



UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

MEDIOS Y CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN

La construcción de la imagen de Maradona en el programa televisivo
“La Noche del 10”

Alumno: Gajnaj, Ezequiel
E-mail: ezequielgajnaj@hotmail.com

Córdoba, Junio de 2007

Índice

Introducción	Pág. 3
Justificación	Pág. 4
Pregunta de investigación	Pág. 6
Objetivos	Pág. 7
Marco teórico	Pág. 8
Metodología	Pág. 20
Desarrollo	
1. Las huellas de producción	Pág. 21
2. Identificación de ejes	Pág. 23
3. Análisis de los ejes	Pág. 25
3.1 Euforia-disforia	Pág. 25
3.2 Condescendencia-intransigencia	Pág. 28
3.3 Lealtad-deslealtad	Pág. 33
3.4 Gloria-fracaso	Pág. 38
4. Sintaxis semionarrativa	Pág. 43
4.1 Roles actanciales	Pág. 43
4.2 Programa narrativo	Pág. 46
4.3 Fases del programa narrativo	Pág. 48
5. El significante del personaje	Pág. 51
5.1 Recurrencia de marcas	Pág. 52
5.2 La inscripción del yo	Pág.57
Conclusiones	Pág. 63
Anexos	Pág. 66
Bibliografía	Pág. 81

Introducción

La similitud entre un ídolo y un líder es la adhesión y la admiración que despiertan entre sus seguidores. La diferencia está en que mientras el líder busca conscientemente que lo sigan e influir en los demás, el ídolo lo consigue sin que lo busque y muchas veces una persona es transformada en ídolo después de morir.

Todos tenemos un ídolo o por lo menos creemos tenerlo. Desde el aspecto psicológico se dice que se debe a la necesidad de la gente, especialmente de los adolescentes, de tener modelos a quienes admirar y ¿por que no imitar?

Hoy, los ídolos surgen no sólo de sus talentos sino que también pueden disponer de la imagen que los medios de comunicación exponen de ellos. Esto se debe a que éstos últimos poseen las herramientas necesarias para construir una determinada realidad que beneficie o no a los primeros; entre las cuales encontramos la edición o la selección de imágenes. Los ingredientes básicos para que alguien consiga la fama y la aceptación popular son, entre otras cosas, tener una fuerte personalidad, saber adecuarse al contexto, carisma y todos aquellos elementos que favorezcan la identificación de la gente con el ídolo. Pero su continuidad en la pantalla o en el aire va a estar sujeta a la conveniencia de los medios, es decir si el ídolo es noticia o no. Su estadía va a volverse puramente comercial y transitoria por decirlo de alguna manera.

Maradona, en su papel de ídolo, y los medios, en el papel de presentadores del discurso, son actores influyentes y decisivos al momento de modificar y presentar la realidad. Por lo cual, en este trabajo, se analizará el contenido del discurso que fue presentado por el medio Canal 13 de Argentina en la temporada del programa “La Noche del 10”, conducido por Diego Maradona. Él será el objeto de estudio, su imagen, cómo personaje mediático que interactúa en la sociedad, cuyas acciones son noticia constantemente.

Maradona, es un ídolo de tal exposición mediática, que recolectar cada aparición suya (en los medios argentinos solamente) es una tarea que llevaría varios años. Por lo tanto, con la limitación que el tiempo genera, se ha realizado un corte específico del corpus, pero que permite accesibilidad al momento de realizar el análisis.

Éste estudio se llevará a cabo con el apoyo teórico de la lingüística y la semiótica. Las mismas, ayudarán a identificar los contenidos y a desmembrar los tópicos recurrentes que se hacen presentes alrededor del personaje de Maradona y de los demás actores que intervienen. De esta manera, se podrá interpretar la forma en que este personaje es enunciado por los medios, las estructuras discursivas que lo enmarcan y hacen de Maradona un producto terminado para el consumo mediático. Un consumo que desde luego es pasivo y no diferencia los detalles que hacen de Maradona el personaje que es emitido.

Justificación

La actualidad como realidad social en devenir existe en y por los medios informativos. Esto quiere decir que los hechos que componen esta realidad social no existen en tanto tales (en tanto hechos sociales) antes de que los medios los construyan. Después que los medios los han producido, en cambio estos hechos tienen todo tipo de efectos: un gobierno toma tales o cuales decisiones; otro reacciona de tal o cual manera; ambos, por supuesto, utilizarán los medios para que sus actos se conviertan a su vez en acontecimientos sociales. Después que los medios han producido, los acontecimientos sociales empiezan a tener múltiples existencias, fuera de los medios; se los retoma al infinito en la palabra de los actores sociales, palabra que no es mediática. (Verón, 1987)

Maradona es un producto de los medios desde hace aproximadamente 25 años. Sus primeras imágenes lo muestran haciendo malabares con la pelota y diciendo que su sueño era jugar un mundial.

El fenómeno Maradona se vive con relevante vértigo e intensidad en Argentina, y en el resto del mundo también se hace presente, aunque en menor grado por supuesto.

Desde esa época y aún hoy, Maradona es un personaje que “vende”; por lo tanto los medios a través de las noticias que lo involucren, construyen una imagen que luego es instalada en el imaginario social. Sea en programas televisivos deportivos, donde nunca se cansan de pasar imágenes de sus proezas deportivas; o en programas de la farándula, dónde se habla de su vida privada, de su relación con las drogas, su familia, etc.; o en revistas; Maradona es una figura dinámica que constantemente va cambiando.

La imagen de Maradona es un resultado, un efecto de un contenido discursivo emitido por fuentes productoras de sentido. Por lo tanto, para analizar la imagen es necesario hacerlo desde los medios; los cuales la pronuncian, jactándose de mostrar “realidad” y ocultando la existencia de intereses que están atrás del discurso mediático.

El marketing, como disciplina, usa técnicas comerciales basadas, muchas veces, en estudios sociales, antropológicos, y psicológicos. Examina a los líderes de opinión, a los formadores de tendencias, a los personajes que influyen en nuestra realidad social para lograr un provecho de

lo que se denomina "*Merchandising de Personajes*"¹. La finalidad de relacionar características especiales, con productos, servicios o ideas, es para crear en el cliente potencial el deseo de adquirirlo, por la afinidad del consumidor con el personaje. Cuando se trata de una idea, como es el caso de una ideología, se hace para que el receptor de la imagen la adopte.

En el mundo hay numerosos ejemplos de deportistas que asocian su imagen a empresas multinacionales; como el caso de Michael Jordan en los '90 y Tiger Woods en la actualidad con Nike; David Beckham con Adidas, etc.

El "character merchandising" es sin duda una excelente forma, cuando se sabe explotar, de difundir no solo una imagen, sino también el concepto que va adherido en ese "personaje".

En la actualidad es difícil encontrar una empresa, organización o evento que no haga uso de esta forma de conseguir ingresos adicionales, a su actividad principal. El caso de los grupos musicales y artistas que dan conciertos públicos, encuentran en estos una gran oportunidad para vender toda clase de productos que despliegan sus imágenes.

El análisis de la construcción mediática de Maradona, sirve desde la configuración del marketing para entender los procesos y mecanismos implícitos que forman la imagen de un personaje mediático. Tomar conocimiento de los mismos nos permitirá formar una visión estratégica más aguda de las fuentes emisoras, de sus efectos, y de las "realidades" que nos presentan.

¹ Se conoce como "merchandising de personajes" (character merchandising) la adaptación o explotación secundaria de las características de la personalidad (nombre, imagen, apariencia) de un personaje ficticio o persona física.

Pregunta de investigación

La influencia de los medios es tal, que los acontecimientos que se observan, en los cuales Diego Maradona es protagonista, deben analizarse en relación al contexto en que se mueven los actores. No todo lo que observamos a través de los medios es el suceso tal cual ocurre. Por lo tanto, este estudio, pretende identificar las estructuras discursivas que los medios articulan para dar forma a la imagen de Maradona, descomponiendo los contenidos recurrentes que hacen al personaje enunciado.

Entonces, la pregunta a la que se debe dar respuesta con este trabajo es:

¿Cuál es, semiodiscursivamente, la imagen de Maradona que se construye en el programa “La Noche del 10”?

Objetivos

- Identificar procesos y configuraciones discursivas que se manifiestan alrededor del personaje de Maradona en la estructura del programa televisivo “La Noche del 10”.
 - Roles que desempeña.
 - Formas en que es presentado.
 - Ejes discursivos que enuncia.
 - Valoración hacia los mismos.
 - Postura hacia los ejes discursivos enunciados por los otros personajes.

- Identificar procesos y configuraciones discursivas que se manifiestan alrededor de los personajes secundarios en la estructura del programa televisivo “La Noche del 10”.
 - Roles que desempeñan.
 - Formas en que son presentados.
 - Ejes discursivos que enuncian.
 - Posturas hacia los mismos.
 - Valoración hacia los ejes discursivos enunciados por los otros personajes.

Marco teórico

Para comenzar a repasar el enfoque teórico que se utilizará en este estudio, es imprescindible establecer la definición de algunos conceptos a saber: construcción semiodiscursiva, personaje, e imagen.

La construcción semiodiscursiva implica la cimentación de sentidos y significaciones por el lector, presentes en el nivel más abstracto del texto, constituidos en su estructura. Por lo tanto, tomamos el concepto de Adam (1992) quien considera que los esquemas, aunque dependen de operaciones mentales, no son procesos de generación o comprensión del texto sino el reflejo de su "arquitectura". Para este autor, las categorías que constituyen esta estructura se descubren por los haces de regularidades que se encuentran en el texto. Por lo tanto, la construcción discursiva es el descubrimiento de dichos haces de regularidades del texto.

Los seres humanos nos autoconstruimos continuamente mediante lo que decimos y lo que hacemos según las situaciones en que nos encontramos. Así que hay una multiplicidad de posibles construcciones, de acuerdo con los contextos cambiantes que habitamos.

Nuestra historia personal consiste en la acumulación de actos de voluntad, de elegir entre las posibilidades que la vida ofrece. A lo largo de la misma, esta acumulación de actos de elección llega a constituir la autoconstrucción de una persona.

Literariamente, se mantiene una distinción entre persona y personaje, al hablar de personas reales, de carne y hueso como nosotros, y de personajes literarios, antes de ficción que no son sino palabras sobre papel convertidas en imágenes mentales. La persona pertenece a la realidad, mientras que el personaje sólo existe dentro de la ficción.

Tal cual expone Carrol Jonson (1995) en su trabajo "La Construcción del Personaje en Cervantes", para Marx, Persona es la realidad íntima, la totalidad del ser auténtico, lo que se esconde detrás del personaje. Y Personaje es una imagen ficticia que el mundo nos impone o que inventamos y ofrecemos al mundo.

Existen otras posturas, que sostienen que Persona es también una especie de proyección, a través de textos y actuaciones en el mundo, de una imagen creada, para consumo público (Beckham; Maradona; Jordan; etc). Aunque por otra parte decimos que alguien como Maradona, por ejemplo, es todo un personaje. Entonces, en la práctica, la distinción entre persona y personaje resulta sumamente difícil de determinar.

Por consiguiente, para el desarrollo de este estudio, se estipula que la distinción entre persona y personaje es ilusoria. Parece que no hay sino construcciones mentales, tanto de nosotros mismos como de los demás, sean antes de carne y hueso o de ficción. Esto, a fin de cuentas, es lo que significa conocer a una persona, o a un personaje: construir una imagen mental de él a base de los datos de que disponemos, que son lo que podemos observar desde fuera y cotejar mentalmente con nuestros conocimientos preexistentes, nuestra experiencia, y con nuestros propios deseos.

Con lo hasta aquí expresado, aclarar el concepto de imagen no es nada difícil pues es entendido como el proceso de imaginar, de construir en la mente, una realidad, ya sea de una persona o de un personaje.

Philippe Hamon (1972) publicó un trabajo titulado “Pour un statut sémiologique du personnage”. En el mismo, Hamon plantea las bases para poder analizar los personajes de obras literarias, ya que consideraba que hasta ese momento no había teorías que trataran el tema con la especificidad suficiente.

...impresiona ver tantos análisis que con frecuencia intentan poner en marcha un procedimiento o una metodología exigente que tropieza, que se embrolla con este problema del personaje y abdica de todo rigor para recurrir al psicologismo más banal. (1972; p. 2)

Cómo primer punto de partida, establece que el personaje debe ser tomado como un signo que se encuentra integrado al mensaje definido como comunicación. De esta forma, el personaje estará apto para soportar todas las consecuencias metodológicas. Es por esto que para el estudio en cuestión, Maradona definido como personaje mediático, es un signo que interactúa con el resto de los signos que lo rodean.

Hamon al conceptualizar la noción de personaje, aclara que éste no es de exclusividad literaria, ni tampoco pertenece a un sistema semiótico específico, por lo tanto, se puede derivar que Maradona es un personaje/signo del mundo mediático, y como tal vale su análisis dentro de ésta perspectiva.

Semiológicamente, el personaje puede ser definido como una unidad de sentido formada por un significante discontinuo (una cierta cantidad de marcas) que remite a un significado discontinuo (el “sentido” o el “valor” del personaje). Al mismo tiempo es definido por las relaciones que éste hace con su entorno, con el resto de los personajes (de semejanza, de oposición, de jerarquía y de ordenamiento) presentes, como así también con los ausentes, pero que comparten sus mismas características.

Sin embargo, antes de entrar de lleno con las categorías de análisis que Hamon plantea en su estatuto, se considera necesario agregar previamente un apartado teórico, el cual pertenece al semiólogo argentino Eliseo Verón. Se discurre inevitable adicionar estos conceptos, ya que ayudan a generar un efecto de embudo, yendo desde el contexto general al análisis del personaje y sus matices.

Condiciones de producción, circulación y reconocimiento

De acuerdo a Verón, las imágenes, los textos lingüísticos, los sistemas de acciones que tienen como soporte el cuerpo, etc., son producciones de sentido bajo la forma discursiva. Como podemos observar, todas ellas se presentan en “paquetes” de materias sensibles: esto es, tienen una manifestación material. Un discurso es, entonces, una configuración espacio temporal de sentido.

Leer un texto tomando en cuenta la noción de discurso significa entenderlo en relación con otros discursos; es decir, no se termina en sí mismo. Implica describirlo como un sistema de operaciones discursivas, que atraviesa la clasificación de los niveles sintáctico, semántico y pragmático.

Esto nos da la pauta que existen ciertas condiciones en la producción del discurso. Por un lado, hay determinaciones vinculadas con las restricciones de generación de un discurso; y por otro, encontramos las determinaciones que delimitan las condiciones de su recepción.

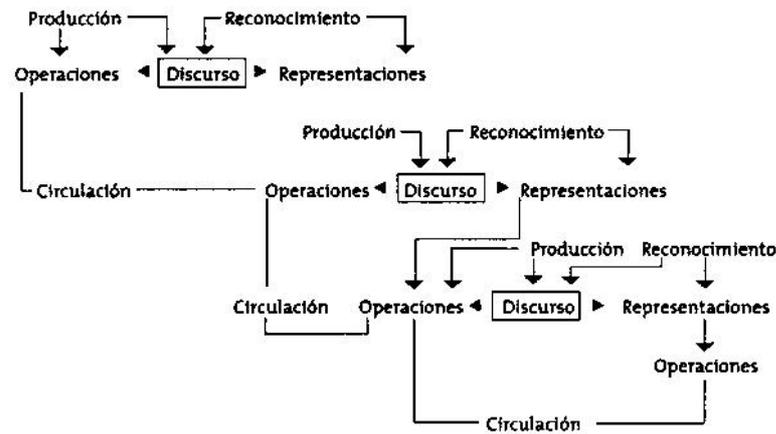
Entre ambas condiciones se da la circulación de los discursos sociales. Esto refleja que la semiosis social es una red significante infinita, la cual nos habla de un conjunto de discursos que necesitan de la presencia de otro discurso para su producción. Al tomar en cuenta la existencia de determinadas condiciones en el plano de la generación y de los efectos de los discursos, se dan consecuencias importantes a nivel de análisis, ya que para hacer un estudio discursivo se deben poner en relación al conjunto significante con aspectos determinados de esas condiciones productivas. Este tipo de análisis no es otra cosa que la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus efectos.

Se puede hablar de marcas cuando se trata de propiedades significantes cuya relación, sea con las condiciones de producción o con las de reconocimiento, no está especificada. Cuando la relación entre una propiedad significante y sus condiciones se establece, estas marcas se convierten en huellas de uno u otro conjunto de condiciones. Pueden hallarse desde huellas de valoración, de interpretación, ideológicas de quien produce el discurso, hasta huellas relacionadas con las condiciones sociales en que fue escrito.

La circulación pone de manifiesto, durante el análisis, la diferencia entre las huellas de procesos de producción social y de reconocimiento. El concepto no presenta huellas propias, sólo es el nombre de esa diferencia.

Verón presenta a través de un esquema las relaciones entre los tres procesos bajo la forma de una red histórica asociada a una práctica social.

El esquema da cuenta de cómo se desarrolla la red infinita de la semiosis social en el espacio-tiempo de las materias significantes en la sociedad y durante la historia. Si seguimos los procesos allí presentados, podemos observar cómo cada proceso de producción es en sí un proceso de reconocimiento. Y, a su vez, los efectos de lo que ponen de manifiesto una gramática de reconocimiento, se expresan bajo la forma de textos producidos.



Osvaldo Dalera, *Seis semiólogos en busca del lector*, Capítulo VI, pág. 261

A partir de este momento, se abordarán los campos que Hamon considera pertinentes para abordar el estudio del personaje.

Significado del personaje

La unidad de sentido se supone accesible al análisis y a la descripción. Entonces, teniendo en cuenta la hipótesis de Wellek y Warren (1971) que *“un personaje de novela nace solamente de las unidades de sentido, no está hecho más que de frases pronunciadas por él o sobre él”* (p. 208), un personaje es, entonces, siempre, la colaboración de un “efecto de contexto” y una actividad de memorización y de reconstrucción operada por el lector.

El significado al cual remite el significante, no se construye solamente por las reiteradas características que éste último represente. Sino también, por las relaciones de oposición que el personaje mantiene con el resto de sus interlocutores.

El problema crucial del análisis será entonces el de detectar, distinguir y clasificar los ejes semánticos fundamentales pertinentes que permiten la estructuración de la etiqueta semántica de cada personaje (etiqueta, una vez más, inestable y permanentemente reajutable por las transformaciones mismas del relato), y del conjunto del sistema. [...] Estos ejes simples y fundamentales serán detectados sobre la base de su recurrencia en el enunciado, es decir, después que éste haya sido segmentado en secuencias homologables y reclasificado según un modelo tabular de “lectura vertical”. [...]

El segundo problema después del de la detección será el de establecer una jerarquía entre los ejes retenidos. (Hamon; 1972: p. 11-12)

Esta lectura vertical que Hamon propone, se realiza sobre la base de los trabajos que Lévi-Strauss publicó en la década del 60, "La estructura de los mitos".

Estructura de los mitos

El valor intrínseco que se atribuye al mito proviene del hecho de que forma una estructura permanente referida simultáneamente al pasado, al presente y al futuro.

"Esta doble estructura, a la vez histórica y ahistórica, explica que el mito pueda pertenecer simultáneamente al dominio del habla (y ser analizado en cuanto a tal) y al de la lengua (en la cual se lo formula), ofreciendo al mismo tiempo, en un tercer nivel, el mismo carácter de objeto absoluto". (Salesas; 2005)

La originalidad del mito en relación con otros hechos lingüísticos es que por ejemplo mientras la poesía resulta ser una forma de lenguaje extremadamente difícil de traducir a una lengua extranjera, el mito persiste, en su valor, a despecho de la peor traducción.

De ahí se desprendería que "La sustancia del mito no se encuentra en el estilo, ni en el modo de la narración, ni en la sintaxis, sino en la historia relatada". El mito es lenguaje, pero de una naturaleza tal que permite el despegue del sentido.

Lévi-Strauss en sus conclusiones provisionales formula lo siguiente:

El sentido de los mitos depende más de la combinación de los "elementos entre si" que de los "elementos en si". Las propiedades específicas del mito deben ser buscadas "por encima" del nivel habitual de lenguaje. [...] El mito está constituido por unidades constitutivas o "mitemas". Las verdaderas unidades constitutivas del mito no son las relaciones aisladas, sino los "haces de relaciones". (Levi-Strauss; 1995)

La "repetición" cumple una función propia, la de poner de manifiesto la estructura del mito a través de la pareja Diacronía / Sincronía. En este análisis se deja de lado la narrativa, donde una acción sucede a otra, y se reordena los mitos de modo que los tipos de relaciones (mitemas) formen grupos entre sí.

