiológicos señalados, lengua y habla a esta parte del spot, podemos decir que el *canto o grito de* Antonio de Valdez representa a la lengua, pues se hace un comunicado a través de un lenguaje sonoro que lleva la intención de darle sentido al llamado a partir de un grito. Por lo que el habla es ese sentido que tiene el grito, el cual es llamar a la audiencia *futbolera*, a que consuman dicho espectáculo deportivo a través del equipo de Televisa Deportes.

Después del grito, se escuchan murmullos de asombro, lo que representa un *error de comunicación* aunque sea una acción intencionada, pues en las acciones que se desarrollan posteriormente los personajes demuestran una buena comprensión de lo que estaba sucediendo a través del baile; después del grito de Antonio de Valdez, Enrique Bermúdez lo hace evidente con el grito de: “hop, hop, hop”, una vez identificado este sonido hay un reconocimiento y representación de “el llamado”.

La representación de “El llamado del fútbol” implica una coordinación en las acciones de los personajes al desarrollar el ritmo a partir de diferentes sonidos, que unidos forman la canción, como dice Ribbens: “Pensar mediante sonidos en este caso, la gente tiende a respirar con igualdad en toda el área del pecho. Se reconoce por pequeños movimientos rítmicos del cuerpo y la tonalidad de la voz es clara, expresiva y resonante. La cabeza está bien equilibrada sobre los hombros o se sostiene ligeramente en ángulo, como si se estuviera escuchando a alguien” (Ribbens, 2002: 21).

Después del canto de Antonio de Valdez, se llega a la fiesta de “el llamado”, ambientada con la canción “el león duerme esta noche”, esta canción es el tercer elemento del análisis del nivel lingüístico.

A continuación se hace una descripción general de la escena del spot para realizar el análisis del primer elemento del segundo segmento del nivel lingüístico. En las escenas del spot se puede observar a los personajes del video que comprenden el sentido del canto de Antonio de Valdez, una vez identificado dicho canto comienza la fiesta por las instalaciones, inicia el baile al ritmo de la canción “el león duerme esta noche”, cuya letra dice así “O-wim-o-o-Weh wim-o-o-wim Weh-Weh. Wim-o-Weh o-wim-o-o-Weh wim Weh-o-o-wim-o-Weh O-wim-o-o-Weh wim-o-o-wim Weh-Weh”.

Conforme se va desarrollando la fiesta y la canción comienzan a aparecer diferentes sonidos como el rugido del león, el barrito (sonido que emite el elefante) del elefante, el graznido del avestruz, al final de este desfile de imágenes sonoras se escucha el grito de Facundo (cómico) acompañado del sonido provocado por los bongos, el grito que da el cómico es parte de la misma canción que se usa para ambientar.

Todos estos elementos acústicos y lingüísticos son parte de la lengua, esta configuración de la lengua se articula a partir de una serie de componentes que comunican un ambiente de festejo y convivencia a través de los elementos contextuales de la región.

Tomando en cuenta que la lengua es el lenguaje usado en el mensaje, en el tercer elemento de la fase lingüística, la lengua representa a cada elemento que conforma el discurso sonoro que tiene la función de contextualizar y ambientar las acciones que están pasando en la escena del video, para reconocer el sentido del discurso sonoro se aplica el otro concepto que se ha venido utilizando, el habla. Por una parte, se puede señalar que la canción lleva un significado verbal el cual dice: “en la aldea, en la pacífica aldea, el león duerme esta noche”, esta parte de la canción del reconocimiento del contexto sudafricano, representa al habla, fuera de los espacios territoriales de la cultura local, los integrantes de la sociedad podrían reconocer a la canción como el tema musical del spot.

Siguiendo con el análisis del habla, se puede señalar que en un contexto regional y local como la cultura mexicana, la interpretación de la canción puede ser distinta a la que tiene en el idioma zulú<sup>22</sup>, pues es probable que la población mexicana desconozca los orígenes de este tema musical; por lo tanto, al observar el spot, la canción es interpretada como una serie de sonidos tomados para ambientar acústicamente las acciones acompañado de los sonidos de los animales y de los sonidos que provocan los personajes en el tarareo. En el contenido de algunos programas de televisión, novelas o series se usan temas musicales los cuales dan identidad al producto comunicativo, es por ello que la canción usada en el spot lo caracteriza acústicamente, al mismo tiempo es usada para el baile que se desarrolla en el espacio físico de las instalaciones de Televisa Deportes.

La aparición de los elementos lingüísticos interpretados en esta fase de análisis concluye a partir del discurso emitido por una voz en of del narrador, el cual hace referencia al primer spot de “El llamado del fútbol”. El discurso anterior permite la comprensión de este discurso a través de la lengua y habla, tal como se ha venido exponiendo del texto.

Se puede señalar que la lengua representa el lenguaje verbal del discurso, en donde a través de la escritura se utilizan reglas gramaticales que ayudan a darle un sentido y un entendimiento a la unión de las ideas. En este sentido el habla es el entendimiento de esas ideas construidas por las palabras que hacen referencia al Mundial de Fútbol.

El enunciado “vamos rumbo a Sudáfrica 2010”, está relacionado con la sede mundialista de Sudáfrica, la palabra “vamos” está referida al sujeto el cual es Televisa Deportes. La oración “El llamado del fútbol” remite a un código de socialización de programas televisivos, que de manera análoga se ha comparado con el grito de una serie de televisión llamada “Tarzán”, en esta serie hay una construcción lingüística que es “el llamado de la selva” y que se representa a través de “un grito”, el cual es “el llamado de ayuda” que pedía el personaje a sus amigos los animales de la selva. quienes acudían a defenderlo.

---

<sup>22</sup> El idioma zulú es la lengua de la cultura Zulú, esta cultura descendía de los primeros bantúes que habían emigrado desde el sur del Congo cruzando el valle del Zambeze y estableciéndose en el siglo xv al sur del río Limpopo. Desde ahí se fueron desplazando periódicamente, hasta que a finales del siglo XVIII, estaban situados en el centro de los ríos Blanco y Negro Umfolozi (Roca, 2001: 105).

#### 4.2.2. Análisis de la denotación

En la fase anterior, el análisis se abordó desde los conceptos semióticos de lengua y habla para conocer la construcción de sentidos que tienen los sonidos, tarareos y los discursos verbales implicados en la construcción del spot. Ahora, el análisis se centra en establecer la relación entre los resultados del análisis lingüístico con las imágenes que describen las acciones realizadas por los personajes en el spot para obtener su significado literal, este nivel de análisis recibe el nombre de denotación, y los conceptos a aplicar son significado y significante.

Roland Barthes aplica un concepto semiótico que hace posible la unión de imágenes y discursos lingüísticos, que denomina como relevo. Una vez que se aplica el relevo, interviene la denotación que se define como:

“Un mito científico: el de un estado verdadero del lenguaje como si toda frase llevara un timón (origen y verdad). Denotación/connotación: este doble concepto tiene valor entonces en el campo de la verdad. Cada vez que necesito probar un mensaje (desmitificarlo), lo someto a alguna instancia externa lo reduzco a una suerte de pellejo desgraciado que sustituye su estrato verdadero. Cada vez que creo en la verdad, creo en la denotación” (Barthes, 1979: 92).

El concepto verdad resulta ambiguo debido a que puede interpretarse de diferentes maneras, la verdad aplicada a la denotación así como la plantea Roland Barthes está relacionada con los elementos verdaderos que tiene el spot, es decir lo que están diciendo literalmente las imágenes y discursos del spot.

Como ya se dijo, el significado y significante son los dos conceptos con los que se analizaran los elementos de este primer spot. El significado es la interpretación de los elementos de análisis, el significante es la serie de elementos que se interpretan o es la materia de análisis. Para ejemplificar mejor esta parte, se plantea el caso siguiente: el término vaca es el significante, su definición es el significado y por lo tanto, la serie de elementos que integran el spot es el significante y el significado corresponde la definición de esos elementos a partir de las acciones que se desarrollan. Para Roland Barthes “el significante se define como el producto en materia y el significado que es el contenido de la materia” (Barthes, 1990: 45).

Los significantes del primer segmento remiten a las acciones en las que se hacen presentes los personajes de Televisa Deportes, uno de los significantes es el orden en los que aparecen los personajes, en este caso los protagonistas. En comedias, series de televisión, películas, entre otras, la presentación de los protagonistas se hace en las primeras escenas, por lo tanto, el significado de ese orden de aparición remite a la importancia de los personajes, pues en esas primeras acciones aparecen los principales comentaristas de Televisa Deportes, como Javier Alarcón, Ricardo Peláez, Enrique Bermúdez y Antonio de Valdez, personas que son primordiales para la conducción de los programas de Televisa Deportes durante el Mundial de Fútbol.

El segundo significante está relacionado con el contexto, pues en las escenas se plasman imágenes que figuran los cubículos de oficina y para ambientarlo visualmente presentan artículos de papelería, escritorios, computadoras, hornos de microondas, café entre otros elementos más; el significado de esos artículos mencionados consiste en la representación de unas oficinas que contextualizan y caracterizan el lugar, además de que demuestran que los personajes no están concentrados en sus labores que supuestamente estarían realizando, algunos están en un pequeño receso y otros aparentan estar trabajando, pero sus movimientos corporales demuestran que su mente está pensando en otra cosa que no es su trabajo.

Continuando con el análisis, el desarrollo de las acciones del spot presentan un segundo segmento crucial y el más importante, dado que es en donde se hace la idea central del spot, "El llamado del fútbol". En esta parte hay tres significantes, el primero es cuando se inicia el tarareo iniciado por Antonio de Valdés, el segundo es el grito que éste emite representando el llamado del fútbol y el tercero es cuando los personajes no entienden el significado del grito.

Ante la acción del tarareo es importante dar una descripción de lo que sucede antes de iniciarse el tarareo, Antonio de Valdez, ubicado en el baño, inicia una serie de sonidos acústicos a través del cuerpo, pues golpea su zapato sobre el piso, por lo tanto el significante es la combinación de tonos y sonidos que este personaje inicia y le siguen sus compañeros, los demás comentaristas y cómicos. El significante visual es lo que estos personajes están haciendo durante el llamado, es decir, los gestos, movimientos corporales y actividades que realizan durante el ejercicio.

Una vez planteados los significantes, es necesario analizarlos para obtener la interpretación denotativa. Por lo tanto su significado es en dos partes, la primera parte es desde los elementos lingüísticos que como ya se ha dicho en la fase anterior, esos sonidos producidos por los personajes del spot y personal de Televisa Deportes remite al inicio de la canción “el león duerme esta noche”.

El significado de las imágenes que se presentan durante el tarareo refiere a lo que están imaginando los comentaristas de Televisa Deportes, pues durante la construcción de sonidos hay una desconcentración en las actividades de Javier Alarcón, Ricardo Peláez y Enrique Bermúdez; mientras que Alberto Lati y Monserrat Oliver aparecen con un rostro que comunica una concentración en algo; por lo tanto hay una conexión en sus pensamientos que los lleva a compartir el ritmo que entablan, lo que se podría decir que estos personajes tienen en mente el Mundial de Fútbol y el referente que toman es la canción del “león duerme esta noche”.

Hay que destacar que cada personaje emite el sonido y el tarareo con diferente estilo, Enrique Bermúdez los hace a partir de la acción que está realizando, la cual es tomar café, Ricardo Peláez sigue trabajando en la computadora pero su rostro muestra la tonalidad y la felicidad de lo que representa ese pensamiento que lo lleva al Mundial Sudáfrica 2010, de los demás personajes sólo aparecen sus manos emitiendo el mismo tono.

La denotación de esta parte del spot es que la canción “el león duerme esta noche” para los protagonistas del spot es un referente de Sudáfrica, por lo tanto al estar en su imaginario esa canción, idealizan al Mundial de Fútbol. Además este tarareo y combinación de sonidos es el inicio del llamado, lo que lleva a decir que después del pensamiento del Mundial, Antonio de Valdez hace el grito para decir esto es el Mundial y alístense porque llega la fiesta.

El canto del llamado es el segundo significante, Antonio de Valdez hace el grito retomando otra parte de la canción ya antes mencionada, por lo tanto, el significado remite a que nuevamente se retoma la canción como contexto para referirse al Mundial y ese grito es la llamada de atención hacia sus compañeros, para informar que el Mundial de Fútbol está iniciando y es parte de la fiesta del Mundial.

Después de que Antonio de Valdez hace el canto que representa el llamado, Antonio de Valdez hace una seña a Enrique Bermúdez y éste responde con un movimiento de manos y hace un sonido con la garganta, esto es el significante; el significado está relacionado con el entendimiento que tienen los otros personajes de lo que Antonio de Valdez hizo, pues después de que los protagonistas están pensando en el Mundial, los demás están con sus actividades laborales y al realizarse el grito todo el personal que está presente se desentiende del acto y se sorprende.

Estas acciones también forman parte de los conceptos de lengua y habla, el grito está referido a la lengua pues es una forma de comunicarse a través de sonidos y codifica un mensaje; el habla es el entendimiento de ello, pues en los personajes no existe el mismo código o referencia de lo que se está presentando.

