

A photograph showing the back of a person's head as they watch a soccer match on a television. The TV screen displays a brightly lit stadium with players on the field. The person's hair is dark and short. The background behind the person is a warm, brownish-orange color.

# SEMIÓTICA DEL LENGUAJE BÉLICO EN LA TELEVISIÓN IBEROAMERICANA DEL MUNDIAL BRASIL 2014

Manuel Gustavo Zepeda Gómez<sup>1</sup>

## Resumen

El lenguaje es un medio de transmisión de ideas y el tipo de ideas van enmarcadas en un estilo de narración dentro de los deportes y, en especial, del fútbol, lo que podemos encontrar como punto semiótico. Se escucharon a 126 cronistas deportivos de América Latina y España (exceptuando Cuba), donde bajo el formato de lenguaje violento con elementos forenses y bajo la simple frecuencia se analizaron todos los partidos de fútbol del Mundial FIFA 2014, para verificar qué tan similares son los índices de violencia reportados por la OMS, los índices de violencia utilizados en el lenguaje de las transmisiones de fútbol y el rating de las transmisiones de televisión reportados por la propia FIFA.

Encontramos que los índices de violencia social, los índices de violencia en el lenguaje de los cronistas deportivos y los niveles de penetración televisivos guardaban un patrón de comportamiento muy parecidos, por lo que se desprenden elementos de despersonalización para conservar un estatus quo, que podrían ser dichos patrones en forma inconsciente o perfectamente planeados; con ello, se estaría en la posición de revisar nuevas preguntas de investigación que llevarían a otros planos de intervención lingüístico – social – cultural – deportivo.

**Palabras Claves.** Semiótica del lenguaje, Transmisión televisiva, Mundial de Fútbol.

<sup>1</sup> Segundo lugar del área Ciencias sociales y humanidades, categoría abierta, en el Certamen Nacional de Investigación en Cultura Física y Deporte 2015. Seudónimo Caballero. Instituto Gustavo Zepeda

## Summary

Language is a means of transmitting ideas, and the kinds of ideas are framed in a narrative style in sports, especially football. 126 sportswriters Latin America and Spain (except Cuba), where the format of violent language with forensic elements and under the simple frequency were heard all football matches of the World Cup 2014 were analyzed to check how similar the rates of violence reported by the WHO, the level of violence used in the language of football transmissions and rating of television broadcasts reported by FIFA itself.

We found that rates of social violence, violence rates in the language of sportswriters and television penetration levels kept a pattern very similar behavior, so depersonalization elements emerge to maintain a status quo that could be these patterns unconsciously or perfectly planned; thus it would be in a position to review the new research questions that lead to other planes of linguistic intervention - social - cultural - sports.

**Keywords.** Semiotics of language, Television Broadcasting, World Cup.

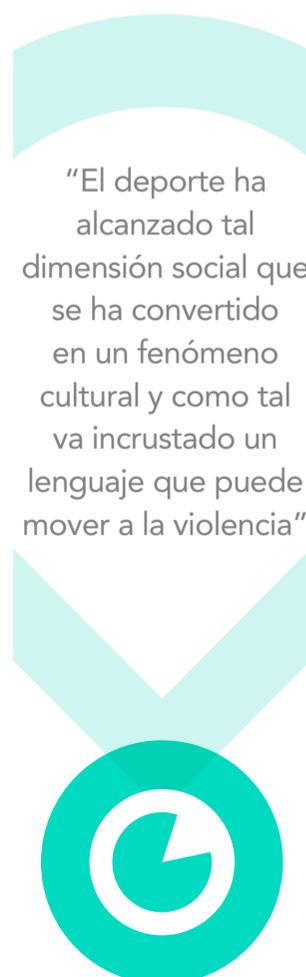
## Introducción

El planteamiento del problema consiste en la posibilidad de encontrar una relación entre el contexto social de los países de lengua española con el estilo de transmisión utilizado por los cronistas periodísticos durante los partidos de fútbol en el Mundial realizado en Brasil 2014, para verificar si los paradigmas mentales y nacionales pueden ser descubiertos por medio del análisis de frecuencia por las palabras dichas por los comunicadores, comparándolos con los índices de violencia de cada país.

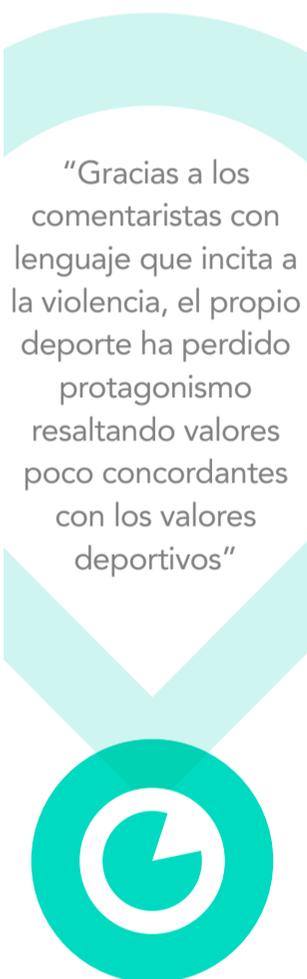
En el mundo se han dado movimientos ciudadanizados en contra de la violencia, pero dentro de los campos deportivos no ha llegado a ser detectado dicho formato, ya que se han pasado por alto los modismos violentos o analogías bélicas con actos físico – deportivos.