La lectura vertical se logra ordenando los mitemas en columnas y las secuencias narrativas en filas. Entonces, horizontalmente se presenta un eje sintagmático y verticalmente un eje paradigmático.

Con este tipo de reescritura no se propone llegar a su significado final; más bien se desea mostrar las condiciones de su producción y transformación. Es por esta característica que brinda la lectura vertical que Hamon lo toma como herramienta para descomponer a los personajes, y su contexto en ejes semánticos.

Una vez llevado a acabo la descomposición de los personajes, con los ejes semánticos, el siguiente paso, según Hamon, es desarrollar un “cuadro semiótico Greimasiano” donde se analicen las etiquetas (ejes) semánticas, de forma que sean analizables en sub-conjuntos lógicos. Esto permitirá identificar:

- a) Los polos lógicos utilizados por el sistema.
- b) Los ejes oposicionales más usados.
- c) Las relaciones entre esquemas y polos de esquemas diferentes.
- d) Los trayectos dialécticos que utilizan los personajes para pasar de un polo a otro.

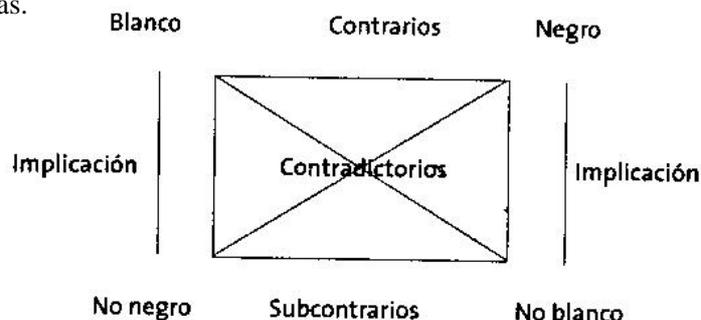
El cuadrado semiótico Greimasiano

Para Dallera (2005) la representación visual de la estructura elemental de la significación se hace a través del cuadro semiótico; el cual es un esquema lógico de cuatro posiciones, representado según dos ejes de términos contradictorios (relaciones diagonales) y dos de implicaciones (relaciones verticales). Por otro lado, las líneas horizontales representan las relaciones entre contrarios.

Tomando en cuenta la contradicción, vale mencionar que los elementos relacionados no pueden coexistir (ganar-no ganar); pero esta coexistencia si se puede dar en la contrariedad (ganar-perder). La oposición ganar-perder, es una oposición semántica, mientras que la oposición ganar-no ganar es una oposición que expresa una contradicción lógica.

Este cuadro representa un sistema de relaciones binarias. Se trata de una regla de construcción de las unidades de sentido, pero esto no quiere decir, que las cosas del mundo posean este binarismo.

El cuadro greimasiano sirve para expresar visualmente la lógica que se da entre los componentes semánticos de un determinado relato. Esos componentes se pueden traducir en valores, creencias o propiedades de los objetos semióticos. Las relaciones de oposición en conjunto dan un sentido general al relato. En cualquier relato se pondrán en relación componentes vinculados dentro de un mismo eje semántico. Estas relaciones de oposición sirven para elaborar cualquier proyecto narrativo ya que el sentido se construye lógicamente a partir de ellas.



Resumiendo este apartado, las actividades que se deben realizar para lograr una descripción del personaje es:

a) detectar los ejes semánticos (y en el interior de estos ejes los rasgos pertinentes); por lo tanto se tratará de determinar dentro del programa, cuáles y cómo son las relaciones que Maradona mantiene con el resto de los personajes; los cuales mantienen recorridos enunciativos con el conductor en forma grupal, individual, entre ellos mismos.

b) estudiar cómo ejes y rasgos pertinentes se sobredeterminan, se neutralizan, permutan y cambian en el transcurso de un escrito;

c) estudiar cuáles son los haces estereotipados de rasgos que tienden a formarse y a repetirse en el interior del relato.

Niveles de descripción del personaje

Además de las relaciones que mantiene con las unidades del mismo nivel, un signo se define por sus relaciones con las unidades de nivel superior. El personaje será principalmente definido en relación a un léxico de personajes-tipo más generales que se llamarán actantes. El actante es una clase de actor, de personaje, definido por un conjunto permanente y original de funciones y de calificaciones y por su distribución a lo largo de un relato. El término sirve, entonces, para designar una unidad construida (y no dada) de la gramática narrativa.

El modelo de actantes elaborado por Greimas (Sujeto-Objeto, Destinador-Destinario, Ayudante-Oponente) recorta de manera sensible las diferencias que provienen esencialmente de las propiedades del corpus.

Categorías actanciales

La figura del actante es como una especie de molde de la estructura semionarrativa de superficie que, en el nivel de la discursividad, puede adquirir la investidura de múltiples formas de sujetos u objetos específicos. En este sentido, podríamos decir que la categoría de actante es una categoría formal, una forma que en el nivel de la discursividad puede ocuparse con distintos contenidos específicos y concretos.

Un actante es lo que es (su ser) más lo que hace (su hacer). Ergo, se desprenden dos tipos de enunciados. Uno de estado que pone de manifiesto el ser del actante y uno de hacer, que explicitan el conjunto de acciones de los actantes que les sirven para transformar su estado (o los estados de otros actantes).

Gracias a este concepto de hacer, es posible desplegar la lectura del relato en términos de actos y acciones; ya que detrás de cualquier relato siempre se esconde un intento de búsqueda de sentido a la forma de actuar de las personas.

Estos seis roles actanciales están divididos en tres pares de roles cada uno. Cada miembro de un par está vinculado con el otro miembro por una relación. A la vez, en muchos casos, hay

coincidencia de roles. Es decir, en sus funciones coinciden miembros de un par con miembros de otro.

a) Sujeto-Objeto: es el par más elemental. Toda narración está sustentada sobre la acción de un sujeto que desea establecer un tipo de relación con un objeto. El nexo es el deseo.

El sujeto puede ser de acuerdo a dos tipos: el sujeto de estado, cuya propiedad determinante es la de unirse con el objeto deseado; y el sujeto de hacer, que son aquellos que realizan transformaciones en los estados de otros sujetos u objetos, como también puede ser en sí mismos.

El objeto, en cambio, se viste con el ropaje de una cosa, una situación o un hecho que son signos de valor que el sujeto, con su hacer, desea alcanzar, vencer, conquistar, convencer, etc. El objeto en este caso, está referido como moldes o receptáculos de contenidos múltiples, y no de tal o cual tipo de objeto particular.

b) Destinador-Destinario: el nexo que une a este par de actantes es el mandato. El destinador es aquel que induce o manda a otro a cumplir una determinada misión o tarea. Es de esperar que el destinador pertenezca a un universo trascendente que está por encima de los demás actantes particulares y le infiere a éste la capacidad de mandar.

c) Ayudante-Oponente: serán aquellos sujetos u objetos que en el transcurso del relato sirven a los propósitos (o los obstaculizan) del destinatario-sujeto. La función del ayudante consiste en operar en el sentido del acercamiento del destinatario-sujeto al objeto de deseo, facilitando la comunicación entre ambos (sujeto-objeto). La función de los oponentes, por el contrario, consiste en crear obstáculos, oponiéndose a la realización del deseo o a la comunicación con el objeto.

El análisis se esforzará, entonces, por establecer el modelo actancial que organiza cada secuencia narrativa. Se tratará entonces de identificar proposiciones del tipo: el polo actancial objeto es ocupado por los actores x, y, z en la secuencia S definida por su posición P en la novela. Este juego entre el nivel actancial y el de los actores (personajes en sentido restringido) es el que con frecuencia define las orientaciones estilísticas de un autor.

Por otra parte, un actante se determinará por su participación en figuras actanciales-tipo, con nebulosas-tipo, cuya frecuencia y distribución en el interior de una novela o de un grupo de novelas se intentará precisar (la confrontación, el intercambio, la prueba, el contrato, etc.), nebulosas que definirán los trayectos más o menos fijos y construirán las invariantes narrativas (las secuencias-tipo) de un sistema novelesco, su sintaxis.

La no perturbación de esta estructura es, entonces, un elemento importante de su legibilidad; legibilidad vinculada al hecho de que el lector puede no solamente situar un personaje en una escala de personajes-tipo y de relaciones de oposiciones y semejanzas, sino también prever

ciertos desarrollos-tipo. Esta legibilidad (esta previsibilidad) se verá sin duda reforzada si el personaje, además de su función actancial estable (tal personaje será siempre sujeto actuante, o siempre Destinatario del saber o siempre oponente, a lo largo del capítulo o de una novela entera), se presenta como igualmente muy especializado en la serie de sus actos profesionales.

De allí la noción de rol temático, roles profesionales o roles familiares que se puede introducir entre la noción abstracta y general de actante, y la particularizada e individualizada de actor. A través de ello, el personaje se inserta en una sociedad mediante los programas que puede asumir por sus roles profesionales que lo clasifican dentro de una jerarquía, una escala, pero que predeterminan también sus modos de relación con otros y con lo real.

Para resumir, se puede plantear desde ya que un personaje será definido:

- a) por su modo de relación con la o las funciones (virtuales o actualizadas) que asuma;
- b) por su integración particular (isomorfismo, multiplicación, sincretismo) en clases de personajes-tipo o actantes;
- c) en cuanto actante, por su modo de relación con otros actantes en secuencias-tipo y figuras bien definidas (por ejemplo, el sujeto será definido por su relación con un objeto en una secuencia de búsqueda o investigación; el destinador, por su relación con un destinatario en una secuencia-contrato proyectada y/o realizada, etc.);
- d) por su relación con una serie de modalidades (querer, saber, poder) adquiridas, innatas, o no adquiridas, y por su orden de adquisición;
- e) por su distribución en el relato entero;
- f) por el haz de calificaciones y de “roles” temáticos de los que es soporte (etiqueta semántica rico o pobre, especializada o no, permanente o con transformaciones).

En este caso se intentará describir los roles que Maradona y los personajes cumplen a nivel actancial. Por lo que se identificará a aquellos actantes que tienen funciones pasivas, aquellos que deben cumplir roles de ayudantes en forma constante, aquellos destinatarios semi-pasivos que deben interactuar en escenas específicas con Maradona, etc.

El significante del personaje

Siguiendo a Hamon, el tercer tópico a tener en cuenta para realizar un análisis exhaustivo del personaje es el del significante.

El personaje es representado, tomado a cargo y diseñado sobre la escena del texto por un significante discontinuo, un conjunto disperso de marcas que se podría llamar “etiqueta”. Esta etiqueta debe ser analizada de acuerdo a parámetros de recurrencia, estabilidad, riqueza y motivación.

La recurrencia (marcas más o menos frecuentes) es, junto con la estabilidad (marcas más o menos estables) del nombre propio y de sus sustitutos un elemento esencial de la coherencia y

de la legibilidad del texto, que asegura a la vez la permanencia y la conservación de la información a lo largo de la diversidad de la lectura.

Al mismo tiempo, la etiqueta integra, un paradigma de equivalencias que puede recorrer el amplio campo de marcas que van de la más económica; la simple letra; hasta la más costosa (el “retrato”, la descripción), pasando por el nombre propio (apellido, nombre, sobrenombre) y todas las variedades de perífrasis (“el hombre de los moños verdes”) de la titurología oficial, de las ilustraciones, o de los diagramas. Se podría definir entonces el personaje como un sistema de equivalencias reguladas, destinado a asegurar la legibilidad del texto.

Se tratará de identificar, las modalidades del significante que Maradona toma. Etiquetas como “Dios”, “el diego”, “astro”, “la mano de dios” y hasta significantes textuales a nivel isologotipo como “D10S” deberán ser identificados como propios de Maradona y lo mismo deberá hacerse con el resto de los personajes intervinientes.

Con frecuencia asistimos a una reducción de la etiqueta a medida que se desarrolla el texto (descripciones y retratos → nombre propio → pronombre y sustitutos). Pero esta regla de relleno y de reducción sucesivos puede, por supuesto, variar según la necesidad, estilística o semántica, de evitar las ambigüedades o repeticiones (volver al rasgo descriptivo, o la perífrasis, permite evitar la repetición de un nombre propio).

Por otra parte, puede ser interesante estudiar la distribución de la etiqueta del personaje en función del “punto de vista” o de la “modalización” que se hace pesar sobre el mismo. De similar modo, habrá circunstancias en que “Diegote” no es un equivalente ni permutable con Maradona; puede resultar interesante ver los momentos en que los demás actantes llaman a Maradona *Diego*, dónde lo llaman *ídolo*, *héroe*, *maestro*, dónde (y quién) le habla en segunda persona del singular (vos), dónde (y quién) habla de él como *El señor Maradona* o como *mi hijo*, etc.

Continuando con Hamon, el signo lingüístico se define por su *arbitrariedad*. Pero el grado de arbitrariedad (o inversamente, de *motivación*) de un signo puede ser variable. Será entonces interesante tratar de juzgar y calibrar esta libertad que tiene un autor para “motivar” más o menos la etiqueta de su personaje. En nuestro caso, al tratarse de un soporte distinto al texto literario, hay que aclarar que las etiquetas de los actantes involucrados no son invenciones intencionales de una sola persona; ya que no fueron creadas bajo un proceso de producción/redacción continuo, como habitualmente sucede cuando un escritor se propone elaborar una obra literaria. Por el contrario, las etiquetas que toman los personajes fueron atribuidas en momentos diferentes; por ejemplo el nombre propio *Diego Armando Maradona*, sin ser exhaustivos en la búsqueda, decimos que fue creado por los padres del mismo al momento de su nacimiento; en cambio, *Barrilete cósmico* es atribuido al relator Victor Hugo Morales segundos después de que Maradona, jugando para la selección Argentina en el mundial de México `86, hiciera el segundo gol al combinado Inglés. También se da el caso en que ciertas

etiquetas no son rastreables o pertenecen a anónimos, que los medios terminan apropiándose, como *Diegote*, o *DIOS*.

A pesar de realizar este análisis de las etiquetas que propone Hamon, consideramos al mismo incompleto porque creemos que hay otros aspectos que son interesantes estudiar respecto de nuestro personaje principal.

Estos aspectos son los que propone Tussón Valls (1999) en su libro “Las cosas del decir”. En este caso, la autora no se centra en las etiquetas con las que los demás personajes se dirigen a Maradona, como entiende Hamon, sino que analiza algunas formas de expresión lingüística que tiene el mismo para interactuar con el medio que lo rodea. El enunciador pone en uso diferentes estrategias para emprender su actividad verbal gracias al sistema lingüístico; el cual permite a partir del sistema léxico y deíctico que los hablantes pongan en juego sus formas de presentación de una misma y de relación con los demás.

La inscripción de la persona del texto: la inscripción del Yo

Existen situaciones que permiten o activan la presencia del locutor en su texto. La referencia deíctica a la persona es el elemento lingüístico más inmediato y central. Sin embargo, así como podemos considerar el Yo como la forma canónica de representación de la identidad de la persona que habla en el uso real, la referencia deíctica a la persona se ofrece de forma variada para mostrar las diferentes caras o posiciones las que se puede mostrar o presentar el sujeto hablante.

La persona que habla no es un ente abstracto sino un sujeto social que se presenta a los demás de una determinada manera. Éste se adapta a la situación específica de la comunicación modulando su posición a lo largo del discurso y tratando de que su interlocutor le reconozca de una manera y no de otra. Por lo tanto, la persona que habla puede autoreferenciarse no solamente bajo la 1ª persona del singular, sino que también podemos encontrarla con otras personas gramaticales tales como la 2ª persona del singular, la 3ª persona del singular y la 1ª persona del plural.

Comúnmente el uso del “yo” en público se considera inapropiado si a quien habla no se le otorga suficiente nivel de responsabilidad, autoridad, credibilidad o legitimidad. Para solucionar posibles conflictos, con el uso del “nosotros” se diluye la responsabilidad unipersonal, y se adquiere la autoridad o la legitimidad asociada con un colectivo.

Otro uso del “nosotros” es el llamado inclusivo, aquel que incorpora al receptor en la referencia del emisor. Puede ser un uso intencionado para acercar las posiciones de los protagonistas de la enunciación, y se da en todos los casos en que es importante para el emisor la involucración del receptor, particularmente en relaciones asimétricas que necesitan una señal de acercamiento suplementaria, para superar la barrera jerárquica y conseguir el grado suficiente de aproximación. También se dan casos en los que el enunciador busca la complicidad de los receptores, para involucrarlos en su punto de vista.

En conclusión, los locutores pueden optar por inscribirse en su texto de variadas maneras, ninguna de ellas exenta de significación en relación con el grado de imposición, de responsabilidad (asumida o diluida) o de involucración (con lo que se dice o con el interlocutor).

A modo de cierre de este marco teórico que guiará el análisis que a continuación se presenta, vale mencionar como el mismo ha evolucionado desde la abstracción hasta llegar a lo más concreto. Con esto queremos decir que el mismo atraviesa el texto de estudio en tres niveles o estructuras generales: la sintaxis fundamental de las estructuras semionarrativas, el nivel de superficie de las estructuras semionarrativas, y por último la estructura discursiva.

La sintaxis fundamental se concibe como un conjunto de operaciones lógicas que ponen en relación los elementos semánticos que configuran un determinado universo discursivo. Esto quiere decir que la sintaxis fundamental es el aporte lógico relacional a la construcción del sentido. La representación visual de la estructura elemental de la significación se hace a través del cuadrado semiótico explicado anteriormente en este marco teórico.

Sin embargo, es gracias al nivel de superficie de las estructuras semionarrativas que se puede pasar de lo conceptual a lo figurativo, dándole la forma de las vicisitudes humanas a los componentes del nivel anterior. Los sujetos y objetos que intervienen son de una determinada manera, sufren transformaciones, hacen cosas y cumplen determinadas finalidades. En pocas palabras, el nivel de superficial del análisis semionarrativo nos permite captar la esencia de un esquema narrativo básico.

Por último, la estructura discursiva es el plano donde se manifiestan los contenidos del relato, mediante el procedimiento de enunciación. Dicho de otro modo: los componentes abstractos de los niveles anteriores adquieren contenidos específicos dentro de las formas que le son propias al nivel de la discursividad. Es por esto, que en nuestro análisis, observamos las etiquetas que conforman al personaje de Maradona, y la inscripción del yo como sujeto del texto en sus diferentes estrategias y modalidades.

A través del desarrollo y unificación de los conceptos hasta aquí desarrollados, se tendrán las herramientas necesarias, que de acuerdo a la metodología enunciada, ayudarán a obtener la construcción del personaje de Maradona, que se estructura a través del medio ya especificado.

Metodología

A continuación se presenta la metodología específica que se utilizará para este estudio:

- **Tipo de estudio:** Exploratorio
- **Método:** Cualitativo
- **Técnica:** Análisis sociosemiótico.

De acuerdo a lo expresado en el marco teórico, se dividirá el análisis en tres grandes bloques. En el primero de ellos se registrarán a través de la observación de los programas, cuáles son los valores o categorías que definen los ejes semiodiscursivos. A través de la sistematización en fichas² diseñadas para el caso, se identificarán a los personajes que participen activamente en el uso de dichos valores y luego se hará una clasificación para determinar quienes son aquellos personajes más complejos. Luego se analizarán los valores rescatados de la profundidad del texto y se los evaluará según la teoría correspondiente.

En segundo orden estudiaremos las funciones que cumplen los personajes, bajo las condiciones de funcionamiento que los determinan. De esta manera se intentará identificar el programa narrativo y sus respectivas fases.

Por último, el tercer bloque de análisis trabajará sobre la superficie semiodiscursiva de cada programa y se registrarán dos dimensiones importantes a saber: las etiquetas que forman el personaje de Maradona, actualizadas por los diferentes personajes que interactúan; y luego se evaluarán las estrategias y modalidades que Maradona utiliza discursivamente para autoreferenciarse. El registro de estas dimensiones se realizará de acuerdo a herramientas desarrolladas específicamente para las mismas³.

