



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

La construcción de la información deportiva en el diario *La Voz del Interior*  
Sebastián Palma, Francisco Molinari, German Verne y Luis Valente  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 2, diciembre 2016  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## La construcción de la información deportiva en el diario *La Voz del Interior*

**Sebastián Palma**

**Francisco Molinari**

**German Verne**

**Luis Valente**

[spalma@perio.unlp.edu.ar](mailto:spalma@perio.unlp.edu.ar)

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

### Introducción

La siguiente ponencia se inscribe en el marco de las investigaciones propuestas desde el Taller de Análisis de la información de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, que han dado cuenta de los procesos de construcción de la información establecidos desde los medios masivos en los últimos años.

En este sentido, resulta oportuno considerar que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) ha propuesto nuevos desafíos en el escenario comunicacional, tanto vinculados al acceso a los bienes simbólicos, como en los circuitos de circulación de la información. Estos factores son claves para observar, desde diversas perspectivas, cuáles son los aspectos a profundizar en el análisis de los contenidos establecidos en los medios masivos.

En el campo del periodismo deportivo y la circulación de información deportiva la LSCA reconoce el derecho al acceso a los bienes culturales de todos los ciudadanos, amparada en pactos internacionales y en la Constitución Nacional, y en ese marco le otorga un lugar central al deporte. Es por ello que es necesario indagar desde dónde se construye la información deportiva y cuáles son las prioridades informativas de los medios masivos al momento de investigar, seleccionar y jerarquizar la información que difunden. Asimismo, sería interesante indagar sobre los procesos para la construcción de la información deportiva, como síntesis estructurada y estructurante de los procesos de significación y producción de sentidos del deporte como hecho cultural en la sociedad actual.

La mencionada ley precisa en su artículo 77: "Derecho de acceso. Se garantiza el derecho al acceso universal a través de los servicios de comunicación audiovisual- a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos, de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad".

Por otra parte, en consonancia con la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el rol activo del Estado, resulta oportuno poner en valor los debates establecidos en el seno de la sociedad argentina hacia la búsqueda de una Ley Nacional del Deporte, propuesta impulsada en el último tiempo que plantea la necesidad de fortalecer las condiciones de desempeño de los deportistas, como así también la relevancia social del deporte en términos generales. De esta manera, los foros abiertos nacionales "Conectados X Deporte", que se realizaron en diversas provincias del país, apuntaron a la reflexión en torno a las nuevas formas del deporte, la modernización de las estructuras deportivas nacionales, la federalización del alto rendimiento y la democratización del deporte. En este marco, la comunicación deportiva también encuentra un rol central como campo para el acceso a bienes culturales.

Ante el cambio de paradigma con que se aborda al deporte desde el Estado, es importante recordar que "el reconocimiento como capital estratégico de los medios y de las industrias culturales como protagonistas ineludibles en la conformación de los imaginarios colectivos, implica comprender, también, que las disputas que se produzcan por el control de ese patrimonio serán definitorias en la composición de los escenarios sociales".<sup>1</sup>

Previo al trabajo descriptivo de las noticias deportivas propuestas por el diario La Voz como caso testigo, es necesario destacar que: "Los medios de comunicación son el lugar donde se produce la realidad de las sociedades industriales contemporáneas. [...] Las noticias como formas de conocimiento tienen la capacidad de *imponer* el orden del día, en tanto que los acontecimientos difundidos por los medios suelen ser los

acontecimientos a los que el público presta mayor atención. [...] Los medios nos dicen de lo que debemos ocuparnos en la medida en que nos suministran elementos que son estructurados para lograr una imagen de la realidad".<sup>2</sup>

Es importante aclarar que, se eligió tomar como caso testigo a La Voz del Interior por considerarlo uno de los medios más importantes y tradicionales del país, que además de abarcar Córdoba en su totalidad cuenta con llegada a diferentes provincias como Catamarca, La Rioja, Santiago del Estero, Buenos Aires, Santa Fe y San Luis.