Existen estudios sobre la violencia escrita en los medios de comunicación sobre todo en España y Colombia, cuyos autores ponen de manifiesto la influencia que tiene el periodista al declarar en esa forma (Esteve y Fernández 1999), a su vez Ángel Lara menciona que “el deporte ha alcanzado tal dimensión social que se ha convertido en un fenómeno cultural y como tal va incrustado un lenguaje que puede mover a la violencia” (Lara 2007).

A finales de la década de los 80 y principios de los noventa la cuestión del lenguaje utilizado en los medios de comunicación comenzó a analizarse por los actos violentos que se daban en torno a los espectáculos deportivos y resulta muy importante una relación que estudió en esa época Bernstein y Blan en donde quedaba de manifiesto para ellos este nuevo concubinato, enriquecido con el lenguaje de los comunicadores (Bernstein y Blan 1995). Bolie dio una importancia principal al lenguaje utilizado por los comentaristas en donde se buscaba atraer la atención del público por medio de



“El deporte ha alcanzado tal dimensión social que se ha convertido en un fenómeno cultural y como tal va incrustado un lenguaje que puede mover a la violencia”



“Gracias a los comentaristas con lenguaje que incita a la violencia, el propio deporte ha perdido protagonismo resaltando valores poco concordantes con los valores deportivos”

lenguaje “emocionante”, “viril” para cautivar las impresiones de los espectadores (*Bolie 2006*).

Es muy importante considerar lo que menciona de Moragas: “Gracias a los comentaristas con lenguaje que incita a la violencia, el propio deporte ha perdido protagonismo resaltando valores poco concordantes con los valores deportivos” (*Moragas 2008*), mientras que en otra investigación se menciona que “los conceptos mediáticos junto a sus estrategias para atraer las masas han dado importancia a los hechos y lenguaje no propio de la cultura deportiva en los medios de comunicación” (*Alcoba 2005*)

El propósito de la investigación es identificar los términos de lenguaje bélico utilizados por los cronistas deportivos en las transmisiones de los partidos de fútbol dentro del Mundial Brasil 2014 con el contexto social que vive los países de Latinoamérica y, con esto, posibilitar los indicios lingüístico – sociales vividos por los propios cronistas, con lo que se estaría rompiendo o fortificando el paradigma de violencia social.

Los fundamentos teóricos de la investigación son: La semiótica del lenguaje según Ricardo Yepes, Datos Televisivos según la FIFA, Índices de Violencia por país y Seguridad Ciudadana de la OMS.

Para Yepes el lenguaje es una señal de inteligencia interior que se proyecta hacia el exterior: “Los pensamientos son el transporte de nuestros pensamientos y emociones que a los largo de la vida se nos han inscrustado gracias a lo cotidiano de la vida” (*Yepes 1977*). En otro punto, el mismo autor hace referencia a la importancia que tiene la cotidianidad inconsciente en la forma del lenguaje que utilizamos y sus términos: “El lenguaje llega a ser a veces tan irracional que guarda una estrecha relación con la inteligencia y apetito que llamamos costumbres del lenguaje” (*Yepes 1977*).

En los últimos años, la utilización del lenguaje ha sido convertido en objeto de estudio sobre todo en el empleado por los medios masivos de comunicación y actualmente en las redes sociales, así

como en el ámbito deportivo, descubriendo una fuerte relación o proporcionalidad entre el pensamiento y lenguaje, estudiando algunas relaciones sociales desde este punto de vista (Paredes 1996, Corsan 2002, Bermudes 2007, Yepes 2013). Bajo este esquema Yepes propone tres puntos básicos entre lenguaje y pensamiento:

- 1.- El lenguaje humano no resulta del instinto, no es cerebralmente localizable, no se transmite filogenéticamente, porque es una conversación, es decir, algo cultural, aprendido, que puede variar y de hecho varía en las distintas culturas. Es decir no es natural, sino cultural y convencional.
- 2.- El lenguaje animal es icónico. Esto quiere decir que hay una relación simple y directa entre el signo y el mensaje, siendo el mensaje que se transmite un determinado estado orgánico del individuo. El hombre es también capaz de usar lenguaje icónico, por ejemplo cuando llora. El lenguaje humano es digito. Esto quiere decir que la relación entre el signo y el mensaje es convencional o arbitrario, es decir, modificable; un mismo mensaje puede decirse con varios signos y un mismo signo puede llegar a tener mensajes o significados diferentes. Esto quiere decir que los signos o símbolos del lenguaje humano son elegidos o producidos por el hombre de forma deliberada.
- 3.- El número de mensajes del lenguaje es ilimitado, por lo cual siempre cabe la novedad. Siempre se pueden formar nuevas proposiciones con viejas palabras. Los animales en cambio, solo emiten un número fijo y limitado de mensaje, siempre iguales. (Yepes 2013)