- **Criterios de selección de corpus:** Para el estudio, se analizan cuatro programas de “La noche del 10”. Dicho corte es accesible en cuanto a la obtención del corpus, y al tiempo en que debe ser presentado el estudio. Los programas fueron emitidos por Canal 13 de Argentina en las siguientes fechas:

- **Primer programa:** 15/08/0; 2:07 hs. de duración. En soporte digital (DVD 1-2)
- **Segundo programa:** 22/08/05; 2:00 hs. de duración. En soporte digital (DVD 3)
- **Tercer programa:** 29/08/05; 2:36 hs. de duración. En soporte digital (DVD 4-5)
- **Cuarto programa:** 05/09/05; 2 22 hs. de duración. En soporte digital (DVD 6-7)

² Ver página 65 del anexo

³ Ver página 66 del anexo

Desarrollo

1. Las huellas de producción

Para contextualizar los momentos previos y también durante la producción del texto, se analiza el primer capítulo del libro escrito por el periodista Leandro Zanoni (2006), *“Vivir en los medios”, Maradona off the record.*

De acuerdo a Zanoni, en enero del 2005, Maradona estaba en su peor estado físico posible, ya que pesaba alrededor de 120 kilogramos. Además, algunos medios nacionales como el diario *Clarín*, e internacionales como la revista francesa *L'Equipe* publicaban notas donde valoraban negativamente al ex jugador de fútbol:

“El genio puro del fútbol está enterrado desde hace tiempo. Restan los excesos patéticos de un hombre de 44 años extraviado en su propio mito.” (*L'equipe Magazine* N° 1181)

Sin embargo, unos meses antes, Maradona había comenzado su recuperación que incluyó estar internado en un neuropsiquiátrico. Luego en Colombia se sometería a un by pass gástrico y gracias a un cambio en la forma de llevar su vida, se recuperó físicamente y alejado de la droga.

Su renacimiento personal no tardó en hacer eco en los medios ni en el mundo del fútbol. Es así como Mauricio Macri –Presidente del Club Atlético Boca Juniors – le ofreció a Maradona el puesto de “Vicepresidente del departamento de fútbol”; quedando éste como único nexo entre la dirigencia y los jugadores del primer equipo.

Según afirma Zanoni: ...*“tener a su lado al ídolo recuperado era una jugada maestra.”* (2006, p. 12). Esto tenía sentido si tenemos en cuenta que el año 2005 fue un año electoral y Macri se presentaba como principal líder opositor al presidente Néstor Kirchner.

Esta resurrección cual Dios, no se manifestó solo en Argentina, ya que el ex futbolista se hizo tiempo para realizar una gira por el mundo, en la cual se reunió con grandes celebridades del mundo del fútbol, y del espectáculo, potenciando aún más su exposición mediática. Zanoni expresa en cuanto a la nueva situación de Maradona: *“Maradona a pleno, sin perder un minuto para recuperar el tiempo perdido y, como siempre, dispuesto a vivir a toda velocidad.”*(2006, p. 13).

El mapa mediático, en cuanto a lo televisivo, se encontraba agitado por la pugna diaria de los tres canales de aire más importantes. Canal 13, a la cabeza de Adrián Suar; Telefé comandado por Sergio Villarroel; y Canal 9, con Tinelli como máxima figura, peleaban el minuto a minuto con varias estrategias. Canal 13 estaba perdiendo terreno para mitad del 2005 y entonces Suar le ofreció a Maradona conducir su propio programa. Para el mismo, el director de programación de Canal 13 armó un show a la medida del conductor: escenografía de lujo, invitados internacionales, despliegue técnico y personal de producción al por mayor.

Según Zanoni, Maradona se sentía nuevamente necesitado, salvador de un equipo, en este caso no de fútbol, sino de productores, empresarios, etc. Esto se vio reflejado en el rating, pues el programa junto con los invitados de lujo que cada semana se presentaban superó a los demás canales.

La exposición mediática de Maradona no se presenció solamente en la conducción de su programa, sino que en los tres meses que este estuvo al aire, Maradona estuvo presente en otros programas televisivos de índole deportiva, de espectáculos, de política, culturales, etc; además también de ser tapa de diarios y revistas. Gran parte de esta exposición estaba intelectual e intencionalmente preparada desde la plana mayor del grupo Clarín. Su aparición en las revistas y radios pertenecientes al holding fue constante y desde Canal 13 toda la programación fue alineada con lo que ocurría cada lunes en el show.

Zanoni explica que tal cobertura mediática produjo la inexistencia de críticas serias hacia el programa, y una catarata de elogios desmesurados. Desde la misma producción del programa y en casi todos los medios se titulaban las crónicas con la palabra “Dios” y frases de exaltación por el estilo.

En cuanto al programa en sí, podemos decir que el mismo tuvo su primera emisión el día 15 de agosto. Pero desde hacía prácticamente un mes atrás se venía hablando del mismo en casi todos los medios, de acuerdo a un coordinado plan de comunicación y promoción. Por lo tanto, la expectativa había generado que tanto el público, como los medios nacionales y algunos internacionales, pusieran los ojos en el primer programa. Se montó una carpa especial al lado del estudio para recibir a los 300 periodistas acreditados. Y la oficina de prensa del canal enviaba todos los martes fotos con los mejores momentos de la noche anterior.

Tenía una gran puesta en escena, con tecnología de punta y no se escatimaron gastos porque los ingresos por pautas publicitarias (de los cuales Maradona cobraba un porcentaje de los ingresos totales) eran excesivamente superiores a los ya altos gastos de producción. Por tal motivo, había publicidad no sólo en las clásicas tandas comerciales, sino que dentro del programa mismo. Se implementaron formas publicitarias modernas, en las cuales Maradona presentaba o interactuaba directa o indirectamente con el contenido comunicado.

El programa que cerró el ciclo el 07 de noviembre fue transmitido desde el Luna Park, con la asistencia de 5000 personas, y bandas de rock en vivo que aceptaron tocar en vivo para la televisión.

Tal cual lo expresa Zanoni: “ *fueron meses maradonianos*”. (2006. p: 15)

2. Identificación de ejes

Según el análisis que propone Hamond, se han detectado y remarcado, de acuerdo a sus constantes reiteraciones, los siguientes ejes centrales o mitemas:

- **Euforia - Disforia**
- **Condescendencia - Intransigencia**
- **Lealtad - Deslealtad**
- **Gloria - Fracaso**

A continuación, se muestra en un cuadro cómo estos ejes informan a los personajes involucrados en el programa. Es preciso aclarar que estos valores que circundan el relato (en este caso un programa televisivo) son abstractos, profundos, intensos y universales porque surgen de una categoría general de la semiótica narrativa. Tal cual lo expresa Andrea Semprini (1995), estos valores inspiran y dan sentido al sujeto del relato, ya que éste trata de alcanzarlos o evitarlos. Vale recordar que aquellos personajes que posean mayor cantidad de ejes serán considerados más complejos que el resto.

<i>Ejes</i> Personajes	<i>Euforia - Disforia</i>	<i>Condescendencia - Intransigencia</i>	<i>Lealtad - Deslealtad</i>	<i>Gloria - Fracaso</i>
D. Maradona	X	X	X	X
S. Goicoechea	-	X	X	X
D. Torres	-	-	-	-
M. G. Cuccinota	-	X	-	-
G. Batistuta		X	X	X
G. Sabatini	X	-	-	X
Pelé	X	X	X	X
R. Darín	-	-	-	-
A. Suar	-	-	X	-
E. Ginóbili	-	-	X	X
C. Maradona	-	-	X	-
Da. Maradona	-	-	X	-
Ya. Maradona	-	-	X	-
R. Arjona	-	X	-	-
S. Giménez	X	-	X	-

G. Coria	-	-	X	X
E. Francescoli	-	-	X	-
C. Tevez	-	-	-	-
N. Oreiro	-	X	-	-
L. Messi	-	-	-	-
A. Banderas	-	X	X	-
M. Legrand	X	-	X	-
V. Mazza	X	-	-	-
C. Castro	X	-	-	-
Vicentico	-	-	X	-
G. Francela	-	-	-	-
J. P. Sorín	-	-	-	-
C. García	X	X	-	-
A. Del Boca	-	-	-	-
A. D'Alesandro	-	X	-	-

* Este cuadro fue conformado de acuerdo a la información recabada que se encuentra en el anexo

Tal como se puede apreciar y se esperaba, Maradona es el personaje que está involucrado en los cuatro ejes identificados. Esto no sorprende ya que si se toma en cuenta que Maradona es el centro de atención de las casi dos horas promedio de programa, es de suponer que tiene la libertad y amplitud espacio-temporal para entrar y salir más de una vez en cada uno de los mitemas; hecho que se corrobora en el anexo. Sin embargo, no es el único porque Pelé también está informado por los cuatro ejes. Esto denota la importancia que se le asigna a dicho personaje ya que sólo en aproximadamente más de una hora de haber estado frente a cámara, tuvo la oportunidad de implicarse en cada uno de los ejes. Esta situación no se dio con otros invitados que tuvieron el mismo tiempo y espacio, o incluso mayor.

En un segundo nivel, encontramos a aquellos personajes que están vinculados a sólo tres ejes. Ellos son S. Goicoechea y G. Batistuta quienes casualmente comparten la misma distribución de ejes (condescendencia-intransigencia, lealtad-deslealtad, gloria-fracaso).

En tercer lugar se encuentran aquellos que son informados por dos ejes solamente. En este caso los mismos varían y los únicos personajes que están distribuidos idénticamente son G. Coria y E. Ginóbili.

El resto de los personajes se dividen entre aquellos que se vinculan a un eje solamente y entre los que no participan en ninguno de ellos.

3. Análisis de los ejes

El siguiente paso, según Hamon, es desarrollar un “cuadrado semiótico donde se analicen las etiquetas (ejes) semánticas, de forma que sean revisables en sub-conjuntos lógicos. Esto permitirá identificar:

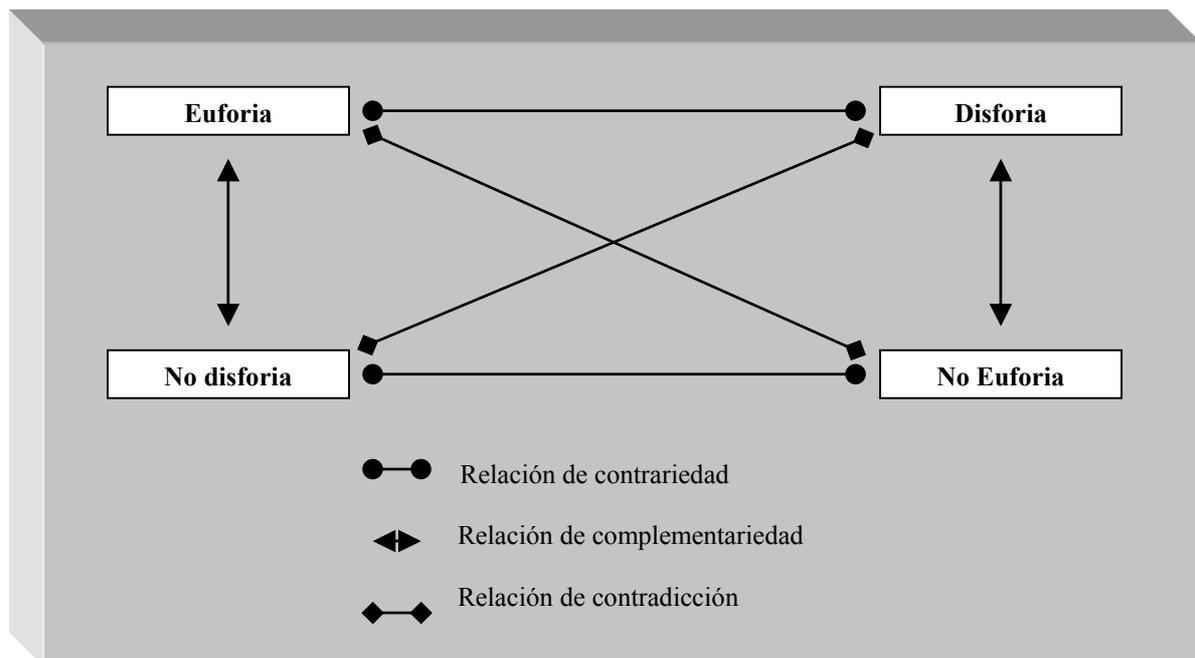
- a) Los polos lógicos utilizados por el sistema.
- b) Los ejes oposicionales más usados.
- c) Las relaciones entre esquemas y polos de esquemas diferentes.
- d) Los trayectos dialécticos que utilizan los personajes para pasar de un polo a otro.

3.1. Euforia-disforia

Esta categoría, eje central, o mitema es tomada del libro “Semiótica, marketing y comunicación” de Jean Marie Floch (1993). En el mencionado libro esta categoría es considerada como la estructuración mínima de la timia, es decir, del campo que cubren las nociones de bienestar, de placer, de tranquilidad y de calma, por un lado, y de tristeza, de ansiedad, de dolor y de angustia, por otro.

Bajo esta forma definiremos el concepto abarcativo de salud, que tiene su punto de inicio en la timia y se refleja no sólo en los comportamientos sino también en el aspecto físico, es decir, que tener una figura cuidada, en línea con los parámetros sociales de bienestar, poseer una dieta sana y saludable, son sinónimos de *euforia*, y por el contrario, tener sobrepeso o estar muy por debajo del equilibrio, sufrir de impedimentos para realizar ciertas actividades, sobretodo deportivas, serán denotaciones de *disforia*.

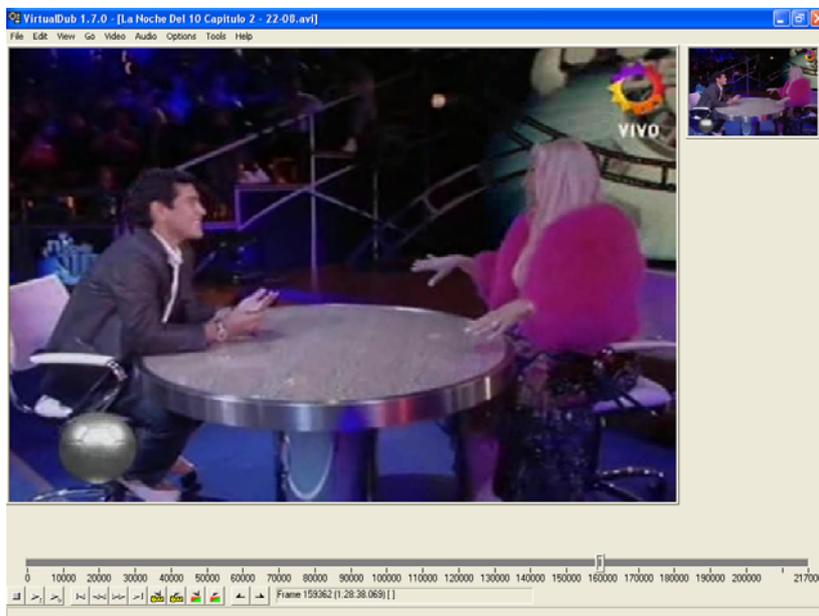
El cuadrado quedará estructurado de la siguiente forma:



Maradona es un personaje que centra la atención en este eje porque él mismo es y ha sido a lo largo de su vida un deambulante en los vértices de este cuadrado. Sin ir más lejos, seis meses antes de comenzar este programa Maradona estaba en un estado físico severamente preocupante. Excedido de peso, con falencias cardíacas, su adicción a la cocaína mostraba los vestigios del deterioro. En aquella época se podría haber encasillado a Maradona dentro del vértice de la *disforia*. Sin embargo, comenzó su recuperación y al mismo tiempo comenzó su paso al ángulo de la *euforia*.

Tal cual explicamos anteriormente, el vértice *euforia* tiene una valoración positiva, ya que agrupa aquellos conceptos de equilibrio mental y físicos que la sociedad estima y persigue. Maradona no es la excepción y constantemente en el desarrollo del texto se pueden identificar momentos que hacen referencia a esta nueva posición.

A modo de ejemplo se pueden presentar determinadas situaciones que plasman este posicionamiento dentro del cuadrado. La primera que vale la pena resaltar es el final de cada programa. En estos finales, Maradona juega al fútbol tenis con algunos de los invitados y demuestra sus capacidades y habilidades. Otro ejemplo se presenta al momento de interactuar con los invitados y sobre todo cuando los saluda luego de la presentación. La gran mayoría se desborda en elogios por verlo tan recuperado; tal es el caso de Susana Gimenez que en dos ocasiones hace eco de esta recuperación, y también el cantante Cristian Castro expresa este tipo de sentimientos hacia Maradona.



En esta imagen se observa el momento en que Susana Gimenez expresa: *"...y vos estas un hilo de coser, un hilo de coser. Me sentí tan bien el otro día cuando te vi. Yo estaba en Estados Unidos, pero cuando llegue, por supuesto, vi el programa, y te vi, Ivan de Pineda⁴ eras, de verdad. Y dije: solamente este hombre puede hacer eso.*

⁴ Ivan de Pineda: modelo masculino argentino, perteneciente a la agencia Dotto Models.



En esta imagen se observa al cantante mexicano Cristian Castro decir: “...te ves precioso, te ves fantástico, no sabes que bien te ves. Te lo juro por Dios, estoy impactado de que bien te ves. Te juro que me da un gusto, una alegría, que siento que Argentina vuelve a vivir de verdad una alegría tan grande que vive en ti, solamente en ti, ¿sabes? Te lo juro por Dios. Es algo que no te puedes imaginar, te quiero muchísimo.”

Ahora bien, si decimos que los vértices superiores representan aquellos estados en donde lo físico es reflejo del estado mental de las personas, en una situación de *euforia*, el bienestar mental, tranquilidad, calma, etc., irán acompañadas de un estado físico similar. Es decir que la persona estará en armonía con su cuerpo y se preocupará de cuidarlo y mantenerlo dentro de los parámetros sociales aceptados de salud. Opuestamente, en una situación de *disforia*, la ansiedad, dolor, angustia, se verán reflejadas en una desatención por el aspecto físico. Esto lleva al desequilibrio que puede darse por un exceso de peso o por el contrario, una pérdida masiva del mismo. En los casos de *euforia* y *disforia*, esta paridad entre el estado mental y el físico hace que sean fácilmente identificables, ya que basta observar algunos comportamientos y la presencia de una persona para ubicar su presente en alguno de los dos vértices de los que venimos haciendo referencia. Vale aclarar que lo físico está subordinado a lo mental, ergo será el primero consecuencia y reflejo del segundo.

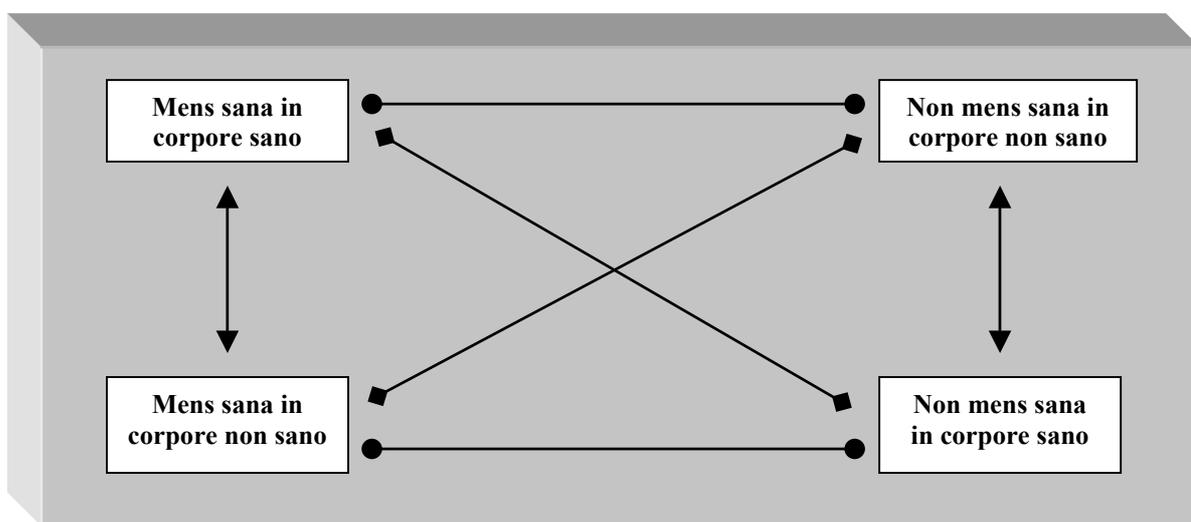
Sin embargo no sucede lo mismo con los dos vértices inferiores del cuadrado. Los mismos no son fácilmente designables al estado de salud de una persona porque en estos casos, no existe la relación directamente proporcional, si se nos permite el término, entre estado mental y estado físico. Por consiguiente, el ángulo *no disforia* que está en relación de complementariedad con la euforia y de contradicción con la disforia, está caracterizado por un estado mental equilibrado, de bienestar y calma, pero que no se refleja en el estado físico. Esto puede ser por características biogénicas de la persona que la hacen ser de determinados aspectos. Por ejemplo, una persona puede estar con una timia positiva pero sufrir diabetes o desórdenes del metabolismo que la conducen a tener sobrepeso.

Para el caso de la *no euforia* la relación de complementariedad está ligada a la disforia y la de contradicción lo está con la euforia. En este campo encontramos características opuestas a la

no disforia, porque el estado mental del sujeto puede estar desequilibrado, es decir, sufrir de ansiedad, angustia, tristeza, pero las mismas no se somatizan físicamente.