“El lenguaje corporal es un paralenguaje, y acompaña a toda expresión verbal. Puede acentuar la información, modificarla, o incluso, a veces, anular su significado convirtiéndose en una metacomunicación. El lenguaje del cuerpo puede ser independiente del lenguaje de las palabras cuando actúa conscientemente con gestos mimicos en la vida cotidiana o en el ámbito artístico; también puede hacer las veces de acción intencionada o movimiento que hace abstracción del gesto mimico” (Rebel, 2000: 31).

Esto que se ha dicho es lo referido a la segunda parte del spot, después llega el tercer segmento que consta de la fiesta que hacen los personajes acompañados de las personas que representan la cultura sudafricana así como los animales que intervienen.

El significante es la fiesta que se inicia después del llamado, desde los elementos lingüísticos se ha definido el elemento sonoro que se utiliza para la fiesta, la cual es la misma parte de la canción que se usa en el tarareo, aunque esta vez no es construido a través de los sonidos emitidos por los personajes, sino que por la canción.

Las imágenes acústicas se ilustran con el baile que hacen en las oficinas de Televisa Deportes entre los comentaristas, cómicos, personas africanas y animales, estos actos son el significante de esta parte del spot. El significado de esta serie de elementos mencionados tiene que ver con la representación de la cultura sudafricana y del mundo salvaje, representados a través de la fiesta de “el llamado” en donde se da a conocer lo que sería el mundial en Sudáfrica, la fiesta se da a través de una interculturalidad, es decir, de una convivencia entre culturas, ambos se apropian del momento y hay una convivencia sin perder su identidad, por lo tanto al estar en conjunto, el equipo de

Televisa Deportes con los representantes de Sudáfrica se hace una simulación a través de un imaginario del momento en que se está llevando a cabo el Mundial de Fútbol, en las fiestas y celebraciones aparecen animales salvajes y sus habitantes de la cede saldrán como caníbales usando sus lanzas y escudos ,además de portar poca ropa.

Cónsiste en reconocer la objetivación de las personas, que son participes en el spot, esta ronda da cuenta de cómo se anula el lado humano de los personajes y sirven como objetos referentes de un lugar. A partir de dicha ronda y aplicando el significado, las personas objetivadas son los representantes de la cultura sudafricana, personas de raza negra vestidas con taparrabos sujetando un escudo y una lanza.

En las acciones del spot se puede observar que hay una objetivación de los personajes que representan a la cultura sudafricana, dado que, en sus imágenes Televisa Deportes muestra a su personal como lo más importante y los antagonistas son los sudafricanos que sólo contextualizan y representan a dicho país al igual que los animales, pues en las diferentes escenas las personas enfocadas son cada uno de los comediantes y uno de los reporteros que asistirá al mundial; las personas sudafricanas van detrás de ellos pasando a segundo plano, ejerciendo una función secundaria.

#### **4.2.3. Análisis de la connotación**

Este spot presenta en su contenido signos que no sólo hacen referencia a lo que ya se ha dicho en el análisis de los elementos lingüísticos y denotativos, también hay representaciones que aluden a actos que se han establecido cultural y socialmente, para obtenerlos es necesario aplicar la siguiente fase de análisis llamada connotación, la cual estudia los diferentes signos que contienen los elementos que integran el spot, lo que se podría llamar “el doble significado”, tomando como significante al resultado denotativo, es decir el significado de los elementos en su estado puro. “La connotación es un segundo orden de significación. Ésta emplea al primer signo (es decir, el significante y el significado) como a su propio significante le añade a éste un significado adicional. En esta estructura, la connotación es un signo que se deriva del significante de un signo denotativo”. (Chandler, 1999: 76).

Los conceptos semióticos que se aplican para obtener la connotación son: el significado y significante, esta vez el significante va a ser el significado denotativo obtenido en la fase de análisis anterior y el significado va a ser la segunda intensión del spot o el segundo significado, la connotación.

En el análisis denotativo el spot se dividió en tres segmentos, la presentación de los personajes, la parte del llamado y la fiesta con los sudafricanos, los significados obtenidos de estas tres partes se toman como significantes en el análisis connotativo y así se obtiene el significado tomando en cuenta los signos sociales o el doble significado que contienen los discursos del spot.

Los elementos del primer segmento son las principales comentaristas de Televisa Deportes, el resultado del análisis denotativo y significante es que en los primeros minutos de las películas, telenovelas y series de televisión, se muestran escenas en las que se da el contexto del lugar en donde se desarrollará la historia y además de que se presentan a los protagonistas, es por ello que la interpretación denotativa fue que esas primeras escenas, muestran un contexto de oficina en el que sólo aparecen los conductores de la programación de Televisa Deportes, principales protagonistas en el spot, los cuales adoptaron el rol de especialistas en el Mundial de Fútbol.

La connotación de los significados denotativos de este primer segmento muestran un imaginario de las actividades que se hacen durante los pequeños recesos que se tienen en un ambiente laboral, por lo tanto ha surgido el estereotipo de que en un trabajo de oficina es necesario tener un cubículo que contenga algunos artículos que sirvan para preparar comida rápida, es el caso de la escena en la que parece Enrique Bermúdez en donde se está preparando un café, bebida que se caracteriza por quitar el sueño y ser vicio de los trabajadores con presiones laborales.

Continuando con la connotación, la denotación que se desarrolla en la presentación de los personajes, en el momento que Javier Alarcón está leyendo el periódico y se demuestra un acto ajeno a lo que es su trabajo. El único personaje que según las imágenes está trabajando es Ricardo Peláez, de acuerdo a las escenas del spot Ricardo tiene menor categoría que Javier Alarcón, Enrique Bermúdez y Antonio de Valdez, pues estos tres se encuentran en otras actividades fuera del trabajo o dicho de otra forma

descansando. Esta idea sobre Ricardo Peláez se refuerza con lo que están haciendo los demás personajes, ya que, cuando aparecen en la secuencia de escenas, cada uno de ellos está realizando sus labores representadas en el spot, con excepción de Monserrat Oliver y Alberto Lati personas que se encuentran distraídas en la conjugación de sonidos que forman parte del llamado.

Ante dichas acciones, el significado de la connotación es el rol que tiene cada uno de los personajes a partir de las acciones que se muestran en el spot, cada personaje que se manifiesta tiene una función dentro del spot, representando a secretarias, archivistas, jefes, etcétera; en las empresas televisivas hay muchas funciones tales como productor ejecutivo, director, productor, conductores, narradores deportivos, guionista, investigador, archivo, mercadotecnia, publicidad, entre otras más.

“Dependiendo del tamaño de la empresa, estas funciones se reparten por departamentos más o menos especializados. Así, en las empresas artesanales todas las funciones anteriores estarían desarrolladas por esa misma persona y, en el caso, el de una gran multinacional, cada una de estas funciones o actividades podría dar lugar a un departamento o sección. Por ejemplo: investigación y desarrollo, ensayos, control de calidad, ingeniería mecánica, eléctrica, estudios de mercados, etc.” (Brusola, 1999: 7).

Los cómicos tienen diferentes actividades en las transmisiones del Mundial a diferencia de los comentaristas que aparecen al principio del spot, pues en la programación que se les asigna tienen la función de entretener al espectador a través de bufonías, lejos de informar de manera más precisa los principales acontecimientos del Mundial.

En esta parte del spot se puede visualizar que a lo largo del tiempo el estereotipo que muestra la televisión va cambiando según el avance de la modernidad, en los ochentas y noventas, en los programas televisivos las representaciones de oficinas se hacían más sencillas en donde no existían cubículos para cada trabajador, sólo habían escritorios en un sólo espacio, las herramientas para editar texto eran máquinas de escribir y sólo era el material básico. Conforme va avanzando la tecnología se fueron incorporando nuevas cosas como son las computadoras y la tecnología que se va usando en las producciones televisivas.

Pasando a las escenas que comprenden al segundo segmento de este primer spot, se hace una pequeña descripción de los resultados obtenidos en la denotación, después de la presentación de los personajes, se da el inicio del llamado a partir del juego de

sonidos que comienza Antonio de Valdez, de acuerdo con los gestos de los personajes, estos muestran una distracción e imaginación de lo que sería la fiesta del Mundial. En el tarareo solo un personaje involucrado se encuentra trabajando pero sigue el ritmo al igual que los demás.

En el análisis connotativo se usan dos conceptos y uno de ellos es el significante, el cual es el resultado denotativo que se obtuvo en el análisis anterior. El significado denotativo fue que estos personajes tienen como referente del Mundial de Fútbol la canción del “león duerme esta noche” y su pensamiento está en el imaginario de lo que sería este evento deportivo.

El significado connotativo refiere en primera instancia a las campañas publicitarias, en donde se busca que el producto anunciado se posicione en la mente del público y lo tenga como referente al momento de hacer sus compras, en este caso los personajes tienen posicionado este ritmo que representa al Mundial, es decir, lo tienen como signo del Mundial de Fútbol, por lo tanto, al escucharse este ritmo aun que no sea el tema musical explícito, de manera inmediata las audiencias lo relacionan con Televisa Deportes y el Mundial.

En este juego de sonidos aplica lo que plantea Vidales en cuanto al proceso en el que se crea la significación. Hay una mezcla de sonidos que forman un ritmo, ese ritmo contiene un mensaje, el cual está creado por distintos emisores, la significación de la connotación va a darse a partir del código, si alguno de ellos no tiene referencia de esta canción, la intención cambia y por ende el significado, de igual forma el receptor debe tener el referente y entendimiento del ritmo formado, de lo contrario sólo serían sonidos hechos por los comentaristas.

El sentido del tarareo y la mezcla de sonidos que hacen los personajes tienen otro significado además del posicionamiento como referente del mundial, pues en diversas culturas del mundo existen o existieron rituales en donde se invocaban a los dioses a través de ciertos actos que hacen posible su intervención.

El doble significado que tiene el tarareo es que la combinación de sonidos que hacen los personajes son parte del ritual y los actos clave que invocan al llamado, al Dios del

fútbol, a partir del referente sudafricano como es la canción del “león duerme esta noche”, por lo tanto cada uno de los personajes se integra y forma parte del ritual.

“Entre los estados mentales que producen el movimiento corporal, los hay al menos en dos tipos: uno de la variedad de las creencias, los juicios, etc., y otro de la variedad de las intenciones, los deseos, etc. El deseo contiene un estado que aquel agente espera alcanzar, a un fin suyo, frecuentemente un estado que se produciría si no mediase su acción; y la creencia concierne a la existencia de una relación de medio a fin entre el movimiento corporal causado y el objetivo perseguido” (García, 1998: 476).

Antonio de Valdez termina el ritual con un canto que se escucha como grito, como toda historia se necesita un clímax y eso es el último acto del ritual, son las palabras mágicas que hacen el llamado al “Dios del fútbol”, pero no es comprendido por los demás personajes pues los únicos que saben la clave es Antonio de Valdez y Enrique Bermúdez quien apoya para que sus compañeros conozcan lo que se estaba realizando y se concluya el ritual, cuando los demás personajes comprenden los actos, se hace presente lo que se invocó, lo que representa a Sudáfrica y la fiesta.

Ya que se hizo el llamado, el tercer segmento del spot es la fiesta en la que intervienen elementos que contextualizan la sede mundialista tales como los animales de la sabana y las personas de raza negra, y la presentación del resto del equipo de Televisa Deportes. Aplicando la connotación, el significante son los elementos que aparecen en esta parte del spot, muestran lo que es la fiesta del llamado y una mezcla de razas unidas por un mismo fin, el Mundial de Fútbol, por lo tanto, es una realidad imaginada de lo que sería el Mundial de Fútbol, mostradas desde las instalaciones de Televisa Deportes.

El significado que refiere a la connotación de estos elementos es que a través del spot caracterizan como irracionales y atrasadas en la tecnología, y su cosmovisión la refieren al canibalismo salvaje, tal y como era el hombre en sus inicios de racionalidad, esto se sustenta con su vestimenta, pues portan un tapa rabo, una pechera, una lanza en la mano izquierda y un escudo en la otra mano. Agregándole que este país tiene un contexto histórico que lo marcó por siempre y es la esclavitud de los negros y la conquista de sus colonias, por lo tanto en este spot se toma a los negros como inferiores cosa que se ha presentado en programas de televisión y en películas.

Otro significante refiere a la caracterización de Sudáfrica son los animales que aparecen, pues África es un continente que dentro de su naturaleza están los leones,

cebras, avestruces, chimpancés, jirafas entre otros más. El significado de estos elementos es que desde el ritual del llamado, se hace una invocación al fútbol con los actos que hace Antonio de Valdez y el fútbol aparece con la representación sudafricana, pues este país al ser sede mundialista aparece como lo invocado.