A partir del caso testigo, la ponencia propondrá problematizar la construcción, selección y jerarquización de la información deportiva que realizan los principales medios gráficos del país en el marco de una LSCA en plena vigencia y desarrollo.

## **Alcances y limitaciones**

Este trabajo se propone avanzar en la elaboración del escenario de producción y circulación de las noticias deportivas, como un primer paso necesario hacia la configuración del concepto de deporte elaborado desde los medios de comunicación del país:

- Esta ponencia no pretende dar cuenta de vínculos empresariales del escenario comunicacional, sino pensar desde la selección de los contenidos que el medio propone. En este sentido, debido a su alcance regional, significa una muestra de valor para el estudio del capital simbólico difundido.
- Internet y las nuevas tecnologías como espacios de producción y circulación de contenido deportivo no han sido considerados para iniciar el desarrollo del escenario de la comunicación deportiva. La amplia proliferación y la bastedad de los mismos han llevado al equipo de trabajo a considerar la elaboración futura del escenario del periodismo deportivo en Internet.

## **Muestra de análisis**

Si se observan los diarios del 1 al 30 de noviembre se advierte en Mundo D, suplemento deportivo del medio, una fuerte presencia de información relacionada a los denominados equipos grandes del fútbol argentino. Ya sea en caso de estar disputando algún encuentro de carácter internacional o local, o simplemente en alguna duda sobre

el equipo, por ejemplo, River, Boca, San Lorenzo, Independiente y Racing figuran en todas las ediciones del período elegido. En algunos casos, como en el 3 de noviembre, la información de equipos grandes ocupa 2 páginas y media. También sucede algo similar el 17 de noviembre, día en el cual se le asignaron dos páginas completas a la información de los grandes. En ambas ediciones, los equipos grandes ocupan un lugar en la tapa del diario.

La noción de información deportiva mantiene los lineamientos generales que se presumían antes de realizar el trabajo de investigación. **Los criterios de selección informativa de los suplementos deportivos aún mantienen una lógica centralizadora que mira hacia Buenos Aires.** Por ejemplo, tomando la edición del 3 de noviembre, puede determinarse que los criterios de distribución de la información deportiva fueron:

Total edición	Fútbol	Automovilismo	Básquet	Tenis
16 páginas	9 páginas <b>56,4%</b>	2 1/2 páginas <b>15,6%</b>	1 página <b>6,25%</b>	1/4 página <b>1,56%</b>

Si bien el concepto "fútbol" incluye la información del fútbol local de primera división, ascenso, torneos internacionales y fútbol internacional, la selección también está marcada por claras diferencias.

Total sección "fútbol"	Equipos "grandes"	Resto equipos de Primera	Fútbol Internacional	Ascenso	B Nacional	Torneos Internacionales
9 páginas	2 1/2 páginas <b>27.77%</b>	2 páginas <b>22.22%</b>	2 páginas <b>22.22%</b>	2 páginas <b>22.22%</b>	1/2 páginas <b>5.55%</b>	0 páginas <b>0%</b>

Nota: Se consideraron equipos "grandes" a Boca Juniors, River Plate, Racing Club, Independiente y San Lorenzo.

Partiendo del relevamiento desarrollado, pueden observarse tanto el lugar preponderante que tiene el fútbol por encima de los demás deportes como así también el predominio de la información de los equipos denominados grandes por sobre el resto de los equipos de Primera División y otras categorías.

Como se mencionó anteriormente, por trayectoria, reconocimiento y alcance territorial, La Voz es uno de los medios más importantes del interior del país. Es por ello que, en

el marco de los nuevos abordajes sobre lo deportivo, tanto desde el Estado como desde los medios de comunicación, es indispensable comprender qué entiende por información deportiva un medio tan relevante como el diario cordobés. A tal fin, resulta pertinente aproximarse a una definición sobre cuál es el criterio de selección y jerarquización temática del diario en tanto que, tal como lo define Héctor Borrat, “mediante un análisis de las exclusiones, inclusiones y jerarquizaciones que (el periódico) hace de las noticias [...], es posible advertir su interés por acentuar ciertos conflictos, actores, temas, y por devaluar u omitir otros” (Borrat, H. 1989, p122). Ana María Lalinde Posada, en el mismo sentido, afirma que “la forma como los individuos jerarquizan y dan importancia a ciertos acontecimientos públicos es similar a la forma como esos mismos aspectos de la realidad son jerarquizados por los medios” (Lalinde Posada, A. 1992. p125).