Con lo anterior, exponemos que el lenguaje es cultural, que refleja los paradigmas del inconsciente colectivo y la forma de pensar de mencionado cognitivo, ahora bien, imaginemos un contexto violento, el lenguaje podrá ser un medio de reflejo de dicho inconsciente colectivo.

El concepto de rating lo podemos entender como “la cantidad de personas que está viendo un programa de televisión o escuchando un programa de radio. A mayor rating, mayor cantidad de gente consumiendo el medio de comunicación en cuestión.” (Mondragón 2014)

La FIFA ha visto en la televisión a principios de siglo un medio de comunicación y difusión de sus eventos, los mundiales de futbol, pero desde 1982 dejó de verla como un medio de comunicación y ahora se ha convertido en un socio comercial muy importante, tanto que “la FIFA obtiene el 80% de sus ingresos de los mundiales que organiza solamente de los derechos televisivos, así como de la publicidad que aparezca en las canchas de futbol dentro de sus eventos” (Rogthier 2010), con esto estamos en la posibilidad de estar viendo un producto comercial en lugar de un deporte masivo. “La mercadotecnia electrónica ha hecho de la FIFA un ente negociador y ha visto a los deportistas como paquetes comerciales que puede botar o elevar en cualquier momento”. (Roman 2013).

“La FIFA ha visto incrementada su audiencia mundial de 1986 a 2014 en un 305%, o sea que ha llegado a más comunidades e individuos



  
**305%**

Ha incrementado la audiencia mundial del fútbol de 1986 a 2014, según reportes de la FIFA



## Violencia

Uso de la fuerza física, de hecho o psicológica como amenaza contra uno mismo u otra persona o grupos



el apasionante mundo del fútbol" (Blather 2014). Estos datos reflejan sólo el aspecto de transmisión, ahora en este estudio analizamos el lenguaje bélico de Iberoamérica para tratar de verificar los paradigmas sociales vertidos en el lenguaje utilizado por los cronistas deportivos.

La Organización Mundial de la Salud define la violencia como el uso de una fuerza intencional o no, de una fuerza física, de hecho o psicológica como amenaza contra uno mismo, otra persona, grupo o comunidad que origine, tenga probabilidad de ser real causando daño físico, psicológico, trastorno del desarrollo o privaciones (OMS 2003). Nos damos cuenta que el lenguaje también puede ser un vehículo de violencia o de contenido violento favoreciendo o pudiendo favorecer un estatus quo de la propia violencia vivida.

Según la OMS existen cuatro elementos que promueven la violencia social:

- 1.- La estructura económica que ha condicionado un crecimiento económico sin calidad y centrado en el consumo y que tiene a los medios de comunicación como su principal promotor, donde se invita a aspirar, pero es imposible lograr dicha aspiración.
- 2.- Los cambios en la estructura familiar como el estilo de vida monoparental, la alta deserción escolar y el crecimiento urbano muy acelerado.
- 3.- Los facilitadores de armas, alcohol, drogas, espectáculos, entretenimientos fácticos.
- 4.- La falta de capacidades institucionales de los estados iberoamericanos, especialmente en materia de procuración de justicia. OMS 2013

Según la OMS, la violencia no pasa en gran medida por las estructuras del crimen organizado sino que es la cotidianidad por la que puede ser catalogada como cultural, "El entrecruce de los fenómenos violentos y la vida cotidiana permite explicar la cultura que se encuentra en dichos países y que hasta en el lenguaje cotidiano se puede palpar, por lo que el Estado se ve imposibilitado de obrar en consecuencia, ya que está inserto en una forma de vida y no en hechos concretos." (OMS 2013)