“Se dirá pues que un sistema connotado es un sistema cuyo plano de la expresión está constituido por un sistema de significación; los casos corrientes de connotación estarán evidentemente constituidos por los sistemas complejos cuyo primer sistema lo forma el lenguaje articulado (es, por ejemplo, el caso de la literatura). En el segundo caso (opuesto) de desligamiento, el primer sistema (E R C) se convierte no en el plano de la expresión, como en la connotación, sino en el plano del contenido o significado del segundo sistema” (Barthes, 1990: 85).

La idea principal de este análisis connotativo es la relación entre Televisa Deportes, el Mundial de Fútbol y la sede mundialista, el Mundial es el objetivo, llegar a tierras sudafricanas para hacer las transmisiones, es por ello que se hace el llamado iniciado con el juego de sonidos que configuran la canción del “león duerme esta noche”, tema musical que contextualiza a Sudáfrica; a partir del llamado e invocar al representante del fútbol hay una invasión en las oficinas de Televisa Deportes por los africanos y animales de la región, por lo tanto es una simulación de lo que son las celebraciones del Mundial durante el desarrollo del evento.

El discurso que se emite al final es que están rumbo a Sudáfrica 2010 año en que se desarrollara el evento, por lo tanto ese discurso tiene un doble significado y dice que se hizo la invocación del fútbol o el llamado para decir que a un año del Mundial los sudafricanos están preparados para la llegada de esta Televisora y lo anuncia con el llamado para decirle a su equipo que se aliste para el viaje que el Mundial de Fútbol se acerca y eso es lo que van a vivir durante el Mundial; el mensaje dado no es sólo para el equipo de Televisa sino a la audiencia de la televisora.

“En las sociedades televisivas que fomentan el consumo masivo, muchos hombres y mujeres se convierten en meros productos: muestran narcisismo y robotización; aquí desconfían de los demás, se rigen por la moda, él que dirán y las falsas apariencias sociales. Viven de manera rutinaria, olvidan sus sentimientos y reaccionan de manera automática ante las circunstancias” (Navarro, 2007:7).

#### **4.3. Análisis del segundo spot “estamos en el camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, el llamado del fútbol”**

### 4.3.1. Análisis lingüístico

El segundo spot, que se denomina “estamos en el camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, el llamado del fútbol”, contiene diversos elementos que integran una significación, en esta fase de análisis se tomarán en cuenta los elementos lingüísticos que integran este spot, tal y como es el contenido verbal que utiliza el narrador en su discurso, sonidos y el grito, la parte central del promocional. Para comprender el sentido que tienen estos elementos a analizar se usarán los conceptos semióticos de lengua y habla, herramientas teóricas metodológicas que permitirán desmenuzar cada una de sus partes para comprender el sentido de su construcción.

“Lengua y habla están, pues, en una relación de comprensión recíproca; por una parte, la lengua es, el tesoro depositado por la práctica del habla en los sujetos pertenecientes a una misma comunidad, y por ser ella un suma colectiva de impresiones individuales, no puede ser sino completa en el nivel de cada individuo aislado: la lengua no existe de una manera perfecta sino en la masa hablante” (Barthes, 1990: 23).

El primer elemento lingüístico es el enunciado que hace el narrador el cual dice:

“una vez cada cuatro años una rara especie de mamíferos se reúne de diferentes partes del mundo para emprender un nuevo viaje, tan increíble como imprevisible por las planicies africanas con rumbo hacia el sur, pero qué vemos una manada que se ha adelantado, tal vez demasiado”.

El segundo elemento es el diálogo que entablan Javier Alarcón y Enrique Bermúdez, donde este segundo personaje pregunta ¡oye Javier! Y ¿dónde está Toño? Y Javier Alarcón responde ¡pos hay venia contigo! ¿no?

El tercer elemento lingüístico es la oración que le da nombre al spot, el cual ya se ha dado referencia; y se encuentran los efectos sonoros como el grito de “el llamado”; la canción “el león duerme esta noche” y los sonidos que provocan los sudafricanos al interpretar y aceptar el llamado. “Convendría reunir todos los signos, en la medida en que son producidos por una sola misma materia, bajo el concepto de signo típico: el signo verbal, el signo gráfico, el signo icónico y el signo gestual, constituirían cada uno un signo típico” (Barthes, 1990: 45).

Aplicando la lengua y el habla al primer discurso verbal que aparece en el spot, se dice que, en la elaboración del discurso se usan palabras que corresponden a la gramática española, esto es parte de la lengua, pues hay un mismo idioma que el público al que va dirigido el spot entiende sin ningún problema, es donde interviene el habla, pues dentro de la sociedad se han creado diferentes significados a determinadas palabras además de la definición que da el diccionario de la Real Academia Española, por lo tanto en este enunciado se puede encontrar un doble discurso, es decir, además de la explicación de los mamíferos y su hábitad, está referido al Mundial de Fútbol.

El tono de voz que hace el narrador en el enunciado verbal que simula un documental de animales, tal y como se hace en National Geographic, una productora que se encarga de documentar el hábitad de los seres vivos.

A través del uso del habla se crean significaciones sociales de acuerdo al sentido de cada palabra y al objeto que remiten (Barthes, 1990: 35). En las diferentes investigaciones mostradas en los medios de comunicación, se ha manifestado que diferentes especies de animales cuando llega una cierta estación del año, emigran a otro lugar que cubra sus necesidades y les ayude sobrevivir. Por lo tanto, una vez cada cuatro años es la etapa en que estos animales, sin importar, su especie emigran por el territorio africano dirigiéndose a algún lugar que de acuerdo a los puntos cardinales del plano geográfico, se sitúa en el lado sur de África.

Dentro del enunciado hay una última oración que refiere a Televisa deportes, esto se interpreta con la unión de las imágenes y el discurso verbal que dice “pero que vemos una manda que se ha adelantado, tal vez demasiado”, sin tomar en cuenta a las imágenes, el habla del enunciado refiere a una manada, nombre que se le da a un grupo de animales que camina en conjunto hacia un determinado lugar, no hay especificación de la especie de los animales pero refiere a una ventaja que ha tomado a las demás manadas que van hacia el sur de África. “la lengua es el lenguaje menos la palabra: es a la vez una institución social y un sistema de valores” (Barthes, 1990: 21).

Después del discurso del narrador, hay un cambio de escena que da pie a la parte central del spot, en donde los comentaristas de Televisa Deportes vuelven a tener presencia y entablan el siguiente diálogo:

Enrique Bermúdez - ¡oye Javier! .....y ¿dónde está Toño?

Javier Alarcón - pos hay venía contigo ¿no?

“El habla está constituida ante todo, por las combinaciones gracias a las cuales el sujeto hablante puede utilizar el código del lenguaje para expresar su pensamiento personal (podía llamarse discurso a esta habla extendida)” (Barthes, 1990: 22). Las palabras que se presentan se hacen desde un lenguaje sencillo y utilizan un mismo código. La palabra “pos” que usa Javier Alarcón es una expresión popular para referirse a la palabra pues, lo que puede dejar a la imaginación que dicho personaje no tiene un buen léxico en su vida profesional o la producción de Televisa Deportes así lo estableció por el público al que va dirigido el spot, a las clases populares, a las cuales pertenece la mayoría de la población, y el resto de las palabras aluden a lo que es el paradero de Antonio de Valdez, bajo su prisa por llegar, los personajes pierden la noción de los integrantes con los que se acompañan.

Esa conversación que entablan Ricardo Peláez y Javier Alarcón da pie a la siguiente parte del spot, dado que en el momento en que los personajes se preguntan por su compañero Antonio de Valdez, la secuencia de imágenes sitúa a Antonio de Valdez en otro lugar, es ahí donde se da la parte principal del spot, el cual es el grito del llamado. El llamado de Antonio de Valdez lo hace con la letra de la canción “el león duerme esta noche”, que en palabras del idioma zulú es WEE-OOH WIM-O-WEH. WEE-OOH WIM-O-WEH, en español significa en la jungla, la poderosa jungla el león duerme esta noche. Esta canción corresponde al nacionalismo sudafricano pues en diferentes países siempre existe algo que represente a su cultura y no solo en los países, en los estados, ciudades, municipios, delegaciones, barrios, etc.

Para hacer el análisis de este grito nuevamente la lengua y el habla permitirán obtener los signos que se dan a partir del acto lingüístico, la lengua es la forma en que se manifiesta el lenguaje y el habla es el sentido que se le da a esa forma de lenguaje. Como ya se ha dicho anteriormente, Antonio de Valdez hace un grito rodeado de una tribu africana, este acto es lo que representa al llamado. La lengua es el grito que se presenta que en el idioma Zulú, cuyo significado en español es jungla, en la poderosa jungla, el león duerme esta noche. Obteniendo el habla, que es el sentido que presenta este acto comunicativo, se puede decir que el grito no tiene un reconocimiento de la

tribu africana, pero al igual que en el primer spot, continúan el llamado después de unos momentos de silencio, nuevamente se da un problema del código, pues las personas que escuchan el grito de Antonio de Valdez no entienden su intención de manera instantánea.

Tomando el significado de ese grito desde el idioma español de la canción el león duerme esta noche, la parte de la canción que dice *en la jungla* remite al mundo africano, *en la poderosa jungla*, se interpreta como en el poderoso mundo africano, y la última frase que dice *el león duerme esta noche* refiere a que esta noche inicia la fiesta del fútbol.

Al escucharse el grito que hace Antonio de Valdez, los miembros de la cultura africana comienzan a usar la lengua a través de la creación de sonidos con las partes del cuerpo como son las manos y la boca, pues golpean ambas manos y con la boca emiten un sonido que se distingue como “iiiiuuuuu”.

El habla de ese golpeteo con las manos se le llama aplauso y el sonido que las personas africanas emiten con la boca, lleva la sintonía como si dijeran bravo. Esos sonidos es una forma del lenguaje que se utiliza para celebrar un acontecimiento o darle méritos a algún hecho que se realizó exitosamente. Los miembros de la cultura africana emiten esos sonidos demostrando agrado y simpatía al llamado que hace Antonio de Valdez e inician el festejo a través de sus danzas.

En el festejo del llamado, Televisa Deportes musicaliza las imágenes con la misma parte de la canción “el león duerme esta noche”, en español es “cerca de la aldea, la pacífica aldea, el león duerme esta noche”; desde el habla, es un referente sudafricano y forma parte de los elementos sonoros para la fiesta del llamado.

Al final del spot se hace presente la lengua a través del discurso verbal que dice “estamos en el camino a Sudáfrica. Televisa Deportes el llamado del fútbol”. El habla de este discurso es lo que hace referencia a la empresa que se promociona para dar los acontecimientos del Mundial, este discurso es similar a lo que se dice al final de los otros dos spots, pero hay un cambio en cuanto al orden y las palabras pero remite a la misma idea, de que Televisa Deportes estará transmitiendo el Mundial de Fútbol.

“Si analizamos el problema desde una perspectiva evolutiva, una especie es un grupo de organismos reproductivamente cohesionado pero muy cambiante a lo largo del tiempo y del espacio. En muchos casos, los grupos de organismos que se separan geográfica o ecológicamente de la población original, y quedan aislados del resto, pueden diferenciarse lo suficiente como para convertirse en una nueva especie. Este proceso denominado especiación, ha ocurrido durante 3800 millones de años y ha dado origen a la diversidad de organismos que han poblado la tierra en el pasado y en la actualidad” (Schnek, 2006:271).

#### 4.3.2. Análisis de la denotación

La denotación (compuesta por los conceptos de significado, significante y sistema) es la segunda fase de análisis, aquí se hace la interpretación de las imágenes y discursos lingüísticos que contiene el segundo spot, tomando en cuenta el significado literal de lo que muestra el spot. Este ejercicio lo podemos ejemplificar de la siguiente manera: si se dice especie y se representan animales, se interpreta desde lo que es especie y su relación con los animales, por lo tanto se está dando una explicación del entorno natural de algún lugar que tiene en su territorio a dichos animales.

Este segundo spot se centra en un contexto en donde se muestra una parte de las planicies africanas y los animales que la habitan en su forma natural. La parte africana en la que se sitúan los spots es la sabana, una zona natural con pastizales, representaciones de sentido que dan lugar a las imágenes del contexto geográfico.

“La situación no sería en lo esencial diferente en semiología, donde objetos, imágenes, gestos, etcétera, en la medida en que son significantes, remiten a algo que no es decible sino mediante ellos, salvo la circunstancia de que el significado semiológico puede ser tomado a su cargo por los signos de la lengua; se dirá, por ejemplo, que tal Jersey significa las largas caminatas de otoño por los bosques; en este caso el significante no es mediatizado solamente por su significante indumentario (el Jersey) sino también por un fragmento del habla (lo que constituye una gran ventaja para manejarlo)” (Barthes, 1990: 42).

El análisis de este spot se divide en tres partes o segmentos; la primera describe, a través de la narración, el proceso migratorio que “una especie de mamíferos” realiza cada cuatro años, como “un proceso de su condición natural”. La segunda parte del spot es cuando el narrador concluye la explicación que hace de los animales, pero menciona a “una manada” que se ha adelantado y en seguida se ubican las imágenes en el equipo de Televisa Deportes entablando una conversación; en el último segmento del spot aparece en escena un personaje vestido de manera similar a los nativos africanos, este es

Antonio de Valdez del equipo de Televisa Deportes; esta escena es central en el spot, pues es la parte desde donde se hace “el llamado”.