A fin de obtener un muestreo que pueda ser representativo de los criterios regulares de edición periodística de La Voz y más específicamente del suplemento deportivo Mundo D, se realizó un análisis cuantitativo de selecciones e inclusiones de las disciplinas deportivas abordadas en el diario y qué espacio le destinó a cada una de ellas, entre el sábado 1 y el domingo 30 de noviembre de 2014.

Las **30 ediciones** utilizadas como muestreo, presentan una moderada regularidad en cuanto a la cantidad de páginas a lo largo de la semana, oscilando entre las 12 y las 16 páginas. Los ejemplares de los días lunes, martes, miércoles, jueves y viernes mantienen una cantidad fija, 12 páginas, mientras que los sábados y domingos se definen por contar con una mayor cantidad de páginas, por lo general 16.

Sin embargo, pese a las diferencias observadas entre los distintos días, la proporción de noticias según su disciplina se mantiene con regularidad a lo largo de la semana. En este punto, es de destacar **el lugar privilegiado que ocupa la información referida al fútbol en el diario: fueron destinadas 283 de las 424 páginas relevadas**, lo que se traduce en que durante el mes de noviembre de 2014, el 66,74% de la información fue futbolística.

Con respecto a la cantidad de páginas destinadas a cada uno de los deportes, puede observarse que de las 424 páginas relevadas durante el mes, **283 pertenecen a fútbol, seguidas por 39 de básquet, 34 de automovilismo, 26 de rugby, 15 de vóley y 7 páginas de golf. Resulta importante destacar que dentro de las páginas destinadas a fútbol, 40 son dedicadas a los equipos grandes, representando el 14,13% dentro de la categoría fútbol y ocupando en el período desarrollado más páginas que deportes como el básquet, automovilismo y rugby.** Otro aspecto importante es la cantidad de páginas

destinadas al fútbol de ascenso, es decir, categorías inferiores al Nacional B. En el período seleccionado como muestra, 71 páginas fueron dedicadas al fútbol de ascenso, lo que implica un 25,08% dentro de la categoría fútbol. En este punto, la presencia de Talleres de Córdoba es determinante para que el Ascenso ocupe tantas páginas.

Más allá de las inequidades que pueden establecerse durante el período estudiado, es también pertinente desglosar **el tratamiento informativo del fútbol**, en tanto que resulta un segmento significativo del diario.

A modo de ordenamiento metodológico, se establecieron 6 categorías de clasificación de la información, de acuerdo a la segmentación realizada por el mismo periódico: Equipos Grandes (Boca, River, Independiente, Racing y San Lorenzo), Resto de Primera División, Nacional B, Ascenso, Copas Internacionales (Libertadores) y Fútbol Internacional (vinculado a ligas del exterior del país) y Selecciones.

La distribución de páginas también marca una clara tendencia de los criterios de selección y jerarquización del suplemento deportivo del diario La Voz. De las 424 páginas identificadas, 40 se destinaron a información dedicadas a los Equipos Grandes, 50 al Resto de Primera División, 47 al Nacional B, 71 al Ascenso, 28 al Fútbol Internacional, 27 a Copas Internacionales y 20 páginas a Selecciones.

## La preponderancia de Talleres

Otro aspecto que se destaca en el período seleccionado es la trascendencia que le da La Voz al desempeño del equipo de fútbol de Talleres de Córdoba, en aquel entonces luchando por un ascenso desde el Torneo Federal A, tercera categoría del fútbol argentino, al Nacional B. En la edición del 16 de noviembre, cuatro notas relacionadas a Talleres figuran en el suplemento. A su vez, una de las notas tiene su título en tapa. Esta situación se repite el 5 de noviembre, cuando la información vinculada a la T ocupa 3 páginas.