Para estos dos últimos casos, no es fácil detectarlos a simple vista, como sucede en los dos primeros vértices. Por lo tanto, el diagnóstico estricto para cada estado puede ser brindado por un profesional de la salud, ya que están en condiciones de determinarlas. Por este motivo, no hemos podido observar ejemplos concretos dentro de los programas analizados.

Otra forma de hilar fino sobre los conceptos explicados puede representarse en el cuadrado siguiente, en el cual figuran los diferentes estados de acuerdo a una frase otorgada a Platón (428 a.C.), uno de los principales filósofos de la antigua Grecia y discípulo de Sócrates. La misma reza: “*Mens sana in corpore sano*”:



En este caso, se continúa con la primacía de la mente sobre el cuerpo. Desde la época del renombrado filósofo se hacia hincapié en la importancia de la mente sobre el físico. Si la mente no se encuentra del todo bien se refleja en el cuerpo, y también sucede que cuando un cuerpo se encuentra sano, cuidado, estimulado y saludable, la mente también consigue mayor armonía. Por eso, es necesario entrenar el cuerpo, pero también la mente.

3.2. *Condescendencia – Intransigencia*

Esta categoría ha sido registrada de acuerdo a una concurrencia en el comportamiento empírico de los personajes que interactúan en el texto televisivo. Su análisis parte desde la expresión verbal de las opiniones o juicios que se manifiestan en la superficie discursiva del relato.

Desde la ontología del lenguaje⁶, un juicio es un acto lingüístico elemental llamado declaración. Los juicios son sentencias que generan una nueva realidad que sólo existe en el

⁶ Ver Rafael Echeverría, “Ontología del lenguaje”, Cap. 4, pág. 109. Ediciones Granica, 8ª edición, 2006, Buenos Aires.

lenguaje a través de la interpretación que proveen; por eso decimos que las opiniones viven en la persona que la formula.

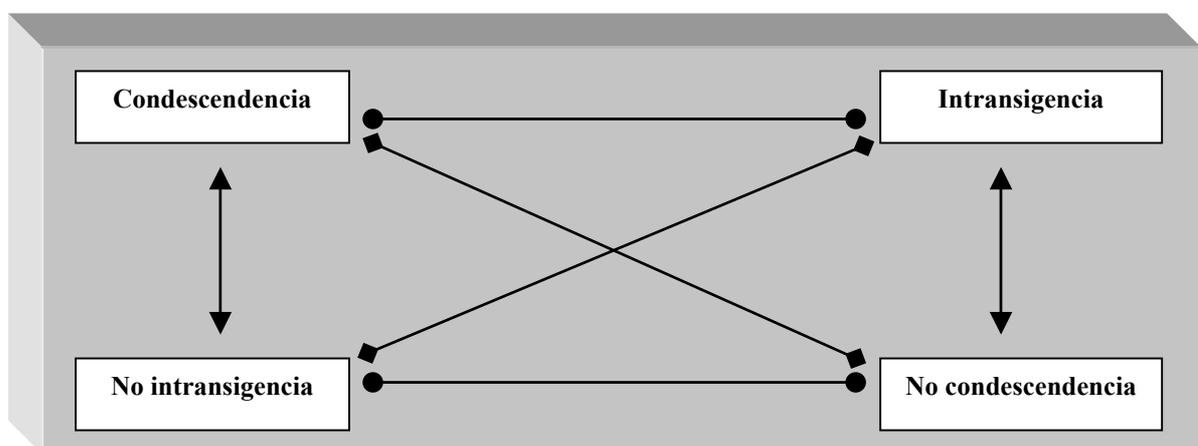
Un juicio puede poseer características de condescendencia cuando la persona que emite el mismo, lo hace con intenciones de acomodarse al gusto de un tercero. Entonces sucede que lo que dice, no es lo que piensa, sino lo que el emisor sabe que el receptor quiere escuchar.

En determinados contextos, los juegos de poder y las presiones sociales determinan o influyen muchas veces las opiniones que las personas expresan por el simple hecho de agradar o para quedar bien posicionados ante personas que tienen poder de decisión y acción sobre ellas; y de tal forma obtener alguna especie de beneficio. Además en dicha situación están minimizando el riesgo a quedar aislados por poseer una opinión diferente al resto o a la de unos pocos con poder.

Asimismo las personas que cuentan con poder de decisión y acción sobre otro grupo de personas, suelen ser intransigentes en sus juicios, ya que este poder respalda, y brinda autoridad. Un juicio intransigente, es aquel que una persona emite estando fielmente aferrado a sus convicciones y valores, que mantiene a rajatabla sin importar las presiones externas, sociales o consecuencias.

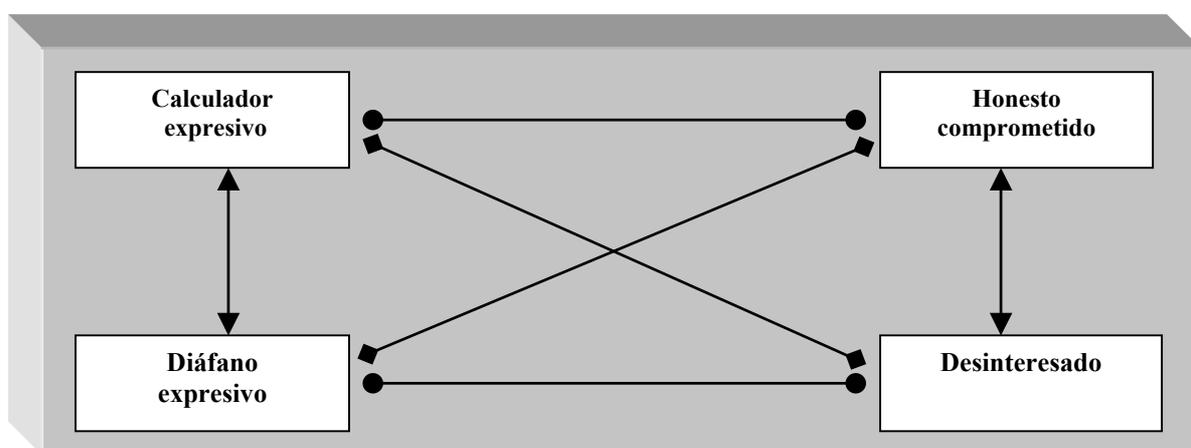
A priori podemos afirmar que la forma en que los conductores e invitados opinan en el programa, es la forma que ellos tienen para autoconstruirse ante las cámaras; de semantizar su propio personaje a lo largo del programa. Con esto queremos decir que en el transcurso de sus participaciones, los diferentes implicados tienen oportunidades para ir armando su imagen en relación al programa. Vale aclarar sin embargo que los implicados no son desconocidos y sí tienen una imagen previa formada ante el televidente, porque éstos devienen de ámbitos mediáticos tales como el deporte, la música, la televisión, etc. Entonces, decimos que dotan su imagen en relación al programa porque Maradona es el centro de atención, y de acuerdo a cómo ellos opinen, se irán posicionando dentro de los diferentes ángulos del cuadrado semiótico.

El cuadrado estará entonces determinado por los siguientes valores:



Como se puede observar, las posiciones inferiores del cuadro, se obtiene por las relaciones de contradicción e implicación, y es por esto que aparecen determinadas la *No intransigencia* y la *No condescendencia*.

Sin embargo, estas cuatro posiciones son formas de comportarse ante el público evaluador detrás de cámara durante el transcurso del show; y representan una valorización comportamental diferente de semantización para cada caso. Como cada una de dichas valorizaciones implica un sujeto valorizante, se pueden precisar cuatro tipos de personajes y constituir cuatro tipologías cualitativas. Por consiguiente se pueden definir a los *Calculadores expresivos*, a los *Honestos comprometidos*, a los *Diáfanos expresivos*, y por último a los *Desinteresados*. Los mismos quedan representados en el siguiente cuadrado semiótico:



El *Calculador expresivo* es aquella persona que está pendiente todo el tiempo para encontrar la oportunidad de decir o comentar algo sobre el tema que se está tratando en ese momento específico para conseguir la gracia de los demás. Sus opiniones muchas veces no son reflejo de su pensamiento original, porque éstas deben lograr la aprobación constante, por lo tanto expresa lo que es políticamente correcto más allá que esté violando su propia sinceridad. Demuestra una postura halagadora continua y al mismo tiempo esconde el pensamiento crítico que ejercita.

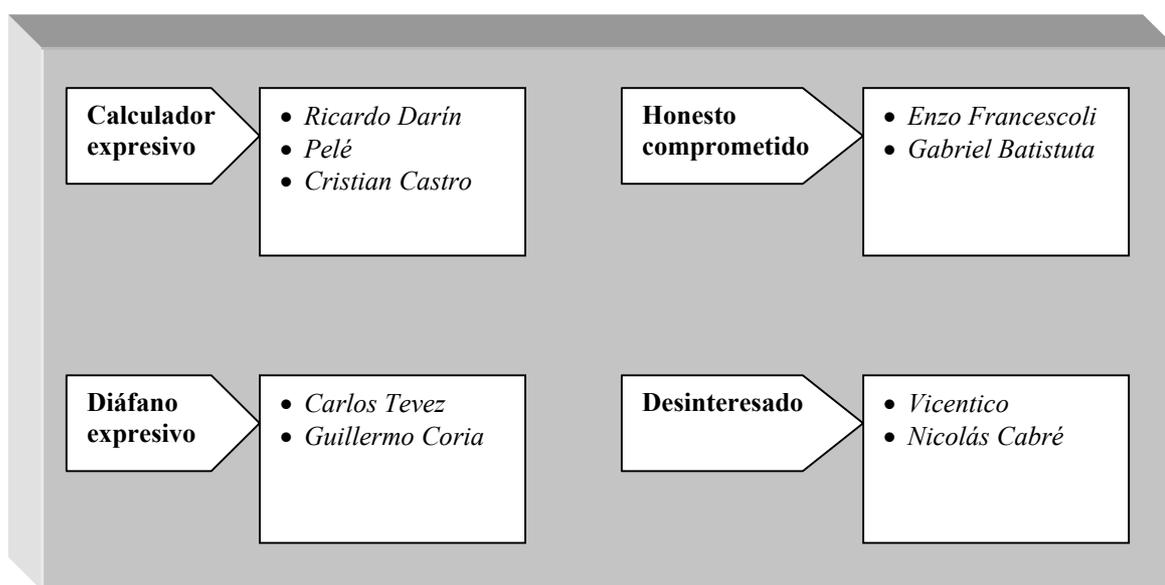
En oposición a la tipología arriba descrita, definimos al *Honesto comprometido* como un personaje que también posee un pensamiento crítico, pero que a diferencia del *Calculador expresivo*, el *Honesto comprometido* la manifiesta en todo momento que es interpelado. Generalmente no le nace por motus propio expresarse, sino que sus participaciones se limitan cuando es abordado por otros personajes. Otra característica que lo define es la de ser fiel a sus pensamientos, no quiebra verbalmente el pacto de sinceridad que posee con sus pensamientos. Dice lo que piensa.

En el ángulo inferior izquierdo, se encuentran los *Diáfanos expresivos*. Estos personajes expresan sentimientos, no pensamientos. De hecho el pensamiento crítico se ve reemplazado por

el sentimiento incondicional. Los *Diáfanos expresivos* no dicen lo que piensan como los *honestos comprometidos*, sino que dicen lo que sienten. No les interesa decir aquello que es políticamente correcto, sino que sus palabras son reflejo de su pasión.

Por último encontramos a los *Desinteresados* que son aquellos personajes que mantienen una postura neutra o moderada. No tienen comportamientos excesivamente aduladores y a pesar de poseer un pensamiento crítico sobre la realidad, el programa y el resto de los personajes, tampoco lo expresan. Tiene participaciones e interacciones mínimas y al momento de ejecutarlas no marcan momentos especiales o hitos.

A continuación se muestra a algunos de los personajes que intervienen en el programa posicionados en alguno de las tipologías anteriormente analizadas.



Por ser el centro de atención y gozar de una presencia en cámara casi constante, Maradona es el único personaje que tiene la posibilidad de trasladarse y reposicionarse dentro del cuadrado. Su postura varía dinámicamente de acuerdo a los temas en lo que intervenga. Por ejemplo, cuando llega el momento de contar y describir los mejores goles de su carrera, Maradona se ubica dentro del vértice de los *Diáfanos expresivos* ya que describe hechos del pasado y al mismo tiempo se permite nutrir los relatos con sus sensaciones y sentimientos de dichos episodios. Por otro lado, hay dos momentos bien marcados donde se puede identificar a Maradona primero con los *Honestos comprometidos* y posteriormente con los *Calculadores expresivos*, y su postura ante el mismo tema queda en oposición justamente por estar él implicado primero y luego no. El tema que se trata en estos dos momentos es sobre los derechos de los niños a ser reconocidos por sus progenitores masculinos, portar el apellido y ser mantenidos como la ley designa.

En el primer caso, al comenzar el tercer programa del ciclo, Maradona se toma unos minutos para expresarse ante la situación que lo vincula con un hijo ilegítimo que concibió junto con la empleada doméstica de su casa cuando vivía en Nápoles y jugaba para el equipo de esa ciudad. Maradona dice:

“... Les quiero pedir a ustedes y a los argentinos dos o tres minutos de silencio para aclarar cosas que me pasaron en la semana, y les pido encarecidamente silencio. Les quiero hablar con el corazón a los argentinos por cosas que en la semana me pasaron a mí y tengo el deber de aclarar por mis hijas. Por el hijo de Italia.

Aceptar no es reconocer. Tengo dos hijas con mi amor, que va a seguir siendo mi amor, que es Claudia. Estoy pagando con dinero mis equivocaciones pasadas. Un juez a través de su autoridad y con la ley en su mano no puede hacerme pagar con dinero (sic), no puede decidir mi amor. Mi amor se llama Dalma y Gianina y nada mas...”

Se puede apreciar en esta declaración cómo el *Honesto comprometido* de Maradona juega con los lexemas “aceptar” y “reconocer”. Decimos que juega porque trata de oponerlos cuando en realidad los sememas implicados en estos lexemas son sinónimos. Aceptar tener un hijo es lo mismo que reconocer tenerlo y viceversa. Sin embargo Maradona al lexema “reconocer” le adiciona el valor amor. Y por consiguiente dice reconocer solamente a sus dos hijas Dalma y Gianina; y dice aceptar al hijo de Italia a través de lo que un juez le ordena en su autoridad. Más adelante Maradona dice que sus únicos amores (por lo tanto descendencia reconocida) son sus dos hijas y nada más. Ergo termina no reconociendo (y esta vez sin el valor que Maradona le adiciona, sino en el sentido socialmente aceptado) al hijo de Italia.

Por otro lado, se aprecia cómo el *Calculador expresivo* de Maradona se manifiesta a favor de la causa que la invitada Andrea del Boca lleva adelante para que ningún chico más en la Argentina sea violado ninguno de los derechos, ni el derecho a la vida, al nombre, al amor, ni a la salud.

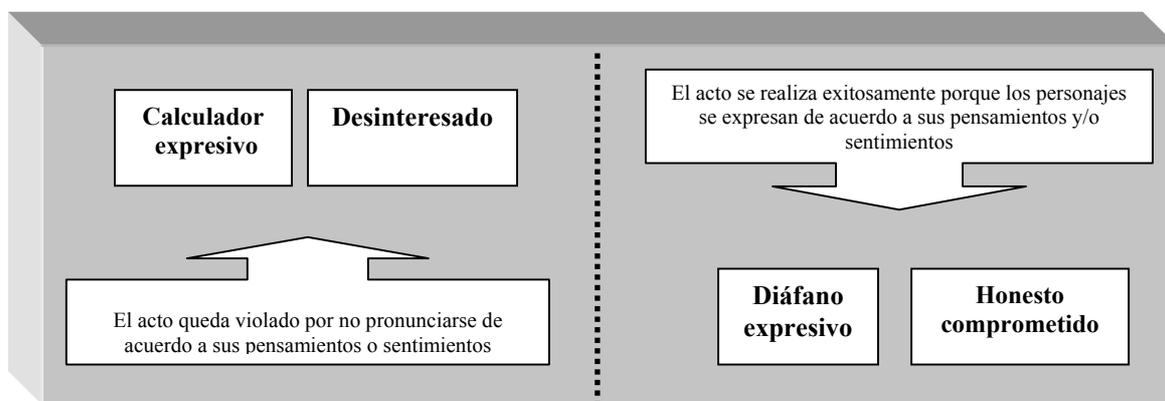
Es ahí donde podemos decir que Maradona está expresándose condescendentemente y en oposición a su pensamiento, porque si verdaderamente apoyara la causa, en su momento en Italia, no hubiera hecho falta la necesidad de intervención de un juez para que Maradona se hiciera cargo de su responsabilidad como padre a través del apellido y del dinero con el que debe resarcir su falta.

Un punto que vale la pena destacar a esta altura es que tanto los *Calculadores expresivos* como los *Desinteresados* llevan a cabo lo que en la teoría de los Infortunios de Austin (Vidal, 1996) se denominan actos huecos.

Generalmente emitir ciertas palabras es un paso obligado para realizar algún tipo de acción. Por lo tanto estas palabras deben emitirse bajo ciertas condiciones. Un fallo o violación de estas condiciones genera lo que se conoce como un infortunio. La condición que consideramos es violada por estos dos tipos de personajes lo cual lleva a un infortunio es:

- *El procedimiento de emisión requiere que las personas que lo ejecuten posean ciertos pensamientos o disposiciones de ánimo, lo cual debe llevarlos a expresarse efectivamente de acuerdo con tales pensamientos.*

En el caso de los *Calculadores expresivos* la violación se realiza cuando éstos al emitir opinión expresan condescendentemente no lo que verdaderamente piensan sino lo que saben que los receptores quieren escuchar. Por lo tanto no estarían expresándose efectivamente de acuerdo a sus pensamientos. En cambio, la situación es diferente para los *Desinteresados* porque estos realizan el acto hueco por omisión, es decir, tienen un pensamiento crítico sobre la realidad, el programa y el resto de los personajes, pero en lugar de manifestarse de manera condescendiente como lo harían los *Calculadores expresivos*, el *Desinteresado* se exterioriza de manera moderada, sus intervenciones son neutras, no halaga, pero tampoco se compromete con su pensamiento crítico.



3.3. Lealtad – Deslealtad

A diferencia del eje anterior, donde la valorización y posicionamiento dentro del cuadrado semiótico estaba en el decir de los personajes, en esta categoría dicha valorización y posicionamiento descansa en el hacer de los personajes.

De acuerdo a la primera acepción de la definición que ofrece la Real Academia Española⁷, por lealtad entendemos:

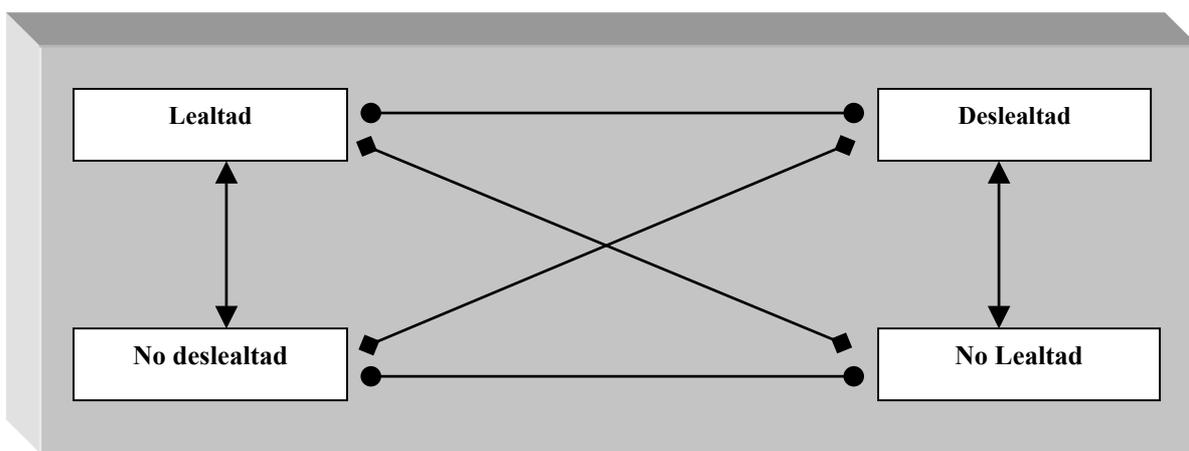
⁷ Ver <http://www.rae.es/>

Lealtad⁸: (De leal).

f. Cumplimiento de lo que exigen las leyes de la fidelidad y las del honor y hombría de bien.

En la definición, la palabra “cumplimiento” implica un hacer de acuerdo a determinados estándares de satisfacción. El texto está impregnado de esta valorización porque es Maradona quien ejerce influencia a través de su protagonismo. Para Maradona la lealtad como valor es muy importante y toda su vida ha transcurrido a la par de aquellos a quienes considera leales y enemistado con los que considera desleales.