## Método

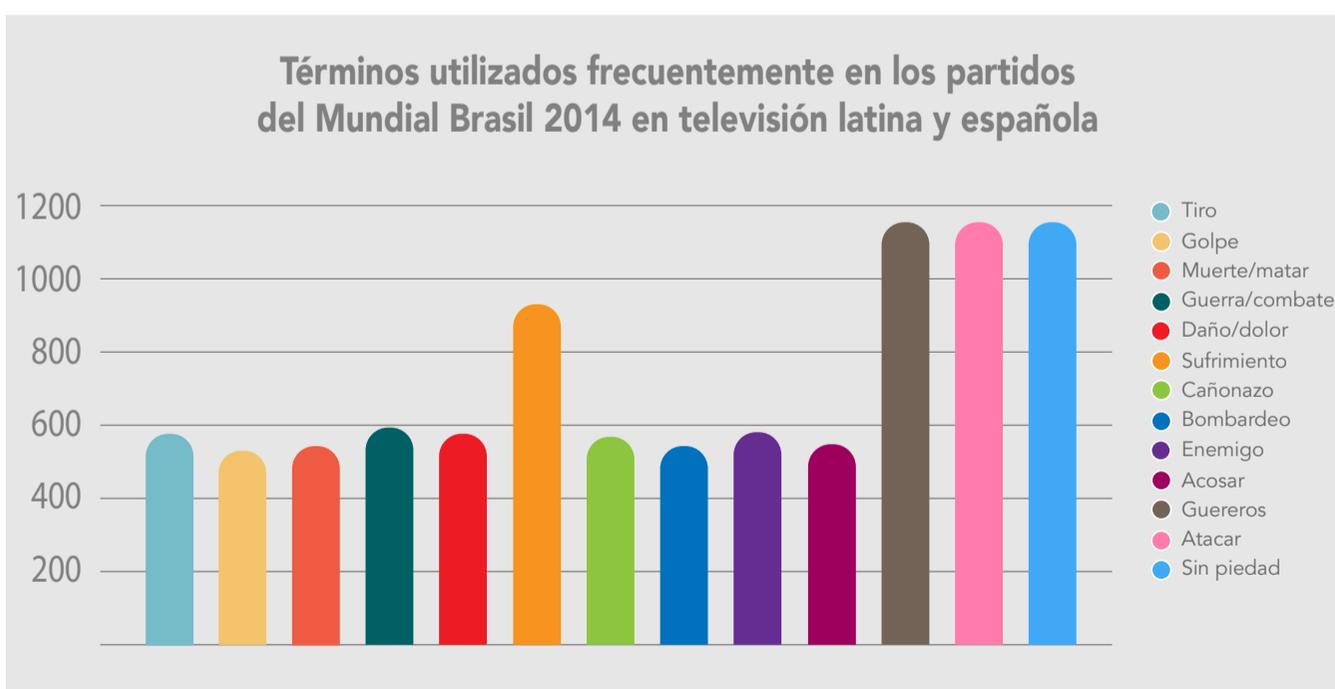
Se realizó el método exploratorio según Larios, con técnica de análisis estadístico nominal de frecuencia simple.

La muestra fueron 126 cronistas deportivos que participaron en los canales de televisión de cada país en el continente americano y España.

**Procedimiento:** se solicitó la ayuda a miembros afiliados a la Sociedad Iberoamericana de Psicólogos del Fútbol que tiene miembros en todo el continente y España (Cuba no participo debido a problemas de conexión a internet). Los miembros que aceptaron se les capacitó para detectar lenguaje violento en los partidos grabados previamente de las ligas de diferentes países durante tres meses, una vez por semana, por medio de enlaces via internet con la plataforma hangouts, donde según las palabras utilizadas por el cronista y comentarista se registraba con hoja en mano la frecuencia de dichas palabras que contaban violencia según los criterios de (Montserrat 2014) donde se evalúa desde el punto de vista forense el lenguaje de soldados en guerra. Ya entrenados y dominando el formato se grababan los partidos del Mundial Brasil 2014 de la FIFA en donde tenían intervención los países americanos y español. Ya obtenidos los datos se enviaban vía correo electrónico para ser vaciados en una hoja de Excel 2007 y así graficarlos, para hacer la comparación con los índices de violencia reportados por la OMS en dichos países y el rating reportado por la propia FIFA en su página de internet y posteriormente confirmados en su informe del evento.

### I.- Resultados

Los resultados por palabras en manejo de frecuencias de lenguaje en partido de futbol fueron los siguientes:



Gráfica 1. Frecuencia de lenguaje utilizado por variables

Como podemos observar, los términos más utilizados son guerreros, atacar y sin piedad, seguidas de sufrimiento, lo que concuerda fielmente con el estilo de narración emocional que más adelante estudiaremos,

mientras que los otros elementos guardan una misma proporción, pero no dejan de ser mayores a 400 veces en total durante las transmisiones televisivas de los partidos.

Una técnica utilizada como tortura por los ejércitos de élite, consiste en repetir constantemente canciones, letras o palabras hasta que psicológicamente el preso es automatizado a la misma para realizar una determinada conducta. En el caso de eventos deportivos, al tomar en cuenta los cuatro términos más altos a los que hemos hecho referencia, escuchamos más de mil veces esos términos que están haciendo la similitud entre virilidad y una socialización de términos violentos o bélicos.

Para confirmar si el estilo narrativo facilitaba los elementos violentos del lenguaje, observamos que la mayoría de los cronistas emplearon tonos que denotaban emoción más que análisis de las jugadas realizadas por los futbolistas.