Por ello es importante señalar que el análisis del primer segmento del spot, se explica tomando como significante al contenido lingüístico, el cual está referido a la composición narrativa del mensaje que enuncia: “una vez cada cuatro años, una rara especie de mamíferos se reúne de diferentes partes del mundo para emprender un nuevo viaje tan increíble como imprevisible, por las planicies africanas con rumbo hacia el sur, pero qué vemos una manada que se ha adelantado tal vez demasiado”.

Este discurso constituye el significante que refiere al acto lingüístico, sin embargo se postula el segundo significante de esta primera parte del spot, el cual son las imágenes que ilustran visualmente al discurso lingüístico. Las imágenes que se toman como significante se han dividido en cuatro secuencias narrativas. La primera de ellas es el amanecer en la sabana, que se representa a través la salida del sol y la actividad de quienes la habitan; la segunda imagen es la aparición de dos jirafas corriendo por el lugar; la tercera muestra a una manada de elefantes metiéndose a un río; en la cuarta imagen se aprecia a una manada de búfalos corriendo por la sabana y en la última se observan a un grupo de personas corriendo en fila, estos son los integrantes del equipo de Televisa Deportes.

En el párrafo anterior, se ha descrito el significante de las imágenes y sonidos que configuran la primera parte del segundo spot. El significado del discurso lingüístico, es el mensaje literal del spot y este narra la relación entre los animales y su hábitat, en donde se especifica que cada cuatro años hay “*un grupo de animales mamíferos*” de diferentes zonas naturales que emigran a un lugar ubicado en el sur de África, recorriendo las planicies africanas. Cabe resaltar que en este significado lingüístico, el sistema interviene en su aplicación, pues éste es un concepto que plantea la paráfrasis del elemento a analizar, por paráfrasis vamos a comprender, a la interpretación del enunciado a partir de otras palabras que remiten a la misma idea.

Otro elemento semiótico para el análisis es el relevo, el cual permite a la unión del significado lingüístico con el significado de las imágenes para obtener la denotación. El significado de las imágenes es el siguiente: La primera imagen que corresponde al

amanecer, tiene la función de contextualizar el inicio de un nuevo día en las planicies africanas; la siguiente secuencia de imágenes representa a los animales mamíferos que tienen la finalidad de llegar hacia el sur, todos los animales aparecen en movimiento, en una relación análoga pareciera si fuera una competencia en cuanto a la rapidez de su llegada a las zonas del sur de África, esta idea se complementa con lo que sucede en la segunda parte del spot, en donde aparece el equipo de Televisa Deportes y se da referencia que se ha adelantado demasiado y también es manifestada como "*una manada de animales mamíferos*", por lo tanto se representa que el equipo de Televisa es el primero en llegar después de la lucha de los demás animales por arribar a la zona sur de África.

La denotación de estos significados manifiesta que el territorio africano sólo es la sabana y animales salvajes, y la comparación del equipo de Televisa Deportes con los animales es para referir la zona natural de África.

Continuando con el análisis, después del discurso del narrador se manifiesta la segunda parte del spot, en donde aparece un diálogo que entablan Enrique Bermúdez y Javier Alarcón el significante es que el equipo de la televisora llega a la cima de una pequeña montaña y dicen:

Enrique Bermúdez - ¡oye Javier! Y ¿dónde está Toño?

Javier Alarcón - ¡pos ahí venía contigo! ¿No?

Este dialogo aunado con las imágenes tiene como significado que ante la prisa del equipo de Televisa Deportes, no se percatan de que uno de sus integrantes tomo otro camino.

Después de que se manifiesta dicha escena en donde se hace el pequeño dialogo entre los personajes, se da el tercer segmento del spot en donde de inmediato pasan escenas en las que se sitúa a Antonio de Valdez en medio de una tribu africana y hace el llamado.

Para obtener los signos de este tercer segmento del segundo spot se aplicaran los conceptos de significado y significante, como se ha llevado a cabo a lo largo del

análisis. Antes de iniciar con la interpretación es preciso hacer una descripción de los hechos.

Antonio de Valdez se encuentra vestido de manera similar a una tribu africana y recibe la atención de personas africanas que se encuentran a su alrededor y es ahí donde hace el llamado a través de una parte de la canción “el león duerme esta noche” simulando un grito. Al hacer el llamado, después de unos momentos de silencio, Antonio de Valdez recibe aplausos por la tribu en la que se encuentra y aparece el anunciador que dice el referente del spot “estamos en camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, El llamado del fútbol”.

El significado del acto lingüístico como es el canto o grito de Antonio de Valdez define que éste es un grito que Antonio de Valdez hace para extender su llamado, el cual como ya se ha dicho, está relacionado con el llamado de la selva, pero ese grito lo hacen desde algo referente a la cultura Sudafricana, la que será sede del Mundial de Fútbol.

El referente son las imágenes en las que Antonio de Valdez hace el llamado está referido a la vestimenta que da referencia a la cultura sudafricana, porta una bata que le queda corta y está hecha de pieles de algún animal, está descalzo, y porta un penacho en la cabeza.

Esta vestimenta tiene como significado que Antonio de Valdez se ha unido a la tribu africana adaptándose a sus costumbres, y con ello, enseña una parte de su cosmovisión, la cual es hacer el llamado del fútbol. Otro significado es que Antonio ejerce la función del ser supremo ante los africanos y les enseña el llamado, algo que ellos desconocen, pues una vez que se manifiesta el llamado, los integrantes de la tribu que lo presencian muestran rostros de asombro, pero después festejan el acontecimiento aplaudiendo y bailando alrededor de una fogata. Al final anuncia que Televisa Deportes está en camino a Sudáfrica y lo que denotan todo el contenido del spot es que están cerca, pues ya están en territorio africano.

### **4.3.3. Análisis de la connotación**

El segundo spot presenta una serie de imágenes que remiten a zonas naturales de África como ya se ha dado a conocer, pero ¿cuál es la otra significación de esas imágenes y discursos lingüísticos? Es una pregunta que se contesta a partir de la aplicación de la connotación en los elementos que integran el spot, ésta es una herramienta metodológica que posiciona al análisis, en la obtención de significados a través de su construcción social, es decir, los signos que se dan a partir de la interacción sociocultural de los individuos.

Para hacer el análisis, nuevamente el spot se divide en tres segmentos los cuales ya se han mencionado en la fase anterior. Para obtener la connotación se aplican dos conceptos el significado y significante. En esta ocasión el significante es el significado denotativo obtenido en la fase de análisis anterior. El significante fue la contextualización africana a partir de la imagen del amanecer. Las zonas de la sabana se encuentran en diferentes regiones de todo el mundo, una de las más extensas es África, posteriormente le siguen Asia, Australia, y América del sur. En la sabana predomina la vegetación herbácea, es decir los árboles enanos, sin embargo existe otra clase de árboles que son altos, pero crecen a grandes distancias. “La sabana es una llanura con un clima tal que la vegetación predominante son las gramíneas, salpicada por algún árbol, arbusto o matorral individual o en pequeños grupos. Normalmente, las sabanas son zonas de transición entre bosques y estepas. Estas zonas se encuentran en diferentes tipos de ecosistemas y existen varios tipos” (resortáfrica.com, 2011).

La palabra mamíferos que se usa en el discurso lingüístico está ligada con el tipo de animales que hay en la sabana africana. Entre dichos animales se encuentran los elefantes, las jirafas, los antílopes, búfalos, leones, cebras, babuinos, buitres, escarabajos peloteros y avestruces. Algunos de estos animales se presentan en las imágenes del spot, pues en el momento de que el narrador está dando la información, aparecen jirafas, búfalos y elefantes metiéndose a un río.

De acuerdo a lo anterior, el significado son dos mensajes en donde se hace una mezcla de sentidos, pues se usan los conceptos que refieren a la explicación científica de los animales para dar a conocer el Mundial de Fútbol; por otro lado, una rara especie de mamíferos se reúne de diferentes partes del mundo, está remitido a las personas que asisten al Mundial, pues es una sola especie la del ser humano y se agrupa dentro de los

mamíferos, los aficionados del fútbol son de diferentes países del mundo, y la palabra rara está relacionada a las mezclas que se han dado entre las razas humanas.

El segundo segmento del spot y último del discurso dice “pero que vemos una manada que se ha adelantado tal vez demasiado” y las imágenes muestran a una fila de personas corriendo hacia una pequeña montaña. El significante es el enunciado “manada que se ha adelantado, tal vez demasiado”, de acuerdo a las imágenes mostradas, pues en el panorama que muestra el spot a través de imágenes, aparecen animales salvajes en conjunto, los cuales están relacionados con los mamíferos que se anuncian en el discurso.

El significado es que, el equipo de Televisa Deportes ha tomado gran distancia en cuanto a las demás personas que se dirigen a Sudáfrica, los animales que se muestran en las escenas representan a los aficionados que hacen el viaje al Mundial de Fútbol, por lo tanto, Televisa Deportes es el primero en llegar; retomando la lucha de las televisoras por el rating, se puede interpretar que los animales también son las televisoras que están en la competencia por las transmisiones del Mundial y la televisora anunciada en el spot es la más eficiente y rápida para ello.

Uno de los elementos que se toman para el análisis de este segmento del segundo spot es la vestimenta de los personajes, pues en el primer spot se mostraban con ropa elegante lo que los caracterizaba ser de oficina ambiente en el que se encontraban, en esta ocasión los personajes caminan por las planicies africanas, por lo tanto, su vestimenta va de acuerdo al lugar. Estos personajes llevan una vestimenta de bermuda color caqui, una camisa de manga corta con el mismo color que la bermuda, un sombrero de tela y botines, acompañados de grandes mochilas.

Los conceptos que se aplicarán para hacer el análisis de la vestimenta es el sintagma, herramienta metodológica que permite descifrar la combinación de estas prendas con un orden lógico.

“El sintagma en la vestimenta es una yuxtaposición en un mismo arreglo de elementos diferentes: falda-blusa-chaqueta”. (Barthes, 1990: 56). Cada una de las prendas que usan en el spot se adecúa a la parte del cuerpo en la que va, lo que permite un orden y

una lógica, por ejemplo una blusa no se puede poner como pantalón, va en contra de las reglas y de acuerdo a la forma no sería congruente, por lo tanto el equipo de Televisa Deportes lleva la vestimenta con cierta combinación que hace que tengan comodidad, pues durante el recorrido caminan a grandes distancias y hay mucho calor, lo que hace que porten short y camisa holgada para su comodidad, hay una contradicción en cuanto al calzado que usan los personajes, ya que, en la sociedad se ha creado la idea de que los tenis dan comodidad para hacer ejercicio y hacer grandes caminatas, pero de acuerdo al lugar en el que se sitúa la historia del spot, los tenis no van acorde debido a que hay grandes cantidades de tierra, es por ello que llevan botas que cubren los tobillos.

A partir del sintagma se puede ver el orden lleva esta combinación. Dentro de la sociedad se ha creado el estereotipo de la ropa de la persona según el lugar, si se ubicara en la playa la combinación de prendas que se usan en el spot, si en lugar de esta combinación llevaran las mismas prendas, pero con otros colores y con huaraches, codificaría otra idea dentro del spot y estaría fuera de contexto, puesto que se ha creado el imaginario de que la vestimenta representa un acto de exploración en lugares terrosos, donde existen árboles y animales salvajes y es lo que representa la sabana africana. La vestimenta connota una exploración de estos personajes por las planicies africanas y se refuerza con las mochilas de campamento que utilizan, las cuales son grandes y pesadas.

Después de que se manifiesta el grupo de Televisa Deportes en la cima de una pequeña montaña, se hace un cambio de escena en la que aparece el tercer segmento del spot en donde Antonio de Valdez está en medio de un círculo formado por personas africanas y es ahí donde se hace el grito del llamado. Para hacer la interpretación nuevamente se van a usar el significado y significante.

El resultado denotativo de la acción en la que se lleva a cabo el canto del llamado va a usarse como significante para obtener el significado de la connotación; se tiene como resultado que Antonio de Valdez muestra el llamado a la tribu africana para exponer una visión mexicana de lo que representa el Mundial de Fútbol a partir de su invocación.

Bajo este significante, se va a obtener el significado a partir de lo que representa Antonio de Valdez tomando como referente a la posición en la que hace el llamado. En primera instancia la vestimenta que porta Antonio de Valdez lo posiciona como parte de

la tribu en la que hace el grito, pues adopta el papel de líder. En las tribus indias, el gran jefe portaba el plumaje más grande que los demás indios, lo que lo hacía distinguirse como lo que era. En las diferentes tribus del mundo el líder tiene una vestimenta más cargada y mucho más grande, además de un objeto que tiene mayor valor simbólico para todos sus integrantes, cuyo porte se logra a través de méritos.