El cuadrado con las posibles posiciones queda así determinado:



El vértice *Lealtad* de acuerdo a lo expuesto hasta el momento se verá llenado con aquellos personajes que en el pasado ya hayan realizado acciones a favor de un sujeto con autoridad para evaluarlas, las cuales cumplen con las condiciones de satisfacción del honor y hombría de bien. También podemos encontrar en esta posición a aquellos personajes que hasta el momento no hayan realizado acción alguna, y la estén llevando a cabo en tiempo presente en algún momento específico del programa, por lo tanto al final del mismo su lealtad quedaría demostrada.

Por oposición, *Deslealtad* queda caracterizado por aquellos personajes que en el pasado ya hayan realizado acciones en contra de un sujeto con autoridad para evaluarlas, las cuales no cumplen con las condiciones de satisfacción del honor y hombría de bien. En este caso las acciones no pueden realizarse en tiempo presente ya que la producción no permitiría una performance que implique una valoración negativa como lo sería la concreción de una acción desleal.

Es preciso esclarecer que generalmente las acciones pueden implicar a dos o más sujetos con posturas diferentes, por lo tanto, el ejecutante de una acción puede encontrarse en la situación de tener que definir su fidelidad a favor de uno (lealtad) y en contra de otro (deslealtad) a través de la misma acción. En este caso el resultado obtenido variará de acuerdo a

⁸ Ver http://buscon.rae.es/draef/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=lealtad

los destinatarios de la acción consumada, porque uno de los sujetos con autoridad para evaluarla habrá sido favorecido mientras que el otro perjudicado. De esta manera, según los sujetos evaluadores de la acción, el ejecutante se posicionará en el eje *Lealtad* para el beneficiado, mientras que para el perjudicado lo hará en el vértice *Deslealtad*.

Pasemos a definir entonces los vértices inferiores del cuadrado. En el ángulo izquierdo, en contradicción con *Deslealtad* y en implicancia con *Lealtad*, encontramos *No deslealtad*. En este caso los personajes implicados son aquellos que en el pasado ya hayan realizado acciones a favor de un sujeto con autoridad para evaluarlas, las cuales no cumplen con una o varias condiciones de satisfacción del honor y hombría de bien. Por lo tanto el acto estaría incompleto, viciado y no termina siendo leal. Pero por no ser leal tampoco podemos decir que es desleal, porque recordemos que existió la intención de realizar un acto leal a favor de un tercero con autoridad para evaluar el acto, sólo que por circunstancias de negligencia o externas no controlables por el sujeto ejecutante, el acto se vio viciado con la falta de una o varias condiciones de satisfacción.

Por último nos resta detallar el vértice inferior derecho denominado *No Lealtad*. Las particularidades que engloban a estos personajes, tienen que ver con la realización en el pasado de acciones en contra de un sujeto con autoridad para evaluarlas, las cuales cumplen con al menos una condición de satisfacción del honor y hombría de bien. La acción también está viciada y tampoco termina siendo completamente *Desleal*. Es cierto que existió el propósito de realizar un acto desleal en contra de un tercero con autoridad para evaluar el acto, pero por omisión, negligencia, o mejor aún, intencionalmente (para que el daño no sea tan perjudicial como podría serlo), el acto se vio viciado con el cumplimiento de al menos una condición de satisfacción.

Pasemos a continuación a describir dos ejemplos en los cuales luego de analizarlos podremos dictaminar su posición dentro del cuadrado.

El primero de ellos ocurre en el tercer programa de la temporada luego que Maradona presenta a Enzo Francescoli⁹, ambos conversan por escaso tiempo pero lo suficiente para reconocerse amigos y agradecer la lealtad que cada uno tuvo para con el otro en el pasado. Consideramos importante transcribir la mencionada charla a continuación:

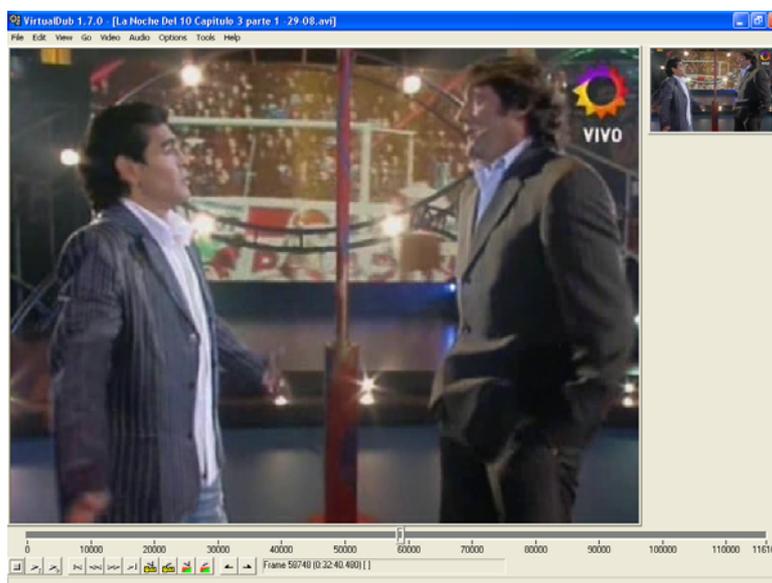
Maradona: *-Ahora me toca presentar a un amigo, es uno de los jugadores más grandes que dio el fútbol del mundo. Es otro uruguayo como Natalia, lo admira todo el mundo, todas las hinchadas están de acuerdo. Dicen que es un príncipe, pero no solamente en el fútbol, sino como hombre, como humano. El es un amigo mío personal que estuvo conmigo en todos los momentos. El señor Enzo Francescoli*
- Hola flaco ¿como estás?

⁹ Enzo Francescoli: ex jugador de fútbol, símbolo del Club Atlético River Plate; equipo némesis del Club Atlético Boca Juniors, que tiene como máximo emblema a Diego Armando Maradona.

Francescoli: -Con placer, con placer de esta acá con toda esta gente. Gracias por la invitación, por el recibimiento y bueno gracias a toda esta gente por el recibimiento y por el cariño.

Maradona: - Te lo mereces y me da mucho placer y mucho orgullo. Yo lo decía recién, estuviste en las buenas y en las malas, siempre me llamaste, estuviste al lado de mi familia

Francescoli: -Siempre, vos sabes que para mi, siempre lo dije, está más allá de la camiseta que sabemos que defendemos colores diferentes pero bueno hay amistad, por muchas cosas, vos también lo hiciste en momentos cuando yo era bastante criticado en Uruguay, me acompañaste en ese momento, y creo que son cosas invalorable. Aparte siempre valore, ahora que veo a tus papis acá, el Diego que muchos años atrás defendió a aquel que no tenía la fuerza para hacerlo. Eso siempre me motivo y lo cuento a los amigos a realmente admirarte más allá de lo que te admiran todos por tu fútbol. (Sic)



Se puede apreciar en esta transcripción que tanto Maradona como Francescoli realizaron acciones en el pasado a favor del otro cumpliendo ciertas condiciones de satisfacción del honor y hombría de bien. Por lo tanto estos dos personajes en esta situación específica (de acuerdo a las acciones realizadas) se posicionan en el vértice *Lealtad*.

El segundo caso lo tiene como protagonista nuevamente a Maradona, pero esta vez, lo va a posicionar en el vértice *Deslealtad*. La situación se manifiesta en el sector donde conversan con los invitados y Maradona comenta un episodio ocurrido cuando jugaba en el equipo de la ciudad de Nápoles. A continuación se transcribe el relato:

Maradona: - Un día Zico, yo hice un gol con la mano, Nápoli – Udinese, perdíamos dos a uno, e hice un gol con la mano al minuto noventa. Entonces Zico viene a la mitad de la cancha, yo

había hecho gol con la mano bastante evidente, pero el árbitro no lo vio y el línea tampoco. Entonces Zico viene a la mitad de la cancha, yo estaba festejando con mis compañeros, con el Nápoli, y me dice Zico: -“Diego si no decís que fue con la mano no sos honesto”. Le digo (estrechándole la mano) -“Diego Armando Deshonesto Maradona”. Mira si se lo voy a decir que fue con la mano. Olvidate.



En la conversación misma, se evidencia el hecho valorado como desleal, desde la óptica de Maradona, pero en este caso hay un concepto más fuerte que se sobrepone a la deslealtad y la opaca, que es el valor de la picardía, de sacar ventaja en el juego a través de una acción ilegal en el juego. Más allá que la acción no cumple con las condiciones de satisfacción del honor y hombría de bien, el hecho se ve juzgado en este momento específico del programa como una acción pícaro para sacar ventajas en la competencia cuyo objetivo implica ganar obviamente.

Para concluir a través de estos dos ejemplos expuestos anteriormente, decimos que de acuerdo a una situación determinada, el personaje en cuestión podrá situarse en cualquiera de los vértices del cuadrado semiótico y dependiendo de las situaciones, acciones y sujeto evaluador un mismo personaje puede ir recorriendo las distintas posiciones del mismo. Es así como pudimos observar a Maradona primero estar ubicado en el ángulo *Lealtad*, pero luego, describiendo acciones del pasado, éste personaje se trasladó dinámicamente al ángulo *Deslealtad*.

3.4. Gloria – Fracaso

Al igual que para el eje anterior, comencemos con la definición que la Real Academia Española brinda para cada lexema:

*Gloria*¹⁰: (Del lat. gloria).

f. Reputación, fama y honor que resulta de las buenas acciones y grandes calidades.

*Fracaso*¹¹: (De fracasar).

m. Malogro, resultado adverso de una empresa o negocio.

Iniciemos el análisis a partir de Gloria. La definición arriba expresada es clara pero a nuestro parecer incompleta. Coincidimos en que la gloria es la reputación o fama que resulta de las buenas acciones, pero agregamos además que dichas acciones son premeditadas o intencionales para lograr dicha gloria. El personaje sabe que realizando determinadas acciones y no otras, recibirá el reconocimiento debido.

Un sujeto (S1) al principio está alejado del objeto de deseo (O1) el cual puede tener variadas representaciones y a través de una performance, es decir de la acción realizada, pasa de estar en disyunción con el objeto a una relación de conjunción:

$$(S1 \cup O1) \rightarrow (S1 \cap O1)$$

En el caso de la definición de *Fracaso* nos arriesgamos a decir que la intención o premeditación que consideramos necesaria para delimitar taxativamente el valor del lexema en cuestión está implícita en el término “malogro”. El opuesto de malogro es logro, el cual es definido como “*alcanzar lo que se desea*”. Entonces si uno desea algo, ejecuta una acción y alcanza ese algo, significa que tuvo la intención de hacerlo; y por el contrario, si uno desea algo, ejecuta una acción y no alcanza ese algo, la intención también estaba presente, pero el resultado fue negativo, fue malogrado. Por lo tanto, tampoco tendrá el reconocimiento, fama u honor ya que no alcanza lo que se esperaba.

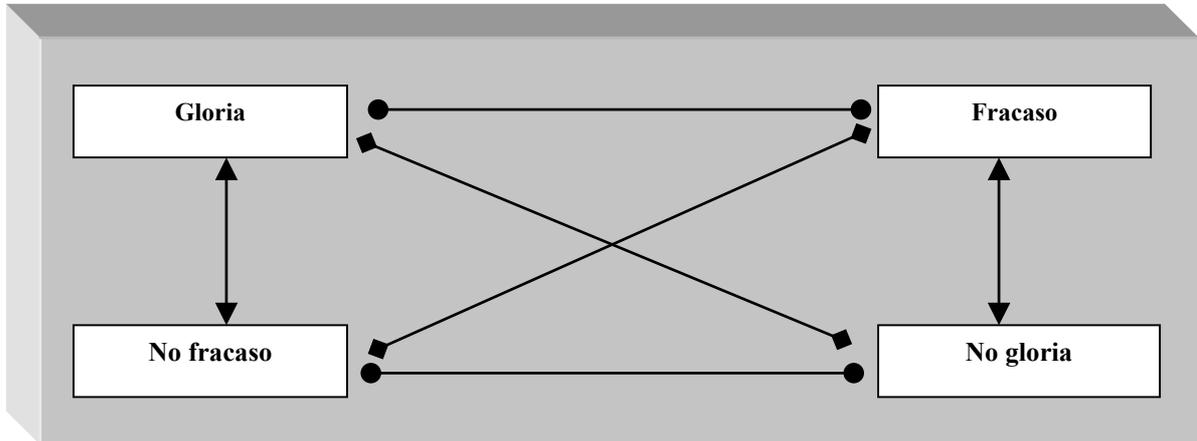
El personaje (S2) en cuestión al inicio de una secuencia narrativa está alejado del objeto de deseo (O2), y la performance que ejecuta no lo acerca al mismo, es más hasta se podría decir que lo aleja aún más. El estado de disyunción del comienzo sigue manteniéndose al final de la secuencia narrativa:

¹⁰ Ver http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=gloria

¹¹ Ver http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=fracaso

$$(S2 \cup O2) \rightarrow (S2 \cup O2)$$

Definidas las posiciones primarias del cuadrado, pasemos a su configuración para luego precisar los vértices inferiores que se decantan por las relaciones de contradicción e implicación:



No fracaso se obtiene por la relación de contradicción con *Fracaso* y por implicación con *Gloria*. *No fracaso* es la situación que se presenta cuando un personaje no alcanza algo que además no deseaba. En algunos casos, este algo puede tener una valoración negativa, por lo tanto el personaje no desea alcanzarlo, sino más bien tiene intenciones de evitarlo. Por ejemplo, quedar descalificado en una competencia sería algo que un personaje no desearía alcanzar y por eso toma recaudos para evitarla. El personaje al inicio de la secuencia está en conjunción y pretende que luego de una performance siga estando en la misma situación.

$$(S3 \cap O3) \rightarrow (S3 \cap O3)$$

Es posible que el personaje que se encuentre en esta situación específica ya posea el reconocimiento y fama de acciones anteriores, y en esta oportunidad trate de evitar perderla.

Pero como dijimos antes, ese algo, en cambio puede tener una valoración positiva, pero sin embargo el personaje no tenga intenciones de alcanzarlo y de hecho termine no alcanzándolo. Lo cual no modifica su estado luego de realizada la performance del acto.

Por último nos queda definir el vértice *No gloria*, el cual se define como una situación donde el personaje ejecuta una acción sin intención de alcanzar algo que luego termina logrando. El estado final marca al personaje alcanzando fama y reconocimiento, pero éste no la buscaba ya que no tenía intención de conseguirla. Al no existir esa intención de acercarse a algo

que luego termina logrando, no puede ser encasillado dentro del vértice *Gloria*, ya que lo que determina a éste último es claramente la intención premeditada.

Pasemos ahora a mostrar algunas situaciones donde se pueden representar los valores del cuadrado arriba descritos:

En primer lugar presentamos la charla que mantuvieron Maradona y Coria, horas después que éste último le ganara un partido de tenis al chileno Massú, por el pase a cuartos de final del torneo de New York. En este caso, el valor representado es *Gloria*, porque Coria tuvo la intención de ganarle el partido a Massú, y con esto logró el reconocimiento. Tal cual lo expresa Maradona, el triunfo hizo feliz a los argentinos:

Maradona: - *Bueno guille sabes que entraste en la historia, lo sabrás y que a los argentinos los hiciste inmensamente feliz con el partido de hoy. ¿Estarás enterado de esto?*

Coria: - *Si me comentaron en la prensa, la verdad que me puse más contento todavía, pero bueno hay*

que seguir dándole, no soy de conformarme, siempre quiero un poquito más y la verdad que lo que hice hasta ahora fue muy importante, porque este torneo para mi era clave para seguir sumando puntos para el masters a fin de año, viene la copa Davis en pocas semanas y quería llegar lo mejor posible así que estoy feliz la verdad, pero más feliz estoy de estar hablando ahora con vos, eso es más importante que el partido de hoy la verdad.

Maradona: - *La felicidad de todos los argentinos al verte en la cancha como un argentino, que la verdad nos pones orgullosos a todos Guillermo, jugaste un partido fantástico, le demostraste a Massú que no son tan amigos como vos dijiste, pero bueno, el partido lo tenía que uno y si había un ganador eras vos Guillermo.*

Coria: - *Si, la verdad que estuvo tenso el partido, después de cuatro horas de partido, estábamos ahí con mucha tensión y bueno, hubo un entrecruces de palabras, pero bueno no pasó más de ahí, la verdad que corrí muchísimo, le puse mucha garra, pero bueno como te decía, te vuelvo a repetir, es lo que vos hacías en cada partido, así que espero seguir por ese camino.*



Maradona: - *Bueno Guillito (sic) yo te agradezco, se que hiciste un esfuerzo enorme, cuatro horas y media, que jugaste un partidazo, y que pasado mañana vas a jugar y vas a poner todo para hacernos más contentos a los argentinos y orgullosos por el tenis y te quiero despedir con este aplauso y que sea lo mejor, lo mejor del mundo para el próximo partido. Gracias Guillermo.*

Como se puede apreciar el valor *Gloria* está fuertemente representado en la conversación. En primer lugar porque Maradona se encarga de explicitar la felicidad que causa a los argentinos, siendo él el vocero popular, la victoria del tenista Coria y además resaltando el coraje, tenacidad, y pasión que Coria dejó en la cancha para poder alzarse con la victoria. En segundo lugar, Coria agradece el reconocimiento y destaca que simplemente lo que él hizo fue copiar estas mismas virtudes que antes Maradona entregaba en cada partido que le tocaba jugar. Por lo tanto, la intención de realizar una acción, ejecutarla con coraje, tenacidad, y pasión, obteniendo un resultado satisfactorio, es lo que deriva en el reconocimiento y fama. Siguiendo este razonamiento, ubicamos al personaje de Coria y al de Maradona dentro del valor *Gloria*.

El segundo ejemplo que presentamos es la entrevista que Maradona le realiza a Emmanuel Ginóbili y donde se trata el tema del premio al jugador más importante del partido que no fue otorgado al jugador de San Antonio Spurs, en la final del campeonato de la NBA.

Maradona: - *...Otra cosa que te quería decir, que te lo dije en el programa de Susana, para mí el premio al mejor jugador te lo ganaste vos, te lo robaste (sic) vos, por un montón de circunstancias se lo dieron a Duncan, pero me parece que el que se lo ganó fue Manu.*

Ginóbili: - *Bueno, te agradezco muchísimo, ni hablar. Sé que la votación hasta los últimos minutos fue muy pareja y ganó por un voto. Obviamente hay gente que tiene distintos puntos de vista, hubiese sido increíble haberlo ganado o haberlo compartido. Yo creo que me hubiese encantado todavía más*

que ganarlo solo. Yo creo que no se dio, pero lo digo sinceramente, para mí que se me haya tenido tan en cuenta o lo haya tenido tan cerca, o que venga Tim al oído y me diga: -“te lo merecías igual o más que yo”, que me importa que me den una estatuilla más, eso me llena más que cualquier cosa.



Al analizar esta situación, podemos observar como ese algo u objeto (premio al jugador más importante del partido) no era deseado ser alcanzado por Ginóbili, obviamente reconoce que si lo hubiese logrado hubiese sido bien recibido, pero sin embargo no era lo más importante para él y termina connotándolo cuando se refiere al premio como “*una estatueta más*”. Entonces no obtener algo que no se deseaba lograr a través de una acción, es lo que se presenta en este caso y por lo cual se ubicaría dentro del cuadrante *No Fracaso*.

Hasta aquí hemos identificado los ejes centrales que dan sentido al texto a través de sus constantes reiteraciones y luego se analizó cada uno a través del cuadrado semiótico con el objetivo de identificar los polos lógicos utilizados por el sistema, los ejes oposicionales más usados, y los trayectos dialécticos que utilizan los personajes para pasar de un polo a otro entre otras cosas.

4. Sintaxis semionarrativa

4.1. Roles actanciales

Hasta el momento hemos visto cuales son los valores que atraviesan el texto e impregnan de sentido e intencionalidad las acciones que los personajes realizan. Sin embargo, no sabemos cuales son los roles que encasillan sus funciones. Para realizar este análisis, vamos a utilizar una herramienta que tuvo ciertas metamorfosis, hasta llegar a la que ya presentamos en el marco teórico. La misma fue creada por Propp como resultado de sus estudios sobre cuentos de la literatura rusa. Pese a esto, los roles actanciales que Propp difundió no eran lo suficientemente generales y reducidos para extrapolarlos a otros ámbitos de estudio y análisis, hasta que décadas más tarde Greimas en un esfuerzo de abstracción y síntesis logra reducirlos a seis roles divididos en tres pares: Sujeto-Objeto, Destinador-Destinario, Ayudante-Oponente.