Gráfica 2. Estilo narrativo en los partidos del Mundial FIFA 2014

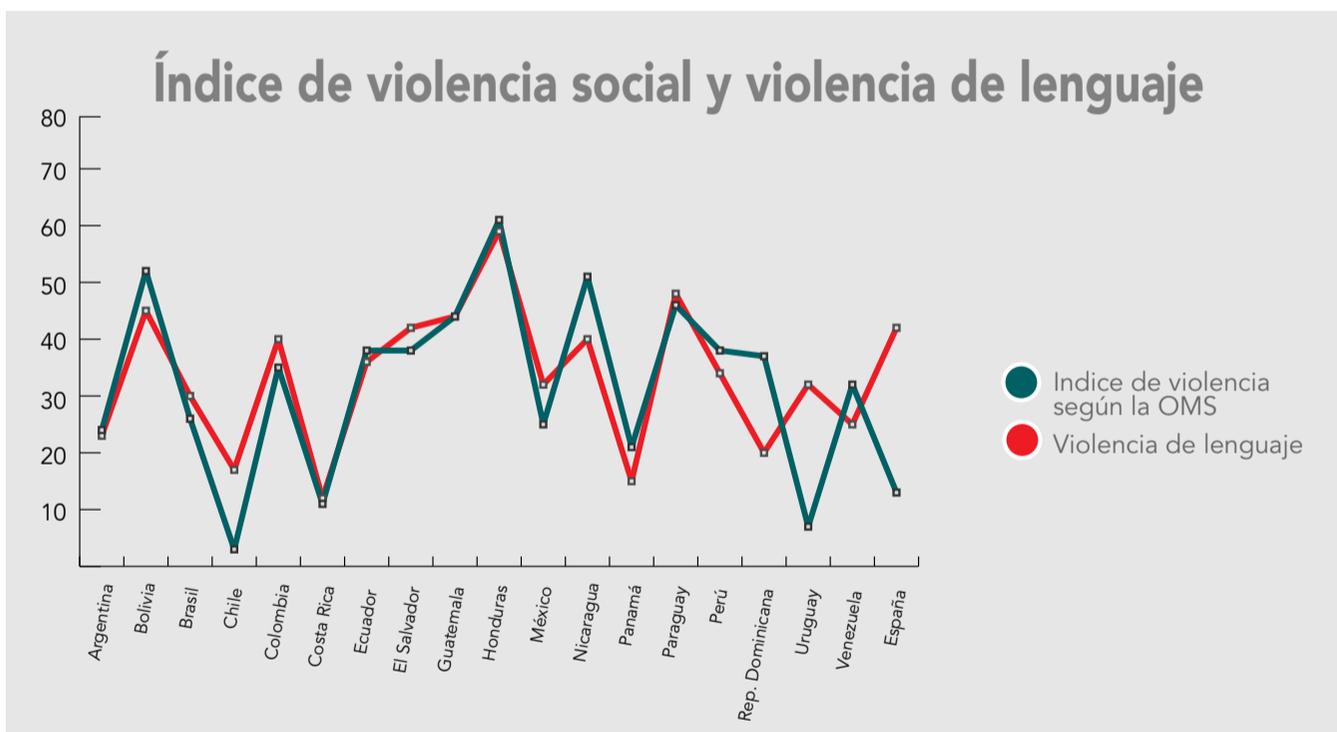
El estilo narrativo es una herramienta del lenguaje que introduce al mundo de quien ve y comparte dichos actos narrativos, por ello, las emociones son importantes para tratar de cautivar la atención de los televidentes, pero en el ámbito deportivo hace que las emociones se alteren y se tenga una visión distorsionada de la realidad, lo que provoca un caldo de cultivo perfecto para emociones alteradas y los juicios sean poco apegados a los valores deportivos.

Cuando las emociones están alteradas y los valores de juicio son poco objetivos, es muy difícil aceptar una sanción de una autoridad dentro del ámbito deportivo, es decir, a mayores emociones, instigadas por palabras agresivas y juicios de valor poco objetivos, el respeto a la autoridad disminuye. Las emociones prevalecen muy por encima de los juicios técnicos del deporte, van más allá de elementos netamente deportivos e involucran acciones personales, además de que se desvaloran los esfuerzos, acciones o hechos concretos, debido las palabras violentas que llevan los mensajes que el público capta en las voces que transmiten los encuentros deportivos.



Gráfica 3. Estilo narrativo y respeto a la figura arbitral en las narraciones del Mundial FIFA 2014

En la siguiente gráfica veremos el índice de violencia reportada por la OMS y el índice de lenguaje violento utilizado en las transmisiones televisivas por país.