Tomando en cuenta la contextualización de las tribus, Antonio de Valdez adopta el rol de jefe de la tribu, hay que recordar que su estatura es la que demuestra la superioridad, ya que éste es más alto que los demás personajes africanos, por lo tanto, estas imágenes connotan que, las personas africanas lo ven como un ser supremo y permiten que sea líder, esta idea se complementa con la vestimenta que porta Antonio de Valdez, pues es más florida que la de los demás, pues portan prendas sencillas.

Por otro lado, los Zulúes, una cultura originaria de Sudáfrica estaba constituida por gente negra conformada por diferentes tribus representadas por un líder el Shaka, esta persona era el que regía las tropas zulúes en los momentos de guerra y la que tenía el mando, sin embargo en las batallas contra los Británicos, el Shaka perdió el mando quedando como rey absoluto Cetswayo. Durante la guerra el Shaka daba gritos a sus tropas para iniciar la batalla. Por lo tanto, en la escena del spot en la que Antonio de Valdez hace el llamado, se hace una comparación con el Shaka y hace el grito de guerra, un signo que se refiere al Mundial de Fútbol.

“La primera ceremonia Zulú se había realizado en Ulundi, donde los espectaculares bailes de los regimientos zulúes se alargaron por casi una semana, con el consumo de decenas de bueyes y miles y miles de litros de cerveza. Los blancos eligieron para su demostración el patio central del poblado militar Nodwengu, y tras colocar una capa de color escarlata, sobre Cetswayo y una burda corona sobre su cabeza, Theophilus Shepstone dirigió unas palabras advirtiendo que desde ese momento el rey no podía, ni debía, saltarse una serie de normas, entre ellas a los misioneros y el fin de las ejecuciones sumarísimas” (Roca, 2011: 130).

Como se puede visualizar, esta cultura zulú celebra los discursos de sus reyes a través de bailes y bebidas, y en el spot se muestra esa celebración de los representantes sudafricanos, sería muy un error generalizar a Sudáfrica con la cultura Zulú, pero de acuerdo al tema musical “el león duerme esta noche” se puede hacer la relación entre los zulús con las personas negras que aparecen en los spots, por lo tanto, al realizarse el llamado de Antonio de Valdez los sudafricanos festejan bajo una configuración de un rey.

El llamado de Antonio de Valdez es el siguiente significativo del tercer segmento del spot, es la acción que muestra cuando la tribu africana se encuentra atenta a los actos de Antonio de Valdez, éste alza las manos y comienza hacer el grito que nuevamente es una parte de la canción “el león duerme esta noche” cuyas palabras son “WEE-OOH WIM-O-WEH. WEE-OOH WIM-O-WEH”. El significado de dicha acción es el llamado del fútbol, cuya comparación se extiende a lo que ya se ha dicho en los otros niveles de análisis pues hay una serie de televisión llamada Tarzán, en ella se muestra a Tarzán como un humano que entiende el lenguaje de los animales de la selva, pues crece al lado de éstos, y cada que se encuentra en peligro hace un grito que llama a los animales para que vayan en su ayuda.

Esta serie está relacionada con el llamado, pero cambia el receptor a quien se le hace. Este llamado forma parte de un ritual que la producción de Televisa Deportes cree que es parte de las creencias africanas, Antonio de Valdez alza las manos hacia el cielo y cierra los ojos para hacer el grito, actos que están relacionados con el llamado a los dioses, lo que llevaría a decir que hay una mezcla de signos, en donde se intercala el llamado de la selva, con el llamado de los dioses de una tribu, para connotar la premisa principal la cual es el llamado a la afición, para que sepan que Televisa Deportes estará en el Mundial de Fútbol.

La última acción que se manifiesta en el spot es en donde se da el anuncio de Televisa Deportes y lo representan con el festejo de la tribu africana, a través de un baile alrededor de una lumbrada. Acto que representa la fiesta y el festejo de lo que es el fútbol presentando el inicio del Mundial. Aun que se puede comparar con las ceremonias culturales en donde después de la ceremonia o ritual, llega el festejo y la felicidad.

#### **4.4. Análisis del tercer spot “Estamos en el camino a Sudáfrica, Televisa Deportes, el llamado del fútbol”**

##### **4.4.1. Análisis lingüístico**

El contenido lingüístico ha sido fundamental en el primero y segundo spot, a través de los discursos verbales, sonidos, tarareos y la canción de “el león duerme esta noche”.

Este tercer spot, contiene pocos elementos a analizar dentro del contenido lingüístico sin embargo, son necesarios para contextualizar y darle sentido a las imágenes que se manifiestan a lo largo del spot. El spot se divide en dos segmentos en donde se fondea con la canción y la acción en la que se establece el dialogo.

En este análisis se aplican los conceptos semióticos de la lengua y habla para comprender los actos lingüísticos que forman parte de las escenas. El spot está ambientado con la canción “el león duerme esta noche”, cuya traducción en español ya se ha dado a lo largo del análisis; esa canción dice “en la aldea, en la pacífica aldea, el león duerme esta noche”.

De acuerdo al contenido de la canción, la parte que ambienta al spot implica a la paz de la pacífica aldea de la canción. Es precisamente lo que se muestra en el spot, pues cada que el personal de Televisa Deportes encontraba un animal se escuchaba el sonido que éstos emiten, por lo que se puede decir que es parte de su lengua, aunque no existe el mismo código entre ambos, se encuentran con una manada de búfalos y emiten un sonido o *bromean* (nombre que recibe el sonido emitido por el búfalo) al momento que el equipo de Televisa pasa a su costado.

Dichas personas caminan por las planicies africanas en donde hay procesos del lenguaje, pues se encuentran con un rinoceronte quien emite su *barrita* o su sonido, posteriormente se encuentran elefantes que también emite su barrita y terminan con unos zopilotes que emiten un sonido similar al del cuervo y terminan con un león el cual ruge. Estos actos muestran la forma en que los animales se comunican con el equipo de Televisa Deportes, pero hay un problema del habla, puesto que no se entiende lo que los animales tratan de transmitir, sin embargo puede ser un saludo de los animales, pues a pesar de ser salvajes no atacan al equipo de Televisa Deportes y responden con sus sonidos.

En la segunda parte del spot, hay un dialogo que entablan Ricardo Peláez y Eugenio Dervez y dice:

Ricardo - ¡y hora! ¡Igual y no sabía nada de fútbol!

Eugenio - ¡Si tienes razón!

La lengua de este dialogo corresponde al idioma español y el habla es el dialecto que remite a la forma de hablar en el Distrito Federal, pues la forma en que lo emiten culturalmente remite al Distrito Federal. Ricardo Peláez nuevamente usa una palabra de forma incorrecta, la forma correcta es ahora y él dice “hora”, nuevamente se hace un juego con las palabras.

Otro concepto que interviene en este análisis es el sistema concepto que hace posible el entendimiento del discurso a partir de elementos que no llevan el mismo nombre pero están referidos al elemento original, es decir sinónimos de lo que se está plasmando; el sistema se puede usar en el intercambio de palabras pues se puede sustituir por preguntar ¿qué pasó? Y la respuesta podría ser ¡probablemente desconocía lo referido al fútbol! Estas palabras suenan serías y más técnicas, lo que haría aburrido el spot, y no entraría en esa fiesta que la producción de Televisa Deportes ha denotado en sus spots.

Al final aparece el discurso que se ha manifestado en los otros spots en el que se hace mención a Televisa Deportes, aunque según el sintagma término que da referencia al orden en que se pueden poner los elementos del discurso, se hace un cambio de orden de las palabras y dice “estamos en camino a Sudáfrica Televisa Deportes, el llamado del fútbol”, nuevamente se hace mención que falta poco para que Televisa Deportes llegue a Sudáfrica.

#### **4.4.2. Análisis de la denotación**

Las imágenes que se muestran en este tercer spot demuestran el paseo que tiene el equipo de Televisa Deportes por las planicies africanas, además de las aventuras a las que se enfrentan. Para demostrar lo que se está diciendo es necesario aplicar algunos conceptos lingüísticos como sistema, sintagma, significado y significante, y así llegar al resultado denotativo, concepto que está referido al significado literal de lo que está plasmando el spot. Hay que destacar que los resultados del contenido lingüístico se toman en cuenta para este análisis.

En primera instancia, los conceptos aplicables a la primera parte del spot son el significado y significante. La descripción del primer segmento del spot funge como

significante, se presenta una serie de imágenes en las que el equipo de Televisa Deportes camina por territorio africano divirtiéndose en el entorno del lugar, a partir de sus zonas naturales, pero hay algo que no se olvida es el fútbol, estos personajes van jugando con un balón. En la primer imagen aparecen tres búfalos en fila y el equipo de Televisa Deportes a un costado; posteriormente los personajes siguen caminando en fila y van bailando al ritmo de la canción que se tiene de fondo; Ricardo Peláez le toma una fotografía a un rinoceronte, y así siguen su camino encontrándose con otros animales como elefante, buitres y un león. Un factor que interviene en esa parte es el orden en que caminan los personajes, pues van en fila a pesar de encontrarse con animales salvajes.

El significado de esas imágenes demuestra que el equipo de Televisa Deportes sigue en camino a Sudáfrica y en ese camino se van encontrando con animales que son propios de la naturaleza africana, pero hay algo en especial en ese paseo es el orden con el que se dirigen, pues en todas las acciones caminan en fila, lo que denota que el equipo de Televisa Deportes es organizado y lleva una disciplina para hacer las transmisiones del Mundial.

Otro de los conceptos aplicables a esta parte del análisis es el sintagma “orden de aparición de los elementos con cierto sentido, tomando en cuenta las formas en que se pueden acomodar los elementos sin alterar el significado y el sistema se encarga de obtener los posible sinónimos de los elementos, sin alterar el sentido que éstos representan” (Barthes, 1990, 49). De acuerdo a las definiciones de cada concepto, el sintagma demuestra la serie de imágenes que se van manifestando en el spot, es decir el sentido que lleva cada una de ellas en el orden de aparición, donde van intercalando las imágenes con animales y de personajes bailando, entonces se demuestra una secuencia en donde se va plasmando lo que dichas personas van haciendo después de convivir con animales salvajes. Estas acciones remiten a la inexistencia del temor de convivir con animales salvajes aun cuando exista el peligro de sufrir algún ataque.

En la aplicación del sistema se puede romper con el sentido del peligro, pues si se sustituyeran los animales salvajes por más pasivos como las avestruces, las jirafas y las cebras, animales que también son parte de África, se rompería con el sentido que Televisa Deportes está dando al público y denotara que su viaje es pura felicidad; la

idea principal de estas imágenes es mostrar que Televisa Deportes hace todo por dar a las audiencias, los acontecimientos más sobresalientes del Mundial de Fútbol.

Después del primer segmento del spot, llega el cierre y la parte importante, en donde nuevamente se usan el significado y el significante; el significante es cuando, el equipo de Televisa Deportes cruza un pantano sin percatarse que está lleno de cocodrilos, van caminando en fila y un cocodrilo se come a uno de los personajes de Televisa Deportes a Enrique Burak, y sus compañeros emiten un discurso que dice:

- Ricardo Peláez - ¿y hora? ¡Igual y no sabía nada de fútbol!

- Eugenio Dervez - si tienes razón.

Después de este dialogo los personajes continúan su camino, sin su compañero. El significado de esta serie de elementos es que al equipo de Televisa Deportes no le importa lo que le suceda a alguno de sus compañeros, éste sigue su camino a Sudáfrica, por lo tanto Enrique Burak es tomado como objeto y le quitan méritos a su trabajo en la cobertura de los eventos deportivos, pues no le dan importancia a lo que le sucedió, bajo la idea de que el camino sigue y no pasó nada.

#### **4.4. 3. Análisis de la connotación**

La connotación es la última fase de análisis de la metodología estructural de Roland Barthes. Para conocer el doble significado de este tercer spot se aplican conceptos como el significado y significante, lengua, habla, sistema y sintagma.

Haciendo una descripción del spot, el lugar en el que se sitúan las acciones es África nuevamente, en esta ocasión los reporteros y cómicos representantes de Televisa Deportes van caminando por los pastizales africanos. Este spot tiene la función de expresar que Televisa Deportes sigue en el camino a Sudáfrica y el peligro no les asusta, pues se extravió Antonio de Valdez y se quedó en la tribu africana, Enrique Burak es devorado por un cocodrilo y no fue de importancia, bajo esta premisa se hará el análisis a través de la connotación tomando como eje de análisis a los resultados denotados obtenidos en la fase anterior.

La lengua y habla son los primeros conceptos que se aplicarán al spot. La lengua interviene en el momento en que se usa el lenguaje corporal y el balón de fútbol, cuando los personajes van bailando y caminando al ritmo de la música que se usa para ambientar estas acciones. El habla se manifiesta con la interpretación de esos movimientos, pues socialmente, el baile es el nombre que reciben esos movimientos, los cuales consisten en mover los pies hacia arriba y los brazos de un lado a otro.