Estos tres pares son los que a continuación aplicaremos sobre el texto de la temporada televisiva. La temporada está compuesta por trece programas emitidos uno por semana; a su vez, cada programa esta integrado, encadenado, en secuencias narrativas bien específicas y delimitadas. El análisis de los roles actanciales bien se podría emplear en cada una de estas secuencias, para realizar un análisis exhaustivo, sin embargo, al no tener grandes variaciones ya que se encadenan bajo un programa narrativo de base que determina una lógica común en todas ellas, vamos a limitarnos a aplicar la herramienta a un nivel superior de abstracción. Esta abstracción y aplicación se hará sobre el programa narrativo de base y nos conducirá a definir el recorrido narrativo del sujeto-personaje más importante del texto: Maradona.

De acuerdo a lo dicho hasta el momento, pasaremos ahora a mostrar en el siguiente esquema los roles actanciales ya definidos para el texto en cuestión y más adelante explicaremos cada uno de ellos.

<i>Roles actanciales</i>	
Sujeto	Maradona
Objeto	Bienestar físico-mental
Destinador	Cultura
Destinatario	Maradona
Ayudante	Familia, invitados, amigos, dieta alimenticia, profesionales de la salud
Oponente	Adicción a las drogas, descontrol, excesos, malas compañías

Cuadro 4.1.

Empecemos definiendo al sujeto. A esta altura nadie tendrá objeciones en determinar a Maradona como el sujeto principal del texto, personaje que protagoniza, por así decirlo, el programa narrativo. Es a quien el programa está dirigido, a honrarlo por sus proezas futbolísticas y a despojarlo de culpas por sus acciones del pasado que no son consideradas en el bien-hacer de una persona.

El objeto de deseo en este caso es el bienestar físico-mental. Es la búsqueda del equilibrio. La salud mental es un concepto que abarca no sólo la alusión utilizada para evitar nombrar las enfermedades psiquiátricas, sino que nos habla fundamentalmente del derecho a vivir en un equilibrio psico-emocional.

Salus y salvatio, muy iguales en latín, significan “estar en condiciones de poder superar un obstáculo”. Sin embargo, en nuestra actualidad castellana, éste significado es sólo vinculado al último de estos términos. Por tanto, si recuperamos para el término “salud” el significado original de “superar una dificultad”, obtenemos una definición en toda regla: salud es el hábito o estado corporal que nos permite seguir viviendo, es decir, que nos permite superar los obstáculos que el vivir encuentra a su paso. Sólo un organismo sano está en condiciones de superar dichas dificultades; el organismo enfermo encuentra en el ambiente problemas de difícil superación, que lo pueden llevar al fracaso en el mantenimiento de la propia individualidad, es decir, a la muerte.

Por último, hay que considerar que existen alteraciones del funcionamiento normal del organismo que, sin impedir completamente que pueda vivir, suponen molestias o dificultades para el desarrollo normal de su actividad. Enfermedades o lesiones leves, que no ponen en peligro la vida, pueden considerarse enfermedad, porque el malestar que producen dificulta la actividad normal de la vida. Dicho de otro modo: la salud incluye un cierto grado de bienestar físico, y de agrado en la actividad que es necesaria para vivir (bienestar psicológico); sin embargo, la salud no es bienestar. Más bien, el bienestar es, en cierta medida, una parte de la salud, es decir, es uno de los medios necesarios para poder seguir viviendo.

De acuerdo a lo expresado, Maradona como sujeto actante se vincula con el objeto a través del deseo de alcanzarlo. Este deseo se ve reflejado en un querer que luego es realizado a través de una performance en un hacer. El objeto de deseo de bienestar, más que un estado de equilibrio físico-mental, y adaptación permanente al contexto, se vuelve una fuerza de atracción que define al sujeto de acción. Decimos que lo define porque las acciones que Maradona realice, no son libres y no relacionadas, sino que mantienen una línea de coherencia basada en el deseo de alcanzar y demostrar un equilibrio, un bienestar.

Ahora bien, pasemos entonces al segundo par de roles: En este texto, quien juega el papel de destinador es la sociedad, que según los preceptos actuales de la cultura que la determina tal cual es, influye en el sujeto de nuestro texto. Al referirnos a sociedad, no solamente estamos haciendo referencia a la argentina, porque el deseo bienestar físico-mental, es una búsqueda de

la sociedad occidental posmoderna. Este sistema de valores que circunda a la comunidad y definen su saber y saber hacer, es quien además determina el deseo de hacer de Maradona. Por lo tanto, es éste personaje quien ocupa el lugar de destinatario de ese poder hacer. Los parámetros culturales estipulan la figura de aquellas personas que se encuentran en un estado de bienestar, y es de esta manera que el personaje trata de cumplir con los estándares que esta figura presenta. Nos encontramos ante el "reconocimiento del héroe" según el esquema narrativo. Por un lado, se produce la sanción o reconocimiento (la opinión es la figura del Destinador social), por el otro el otorgamiento de la recompensa a esa sanción: el honor u honra. Por tanto, la imagen que el hombre da de sí es también un objeto de valor que entra en circulación mediante sus actos, y que el sujeto que la proyecta ansía ver correctamente evaluada.

Por último, nos queda explicar el papel que desempeñan los ayudantes y los oponentes. En nuestro caso, hay varios actantes que ocupan dichos lugares. En primer caso, el actante principal que aleja al personaje protagonista de su búsqueda de equilibrio físico-mental es la droga. La misma juega el papel de enemigo número uno en la vida de Maradona, y así lo hace saber el mismo personaje en el texto. No es tema de este estudio tratar los efectos negativos que causa la droga en el desempeño de la vida social de un individuo, por lo tanto sólo diremos que para nuestro personaje, la misma desató en el pasado situaciones de suspensiones deportivas, excesos y descontroles violentos en el trato con sus pares humanos y que en este momento en el cual Maradona se encuentra alejada de ella, la droga se manifiesta ausente en su consumo, pero presente en la tentación constante de volver a consumirla.

Sin embargo, no es el único oponente que existe ya que también podemos tomar a los excesos (alimenticios tanto como ritmo de vida) como parte del contexto que va de la mano con la droga y que se complementan como fuerza que aleja al sujeto del objeto.

Así como encontramos a los oponentes, hay otro tipo de actantes que acercan o tratan de acercar a Maradona hasta el objeto de deseo; los ayudantes. En el texto identificamos dos tipos de ayudantes; los concretos y morfológicamente reales y los ayudantes abstractos. Los primeros, son los invitados y la familia, quienes se hacen presentes en la superficie del relato y tienen interacciones específicas y determinadas con Maradona. Los segundos, son "los argentinos"; este colectivo efímero que no ejerce acciones concretas sino que se presenta como una entidad ideal a la cual Maradona recurre para obtener constante reconocimiento, adulación, idolatría y/o amor. Se lo puede considerar como una fuente de valores forzadores que guían la conducta de nuestro personaje principal.

Observemos que es diferente al rol de destinador, en la medida que en este la sociedad es simplemente un medio que la cultura utiliza para transmitir su influencia, y en tal sentido actúa de igual manera para cada individuo de la sociedad. Toda persona que es introducida en una sociedad desde su nacimiento transita el proceso de socialización en el cual internaliza los valores, las costumbres y usos de una cultura. Por el contrario, este caso de idealización de

“argentinos” como ayudantes, es una creación propia de Maradona. Su estatus de superestrella, lo sitúa en una posición en la cual no encuentra a nadie concreto ni superior a quien deba merecerle respeto y responder ante su accionar. De esta manera es como Maradona instaura la entidad “los argentinos” como elemento restrictivo, para rendir cuentas y obtener de ellos el amor, idolatría y reconocimiento que alimenta su ego.

4.2. Programa narrativo

Definimos al PN como la sucesión de transformaciones por las que debe atravesar Maradona para alcanzar y demostrar un estado de armonía físico-mental, realizando para esto determinadas acciones para las cuales está calificado.

Un PN de base está constituido por programas narrativos de uso que cumplen realizaciones parciales, y permiten la consecución de los primeros. En nuestro caso, Maradona se verá involucrado en el cumplimiento de dos tipos de programas narrativos de uso: los que exigen demostrar su recuperación física y los que permiten manifestar su solidez lógica mental.

Para ejemplificar cada uno de ellos, nos remitiremos a dos instancias diferentes, ya que la naturaleza de cada uno así lo requiere. La primera de ellas tiene lugar al final de cada programa, donde Maradona compite jugando al fútbol-tenis. En este juego, el actante-sujeto comparte espacio con ayudantes que le sirven para cumplir con las condiciones de funcionamiento del juego y de tal forma Maradona puede demostrar sus habilidades con la pelota que meses antes no hubiera podido siquiera soñar en volver a hacerlas ya que su corazón se hubiese visto seriamente comprometido.



En la imagen se puede observar a Maradona haciendo pareja de juego con Gabriela Sabatini en el primer programa de la temporada.

En este PN de uso, el sujeto-actante se encuentra en una relación de conjunción con el objeto de deseo (recuperación física).

Nos queda entonces analizar el segundo PN de uso, aquel que el sujeto-actante hace uso para manifestar su coherencia mental. En este caso, ya no se exige demostrar habilidades con la pelota y destrezas físicas, sino que se evaluará a través de la expresión discursiva, los comportamientos, razonamientos y estados emocionales coherentes que una persona en sano juicio realiza. Un ejemplo son las acciones que involucran a Maradona en interacción con los invitados, cumpliendo el rol de anfitrión y entrevistador. Se puede observar el desempeño que realiza al conversar en la mesa con todos los invitados, hacer las preguntas individuales y mantener un tema de conversación hasta agotarlo y luego pasar a otro o a otra sección del programa. En el caso de las entrevistas personales, más allá de ser asistido por auricular sobre las preguntas que debe realizar y que están pactadas previamente, hay algunas de ellas o comentarios que llevan el sello de Maradona y que están fuera de libreto. En estos casos, se comprueba la concentración y perspicacia de nuestro protagonista para insertar durante el diálogo sintagmas que coordinan eficazmente con el paradigma en cuestión.

A continuación transcribimos un fragmento de la entrevista que Maradona le realizó a Susana Giménez en el segundo programa del ciclo. En la misma, luego de terminar de responder sobre que haría cuando se retire de la televisión, Susana Gimenez le hace la misma pregunta a Maradona:

SG: -... y vos ¿que harías?

¿te irías a vivir al campo?

¿te gustan los animales?

Maradona: - Si, si, me gustaría comprarme un campo y criar perros con mi hija, con la más chiquita.

SG: - Ah, ¿les enloquece a las chicas?

Maradona: - Si, a la chiquita, a la grande no, a la grande no, no le gusta ningún animal. El único animal que le gusta es Fernando, el novio.

SG: - (risas).



4.3. Fases del PN

El PN de base, al ser una circulación de transformación de estados, puede ser dividido en cuatro fases: *manipulación*, *competencia*, *performance*, y *sanción*. A continuación debemos analizar cada una de ellas sobre la base de nuestro texto.

Antes de detallar cada fase, es preciso aclarar que cada programa, es solamente el reflejo de una performance. Lo que se observa es acción directa, es el hacer del sujeto-actante. Por lo tanto la manipulación, competencia y sanción deben ser reconstruidas fuera del texto, ya que no son identificables directamente en la superficie del relato.

De acuerdo al concepto de manipulación, la sociedad en su rol de destinador influye sobre Maradona (destinatario) para lograr que éste crea y haga. Como dijimos antes en el apartado de los roles actanciales, la cultura juega un papel normativo ya que determina cuáles son los parámetros en los que el sujeto debe circunscribirse. Los valores de bienestar son objetivos realizadores que todas las personas inmersas al menos en la cultura occidental buscan obtener; y Maradona no está exento a esto. De esta manera, el sujeto-actante se deja persuadir por los valores constituidos en la cultura de la sociedad y acepta querer acercarse al objeto de deseo.

La competencia para alcanzar el bienestar ya está incorporada en Maradona, porque la misma forma parte de la cultura y es internalizada por cada individuo en su proceso de socialización. Lo que se debe hacer para lograr el bienestar físico-mental, las acciones a realizar, están determinadas por la misma cultura, por lo tanto Maradona sólo debe pasar al hacer, debe pasar a la realización de determinadas acciones que son contempladas en la cultura.

En esta fase es donde se puede destacar la acción de ciertos ayudantes; ya que el saber hacer propio de la competencia, en este caso debe ser organizado, estructurado con ciertas reglas de uso, para que Maradona pueda proceder luego a la ejecución. Estos ayudantes son por ejemplo los profesionales de la salud que determinan un orden de alimentación, de ejercicios físicos, los profesionales del medio televisivo, que en su rol de productores ayudan a que se lleve a cabo la realización de cada programa semanal, etc. La no presencia de estos actantes resultaría en un retraso de las acciones que se ejecutan. Su figura es necesaria para optimizar y regular los tiempos de ejecución, ayudan constantemente a Maradona logrando ser filtros de la competencia y depurando la performance que debe ser ejecutada por el sujeto-actante.

Una vez que Maradona obtiene la depuración y estructuración de la competencia a través de una catalogación de procederes se verá apto para la performance, que no es otra de la que se puede observar durante los primeros cuatro programas. De esta forma, realizando la conducción de cada programa, se concreta el hacer que hace ser. El hacer que de acuerdo a la competencia pone en conjunción a Maradona con el bienestar físico-mental. En esta fase se verán realizados los PN de uso, por lo tanto se observará al sujeto-objeto ejecutar entrevistas a los invitados, reeditar sus goles antológicos, jugar al fútbol-tenis, etc.

De esta manera llegamos a la fase final que no es otra que la ya mencionada sanción o reconocimiento. Tal cual lo expresamos anteriormente, esta fase debe ser reconstruida fuera del texto, fuera del corpus porque temporalmente tiene lugar luego de ejecutada la performance.

El encargado de dictaminar la sanción o el reconocimiento es el destinador, que en nuestro análisis es la sociedad. Ella, de acuerdo a la cultura impulsa a Maradona a acercarse al objeto de deseo y es ella misma quien consume u observa la performance. En caso de haberla considerado satisfactoria, Maradona obtendrá el reconocimiento, por caso contrario, si no es considerado satisfactorio el resultado de la ejecución, el destinador sancionará al sujeto-objeto.

Sin embargo, llegados a esta instancia, nos surge el problema de dictaminar el resultado que la sociedad aplicó a la performance. Decimos que es un problema porque para encontrar el dictámen del destinador tenemos que definir sociedad y las herramientas para indagar sobre la misma. Un trabajo de tal magnitud excedería los límites de este estudio por lo que trataremos de encontrar una solución más viable.

Para ello, primero consideramos acertado definir sociedad. De acuerdo a la primera acepción del término según la Real Academia Española, entendemos sociedad como: *(Del lat. sociētas, -ātis). f. Reunión mayor o menor de personas, familias, pueblos o naciones.*¹² Por lo tanto, limitaremos sociedad a todas aquellas personas que viven dentro del territorio nacional argentino. Pero esto no es suficiente, ya que no podríamos abordar a cada uno de los habitantes para preguntarle su opinión sobre la performance; primero porque el número excede los 38 millones de habitantes, y segundo porque no todos vieron la temporada completa, algunos habrán visto algunos programas y muchos otros quizás no vieron ninguno. Entonces debemos acudir a la estadística, la cual nos permite cuantificar y extrapolar resultados de acuerdo a una muestra representativa de la sociedad. Esto es lo que hacen las consultoras que miden el rating televisivo. Entonces, si seguimos nuestro razonamiento, podemos afirmar que los programas que lideran este índice para una franja horaria determinada son los más vistos por la sociedad argentina durante la misma.

Como podemos apreciar en los siguientes cuadros¹³, en cada día que se emitió el programa, el mismo estuvo primero en el ranking de rating promedio, salvo en su primera emisión. Ergo, aceptando que la gente ve en televisión lo que le gusta y entretiene, y descarta lo contrario, entendemos que la sociedad en general dictamina un reconocimiento sobre el programa “La Noche del diez” y acepta como satisfactoria la performance ejecutada por Maradona.

¹² Ver http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=sociedad

¹³ Fuente: www.cadena3.com.ar

Podio del día 15 de Agosto de 2005

Programa		Rating
▪ Harry Potter		31.0
▪ La Noche del 10		29.6
▪ Showmatch		26.6

Podio del día 22 de Agosto de 2005

Programa		Rating
▪ La noche del 10		34.9
▪ Sin código 2		22.7
▪ Amor en custodia		22.3
▪ Amor mío		20.7
▪ Susana Giménez		19.9

Podio del día 29 de Agosto de 2005

Programa		Rating
▪ La noche del 10		34.1
▪ Susana Giménez		18.8
▪ Showmatch		17.3

Podio del día 05 de Septiembre de 2005

Programa		Rating
▪ La noche del 10		26.6
▪ Amor en custodia		23.5
▪ Sin código 2		22.7
▪ Showmatch		21.7
▪ Pasión de gavilanes		21.5

5. El significante del personaje

En la primera parte de éste apartado, nos guiamos de acuerdo a los preceptos teóricos de Hamon, pero vale a esta altura, hacer ciertas distinciones. Debido a que el autor basa su herramienta teórica en los textos literarios, y como dijimos anteriormente nuestro corpus difiere notablemente en su naturaleza con los mismos; hay ciertos conceptos que consideramos no pertinentes en su aplicación.

Al analizar las etiquetas, Hamon parte desde la base que las mismas son creadas por el autor del texto y por consiguiente cargan con premeditación e intencionalidad. Por lo tanto, propone dilucidar la lógica de las etiquetas que imputan identidad a cada personaje, sobre todo las del protagonista. Es en este punto *in situ* e *in sólido* donde radica la principal dificultad y diferencia con la naturaleza de nuestro corpus; ya que el mismo está compuesto por programas televisivos, en los cuales no existe una persona que posea control total sobre los personajes y sus expresiones lingüísticas. A pesar de que estos programas están guionados, existe una alta libertad por parte de los personajes para desarrollar los diálogos, las etiquetas y la deixis con las que se dirigen entre ellos. Entonces, buscar una lógica de expresión desde la intencionalidad de un autor sería inútil, ya que en nuestro corpus, hay tantos autores como personajes, porque son ellos quienes elaboran el texto a medida que el mismo se va desarrollando. Por lo tanto, no debemos tomar la teoría de Hamon en busca de la perspectiva de un autor y su lógica de producción, sino que la utilidad de la misma radica en estructurar las formas en que los personajes se dirigen hacia Maradona y relacionarlas con el contexto bajo el cual se presentan, los tipos de diálogos, momentos específicos del programa, jerarquías, etc.

Volviendo a los conceptos que Hamon propone para el análisis de las etiquetas, él mismo tiene en cuenta cuatro aspectos que determinan el estudio de las mismas, a saber: recurrencia, estabilidad, riqueza y motivación. De estos cuatro elementos, consideramos que los únicos que se adecuan sin problemas en su aplicación a nuestro corpus son la recurrencia y la riqueza; y no así la estabilidad y la motivación.

En el caso de la recurrencia, es útil observar la frecuencia de marcas para poder determinar una escala de uso por parte de los personajes hacia Maradona. Será interesante ver cuales son las formas más presentes entre otras cosas.

En cuanto a la riqueza, también se puede hacer un análisis de acuerdo a la cantidad de variantes de marcas que contiene una etiqueta, determinar la complejidad o simplicidad de las mismas, etc.

Pero en el caso de la estabilidad, la misma es designada por azar. No sirve de nada buscar una lógica donde no hay premeditación deliberada de un autor solamente. Por ser el desarrollo del programa libre en cuanto a expresión discursiva por parte de todos los participantes involucrados, la estabilidad depende del azar en la intervención léxica de cada personaje.

Por último, la motivación de las etiquetas utilizadas no son creadas por los personajes intervinientes con la intención de cargar ciertos valores en el personaje principal. Las marcas que ellos utilizan para dirigirse hacia Maradona o sobre él, ya tienen existencia desde mucho tiempo antes. Por lo tanto el resto de los personajes sólo tienen que elegir las dentro de un conjunto apto para tal función y actualizarla verbalmente. Es cierto que muchas de las marcas utilizadas han sido creadas según motivaciones determinadas en el pasado, pero las mismas exceden temporalmente las restricciones de nuestro estudio, por lo tanto no serán rastreadas.

5.1. Recurrencia de marcas

Seguidamente presentamos varios cuadros con las marcas que componen la etiqueta de nuestro personaje principal y luego iremos analizando los aspectos más importantes de los mismos:

		Recurrencia
Deixis	Él	11
	Te	125
	Ti	7
	Tu	18
	Usted	3
	Vos	84

En el caso del uso de la deixis por parte de los personajes secundarios para dirigirse hacia Maradona, se puede apreciar que el “vos” predomina por sobre el “usted”. De esta manera el trato que efectúan lo sitúan en un mismo nivel que expresa confianza y amistad sobre todo.