Gráfica 4. Comparativo de índice de violencia por país e índice de violencia de lenguaje por país

Como podemos observar, el índice de violencia es muy similar al índice de lenguaje violento utilizado por los cronistas deportivos en los partidos de fútbol, lo que nos permite verificar que existe un patrón muy parecido entre lo que se experimenta en la vida y lo que se comenta. Hay que destacar que Bolivia, Panamá, Nicaragua, Perú, Dominicana y Venezuela obtuvieron un índice de lenguaje violento (**falta aquí saber si es similar o diferente**) que sus índices de violencia social, pero no distan mucho de sus números, hay que considerar que su deporte prioritario no es el fútbol, pero caso contrario Chile, México, Uruguay y España incrementaron su lenguaje violento más allá de sus índices de violencia social.

En la siguiente tabla observaremos más objetivamente el fenómeno antes descrito:

Índice de Violencia, Lenguaje Violento y Diferencia de Porcentaje			
País	Índice de violencia	Lenguaje violento	Diferencia
<b>Argentina</b>	34	33	-1
<b>Bolivia</b>	62	55	-7
<b>Brasil</b>	36	40	4
<b>Chile</b>	13	27	14
<b>Colombia</b>	45	50	5
<b>Costa Rica</b>	21	22	1
<b>Ecuador</b>	48	46	-2
<b>El Salvador</b>	48	52	4
<b>Guatemala</b>	54	54	0
<b>Honduras</b>	71	69	-3
<b>México</b>	35	42	7
<b>Nicaragua</b>	61	50	-11
<b>Panamá</b>	31	25	-6
<b>Paraguay</b>	56	58	2
<b>Perú</b>	48	44	-4
<b>República Dominicana</b>	47	30	17

Tabla 1. Índice de Violencia según la OMS, Índice de lenguaje Violento y Diferencia de Porcentaje

Como podemos observar, los países que superaron su índice de lenguaje violento en comparación con el índice de violencia social fueron 11, es decir, 57% de toda América Latina y España; el que mantuvo a la par los índices mencionados fue Guatemala, lo que representa el 5%; mientras que los países que registraron índices de lenguaje violento menores a los de violencia social fueron sólo 7, que representa 36% de todo el continente americano y España.

Índices de Violencia, Lenguaje Violento y Rating Por País				
País	Índice de violencia	Lenguaje violento	Diferencia	Rating
<b>Argentina</b>	34	33	-1	92
<b>Bolivia</b>	62	55	-7	62
<b>Brasil</b>	36	40	4	94
<b>Chile</b>	13	27	14	85

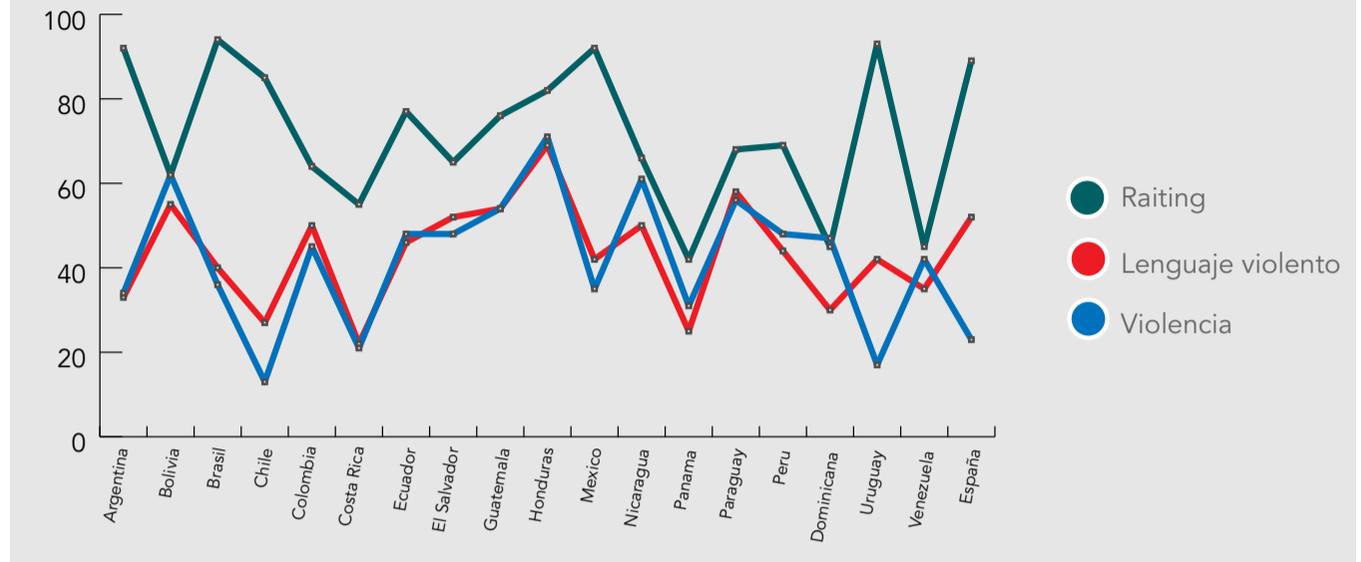
<b>Colombia</b>	45	50	5	64
<b>Costa Rica</b>	21	22	1	55
<b>Ecuador</b>	48	46	-2	77
<b>El Salvador</b>	48	52	4	65
<b>Guatemala</b>	54	54	0	76
<b>Honduras</b>	71	69	-3	82
<b>México</b>	35	42	7	92
<b>Nicaragua</b>	61	50	-11	66
<b>Panamá</b>	31	25	-6	42
<b>Paraguay</b>	56	58	2	68
<b>Perú</b>	48	44	-4	69
<b>República Dominicana</b>	47	30	-17	45
<b>Uruguay</b>	17	42	25	93
<b>Venezuela</b>	42	35	7	45
<b>España</b>	23	52	29	89