Cómo se mencionó anteriormente, la importancia que La Voz le asigna a la actualidad de Talleres es el principal argumento para entender por qué la categoría Ascenso tiene tantas páginas en la muestra elegida. Si bien el devenir de otros equipos locales que disputan torneos de ascenso como Racing de Córdoba también es trabajada por Mundo D, la cantidad de notas destinadas a Talleres superan claramente a las dedicadas a los demás equipos locales. Inclusive supera a Belgrano, clásico rival y actualmente en Primera División.

## Otros deportes

A la hora de analizar la presencia de otros deportes en el suplemento Mundo D, se destacan por su habitualidad el básquet, el automovilismo y el rugby. El básquet es luego del fútbol el deporte al que más páginas se le destinó: 39. A su vez, figura con al menos una nota en todas las ediciones del mes, siendo el 20 de noviembre el día en el que más páginas se le dedicaron, 2.

El automovilismo figura en la tercera posición en cuanto a cantidad de páginas, siendo 34 el número destinado al deporte automotor.

En el caso del rugby, está en la mayoría de las ediciones. De hecho, solo en dos días de la muestra seleccionada no hay notas referidas al deporte de la pelota ovalada. Su pico más alto en cuanto a cantidad de páginas destinadas estuvo en el 15 de noviembre, en la que se le dedicó dos páginas enteras.

A pesar de ser deportes importantes en el proceso de selección, construcción y jerarquización de la información deportiva, las páginas destinadas al básquet, el automovilismo y el rugby ocupan un porcentaje menor en relación a las dedicadas al fútbol. Para reflejar esta desigualdad existe un dato muy concreto. Si se suma el espacio que ocupan tanto el automovilismo como el básquet y el rugby, entre las tres acumulan un total de 99 páginas, un 23,35% del total de páginas destinadas a la información deportiva en el período seleccionado. En este sentido, se marca un contraste muy fuerte con el espacio destinado al fútbol, un 66,74% del total.

## Elementos de la portada

La tapa del suplemento deportivo Mundo D presenta un esquema uniforme a lo largo de la semana. Un título principal con imagen grande, que ocupa casi la totalidad de la tapa; uno o dos títulos secundarios que varían su ubicación según el tamaño y las características de la foto; y en algunas ocasiones recuadros sin imagen.

Durante el período relevado, la asignación de espacios en tapa reflejó de manera fiel los criterios de selección construcción y jerarquización de la información deportiva de La Voz . En este sentido, el equipo de fútbol de Talleres de Córdoba ocupó en el mes de noviembre 12 veces la tapa de Mundo D, lo que representa el 40% de las tapas. En un segundo escalón aparece Instituto Atlético Central Córdoba, equipo de fútbol que milita en el torneo Nacional B. Instituto figuró en tapa en 6 ocasiones.

Con respecto a presencia de equipos grandes en la tapa del suplemento, se hicieron presentes en ocasión de los cruces entre River y Boca por la Copa Sudamericana 2014 y cuando Racing derrotó a River y se encaminó al título en el torneo Transición 2014. A su vez, Belgrano, único equipo cordobés en Primera División del fútbol argentino, figura solamente 3 veces en tapa.

Por último, también aparecen en el período seleccionado tapas referidas a la reestructuración de torneos organizados por la Asociación del Fútbol Argentino(en dos ocasiones), una entrevista al automovilista José María "Pechito" López y una edición en la que aparece Lionel Messi, en aquel momento a punto de convertirse en el máximo goleador en la historia de la Champions League.

---

<sup>1</sup> Palma, S. M. Piovani. "Perspectivas de la Comunicación Radiofónica". Revista *Questión* N° 18. otoño 2008.

<sup>2</sup> Lalinde Posada, Ana María. "La noticia: construcción de la realidad". En *Industrias culturales, comunicación, identidad e integración latinoamericana*, México, Ed. Opción, 1992.