El uso del “te” y del “tu” están implicados en el “vos”, es decir, siempre que se use éste último, los dos primeros quedan habilitados sintácticamente para utilizarse dentro del mismo sintagma. Para ejemplificar mejor, veamos el siguiente fragmento donde se puede apreciar este tipo de situaciones conversacionales:



En este caso, El co-conductor interpela a Maradona y le expresa:

- *Diego, escucháme una cosa, vos sabes que yo siempre te digo, vengo golpe bajo, lo mío es golpe bajo...*

El deíctico “él” es utilizado generalmente cuando se entabla una conversación entre los invitados y alguno de ellos hace referencia con el “él” hacia Maradona. Este tipo de situaciones son generadas en el espacio en el cual se alojan los invitados y además estando Maradona presente. Un ejemplo es el que sigue:



Se puede observar a Adrián Suar, dirigiéndose a Sergio Goicoechea (fuera de imagen) y diciéndole: - *No, pero él baila muy bien, él baila muy bien. No, pero me van a tomar para la joda (sic).*

Prosigamos analizando las marcas que definen la etiqueta de Maradona. A continuación veremos la recurrencia del nombre propio y sus combinaciones posibles:

		Recurrencia
Nombre propio	Diego	446
	Diego Armando Maradona	10
	Diego Maradona	2
	Maradona	72

Como se puede observar, el nombre de pila de nuestro protagonista es el más utilizado por el resto de los personajes para dirigirse hacia él. Se demuestra nuevamente el trato de confianza, y cordialidad que se le brinda. En este caso no importa el estatus y función del personaje que lo utiliza, ya que se pudo observar durante el análisis, que tanto los invitados del programa (nacionales o internaciones) como las personas del público con quienes Maradona tiene contacto, hacen uso del nombre de pila para interpellarlo. También fueron tenidos en cuenta, aquellos momentos en donde el público coreó su nombre como se hacía en su momento de jugador cada vez que estaba en la cancha de fútbol.

El segundo término más utilizado, pero netamente inferior al primero, es su apellido. Esta situación se presenta así porque hay que tener en cuenta que al final de cada programa,

Maradona juega al fútbol-tenis con algunos invitados, y dichos partidos son relatados por profesionales que se dedican a narrar partidos en los torneos nacionales e internacionales. Por lo cual, estos partidos que se juegan a final de cada programa son relatados con la misma impronta y énfasis; por lo que el apellido Maradona es frecuentemente utilizado.

		<i>Recurrencia</i>
Usos referenciales comunes	Astro	1
	Este	1
	Este hombre	1
	Fiera	1
	Genio	9
	Hermano	1
	Loco	1
	Pá	1
	Papá	7
	Papi	1
	Viejo	1

Aunque el uso de referenciales comunes a la cultura no tienen una recurrencia reiterada como sucede con algunos deícticos y formas del nombre propio, vale mencionar que aquel que más fue representado en la superficie discursiva es el de “genio”. Esto no hace más que reforzar el argumento de que Maradona es el personaje principal del texto estudiado, ya que el título de genio lo diferencia del resto de las personas comunes.

Otro cuadro de marcas referenciales es el que contiene los apodos:

		<i>Recurrencia</i>
Apodos	Artista	1
	Barrilete cósmico	1
	Diego Armando Maradó	4
	Diegol	2
	Diez	40
	Dios	9
	Maradó	252
	Santa Maradona	8

El apodo “Maradó” es el que surge a la superficie discursiva en más oportunidades. El origen del mismo, pertenece a la etapa de Maradona como jugador de fútbol profesional. En las canchas donde él jugaba, la afición coreaba su apellido de esta forma, para rendirle homenaje como el mejor jugador del campo de juego. Con el tiempo, esta marca fue utilizada en varias canciones que distintos autores tomaron. Las más conocidas popularmente son las canciones de

la banda de rock “Los Piojos” y por otro lado, la interpretada por el cantante de cuarteto Rodrigo Bueno (fallecido).

Para el programa en cuestión, estos temas fueron editados y tanto para el comienzo y final del mismo, como en otras oportunidades durante el programa, se utilizan los segmentos donde se menciona la marca “maradó”. Es por esto, que la misma se destaca como apodo por sobre el resto.

En segundo lugar, el término más usado es “Diez”, haciendo referencia al número que siempre usó Maradona en su camiseta como jugador. Por lo tanto, el número es sinónimo de Maradona dentro del contexto del programa, sobre todo teniendo en cuenta que el mismo se denomina “La noche del diez”.

El tercer lugar dentro de los apodos lo ocupa “Dios”. A pesar de ser usado sólo nueve veces, el mismo posee una carga conceptual importantísima. Antes de Maradona, el mejor jugador de fútbol del mundo había sido Pelé, a quien se lo apodaba “O Rei” (el rey, en portugués), por lo tanto, con la aparición de Maradona en el mundo del fútbol, para diferenciarlo y elevarlo dentro de la categoría de mejor jugador de fútbol de todos los tiempos, se lo empezó a denominar “Dios”. Ya que sólo Dios estaba por sobre un rey en la época de las monarquías.

El hecho de asociar a Maradona con Dios, fue reforzado también visualmente a través de un logotipo donde las letras “i” y “o” de la palabra son suplantadas por el número 10, quedando formada la marca que hacia referencia a Maradona de la siguiente forma: D10S.

En la siguiente imagen, podemos observar una gráfica que realizo un fanático de Maradona para el partido homenaje de éste último en el año 2002. La misma tuvo amplia repercusión por las cadenas televisivas y es reproducida continuamente donde se quiera asociar un evento con Maradona. Este fenómeno no pasó desapercibido en el programa número uno del show y el autor del mismo fue llevado por la producción del programa para darle una sorpresa a Maradona.



Acá podemos observar la gráfica a la que hacemos referencia en el párrafo anterior.



En este caso apreciamos el momento en que el autor de la gráfica le da la sorpresa a Maradona llevando la misma que creó en el año 2002 que llevó al partido homenaje.

Otro ejemplo que se puede apreciar, es el de los insight de empresas que pautan publicidad en el programa. Tal es el caso de la empresa prestataria de servicio de comunicación móvil CTI, la cual produjo insight que reiteradamente aparecían en pantalla durante el transcurso del programa. El mensaje que la misma enuncia hace referencia a Maradona con el apócope Dios, tal cual se puede apreciar en la siguiente imagen:



El mensaje:
Somos la compañía que DIOS eligió para comunicarse.

Por último, nos queda analizar la recurrencia en el caso de las perífrasis. Aquellas que aparecen en el texto fueron traspoladas al siguiente cuadro:

	Recurrencia	
Perífrasis	El argentino más famoso del mundo	1
	El fenómeno más grande del siglo	1
	El genio del fútbol mundial	2
	El hombre diez	1
	El hombre más codiciado	1
	El más grande de todos los tiempos	1
	El mejor	1
	El mejor de la historia del fútbol mundial	1
	El mejor jugador de fútbol de la tierra	1
	El número uno	1
	El número uno del mundo	1
	La leyenda del fútbol	1
	La persona más importante del mundo	1
	Maradona la pelota no se mancha	1
	No hay otro como él	1
	Nuestro ídolo	1
	Una de las personas que más alegrías le dio a los Argentinos	1

Todas las expresiones que aparecen en el cuadro, no son una creación espontánea por parte de los personajes intervinientes. Todas ellas son un esfuerzo de la producción que compiló y editó las mismas desde otros contextos televisivos de antaño. Casos como “el genio del fútbol mundial” tiene origen real en el relato de Victor Hugo Morales en el año 1986, cuando Maradona convertía el segundo gol al seleccionado inglés, gol que luego fuese considerado como el más bello en la historia de los mundiales.

Luego hay varias que pertenecen a Susana Gimenez, en presentaciones que la misma hizo en su programa a lo largo de 15 años, en oportunidades que entrevistaba a Maradona. Estas perífrasis, fueron editadas y presentadas momentos antes que Maradona entrevistara a Susana Gimenez.

Si hay que encontrar un denominador conceptual común a todas estas frases, no caben dudas que es el elogio. En todas ellas, se destaca a Maradona como figura rutilante, como un ser diferente al ciudadano común. Lo sitúan como un personaje único en su especie, a un estatus por encima de todas las otras estrellas que puedan existir.

5.2. La inscripción del yo

Ahora bien, para proseguir con el estudio, el siguiente apartado que debemos analizar, es la inscripción del yo dentro del texto. El enunciador tiene formas de autoreferenciarse y debemos estudiar cuáles son las mismas, así como también la frecuencia en que aparecen.

Del cuadro perteneciente a la siguiente hoja, se pueden desprender varios análisis. Para lograr esto, debemos comenzar por los totales generales; observando que Maradona hace

referencia a sí mismo en 744 oportunidades a lo largo de los primeros cuatro programas de la temporada. Si lo tomamos desde los subtítulos de cada programa, podemos decir que la composición es bastante equilibrada, ya que un 28% (210) pertenece al primer programa; un 25% (185) al segundo; un 20% (150) al tercero; y un 27% (199) al cuarto. Reiteramos entonces que la distribución autoreferencial es estable a lo largo de los cuatro programas.

Sin embargo también podemos abordar otro análisis desde las diferentes estrategias y modalidades de composición autoreferencial. En el caso de las estrategias, podemos ver que de las 744 autoreferencias que ejecuta Maradona, el 65% (485) pertenecen a la adscripción de la primera persona del singular; seguidas por un 33% (244) del uso de la primera persona del plural; para concluir con un 2% integrado por la utilización de la segunda y tercera persona del singular. En este caso, se aprecia que Maradona privilegia el uso de la primera persona del singular por sobre el resto de las estrategias autoreferenciales, y sólo la reemplaza, en la mayoría de los casos por la primera persona del plural; y en contadas ocasiones por la segunda persona del singular como por la tercera persona del singular.

En el caso de las diferentes modalidades que se pudieron registrar, las mismas se componen de seis opciones, tal como se pueden apreciar en el cuadro. En relación a la primera persona del singular, hay dos modalidades posibles: la enunciación expresa y tácita del *yo* respectivamente. Dentro de esta estrategia, las modalidades puestas en uso por Maradona están niveladas, ya que la enunciación expresa del *yo* cuenta con un 43% (210) contra un 57% (275) de la enunciación tácita del *yo*, sobre un total de 485.

A continuación mostramos dos ejemplos, en los cuales se puede apreciar a Maradona haciendo una actualización en el uso de las modalidades correspondientes a la primera estrategia:



Maradona: - Massimo Troisi, yo lo conocí porque era napolitano y vivía en roma y nos invitó a la casa de él, y eh... él sufría del corazón. El falleció después de hacer la película.

Cuadro 5.2.

Inscripción del yo							
Estrategia	1ª persona singular		1ª persona plural		3ª persona singular	2ª persona singular	Totales
Modalidad	Enunciación expresa del yo	Enunciación tácita del yo	Enunciación expresa del <i>nosotros</i>	Enunciación tácita del <i>nosotros</i>	Enunciación del <i>uno</i>	Enunciación del <i>vos</i>	
1º Programa	63	77	14	52	1	3	210
2º Programa	46	75	16	42	3	3	185
3º Programa	42	64	7	32	4	1	150
4º Programa	59	59	13	68	0	0	199
Totales	210	275	50	194	8	7	744
	485		244				

En este ejemplo podemos observar a Maradona enunciando el yo, haciéndolo expreso. De esta manera, deja en claro que fue él quien tuvo contacto con el fallecido director de cine italiano.

El segundo ejemplo muestra a Maradona autoreferenciarse de manera tácita al momento de expresar el siguiente enunciado en el que narra y rememora su último gol como profesional:



Maradona: - Hay una jugada en el primer tiempo, que es una pelota perdida prácticamente por nosotros; Fagiani la toca con la mano, el árbitro cobra penal. En frente (yo) tenía al que nos dio tantas satisfacciones y que como me conocía...

En la segunda oración del ejemplo falta el sujeto. La forma expresa debería contener al yo que esta subrayado y entre paréntesis.

En el caso del uso de la estrategia de la primera persona del plural, también encontramos dos modalidades; una expresa y otra tácita, pero en esta oportunidad, no del yo, sino del nosotros. Si tomamos como un 100% (244) al total de expresiones en primera persona del plural utilizadas por Maradona, podemos resaltar que dicho porcentaje total está compuesto por un 80% (194) de actos enunciativos referenciales tácitos y por un restante 20% (50) de actos enunciativos referenciales expresos. De esta forma, la modalidad tácita goza de un amplio margen de preferencia por parte del personaje principal en cuanto al uso de la segunda persona del plural.

A continuación siguen dos ejemplos para cada modalidad de la mencionada estrategia referencial:



Maradona: - La felicidad de todos los argentinos, al verte en la cancha como un argentino, que la verdad nos ponemos orgullosos a todos (nosotros) Guillermo. Jugaste un partido fantástico...

En este ejemplo, se utiliza la estrategia de la primera persona del plural, en la modalidad tácita, por lo tanto se puede observar que es el nosotros que está entre paréntesis y subrayado el que está faltando en la oración.

En el siguiente ejemplo, Maradona comenta uno de sus goles, y hace referencia explícita a él como integrante del primer equipo del Barcelona Fútbol Club con el *nosotros*.



*Maradona: - Era una semana cargada en Barcelona, **nosotros** teníamos que salir a ganar en el Bernabeu, [...] no veníamos tan bien **nosotros** y en esa semana previa vino Nuñez, que era el presidente del Barcelona en ese momento, al entrenamiento...*

Por último nos queda considerar las modalidades para la segunda y tercera persona del singular respectivamente. Vale aclarar que cada estrategia cuenta con una sola modalidad únicamente, por tal motivo para la estrategia de la tercera persona del singular, nos encontraremos con la modalidad de la enunciación del *uno*. Con esta forma pronominal,

Maradona busca un lograr un efecto generalizador y se incorpora así a un colectivo indefinido, a través del cual justifica su posición. La modalidad es netamente expresa. En el caso de la segunda persona del singular, la modalidad utilizada es la enunciación explícita del *vos*.

Ambas modalidades son escasamente utilizadas por nuestro personaje principal, a tal punto de formar a penas un 2% entre ellas sobre el total de 744 expresiones referenciales enunciadas.

Para concluir con este apartado referido a la adscripción del yo, encontramos importante destacar el orden de modalidades más usadas por Maradona sobre el total (744) de las expresiones referenciales enunciadas. En primer lugar con un 37% (275) se posiciona el uso de la modalidad enunciativa tácita del yo. Luego con un porcentaje similar en 28% encontramos a la modalidad enunciativa expresa del yo, y a la tácita del nosotros. Así llegamos a la modalidad enunciativa expresa del nosotros con un 7% equivalente a 50 expresiones; para encontrar las modalidades del uno y del vos con un 1% respectivamente.

Conclusiones

A lo largo de este estudio, hemos analizado las huellas, valores, funciones y aspectos discursivos que se manifiestan en la construcción de Maradona como personaje. Para lograr tal cometido, hemos partido desde una instancia abstracta y realizado un recorrido pasando por un nivel medio de abstracción (nivel de superficie de la sintaxis semionarrativa) hasta concluir en la superficie discursiva analizando expresiones concretas de la misma.

En relación a las huellas de producción, intentamos describir a grandes rasgos, los acontecimientos previos destacados, que de alguna manera pudieron influir o coaccionaron a que los hechos se presenten de tal manera con el debut de un Maradona estilizado, armonizado, lejos de los vicios y conduciendo un programa líder en rating durante las trece emisiones que duró la temporada.

En cuanto a los valores observados a nivel de la sintaxis fundamental de las estructuras semionarrativas, podemos afirmar que los mismos son una reivindicación de los aspectos culturales que un personaje como Maradona posee y aboga en consecuencia de su pasado y peso mediático. No es casualidad que los ejes que surgen a través de su reiteración sean el de la euforia-disforia; gloria-fracaso; lealtad-deslealtad; condescendencia-intransigencia. Sino que los mismos encuentran en el corpus de análisis trabajado una exposición potenciada, por ser Maradona el foco de atención durante dos horas mínimas en cada emisión del programa durante la temporada.

Estos valores remiten a una raíz emocional más que a una racional. Y esto expone el porqué del comportamiento que posee Maradona; quien a lo largo de su vida tuvo un ascenso económico (gracias a su desempeño futbolístico) pero no así social ni intelectual. De esta forma se pueden explicar como estos valores dictados por un trasfondo emocional llevan a nuestro personaje a contradecirse en posiciones tomadas (tal es el caso expreso de no querer aceptar un hijo extramatrimonial y sin embargo defender la causa de Andrea del Boca quien tiene una hija no reconocida por su progenitor), y en variaciones de su comportamiento.

Estos ejes que atraviesan el texto, al ser sometidos a la lógica del cuadrado semiótico, desarrollan cuatro posiciones para cada uno y en ellos se puede apreciar cómo Maradona se convierte en un sujeto dinámico que va trasladándose en diferentes direcciones, asumiendo disímiles posturas, algunas de ellas contradictorias, implicadas u opuestas entre sí a medida que transcurre su semantización a lo largo de los programas.

Subiendo un nivel en busca del plano discursivo, llegamos a un bloque de análisis medio, donde nos encontramos con operaciones que se realizan sobre los enunciados del texto. Se pasa de lo conceptual a lo figurativo.

En este estudio pudimos identificar los pares de roles y las relaciones por los cuales los mismos se ven asociados. Así fue como observamos a Maradona como sujeto que busca acercarse al objeto del deseo que es el bienestar físico mental; luego obtuvimos que la cultura vehiculizada por intermedio de la sociedad juega el papel de destinador, y quien más que Maradona como actante destinatario de este conjunto de preceptos que guían, influyen o determinan las pautas valoradas a todo sujeto integrante de una sociedad. Por último, detectamos los actantes que integran el par ayudantes-oponentes; siendo los invitados, familia, y profesionales de la salud actantes concretos que ayudan a Maradona a acercarse al objeto y también una entidad idealizada como “los argentinos”, la cual Maradona crea como un colectivo abstracto y a quien debe rendirle cuentas. Sin embargo, como hay sujetos-actantes que acercan a Maradona al objeto, también hay otros actantes que lo alejan. Este es el caso de la droga, y los excesos, que se oponen a la ligazón entre Maradona y el bienestar físico-mental.

En relación a los programas narrativos de uso, afirmamos que coexisten dos de ellos, en el primero Maradona se verá involucrado en el cumplimiento que exige demostrar su recuperación física; y un segundo en el cual el personaje deberá manifestar su solidez lógica mental.

Como todo programa narrativo está compuesto y determinado por cuatro fases, nuestro estudio no es la excepción y se pudo establecer que la manipulación es ejercida por la cultura en su rol de destinador, la competencia está instituida dentro del propio Maradona porque es un ser que pertenece a una sociedad regida por una cultura y es ahí mismo donde se encuentran los procedimientos teóricos para lograrlo.

La performance es solamente el reflejo de cada programa. Lo que se observa es acción directa, es el hacer del sujeto-actante. Por lo tanto la manipulación, competencia y sanción debieron ser reconstruidas fuera del texto, ya que no son identificables directamente en la superficie del relato.

En cuanto a la sanción, la misma es dictaminada por la sociedad y la forma más viable de concretizarla es de acuerdo al rating. Decimos que si los programas fueron líderes en los promedios de rating en la franja horaria en que fueron emitidos, significa que la sociedad (en uso de su poder de ver lo que le gusta y entretiene y descartar lo opuesto con el control remoto) aprobó la performance ejecutada por Maradona y su producción.

De acuerdo a nuestro marco teórico, arribamos al análisis de la superficie discursiva. En la misma nos encargamos de analizar de forma empírica los contenidos del relato, mediante el procedimiento de enunciación. En este nivel, el actante del plano narrativo toma una posición espacio temporal específica, revestido por modos de ser y hacer que le dan la impronta de una determinada figura del mundo.

Es así como estudiamos la forma en que los personajes secundarios se dirigen a Maradona, analizando concretamente la etiqueta que conformaba al mismo a través de marcas discursivas desde la recurrencia y riqueza.

Es importante reconocer que la superficie discursiva mantiene un tono coloquial informal y común a la sociedad contemporánea. Es decir, no existe una sobreactuación discursiva guionada y el análisis se basa en la espontaneidad de los personajes que interactúan.

Pudimos determinar a través del uso de la deixis, nombre propio, usos referenciales comunes, apodos, diminutivos y perífrasis que los personajes secundarios utilizan un discurso coloquial común, que ubica a Maradona en el mismo nivel que ellos, generando un clima de confianza y complicidad. Esto que afirmamos se puede corroborar en el uso de los deícticos “vos” y “te” los cuales son los más recurrentes, lo mismo que “Diego” como nombre propio. Sin embargo, en ocasiones también se resaltan apodos como “genio” y “Dios” que lo posicionan a un nivel superior del común de la gente debido a sus proezas como futbolista.