**Tabla 2.** Índice de Violencia según la OMS, Índice de Lenguaje Violento, diferencia y penetración en la población de los partidos del Mundial FIFA 2014

Al observar la tabla anterior, podemos distinguir que en los países donde el fútbol no es prioridad deportiva los índices de lenguaje violento son menores a los de de violencia social, pero también hay algo que llama la atención, en Brasil se podría considerar moderada su diferencia, ya que es el país anfitrión.

Por lo anterior, se puede considerar que el fútbol es, en la sociedad iberoamericana, un vehículo muy poderoso de mensajes a la población y de lenguaje violento.. Imaginemos a una sociedad frecuentemente escuchando mensajes emocionales, desaprobación constante de la autoridad y palabras violentas, lo que generará un status quo de la cultura de la violencia. Podríamos hacerlo más visible tal fenómeno al verificar que los patrones de lenguaje violento y penetración guardan casi el mismo patrón como lo veremos en la siguiente gráfica.

## Violencia, lenguaje violento y raiting en TV



Gráfica 5. Índice de violencia según la OMS, lenguaje violento y penetración en la población por país según la FIFA

Los cronistas deportivos, más que cumplir con su trabajo, realizan una función que es llevar una "distracción deportiva" al público, pero aquí observamos que dicha transmisión lleva un lenguaje muy parecido a los índices de violencia que se vuelcan nuevamente en un campo deportivo visto y hablado por un ser humano que comparte la misma realidad que el espectador.

### Comentarios y/o Discusiones

El lenguaje, como se señala en nuestras referencias teóricas, es un medio de transmisión de mensajes, **pero a su vez como Jung que existe un inconsciente colectivo** (esta idea no se entiende bien), el cronista deportivo vive en una realidad social que con su estilo de vida puede modificar o reforzar. Lo importante de la semiótica del lenguaje es que "el lenguaje y sus palabras únicas son vehículos de expresión del pensamiento" (Yepes 2013).

Nadie tiene duda de que el fútbol es el deporte más popular, por ello, se ha convertido en presa de la mercadotecnia, manejo político e inclusive militar y con base en esto, la FIFA ha tratado de preservar la esencia del juego incrustando a su alrededor muchos intereses. En este contexto, el aficionado al fútbol recibe un producto cargado de mensajes mercadológicos, ideológicos y hasta de comportamiento via la televisión y los narradores deportivos.

Con los datos anteriores podemos afirmar que los cronistas deportivos, al tener una transmisión donde predomina el estilo emocional más que el analítico, desaprueban la autoridad arbitral, usan lenguaje violento y provocan una alteración de la realidad; tales fenómenos son estudiados por Semman (o Seliggman), quien afirma que "para despersonalizar a un individuo, lo primero que hay que hacer es quitarle sus valores e instalarle emociones, hacerle dudar de las instituciones y hacerle usar un lenguaje no propio sino alienado para que replique el paradigma social que se le está haciendo creer..." (Seliggman 2001).

Efectivamente, podemos alcanzar a visualizar que la violencia puede ser un gran negocio para unos regímenes, están despersonalizando al aficionado haciendo replicar lo vivido en lo social y vincularlo a lo deportivo. Yepes hace una excelente referencia a ello: "Saber qué significa y saber qué significa es saber usarla, pero el usarla sin saber qué significa es una excelente forma de alienación o despersonalizar" (Yepes 2013). Con esto se plantean dos nuevas preguntas de investigación:

- ¿Será en verdad el inconsciente colectivo el que reproduce en los cronistas deportivos el estatus quo de la violencia y se reproduce en el ámbito de la narrativa deportiva en el fútbol?
- ¿Será planeado por los medios de comunicación televisivos el reproducir el fenómeno de despersonalización para mantener el status quo de la violencia?
- ¿Al buscar la despersonalización con el status quo de la violencia por medio del lenguaje en las transmisiones televisivas del fútbol, tratarán los medios de comunicación de mostrarse como entidades confiables y estables dentro de la inestabilidad experimentada en la sociedad?