Aplicando el significado y significante a la parte en la que el equipo de Televisa Deportes va recorriendo el entorno sudafricano, el significante es el orden en el que camina el equipo de Televisa Deportes y la fiesta que van haciendo al ir bailando y jugando con el balón de fútbol.

Bajo este tenor el significado, es que pareciera ser la continuación del segundo spot, de acuerdo a la ausencia de Antonio de Valdez; el equipo de Televisa Deportes ya dejó la prisa que tenía de llegar a Sudáfrica, se van encontrando con más peligros, que son los animales, pues tienen que ir con un mayor cuidado, lo que les hace ir en fila, para tener un orden y no molestar a los animales y evitar el ataque, lo único que reciben al encontrarse con ellos es un rugido o un sonido emitido de cada animal.

Por lo tanto, el viaje lo deben de disfrutar y guardar la calma, es por ello que, van caminando despacio y con precaución y lo van haciendo a través del baile llevando el ritmo que remite a Sudáfrica, la canción "el león duerme esta noche", el baile lo conjuntan con el fútbol, mientras unos van bailando otros van jugando con su balón, pero el juego lo hacen en momentos que son posibles, pues cuando se encontraban con elefantes, el rinoceronte o el león guardaron la cordura y no jugaron.

Haciendo una breve introducción de la segunda parte del spot, el lenguaje se ha utilizado con frecuencia en este spot, puesto que en su ausencia de diálogos, los movimientos corporales son los que han predominado en el acto comunicativo. Siguiendo con su camino los personajes de Televisa Deportes se encuentran con un león, Marisol pone un rostro de asombro y miedo y el resto de sus compañeros caminan con lentitud y todos en fila agarrados de diferentes partes del cuerpo. Siguiendo el sintagma, se puede interpretar que de acuerdo al orden de aparición de los animales se va manifestando el peligro, hasta llegar a la acción principal cuando llegan al pantano.

El equipo llega al pantano y lo cruza pero no se percatan de que hay cocodrilos y uno de ellos le sirve de alimento, su nombre es Enrique Burak.

Usando el significado y significante, se toma como significante a la interpretación desde el sintagma cuyo significado remite que el equipo de Televisa Deportes vive el riesgo de lo que les pueda pasar, el objeto son las transmisiones del Mundial de Fútbol. Aquí se toma como objeto a Enrique Burak, pues a sus compañeros no les importa lo que les sucedió, el acto lingüístico que hace Ricardo Peláez lo manifiesta.

También hay un juego de roles en cuestión de género, puesto que cuando el cocodrilo se come a Enrique Burak, Eugenio Derbez refleja espanto en su rostro y movimientos corporales, pero después se relaja y no toma en cuenta lo sucedido, mientras que Monserrat Oliver en el acto y después del hecho refleja timidez, espanto y precaución al pasar por el pantano. Al final, Mara Escalante es enfocada por la cámara y refleja espanto, y de acuerdo a sus movimientos connota que no tiene opción, más que seguir el camino y enfrentar los peligros hasta llegar a Sudáfrica.

“La gestualidad del rostro resulta clave en la transmisión comunicativa porque refleja con fuerza el estado de ánimo de un interlocutor. Por lo tanto, la cabeza, la mirada, cejas, boca, sonrisa, nariz y emociones del rostro tienen una gran carga emotiva sobre el mensaje transmitido. Así resulta imprescindible conocer el significado de sus movimientos para utilizarlos con precisión, desde una estrategia determinada que contribuya a reforzar nuestro mensaje verbal” (Hernández y Rodríguez, 2010: 92).

En este spot no se hace el llamado del fútbol y no aparece Antonio de Valdez, lo que permite creer que es la continuación del segundo spot, pues estos personajes siguen su camino a Sudáfrica y se olvidan de Antonio de Valdez que se queda con la tribu africana en la que dio el llamado. En esta continuación del spot se anuncia una premisa principal la cual es no importa que en el camino se extravíe alguno de sus compañeros o que algún animal feroz ataque a alguno de ellos, lo que importa es llegar a Sudáfrica al Mundial de Fútbol.

## Conclusiones

En los inicios de esta investigación se ponía en duda la importancia que tiene estudiar el fútbol desde la comunicación, una de las razones es la ignorancia sobre la reflexión teórica en torno al fenómeno desde las disciplinas de las ciencias sociales. El fútbol es un fenómeno mediático que forma parte de la vida cotidiana de las personas y la comunicación es fundamental en cualquier discurso que se emita sobre él, es por ello que se requiere de la semiótica para configurar una mirada del fútbol como creador de sentido y significaciones además de ser un deporte.

En los discursos que se emiten sobre el fútbol el lenguaje se hace presente en cualquiera de sus formas, el lenguaje se manifiesta mediante textos verbales, gestos, mímicas, movimientos corporales, etc., en un encuentro de fútbol esos lenguajes han adquirido diferentes significaciones a través de las representaciones sociales, lo que hace que ciertas cosas adquieran un sentido durante el momento, recordando que el sentido va a depender del contexto.

Por la tanto, la semiótica y el lenguaje sirven para construir al mundo a través de códigos que refieren a ciertas actitudes del ser humano. En un estadio de fútbol los signos y el lenguaje se dan en todo momento, son los actores principales, los bailes, los canticos, la vestimenta del aficionado, los movimientos corporales, entre otros, tienen signos que se dan principalmente a partir del significado que tiene que un equipo se enfrente al otro, a partir de ello surge la rivalidad y el sentido de cada acto que se emite y de ahí se generan los demás discursos en los que se basan los medios de comunicación y la publicidad, creando otros significados que refieren al consumo del medio y por ende del producto anunciado, influyendo en el aficionado a través del consumo de éstas.

El impacto del fútbol que se tuvo en un primer momento infirió en la dominación ideológica del aficionado, problema que se vio estudiado a través de la sociología disciplina que se trató de establecer como exclusiva en el estudio del deporte en especial del fútbol, sin embargo el planteamiento discursivo que se emite sobre el fútbol hizo a que investigadores de otras disciplinas de las ciencias sociales se interesaran por el estudio de este deporte.

La idea fallida que tuvieron los investigadores de establecer una sociología del deporte como única en su estudio, hace pensar que la comunicación desde un marco epistemológico es la disciplina principal en el estudio de los efectos del fútbol, ya que de ahí parten las interrogantes de las demás disciplinas. La comunicación como parte de la semiótica estudia los procesos comunicativos en los que se crea la significación, constante que nunca deja de existir en el comportamiento del aficionado y los discursos que irradian los medios de comunicación, pues como ya se ha dicho el lenguaje y los signos son los que construyen al mundo, mediante representaciones sociales.

La comunicación como disciplina es la que incide como actor principal en el estudio del fútbol lejos de las demás disciplinas que se interesan en su estudio, aunque no se han encontrado investigaciones del fútbol desde la semiótica. Los procesos de significación que se dan con los diversos discursos que se emiten en cualquier forma del lenguaje son los que provocan el comportamiento del aficionado haciéndolo parte del campo de estudio de disciplinas como la sociología, antropología, psicología, economía, política, entre otras.

El semiólogo francés Roland Barthes antes de hacer la propuesta de los conceptos semiológicos crea la obra de mitologías en donde plantea que el mito es un lenguaje que domina ideológicamente a las masas a través de los signos que presentan ciertas representaciones dentro de las obras de arte, una nota de prensa, una fotografía, un filme, etc. Esa representación se hace de una realidad que se vive en Francia en el mundo burgués, esta obra se crea en un contexto de restauración de las secuelas que dejó la Segunda Guerra Mundial.

Esta primera idea del mito hace que los conceptos lingüísticos de Ferdinand de Saussure, Roland Barthes los retome y los haga parte de la semiótica a partir de una realidad que se va creando con la evolución de los medios de comunicación. En el contexto que se crea este planteamiento teórico metodológico, la televisión comenzaba a tener un auge muy importante pues se iniciaba su expansión otros países con la señal de satélites, y un dato que quizás en ese momento no tenía importancia y la obra no estaba dirigida a ello es que el fútbol comenzaba a hacerse presente en la televisión a través de las transmisiones de los eventos deportivos como el Mundial de Fútbol y las Olimpiadas.

Roland Barthes aplica los conceptos semióticos al análisis de la imagen publicitaria que se emitían en esos momentos, en donde los mensajes eran implícitos. Con el desarrollo tecnológico y la expansión de mercados, la publicidad ha ido evolucionando creando significados para todo producto según sea el público al que va dirigido.

Aplicando el primer planteamiento de mitología en una representación de una realidad que se vive, el fútbol se ha convertido en el deporte más practicado y seguido por los aficionados en el mundo, acto del cual la publicidad se ha ayudado para crear signos entre el producto anunciado y el fútbol sin importar el producto que sea, simplemente se emite el discurso "si te gusta el fútbol, debes de consumir determinado producto porque éste te hace ganador y apoyas a tú equipo favorito".

A partir de este contexto es que se dice que la comunicación como parte de la semiótica, es la principal disciplina que se debería de encargarse de la investigación de los efectos del fútbol. A través de los discursos que se emiten en los estadios y en los medios de comunicación es que se crea la relación con el estudio de otras disciplinas.

Según las investigaciones encontradas desde la antropología se dice que en un estadio de fútbol se crean rituales que infieren en el apoyo del equipo favorito, en donde se hacen presentes los canticos, los movimientos corporales y el lenguaje de la vestimenta, esto es comunicación y semiótica debido a que expresan una significación en apoyo a su equipo, sin embargo la antropología estudia estos actos a través de la cultura y la representación etnológica de un determinado grupo como lo es ser parte de la afición.

Desde la política se han hecho discursos en los que el presidente de la República o determinados representantes políticos ejercen un discurso en donde comparan su mandato con los triunfos de la Selección Mexicana de Fútbol, en donde se dice que al igual que la selección su mandato es de triunfadores y de ganas de trabajar y hacer por los mexicanos, esto es una significación que se da a través de un discurso.

Los estudios de sociología apuntan la investigación de los efectos del fútbol desde la unión de clases sociales a través del discurso de la nacionalidad, esto implanta un significado para los aficionados de ser uno mismo, no importa la raza, el lugar donde

habita, posición política o nivel socioeconómico mientras se sea mexicano, ahí se crea el signo que se determina a partir de un encuentro de fútbol.

Desde la psicología el estudio adquiere sentido a partir del comportamiento del individuo en donde a través de las representaciones discursivas se crea imaginarios que lo hacen expresar sus frustraciones a través de un encuentro de fútbol, con gritos y golpes en algunos casos, esto es comunicación y esa representación tiene un significado.

El hacer un análisis semiótico de los spots “El llamado del fútbol” es encontrar los signos de una representación del fútbol y de Sudáfrica cuyo fin no es solamente lo que se expresa sino que conlleva al consumo y al significado que representa el Mundial de Fútbol. Con la serie de elementos que componen a los spots se comprueba el deslumbramiento del lenguaje en todas sus formas y cada parte de ese lenguaje constituye un significado a partir de una intención, por lo tanto el estructuralismo permite la unión de esos elementos tomando en cuenta los significados discursivos del contenido lingüístico y de la imagen tal y cómo lo constituye Roland Barthes.

## Fuentes consultadas

Alabarces, Pablo (2003) (comp.). **Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina**, CLACSO-ASDI, Buenos Aires.

Alcaide Hernández, Francisco (2009). **Fútbol fenómeno de fenómenos**. España, Ed. LID.

Alonso Castro, Ángel (2002). **Lingüística**. España, Ediciones Cátedra.

Alonso, Luis Enrique (2007). **El grupo de discusión en su práctica: memoria social, intertextualidad y acción comunicativa**. En Antología de Metodología cualitativa. UACM. México.

Álvarez Ramírez, Maribel (2009). **La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la construcción de la identidad nacional**. México, tesis de licenciatura en psicología, UNAM.

AMAP (2010). **El evento de apertura de esta Copa es el más visto por los mexicanos de los últimos cuatro Mundiales de fútbol**. En <http://www.amap.com.mx/noticia.php?id=3482>. (Consultado el 16/10/2010).

Angelotti Pasteur, Gabriel (2010). **El estudio del fútbol ¿un ámbito periférico para la antropología en México?** *Revista de antropología experimental*, No. 10, Universidad de JAÉN, España. En <http://revista.ujaen.es/rae>. (Consultado el 10/11/2010).

Antideseri, Dario y Reale, Geovanni (1995). **Historia de la filosofía**. Universidad Pedagógica Nacional, Colombia.

Arce Lara, Jorge Antonio (1997). **Análisis del discurso en la narración del partido de fútbol México vs Italia (olimpiada Atlanta 1996) de dos cadenas televisivas Televisa y televisión Azteca**. México, Tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.

Ardila, Rubén (2004). **La psicología Latinoamericana: El primer medio siglo**. Colombia.

Aurell Cardona, Jaume (2005). **La escritura de la memoria, de los positivismos a los postmodernismos**. España, Universidad de Valencia.

Barthes, Roland (1978). **Roland Barthes por Roland Barthes**. Barcelona, editorial Kairos.

\_\_\_\_\_ (1979). **El grado cero de la escritura, seguido de nuevos ensayos críticos**. Francia, Siglo XXI editores.