Así también como analizamos la etiqueta constituida por las marcas que los demás personajes adscribían a Maradona, fue pertinente observar la forma que éste tenía para autoreferenciarse a través de la inscripción del “yo” en sus diferentes estrategias (primera persona del singular, del plural; segunda persona del singular; y tercera persona del singular). Se pudo determinar que la autorepresentación más utilizada fue el uso de la modalidad del “yo”, tanto expreso como tácito, seguido del uso de la modalidad del “nosotros”.

Con este último análisis, y junto con los anteriores, se intentó dar noción desde el marco teórico utilizado a la estructuración que desde el medio audiovisual se intenta lograr en el personaje de Maradona como ser semiodiscursivo.

Anexo

Herramientas de aplicación según la metodología

<i>Ejes</i>	<i>Eje 1</i>	<i>Eje 2</i>	<i>Eje ...</i>	
Personajes				
Personaje 1				
Personaje 2				
Personaje ...				

		PROGRAMA n° x
E J E x	<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>

		<i>Recurrencia</i>
Marca x	Tipo 1	
	Tipo 2	
	Tipo ...	

Inscripción del yo							
Estrategia	1ª persona singular		1ª persona plural		3ª persona singular	2ª persona singular	
Modalidad	Enunciación expresa del yo	Enunciación tácita del yo	Enunciación expresa del <i>nosotros</i>	Enunciación tácita del <i>nosotros</i>	Enunciación del <i>uno</i>	Enunciación del <i>vos</i>	Totales
1º Programa							
2º Programa							
3º Programa							
4º Programa							
Totales							

Cuadros correspondientes al apartado 2.

PROGRAMA n° 1	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
1' 45"	La letra del tema de apertura remite a las destrezas de Maradona
16' 15"	Maradona menciona los logros en su etapa como jugador del Nápoli
17' 20"	Maradona recuerda una atajada de Goicoechea en el Mundial de Italia '90
18' 00"	Coreografía con tema musical que incluye el relato de Victor Hugo Morales en el gol de Maradona contra Inglaterra en el mundial de Mexico '86
21' 00"	Maradona presenta a Gabriela Sabatini recordando la final de Roland Garros en el '83
42' 00"	Gabriel Batistuta comenta que posee dos fotos de Maradona, una levantando la copa del mundo en el '86 y otra del mundial de EE.UU. '94 cuando se abrazó con Maradona luego de haberle hecho un gol a Grecia.
57' 30"	Maradona comenta y explica un gol suyo jugando para el Nápoli a la Juventus.
78' 50"	Pelé y Maradona hacen referencia al suceso del bidón de agua adulterada en el partido de Argentina y Brasil en el mundial de Italia '90
PROGRAMA n° 2	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
1' 00"	Sketch donde se simula protección a Maradona ya que supuestos ingleses pretenden impedir que Maradona cuente la verdad del gol "La mano de Dios" en el mundial de Mexico '86.
20' 20"	Guillermo Coria comenta lo sucedido en un partido de tenis contra Leyton Hewitt.
35' 00"	Maradona cuenta como fue el gol denominado "La mano de Dios".
62' 30"	Ginobili comenta el extasis que le provocó tener la responsabilidad de definir la final de la NBA.
65' 00"	Ginobili expresa sus sensaciones por no haber recibido el premio al jugador más importante del partido.
81' 00"	Un dibujo animado emula un momento de la película "Star wars" donde Maradona gana la carrera que se disputaba entre otros personajes.
PROGRAMA n° 3 (primera parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
10' 30"	Maradona habla de las repercusiones que tuvo en Inglaterra su verdad sobre el gol "La mano de Dios".
45' 00"	Maradona comenta su último gol como jugador de fútbol profesional.
PROGRAMA n° 3 (segunda parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>

26' 00"	Un dibujo animado basado en la trama de la zaga "Matrix" emula un gol de Maradona elegido como el mejor gol en la historia de los mundiales.
PROGRAMA n° 4	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
10' 00"	G. Coria sale en vivo desde New York luego de ganar un partido importante y Maradona lo resalta.
46' 00"	Maradona comenta un gol que le hizo al Real Madrid jugando para el Barcelona Fútbol Club

E U F O R I A - D I S F O R I A	PROGRAMA n° 1	
	<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
	10' 00"	Maradona agradece su recuperación a sus hijas y familia.
	25' 00"	Gabriela Sabatini habla de su actualidad y plenitud física-mental.
	80' 30"	Maradona y Pelé hablan de los problemas legales que tuvo el hijo de éste último a causa de la droga.
	115' 00"	Maradona juega al fútbol-tenis y demuestra su vigencia y habilidad.
	PROGRAMA n° 2	
	<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
	18' 20"	Maradona baila con algunos invitados y demuestra gracias a su recuperada figura destrezas como bailarín.
	34' 20"	Muestran como en los medios ingleses repercutió la recuperada imagen de Maradona y su nuevo show.
	53' 00"	Maradona se emociona al ver un clip que le hizo su sobrino desde Miami.
	88' 30"	Susana Gimenez comenta lo bien que lo observa físicamente a Maradona.
	104' 00"	Susana Gimenez resalta nuevamente lo bien que lo observa físicamente a Maradona.
	120' 00"	Maradona juega al fútbol-tenis y demuestra su vigencia y habilidad.
	PROGRAMA n° 3 (primera parte)	
	<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
	36' 23"	Maradona baila con algunos invitados y demuestra gracias a su recuperada figura destrezas como bailarín.
	62' 00"	Las hijas de Maradona le cantan la canción compuesta por A. Lerner "Volver a empezar"; haciendo alusión a la recuperación de Maradona tanto física como mentalmente dejando de lado su adicción a las drogas.
	PROGRAMA n° 3 (segunda parte)	
	<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
52' 30"	Maradona y M. Legrand hacen referencia a la dieta de Maradona y a su recuperación, además M. Legrand lo halaga al respecto.	
72' 00"	Maradona juega al fútbol-tenis y demuestra su vigencia y habilidad.	
89' 00"	Maradona agradece a los doctores que operaron a su padre y lo dejaron en óptimas condiciones. Y también le dedica el programa a un jugador del Club Atlético Vélez Sarsfield que sufrió una afección cardíaca.	
PROGRAMA n° 4 (primera parte)		

<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
14' 30"	V. Mazza elogia el presente físico de Maradona.
40' 00"	C. Castro elogia el presente físico de Maradona.
67' 00"	Maradona habla de su dieta de alimentos y dice no tener ansiedad.
PROGRAMA n° 4 (segunda parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
7' 00"	Se realiza un desfile con las mejores modelos de Argentina y por último Maradona hace una pasada por la pasarela luciendo un smoking.
34' 00"	Maradona comenta lo bien que lo observa a Charly García.
57' 00"	Maradona juega al fútbol-tenis y demuestra su vigencia y habilidad.

PROGRAMA n° 1	
Tiempo	Descripción del momento
0' 35"	Músicos invitados cantan un tema en honor a Maradona.
11' 30"	Maradona presenta a Goicoechea, quien es co-conductor del programa.
13'00"	3000 hinchas del Nápoli cantan a Maradona desde Nápoles.
30' 20"	A través de una carta un hincha expresa su gratitud a Maradona y éste retribuye con agradecimientos al hincha
38' 50"	Clip de testimonios de gente que alguna vez se sacó fotos con Maradona y explican el momento crucial que vivieron.
42' 30"	Batistuta se declara hincha de Maradona además de haber sido compañero suyo en la selección.
55' 40"	Un robo con forma de pelota interactiva con Maradona y le expresa cuanto le extraña como jugador de fútbol.
70' 00"	Maradona y Pelé intercambian elogios y agradecimientos.
83' 00"	Maradona y Pelé prometen dejar de lado las diferencias que tuvieron en el pasado para unirse y trabajar por los chicos necesitados.
PROGRAMA n° 2	
Tiempo	Descripción del momento
4' 30"	Inicio del programa con remix de temas dedicados a Maradona.
9' 00"	Conexión en vivo con la Base Marambio en la Antártida, los residentes se muestran agradecidos de compartir esa comunicación con Maradona.
15' 30"	Maradona presenta a Adrián Suar como su amigo y agradece el esfuerzo por lograr la realización del show.
30' 00"	Matías Almeida escribe la carte de turno en honor a Maradona.
41' 00"	Maradona cuenta una anécdota donde hizo un gol con la mano y no dijo ni hizo nada para que sea anulado; quedando como deshonesto ante un compañero del mismo equipo que le exigía blanquear la situación ante el referí.
48' 17"	Clip de testimonios de gente que alguna vez se sacó fotos con Maradona y explican el momento crucial que vivieron.
58' 00"	Maradona y Ginóbili intercambian elogios y agradecimientos.
69' 00"	Intercambio de camisetas entre Maradona y Ginóbili.
76' 00"	Coria comenta sus sensaciones cuando Ortega le hizo un gol a River Plate.
77' 40"	Coria le regala una raqueta a Maradona.

L E A L T A D - D E S L E A L T A D	82' 40"	En el dibujo animado se presenta un obstáculo: “piquetes que cortan el paso”, pero se abren camino para dejar pasar a Maradona.
	98' 00"	Maradona agradece a Susana Gimenez por haber ido al programa.
	101' 20"	Intercambio de regalos entre Susana Gimenez y Maradona.
	115' 00"	Maradona canta en homenaje a su esposa Claudia y luego le entrega una corona y agradece por haberlo acompañado en su vida.
	PROGRAMA n° 3 (primera parte)	
	Tiempo	Descripción del momento
	0' 40"	Inicio del programa con remix de temas dedicados a Maradona.
	1' 00"	La banda de rock “Los Piojos” tocan excepcionalmente en vivo en la apertura del programa.
	7' 16"	Maradona Agradece a “Los Piojos”, los llama grandes amigos y dice haber vivido muchas cosas con ellos.
	24' 30"	Maradona y A. Banderas intercambian deferencias.
	32' 20"	Maradona y E. Francescoli se reconocen amigos y se agradecen la lealtad de cada uno para con el otro.
	39' 00"	Se lee la carta de turno y Maradona agradece el amor recibido.
	46' 20"	Maradona al comentar su último gol como profesional, enuncia la relación de amistad que lo une con S. Goicoechea.
	PROGRAMA n° 3 (segunda parte)	
	Tiempo	Descripción del momento
	48' 00"	M. Legrand comenta el momento en que fue llamada telefónicamente por Claudia Maradona para invitarla al programa y que le fue imposible decir que no.
	58' 50"	Intercambio de presentes entre Maradona y M. Legrand
	87' 00"	Maradona agradece uno por uno a todos los invitados por haber estado presentes.
	PROGRAMA n° 4 (primera parte)	
Tiempo	Descripción del momento	
0' 40"	Inicio del programa con remix de temas dedicados a Maradona.	
1' 00"	Vicentico toca en vivo en la apertura del programa.	
5' 30"	Maradona agradece a Vicentico, dice quererlo verdaderamente.	
11' 50"	G. Coria dice estar más feliz hablando con Maradona en ese momento que por haber ganado el partido.	
13' 00"	Maradona la desea lo mejor a Coria para el próximo partido y este le firma una pelota de tenis para regalársela.	

14' 00"	Maradona presenta a los invitados, y al hacerlo se desborda en elogios ya que los considera sus amigos a cada uno de ellos.
41' 00"	Se presenta la carta de turno, pero esta vez cantada en un tango por el autor del mismo.
55' 00"	Clip de testimonios de gente que alguna vez se sacó fotos con Maradona y explican el momento crucial que vivieron.
PROGRAMA n° 4 (segunda parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
26' 30"	Dibujo animado en el que se muestra el amor de las hijas de Maradona para con este, ya que lo ayudan a eliminar rivales dentro de la cancha con artimañas picarezcas.
46' 00"	Agradecimientos, elogios, e intercambios de presentes entre C. García y Maradona.
70' 00"	Maradona agradece uno por uno a todos los invitados por haber estado presentes.

PROGRAMA n° 1	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
10' 33"	Maradona en armonía con los productores y producción del programa.
17' 00"	El público aplaude que Maradona reconoce que el país no es sólo Buenos Aires.
26' 30"	Batistuta opina sobre el trabajo y los entrenamientos, Maradona y el público comparten.
37' 22"	Maria Gracia Cuccinota elogia la forma de ser de los Argentinos.
68' 20"	La voz en off se desborda en elogios al presentar a Pelé y a Maradona juntos.
75' 00"	Pelé responde las preguntas de Maradona y da su visión sobre los temas abordados.
95' 00"	Maradona opina sobre su relación con Pelé y la influencia que los medios ejerció en la misma.
PROGRAMA n° 2	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
7' 22"	Maradona agradece y aplaude a la gente que hace posible el programa.
19' 00"	Goicoechea evalúa y califica el desempeño de Maradona y Suar como bailarines. 10 y 4 ptos. respectivamente.
28' 00"	Ricardo Arjona expresa que hizo excepción al cantar en vivo porque considera "estar en la casa de un amigo" y por eso cantó los temas que sabe que le gustan a Maradona y a su familia.
28' 30"	Maradona retribuye y agradece la presencia de Arjona con elogios.
46' 00"	Ricardo Arjona responde la pregunta de Maradona acerca de la Guerra en Irak y es aplaudido por todos.
55' 40"	Luego de ver el clip del sobrino, Maradona dice: "es el hijo varón que nunca tuve".
56' 30"	La voz en off del periodista deportivo J. P. Varsky se desborda en elogios al presentar a Ginóbili.
61' 00"	Maradona elogia a ginóbili.
PROGRAMA n° 3 (primera parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>
9' 00"	Maradona aclara el tema de su hijo ilegítimo de Italia, al cual acepta pero no reconoce. Dice estar pagando con dinero sus errores pasados.
14' 00"	A. Banderas responde las preguntas que Maradona le hace.
52' 00"	N. Oreiro emite su opinión sobre la religión.
PROGRAMA n° 3 (segunda parte)	
<i>Tiempo</i>	<i>Descripción del momento</i>

53' 50"	Maradona expresa que ve a M. Legrand más cerca de la gente, más positiva.
PROGRAMA n° 4 (primera parte)	
Tiempo	Descripción del momento
6' 00"	Maradona agradece y aplaude a los argentinos que están detrás de cámara y hacen posible el programa.
30' 30"	Maradona dice sentirse orgulloso por como J. P. Sorín lleva la cinta de capitán de la selección.
PROGRAMA n° 4 (segunda parte)	
Tiempo	Descripción del momento
20' 30"	A. Del Boca brinda su experiencia sobre la situación de aquellos niños que sufren violaciones en sus derechos como personas. Maradona le brinda su apoyo y mejores deseos.
32' 00"	La voz en off de Lalo Mir se desborda en elogios al presentar a Charly García.
40' 00"	C. García da su opinión sobre política y juventud actual.

Cuadros correspondientes al apartado 5.1.

Programa n° 1

		<i>Recurrencia</i>
Deíxis	Él	2
	Te	15
	Ti	3
	Tu	16
	Usted	1
	Vos	19

		<i>Recurrencia</i>
Nombre propio	Diego	96
	Diego Armando Maradona	3
	Diego Maradona	1
	Maradona	37

		<i>Recurrencia</i>
Diminutivos	Dieguito	1

		<i>Recurrencia</i>
Usos referenciales comunes	Genio	3
	Papá	1
	Viejo	1

		<i>Recurrencia</i>
Apodos	Diego Armando Maradó	1
	Diegol	1
	Diez	4
	Dios	3
	Maradó	70
	Santa Maradona	2

		<i>Recurrencia</i>
Perífrasis	El genio del fútbol mundial	1

Programa n° 2

		Recurrencia
Deixis	Él	3
	Te	50
	Vos	25

		Recurrencia
Nombre propio	Diego	112
	Diego Armando Maradona	3
	Maradona	7

		Recurrencia
Diminutivos	Dieguito	1

		Recurrencia
Usos referenciales comunes	Astro	1
	Hermano	1
	Loco	1
	Papá	2
	Este	1
	Este hombre	1

		Recurrencia
Apodos	Diego Armando Maradó	1
	Diez	5
	Dios	3
	Maradó	14
	Santa Maradona	2

		Recurrencia
Perífrasis	El argentino más famoso del mundo	1
	El fenómeno más grande del siglo	1
	El hombre diez	1
	El hombre más codiciado	1
	El más grande de todos los tiempos	1
	El mejor	1
	El mejor de la historia del fútbol mundial	1
	El mejor jugador de fútbol de la tierra	1
	El número uno	1
	La persona más importante del mundo	1
	Maradona la Pelota no se mancha	1
	No hay otro como él	1
	Nuestro ídolo	1
	Una de las personas que más alegrías le dio a los Argentinos	1

Programa n°3

		Recurrencia
Deíxis	Él	1
	Te	24
	Ti	1
	Tu	1
	Vos	16

		Recurrencia
Nombre propio	Diego	149
	Diego Armando Maradona	3
	Diego Maradona	1
	Maradona	23

		Recurrencia
Usos referenciales comunes	Genio	2
	Papá	1
	Papi	1

		Recurrencia
Apodos	Artista	1
	Barrilete Cósmico	1
	Diego Armando Maradó	1
	Diez	10
	Maradó	62
	Santa Maradona	2

		Recurrencia
Perífrasis	La leyenda del Fútbol	1

Programa n°4

		<i>Recurrencia</i>
Deíxis	Él	5
	Te	36
	Ti	3
	Tu	1
	Usted	2
	Vos	24

		<i>Recurrencia</i>
Nombre propio	Diego	89
	Diego Armando Maradona	1
	Maradona	5

		<i>Recurrencia</i>
Diminutivos	Dieguito	3

		<i>Recurrencia</i>
Usos referenciales comunes	Fiera	1
	Genio	4
	Pa	1
	Papá	3
	Papi	1

		<i>Recurrencia</i>
Apodos	Diego Armando Maradó	1
	Diegol	1
	Diez	21
	Dios	3
	Maradó	106
	Santa Maradona	2

		<i>Recurrencia</i>
Perífrasis	El genio del fútbol mundial	1
	El número uno del mundo	1

Bibliografía consultada

Libros

- ❖ ADAM, J.M. (1992). *Les textes: types et prototypes*. Nathan Université. París.
- ❖ DALLERA, O. (2005). *Seis semiólogos en busca del lector*. La Crujía ediciones. Buenos Aires.
- ❖ ECO, U. (1998). *Cómo se hace una tesis*. Editorial Gedisa. Buenos Aires.
- ❖ ESCANDELL Vidal, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Editorial Ariel. Barcelona.
- ❖ FLOJ, J. M. (1993). *Semiótica, marketing, y comunicación*. Paidós ediciones, Barcelona.
- ❖ GARCÍA FERNÁNDEZ, D. (s.f). *Metodología del trabajo de investigación*. Editorial Trillas. s.l.
- ❖ HAMON, P. (1972). *Para un estatuto semiológico del personaje*. Versión revisada del que apareció con el mismo título en la revista *Littérature* 6. Larousse. París.
- ❖ HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2000) *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill ediciones. México.
- ❖ LEVI STRAUSS, C. (1995). *Antropología estructural*. Paidós Ibérica. Barcelona
- ❖ MARTINEZ ARIAS, R. (s.f). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. s.l
- ❖ SEMPRINI, A. (1995) *El Marketing de la marca*. Paidós ediciones. Barcelona.
- ❖ TUSÓN VALLS, A. (1999). *Las cosas del decir*. España.
- ❖ VERÓN, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Gedisa ediciones. Buenos Aires.
- ❖ WELLEK y WARREN. (1971). *La teoría literaria*. París.
- ❖ ZANONI, L. (2006). *Vivir en los medios*, Editorial Marea. Buenos Aires.

Papers

- ❖ *Diego, un héroe global*. Presentado en las Jornadas de Deporte y Sociedad, organizadas por la Facultad de Ciencias Sociales y la Facultad de Filosofía y Letras, U.B.A., en Buenos Aires, del 21 al 23 de agosto de 1996.
- ❖ GIBERT, J. (2005) *La estructura de los mitos*.
- ❖ JOHNSON, C. (1995) *La construcción del personaje en Cervantes*. Bulletin of the Cervantes Society of America.
- ❖ RODRIGUEZ, M. (1996). *Pensar la Nación desde el deporte*.
- ❖ ZANETTI, Luis; *Construcción del discurso mediático*. s.f. s. l.

Otras fuentes

- ❖ Diario Página 12, ENTREVISTA AL PENSADOR PABLO ALABARCES “*Maradona es un símbolo de lo que pudimos haber sido*”, Cultura del Domingo, 25 de Agosto de 2002.