Se puede entender que la responsabilidad social de los medios de comunicación al transmitir el fútbol en particular es proporcionar esparcimiento en un evento de interés público, pero con los estudiados se alcanza a observar que los patrones de violencia social por país son muy parecidos a los índices de violencia en el lenguaje empleado por los cronistas deportivos con tan alta penetración en la población latino-ibérica; lo que se puede llegar a explicar a su vez, es la incidencia muy parecida entre nivel de penetración televisiva y el nivel de lenguaje violento; ¿a quién convendrá dicho patrón? Estamos en la posición de argumentar que se estará utilizando el lenguaje violento para alienar por medio del fútbol a una sociedad para que desconfíe de la autoridad, pierda identidad de grupo y aparezcan los individuos como entes probos, que dicen "la verdad" aunque duela y que los miembros de una federación "no sirven para nada".

En nuestras pasadas elecciones en México, se puede observar que las instituciones políticas y gubernamentales han sido constantemente desacreditadas y están apareciendo los candidatos independientes en la política, ¿acaso no es el patrón que quieren los medios de comunicación manifestado en las transmisiones de fútbol, en un fenómeno de alta penetración social?

Lo que podemos proponer desde este estudio, es que los cronistas deportivos en sus narrativas utilicen el lenguaje técnico propio del deporte, esto romperá totalmente la inercia de despersonalización del espectador. El estilo narrativo seguirá siendo emotivo, pero resaltarán la importancia de la técnica – táctica de los futbolistas, pero a su vez y lo más importante, respetará la autoridad arbitral que es el simbolismo de la autoridad moral de nuestra sociedad.

Los latinos y españoles tienen como base social la familia y el grupo, mientras que la cultura anglosajona prioriza los derechos del individuo haciéndolos prevalecer sobre los de grupo, una cultura totalmente

ajena a nuestra raíz mental. Los medios de comunicación están jugando un papel de despersonalización e individualización que está siendo reforzada con los programas de mayor penetración como el fútbol. En la ética y moral hay teóricos que mencionan los actos éticos y los actos que se dan dentro del campo ético y moral; pues bien, en el fútbol se podría decir que existe el fútbol y que se dan actos de alienación y despersonalización que benefician a "alguien", pero son actos "en el fútbol" y no de propiedad en el fútbol".



## Referencias

1. Alcoba, Paulino. (2005) *Los mensajes publicitarios como estrategia de consumo en los deportes*. Madrid. Colegio de Psicólogos
2. Bernstein y Blan. (1995) *Social and sporting events, qualitative analysis*. University of Palo Alto
3. Blather, Joseph. (2014) *Informe anual de la FIFA*. Suiza. FIFA
4. Bolie, Fernando. (2006) *Los medios de comunicación en las vivencias de los aficionados*. Colombia. Universidad Nacional
5. Corsan, Braulio. (2002) *Interpretaciones sociales del lenguaje cotidiano*. Honduras. Universidad Central de América.
6. Esteve y Fernández. (1999) *La violencia en los campos deportivos*. Madrid. Editorial Campos
7. Lara, Ángel. (2007) *La cultura del deporte en América Latina, estudios comparativos*. Perú. Editorial Universidad de San Martín
8. Mondragón, Rodrigo. (2014) *Introducción a los estudios de mercado en la televisión*. México. Trillas
9. Monserrat, Mayra. (2014) *Manual de entrevista forense*. México. EDISA
10. Moragas, Claudia. (2008) *Poderes fácticos en la sociedad y deportes*. Nicaragua. Universidad de Managua
11. OMS. (2003) *Índice de violencia en Iberoamérica*. México. OMS
12. Paredes, Ignacio. (1996) *Funciones sociales del pensamiento*. México. Editores unidos de Occidente.
13. Rogthier, Peter. (2010) *Global economies and sport*. Inglaterra. Oxford University
14. Roman, Faustino. (2013) *La FIFA, el mejor comerciante del mundo*. Estudio de mercado en el fútbol. Guatemala. Centro de Estudios de Opinión Libertad
15. Seliggman, Martín. *Introducción a la psicología positiva*. Mexico. Urano
16. Yepes, Ricardo. (1977) *Fundamentos de Antropología*. Madrid. EUNSA
17. Yepes, Ricardo. (2013) *Fundamentos de Antropología*. 2da edición Madrid. EUNSA



## Apéndice

### ENCUESTA DE LENGUAJE VIOLENTO APLICADO AL FUTBOL EN EL FUTBOL

Investigador: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Países Participantes: \_\_\_\_\_

#### Encuesta:

Termino de lenguaje	Frecuencia	Total
Tiro		
Golpe		
Muerte/ Matar		
Guerra/Combate		
Hacer daño/dolor		
Sufrimiento		
Cañonazo		
Bombardeo/Bombazo		
Enemigo		
Acosar		
Guerreros		
Atacar/Atacante		
Sin piedad		

El estilo de transmisión es emocional      Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

El estilo del cronista es analítico      Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Respeto la figura arbitral en sus comentarios:      Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

País de origen del investigador \_\_\_\_\_