\_\_\_\_\_ (1990). **La aventura semiológica**. Barcelona, editorial PAIDÓS.

\_\_\_\_\_ (1999). **Mitologías**. México, Siglo Veintiuno Editores, decimosegunda edición.

\_\_\_\_\_ (2005). **Retórica de la imagen**. En <http://www.scribd.com/doc/7332652/BARTHES-Roland-Retorica-de-La-Imagen-Panzani-Corregido>. (Consultado el 10/03/ 2010).

Beckley, Ramón (1996). **La doble transición, política y literatura en España de los años setenta**. España, Siglo XXI editores.

BENDEZU UNTIVEROS, RAUL y Blanco López, Desiderio (S/F). **Semiótica y comunicación. Correlacionales**. Diálogos FELAFACS. En [http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/22-05DesiderioBlanco.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/22-05DesiderioBlanco.pdf). (Consultado el 28/09/2011).

Blanco, Desiderio, Bueno, Raúl (1980). **Metodología del análisis semiótico**. Perú, Universidad de Lima.

Bradu, Fabienne (1992). **Roland Barthes biografía de Luis – Calvet**. Barcelona, Ed. Gedisa.

Brusola Simón, Fernando (1999). **Oficina técnica y proyectos**. España, servicio de publicaciones.

Caldera Serrano, Jorge (2006). **Gestión documental de la información audiovisual deportiva de las televisiones generalistas**. Brasil, En *red encuentros Bibl. , revista de biblioteconomía de información*.

Carrión, Fernando. **El fútbol como práctica de identificación colectiva**. En [http://www.flasco.org.ec/docs/fútbol\\_practica.pdf](http://www.flasco.org.ec/docs/fútbol_practica.pdf). (Consultado el 1/09/2009).

Caruso, Paolo (1969). **Conversaciones con Lévi-Strauss, Foucault y Lacan**. Barcelona, Ed. Anagrama.

Castañón Rodríguez, Jesús (2005). **Universidad, comunicación y lenguaje periodístico del fútbol en América y España**. En *Revista digital universitaria, Vol. VI, número VI*. En [http://www.revista.unam.mx/vol.6/num6/art55/jun\\_art55.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.6/num6/art55/jun_art55.pdf). (Consultado el 18/09/ 2009).

Cayuela Maldonado, M. José (1997). **Los efectos sociales del deporte: ocio, integración, socialización, violencia y Educación**. Barcelona: Centre de Estudis Olímpics UAB.

Chandler, Daniel (1999). **Semiótica para principiantes**. Ecuador, Ediciones Abya Ayala.

Clavera, Bartolomé (1994). **Derecho Indígena y cultura constitucional en América**. México, Siglo XXI.

Curran, James, Morley, David y Walkerdine, Valerie (1998). **Estudios culturales y comunicación, análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo**. España, editorial Paidós.

Díaz Moran, Luis Fernando (2005). **Una estrategia de mercado para las empresas: la publicidad fijada en la selección Mexicana de Fútbol**. México, tesis que para obtener el título de licenciado en ciencias de la comunicación, UNAM.

Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa (2005). **Boletín informativo, Senado de la República**. Año V, No. 35, Enero-Febrero.

Dogan, Matei y Pahre, Robert (1993). **Las nuevas ciencias sociales, la marginalidad creadora**. México, Ed. Grijalvo.

Dromundo, Rolando (2009). "El periodismo en México: una visión crítica" en *Revista IBEROAMERICANA de Comunicación*, no. 17, otoño-invierno, Pp. 98-112.

Duncan, Quince (2007). **Contra el silencio**. España, Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Durán González, Javier (1994). **El vandalismo en el fútbol una reflexión sobre la violencia en la sociedad moderna**. España, GYMNOS.

Eguizabal Maza, Raúl (2004). **La comunicación publicitaria, antecedentes y tendencias en la sociedad de la información y el conocimiento, comunicación social**. Sevilla, Ediciones y publicaciones CS.

Escalante Curiel, Eduardo (2006). **Aplicabilidad de la mercadotecnia en el fútbol mexicano, para generar mejores ingresos a sus clubes**. México, tesis de licenciatura en comunicación, UNAM.

Escuela de Negocios, Departamento de Contaduría y Finanzas Cotización en bolsa de Clubes en México. "Ganancias del fútbol". En [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/garcia\\_v\\_j/capitulo0.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/garcia_v_j/capitulo0.pdf). (Consultado el 4 de Octubre de 2009).

Fábregas Puig, Andrés (2002). **Lo sagrado del rebaño: el fútbol como integrador de identidades**. México. Disponible en *Región y sociedad*, vol. XIV, n.24.

Fábregas Puig, Andrés (2006). **El fútbol en Chiapas (México): ¿un símbolo de identidad?**; en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, julio- Diciembre, vol. LXI, n. 2, págs. 145-161.

Fernández, Claudia y Pasman Andrew (2000). **El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa**. México: Grijalbo.

Fernández, José Ramón (1994). **El fútbol mexicano: ¿un juego sucio?** México, Grijalva.

Fernández Martorell, Concha (1994). **Estructuralismo, lenguaje, discurso, escritura**. España, Montesinos Editor.

Ferrer, Eulalio (1994). **El lenguaje de la publicidad**. México, Fondo de cultura económica.

FIFA. com (1994). **Fútbol clásico, Historias de la FIFA anteriores presidentes de la FIFA**. En <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/pastpresidents.html>. (Consultado el 20/10/2010).

Flores Quezada, Erick A. (2005). **Mundiales de fútbol, el mundo a tus pies**. México, tesina de la licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.

Flores Mercado, Lucía (2005). **Por siempre puma: reportaje sobre la comercialización del club Universidad Nacional dentro del fútbol profesional**. UNAM, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación.

Fragoso Galván, Diego (2006). **Periodismo especializado. Géneros periodísticos híbridos la tendencia en la revista deporte internacional en el mundial de Francia 1998. Análisis de contenido**. México, tesis de la licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.

Fragoso Pera, Gilberto (1994). **Entre el drama de la crisis y el circo futbolero Aproximación a la opinión pública**. México, Comunicación y Sociedad. N.18.

- Galán W., Frantisek (1988). **Las estructuras históricas, el proyecto de la escuela de Praga 1928-1946**. España, Siglo XXI Editores.
- Galeano, Eduardo (1995). **El fútbol a sol y sombra y otros escritos**. Uruguay, Ediciones P/L.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (2004) “**Apuntes de historia de una comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria**”. Colombia, *Escribanía: comunicación, cultura y región*. Número 12, enero-junio del 2004. Centro de Investigaciones de la Comunicación, Universidad de Manizales, Pág. 5-14.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (2007). **Apuntes de Historia del Proyecto hacia una Comunicología Posible**. Presentación sintética del programa de trabajo en sus primeras fases. México, *Razón y Palabra*, N. 57, Junio y Julio de 2007. En <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n57/jgalindo.html>. (Consultado el 7/03/2011).
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (2009). **Comunicología y fútbol. La vida social, el deporte y el espectáculo desde una perspectiva constructivista**. *Razón y palabra N. 69*. . México. En <http://www.razonypalabra.org.mx>. (Consultado el 21/09/2009).
- Galindo Cáceres, Jesús (2009). **Sociología y comunicología, historias y posibilidades**. Argentina, editorial EUCASA, Universidad Católica de Salta.
- García Carpintero, Manuel (1996). **Las palabras, las ideas y las cosas, una presentación de la filosofía del lenguaje**. Barcelona, Ariel filosofía.
- Garrido, José Ángel (2003). **La etnia gitana en la pantalla, minorías en el cine**. España, Universidad de Barcelona.
- Gray, Ronald (1991). **Hitler y los alemanes** en Historia del mundo para jóvenes. Inglaterra, Ed, AKAL, introducción de la cuarta edición inglesa.

Gándara, Lelia. **Las voces del fútbol. Análisis del discurso y cantos de cancha.** Chile, Universidad Católica Cardenal Raúl Silva Henríquez. En: <http://www.elortiba.org/pdf/Gandara.pdf>. (Consultado el 10/09/ 2009).

García F, Lagardera O. y Puig, B (1998). **Sociología del deporte.** España, Alianza Editorial.

García Esunsa, Eduardo (2003). **El resultado de la influencia de la televisión y la publicidad sobre el fútbol profesional mexicano durante los noventas.** México, tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación, UNAM.

García Marín, Ernesto (2009). **¿Cuándo ganaremos el mundial? La cuestión del fútbol mexicano.** México, El CID editor.

García Sottile, María Eugenia (S/f). **Deporte en el centenario: inmigrantes y criollos.** Buenos Aires, El CID editor.

Garibay Mendoza, José Cruz (1996). **La crónica y el comentario de fútbol en televisión: la formación manipulada de públicos y de opinión pública.** México, tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación, UNAM.

Gil Galve, Alberto (2008). **Los porteros de fútbol, ¿se comportan como sistemas complejos? El caso de Iker Casillas y Víctor Valdez.** España, Universidad de Barcelona.

Giménez, Gilberto (2004). **“Pluralidad y unidad de las ciencias sociales”.** *Estudios Sociológicos de El Colegio de México, Vol. XXII, núm. 65, Mayo-agosto.*

\_\_\_\_\_ (2009). **Comunicación, cultura e identidad, reflexiones epistemológicas.** San Luis Potosí, ponencia dentro del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. 22 de Abril.

González Ponce de León, Miguel Ángel (2008). **Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis multiregional.**

(**caso Pachuca**). México, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, Universidad Iberoamericana.

Gómez, Rodrigo (2006). **TV Azteca y la industria televisiva en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica**. México, Red comunicación y sociedad.

Granfútbol.com. **“Historia del fútbol”**. Disponible en <http://www.noticiasmexico.com/documentos/historia.pdf>. historia 45. (Consultado el 4/09/ 2009).

Guerrero, Abraham (2009), **El fútbol como identidad nacional**. El universal, México. En <http://www.equiposfutbol.com.mx>. (Consultado el 21 de septiembre de 2009).

Heredia, Martha (1987), **“La historia de la Psicología en el deporte”, Apuntes inéditos, Psicología aplicada al deporte**, Primer curso de Psicología aplicada al deporte CECESD, MÉXICO, UNAM.

Heredia, Martha (2005). **La psicología deportiva y el fútbol**. México, *revista digital Universitaria*, 10 de junio 2005, Volumen 6, Número 6 UNAM.

Hernández Aranda, Luis Guillermo (2006). **Política y Fútbol/Historias del absurdo**. México, Periódico el Siglo de Torreón, 14 de Junio. En <http://www.ElSiglodeTorreon.com.mx>. (Consultado el 2/02/2010).

Hernández Gutiérrez, Carlos (2009). **“ponte la verde con el tri de mi corazón”: nacionalismo banal, televisión y fútbol**. En <http://www.razonypalabra.org.mx>. (Consultado el 21 de septiembre de 2009).

Hernández Herrarte, María y Rodríguez Escanciano, Imelda (2010). **Lenguaje no verbal cómo gestionar una comunicación de éxito**. España, Instituto tecnológico Empresarial.

**“historia del fútbol”**. Disponible en: <http://www.educar.org/Educacionfisicaydeportiva/historia/fútbol.asp> . (Consultado el 4/10/ 2009).

Historiasiglo20.org. **La transición política. La Constitución de 1978 y el Estado de las Autonomías, en La España democrática, 1975 – 2000.** En <http://www.historiasiglo20.org/HE/16a-1.htm>. (Consultado el 20/09/2010).

Huacuja, Mario y Woldenberg, José (s/f). **Los movimientos estudiantiles, la reforma educativa y el Estado.** México, en Estado y lucha Política en el México actual.

Ibarra Villanueva, María Dolores Vanesa (2006). **Territorio Puma: espacio, cultura e identidad.** México, tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación, UNAM.

Jiménez Ruíz, Juan Luis (2007). **Lingüística general I, guía docente.** España, editorial Club Universitario.

Laberón Medina, Mercedes (1998). **Valoración publicitaria de los programas de televisión.** Pamplona, EUNSA.

Lara Angulo, Evaristo (1997). **El fútbol soccer mexicano en la transformación del espectador en fanático a través de la televisión en México.** México, tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación, UNAM.

Labia, Darío (2003). **Tarzán de Ron Olí. Televisio Web Zine,** disponible En <http://www.quintadimension.com/televisio/index.php?id=102>. (Consultado el 28/05/2011).

Llinares, María del Carmen (2004). **Historia del estructuralismo, tomo 1, el canto del cisne 1967 a nuestros días.** España, editorial AKAL.

\_\_\_\_\_ (2004). **Historia del estructuralismo, tomo 2, el canto del cisne 1967 a nuestros días.** España, editorial AKAL.

- Madrid Morales, Julio Alejandro (2001). **El fútbol en la televisión en México 1990 – 2000**. México, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.
- Magazine, Roger (2004). **Es puro desmadre, desorden y violencia entre jóvenes de un club de la ciudad de México**. Revista de estudios sobre juventud (JOVENES), N. 21.Pp.40-53.
- Marais, Hain (2002). **Sudáfrica límites al cambio, la economía política de la transformación**. México, Siglo Veintiuno Editores.
- Mardones, J. M. (1991). **Filosofía de las ciencias humanas y sociales**. Materiales para una fundamentación científica. Editorial Anth libros.
- Martínez, Samuel, Roger Magazine (2009). **El sistema de rivalidades futbolísticas en México. Reflexiones en torno al proyecto “identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: Un análisis corporativo multiregional”**. México, *Razón y palabra* N. 69. En <http://www.razónypalabra.org.mx>. (Consultado el 21/09/2009).
- Marro, Mabel (1999). **Roland Barthes: el lenguaje de los discursos, la ciencia de los signos, la práctica del texto**. En “seis semiólogos en busca del lector”, SIGNO, Argentina.
- Mead, H. G (1973). **Espíritu, persona y sociedad**. México, Paidós.
- Medina Cano, Federico (2009). **El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad**. México, *Razón y palabra* N. 69. En <http://www.razónypalabra.org.mx>. (Consultado el 21/09/2009).
- Mejía Barquera, Fernando (2007). **Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)**. *Revista de Comunicación y Cultura Escenarios y Convergencias, Año. 1, edición. 1, Marzo – Mayo*. En <http://foro.univision.com/t5/Historia-Universal/ANTECEDENTES-HIST%C3%93RICOS-DE-LA-TELEVISI%C3%93N-EN-MEXICO/m-p/53641472>. (Consultado el 1/10/2010).

Miquel de Moragas, Spá (2004). **Comunicación y deporte en la era digital. Sinergias, contradicciones y mass media.** DGICIT, España, Universidad de Barcelona.

Molina Martínez, Lucia (2006). **El otoño del pingüino, análisis descriptivo de la traducción de los culturemas.** España, Universidad de Jaume.

Morales de la Campa, Arturo (1997). **La publicidad que manejo Coca-Cola en el mundial de 1994.** México, tesis para obtener el grado de licenciatura en comunicación, UNAM.

Navarro Arias, Roberto (2007). **Psicoenergética, Método de psicoterapia corporal para integrar las emociones y el cuerpo.** México, editorial Pax.

Navarro Peralta, José María (2007). **Fútbol y televisión en México: el papel de Televisa, TV Azteca y canal 40 en el Mundial de Fútbol 2002.** México, tesis para obtener el grado de licenciatura en comunicación, UNAM.

Niro, S. (2006). **Fútbol y Publicidad Rodando en el Mismo Terreno.** 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.* En: [http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=157&Itemid=125](http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=157&Itemid=125). (Consultado el 21/09/2009).

Niccoline, Silvia (1977). **Introducción al análisis estructural de los relatos, Roland Barthes.** Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Nomdedeu Rull, Antoni (2001). **Terminología del fútbol y diccionarios: elaboración de un diccionario de especialidad para el gran público.** España, Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.

Núñez Noriega, Guillermo (2004). **Los “hombres” y el conocimiento, reflexiones epistemológicas para el estudio de “los hombres” como sujetos genéricos.** México, En *red desacatos, revista de antropología social*.

Ontiveros, teresa y peralta terrazas, Víctor (2000). **La sociología como ciencia y el sujeto – objeto de estudio.** México, Ed. Quinto sol.

Orozco, Hernán (2010). **Primer campeonato Mundial de Fútbol Uruguay 1930.** *Huellas de la historia, N. 9, año 1, Junio.*

Orozco Gómez, Guillermo (1992). **Televisión y producción de significados.** México, Universidad de Guadalajara.

Orozco Gómez, Guillermo (1992). **Hablan los televidentes Estudios de recepción en varios países.** México, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales. Universidad Iberoamericana.

Pardo, José Luis (2001). **Estructuralismo y ciencias humanas.** España, Ediciones Kal.

Pedraza Bucio, Claudia Ivett (2008). **Fuera de lugar: la representación social del fútbol femenino en el discurso de la televisión.** México, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.

Pérez Choque, Juan (2008). **Indios tras la pelota: fútbol e identidad aimara en alto hospicio.** *Revista de ciencias sociales, n. 18, chile, 2007.* En <http://www.redalic.uaemex.mx>. (Consultado el 18/09/2009).

Pérez Rojas, Luis Beltrán (2008). **Aportes del estructuralismo a la identificación del objeto de estudio de la comunicación.** México, *Razón y palabra, N. 63*, Universidad Iberoamericana.

Piaget, Jean (1995). **El estructuralismo ¿qué sé?** México, Publicaciones cruz.

- Plaza Martín, Diana (2009). **La construcción discursiva de la nación a través del fútbol. Un discurso social de éxito.** España, En Prisma social, n. 2.
- Portillo, Marisela (2007). **Definición de alcance a la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa.** México, En Antología, metodología cuantitativa. UACM.
- Portillo, Marisela (2007). **El proceso de investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo: hacia un modelo integral.** México, En Antología, metodología cuantitativa. UACM.
- Portillo, Marisela, Rizo Marta (2005). **Apuntes didácticos para la elaboración de una tesis, Colección: Cuadernos de Comunicación y cultura,** Num.1. México, UACM.
- Pujadas, Xavier (2010). **La metamorfosis del deporte, Investigaciones sociales y culturales del fenómeno deportivo contemporáneo.** Barcelona, Editorial UOC, Primera edición.
- Rebel, Gunther (2000). **El lenguaje corporal.** México, Ediciones Antonio Fossati.
- Resortafrika.com (2011). **Ecosistemas de África, sabana.** En <http://www.resortafrika.com/ecosistemas>. consultado el 24/05/2011. (Consultado el 24/07/2010).
- Ribbens, Geoff (2002). **Aprender las claves del lenguaje corporal.** Barcelona, ediciones gestión, 2ª edición.
- Ricupero, Sergio (2007). **Diseño gráfico en el aula, guía de trabajos prácticos.** Buenos Aires, Nobuko.
- Rincón, Omar (2002). **Televisión y deporte: negocios de identidades instantáneas.** Colombia, En la revista Javeriana, deporte y sociedad. N. 688, tomo 138, año de publicación 69.

Rivera Guerrero, Enrique (2005). **Cultura y fútbol, la generación de su conocimiento desde su universidad.** *Revista digital universitaria, Vol. VI, número VI.* En [http://www.revista.unam.mx/vol.6/num6/art55/jun\\_art55.pdf](http://www.revista.unam.mx/vol.6/num6/art55/jun_art55.pdf). (Consultado el 10/09/2009).

Riera Ferran, Agnés (2003). **Análisis comparado del uso del deporte de la publicidad televisiva en España.** España, tesis doctoral, Instituto Nacional de educación Física de Cataluña.

Rivera Gómez, J. F. (2006). **Pasiones fútbolizadas. Sociedad, contextos, rituales.** 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.* En [http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=153&Itemid=125](http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=153&Itemid=125). (Consultado el 21/10/2009).

Rivera Guerrero, E. (2006). **Fútbol, cultura y comunicación.** 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.* En: [http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=150&Itemid=125](http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=150&Itemid=125). (Consultado el 20/09/2009).

Rivera Guerrero, E. (2005). **Cultura y fútbol, la generación de su conocimiento desde la universidad.** México, *Revista digital universitaria, N. 6, Junio*, Coordinación de revistas digitales UNAM.

Roca, Carlos (2011). *El último Napoleón.* Madrid, Ediciones Nowtilus.

Rodelo Pérez, Jesús Manuel (2009). **El escuadrón aurinegro: identidad y representaciones en una barra de fútbol (Equipo dorados de Sinaloa).** *Razón y palabra N. 69.* México. En: <http://www.razonypalabra.org.mx>. (Consultado el 21/09/2009).

Rodríguez, Fabián (2006). **Micro emprendimientos, cría rentable de ñandúes y avestruces Manual teórico práctico para su producción y consumo.** Argentina, Ediciones continente.

Rodríguez Pérez, Ma. Amor (2005). **El discurso televisivo: un lenguaje seductor que cuenta un mundo virtual.** España, en *Comunicar*, N. 25. En <http://www.redalyc.uaemex.mx>. (Consultado el 18/09/2009).

Saborit, José (1988). **La imagen publicitaria en televisión.** Madrid, Cátedra signo e imagen. Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña.

Saiz, Milagros (2009). **Historia de la psicología.** Barcelona, editorial UOC. Primera edición.

Sánchez, d.j. y viciana, j. (2002). **Análisis del discurso de un entrenador de fútbol. comparación entre dos situaciones diferentes de competición.** *Revista Motricidad*, N. 8, Dpto. Educación Física y Deportiva, Fac. Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Universidad de Granada. Pp. 161-173.

Sánchez Ruiz, Enrique (2005). **Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000, en Una historia contemporánea de México.** México, Ed. Océano.

Santa Cruz, Eduardo (2009). **Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual.** Artículo encontrado en Internet. En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/PIII-SantaCruz.pdf>. (Consultado el 2/09/2010).

Schnek, Adriana (2006). **Invitación a la biología.** Uruguay, Editorial médica panamericana, sexta edición.

Serrano Oceja, Francisco José (2002). **Ética de la comunicación y de la información.** España Editorial Ariel Comunicación.

Serrano Sánchez, José Antonio (1998). **Un estilo sobre componentes centrales y sociales de la participación deportiva desde un enfoque holístico**; Madrid, en Deporte y calidad de vida, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Serrano, Sebastián (2001). **La semiótica una introducción a la teoría de los signos**. España, Ediciones montesinos.

Siglo de Torreón (2008). **Presentan a la mascota para Mundial Sudáfrica 2010**. Siglo de Torreón.com.mx, 22 de septiembre. En <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/380662.presentan-a-la-mascota-para-mundial-sudafrica.html>. (Consultado el 12/07/2010).

Snider, E., y E. Spreitzer (1983). **Social Aspects of spor**. Englewood Cliffs, Prentice Hall.

Solis Montez, Juan Carlos (1998). **Fútbol, deporte manipulador y creador de imágenes colectivas televisivas**. México, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, UNAM.

Taylor (1984). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. España, editorial Paidós básico.

**Todos los mundiales.com. Historia de los Mundiales**. En <http://www.todoslosmundiales.com.ar/>. (Consultado el 4/05/2010).

Trejo Pereira, Alejandro (2000). **La televisión mexicana, una mirada detrás de las cámaras**. México, Trabajo para obtener el título de licenciado en Comunicación y periodismo. UNAM.

Universidad Alcalá (1998). **Boxeo, este es un texto destinado a los institutos de cultura física**. España, Ed. Gedisa.

Univisión.com. **Copa Mundial de la FIFA 2010: Historia de los mundiales**. En <http://fútbol.univision.com/fifacopamundial/historia> consultado el 4/05/2010. (Consultado el 10/01/2010).

Vega Montiel, Aimée (2009). *La comunicación en México, una agenda de investigación*. México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades Coordinación de humanidades.

Vicente, Karina (1999). **Biografía de Roland Barthes**. En "seis semiólogos en busca del lector", Argentina, SIGNO.

Vidales Gonzales, Carlos Emiliano (2006). **La semiótica como matriz de estudio de la comunicación**. Unirevista, vol. 1, n. 3, julio, REDECOM, México.

\_\_\_\_\_ (2010). **Semiótica y teoría de comunicación, tomo I**. México, CECYTE.

\_\_\_\_\_ (2011). **Semiótica y teoría de comunicación, tomo II**. México, CECYTE.

Villena Siengo, Sergio (2009). **Fútbol, discurso publicitario e imaginarios nacionalistas en Costa Rica**. *Razón y palabra* N. 69. En <http://www.razónypalabra.org.mx>. (Consultado el 21/11/2009).

Wallerstein, Emmanuel (1996). **Abrir las ciencias sociales**. Siglo Veinte y Uno Editores, 1ª edición.

Wilfred, Gerhard (1970). **Artículo publicado por FIFA News**.

XX ECUENTRO NACIONAL DE LA AMIC, 2008. MONTERREY, NL. UANL-FCC. MAYO 6-9 2008. En [http://www.google.com.mx/search?hl=es&q=congreso+en+momterrey+del+2008+de+la+AMIC&aq=o&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai](http://www.google.com.mx/search?hl=es&q=congreso+en+momterrey+del+2008+de+la+AMIC&aq=o&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai). (Consultado el 25/02/2010).

Zeccheto, Victorino (1999). **La teoría semiológica de Saussure**. En "seis semiólogos en busca del lector", Argentina, SIGNO.

Zamora Acosta, Elías (2009). **Fútbol y televisión: cultura de masas y mediaciones en el capitalismo avanzado**. España, Sevilla.

\*ESTE MATERIAL  
NO SE PRESTA A  
DOMICILIO\*

\*ESTE MATERIAL  
NO SE PRESTA A  
DOMICILIO\*



*Tesis Perla*

IMPRESIONES DIGITALES

*Raymundo Caballero Orozco*

TEL. 2158-4136 • CEL. 55 1845-9186