

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

SEDE ECUADOR

Programa de Maestría en Comunicación

**“Construcción mediática de ídolos populares: Otilino
Tenorio.”**

Patricia Sofía Villagómez

2008

Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de magíster de la Universidad Andina Simón Bolívar, autorizo al centro de información o a la biblioteca de la universidad para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial.

Sin perjuicio de ejercer mi derecho de autor, autorizo a la Universidad Andina Simón Bolívar la publicación de esta tesis o parte de ella, por una sola vez dentro de los treinta meses después de su aprobación.

Patricia Sofía Villagómez Rodríguez

Quito, 14 de enero del 2009

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR

SEDE ECUADOR

Programa de Maestría en Comunicación

**“Construcción mediática de ídolos populares: Otilino
Tenorio.”**

Patricia Sofía Villagómez

Tutor:

José Laso

Quito, 2008

ABSTRACT

Hablar de los medios de comunicación y cómo visibilizan y retratan a los ídolos populares, en el sentido en el que lo hará la presente investigación, implica entre otras cosas acercarse al proceso de construcción de la noticia. Se trata precisamente la conformación de un ídolo popular a partir de una construcción mediática. En el presente caso, los medios de comunicación y sus efectos en el espacio cotidiano tienen gran incidencia en cuanto al “fenómeno” de Otilino Tenorio, pues han cubierto sus momentos de gloria en el fútbol, su vida personal y principalmente su repentina muerte.

El problema central que constituye el objeto de esta investigación se refiere a las representaciones mediáticas de Otilino Tenorio, para lo cual se contrastarán los planteamientos teóricos con las pruebas empíricas, compuestas básicamente por un corpus de noticias aparecidas en los medios masivos.

De esta forma, los objetivos de este trabajo son los siguientes: determinar las nuevas formas de la configuración de la identidad, e indagar sobre el proceso de la construcción de un ídolo popular surgido del campo deportivo, como lo Otilino Tenorio. Finalmente, este estudio muestra los usos y prácticas de las cuales ha sido objeto Otilino Tenorio hasta conformarse como ídolo popular y evidencia como ésta ha sido una construcción mediática.

DEDICATORIA

A la memoria de todos los que, como Otilino, saben hacer un carnaval en miniatura.

Gracias al auspicio del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
Construcción de un ídolo popular: Otilino Tenorio.....	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo I.....	13
1. OTI, LA CONSTRUCCIÓN DE UN ÍDOLO	13
1.1 Identidad y representación	13
1.1.1 Industria cultural y espectacularización	18
1.2 Identidades e ídolos populares	23
1.2.1 Identidad y fútbol	24
1.3 Nuevos mitos, nuevos ídolos.....	28
1.3.1 Juegos y Máscaras.....	32
1.4 Discursos mediáticos.....	37
1.4.1 Elementos relevantes en el discurso mediático impreso.....	37
1.4.2 Los medios como generadores de ídolos.....	42
Capítulo II.....	45
2. ATAVÍOS DE OTIGOL	45
2.1 Narrativas biográficas	51
2.2 Narrativas de Otilino y el ídolo.....	59
2.3 Narrativas de Otilino y sus atavíos.....	64
Capítulo III	71
3. DISCURSOS MEDIÁTICOS: LA NARRACIÓN DE LOS ACONTECIMIENTOS	71
3.1 Diseño Metodológico	71
3.2 Narraciones mediáticas que componen a Otilino Tenorio.....	74
3.2.1 Construcciones narrativas noticiosas: la noticia deportiva.....	75

3.2.3	El 11.05.05	81
3.2.4	Los cierres	84
3.3	Narración construida por El Comercio.....	86
3.4	Narración construida por El Universo	93
	Capítulo IV	100
4.	CONCLUSIONES.....	100

INTRODUCCIÓN

El estudio cultural de la identidad – y de los procesos de construcción de ésta dentro del campo de “lo popular”, como es el caso aquí analizado- ha sido abordado por diferentes autores y desde distintos puntos de vista. Marc Augé, señala dos aspectos importantes con relación a la identidad: su dimensión simbólica y la “presencia del otro”. Menciona Augé que la importancia de la presencia del otro radica principalmente en que sin alteridad¹ la identidad no se muestra ni se realiza concretamente pues, es necesario el juego social que se da en el encuentro con el otro, con lo diferente.

Otro de los aportes que permite que nos acerquemos hacia la comprensión de identidad, es el que hace Néstor García Canclini al referirse a la construcción identitaria de América, planteando que nuestro continente “es el resultado de la dicotomía entre tradición versus modernización, de culto versus popular”²; es en estas dicotomías como nuestra identidad se va construyendo desde distintas miradas y desde distintos referentes.

En el caso específico de este trabajo se ha considerado principalmente la aproximación semiótica hacia los fenómenos culturales y de construcción identitaria que realiza Stuart Hall, quien aborda el tema de identidad no como algo consumado sino en permanente construcción. A lo largo de este trabajo analizaremos también a la identidad como el resultado de las representaciones culturales e imaginarios colectivos; así como la relación activa entre los relatos que se producen a partir de estas representaciones culturales y el

¹ Por alteridad comprenderemos al descubrimiento que el “yo” hace del “otro”, es de carácter relacional y se afirma en la singularidad y en la diferencia.

² Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana, 1995, p. 14.

uso que el pueblo le da, generando un reconocimiento que permite que se actualicen las identidades, diluyendo las fronteras existentes entre los espacios mediáticos y los espacios y temporalidades colectivas, donde se escenifican las mediaciones comunicativas de la cultura, como por ejemplo los estadios y la cotidianidad de los sectores populares.

Sobre la base de estos tres enfoques comprensivos de la identidad, este trabajo analiza la relación entre los medios de comunicación, la conformación de la identidad y la construcción de ídolos populares tomando como objeto de estudio a Otilino Tenorio, jugador ecuatoriano de fútbol, fallecido inesperadamente en un accidente de tránsito en mayo del 2005. Por esta razón el abordaje al tema de la figuración pública de un deportista radicará principalmente en los aspectos de identificación popular (de los hinchas y no hinchas) con el ídolo.

Otilino Tenorio fue un caso paradigmático en el campo futbolístico nacional: otorgó un matiz diferente a la celebración de cada gol, pues utilizaba una máscara de Spiderman para contagiar la celebración a los hinchas y a sus compañeros de equipo. La utilización de la máscara es uno de los aspectos que se considerarán a lo largo de este trabajo, pues esta caracterizó de singular manera la presencia de este jugador ecuatoriano en las canchas, por lo que trabajaremos con la hipótesis de la construcción de una identidad imaginada o relatada desde los medios de comunicación, que llega a constituirse como tal por la representación simbólica de la cual ha sido objeto.

Así, un primer aspecto a abordar se relacionará con el uso de la máscara, lo que implicaría un juego entre ocultación y develamiento míticos., ¿Qué nos quiere decir Otilino Tenorio cada vez que luce un máscara?, ¿Cómo se interpreta este hecho a nivel mediático?, ¿Qué tipos de narrativas han creado los medios sobre este personaje y sus vivencias?, son algunas de las preguntas que se han levantado a lo largo de la realización de este trabajo.

En segundo término, este trabajo indagará sobre la construcción biográfica, en esta se dará privilegio a la urgencia particular de la subjetividad contemporánea tomando como referencia el planteamiento de Leonor Arfuch³. Consideraremos el surgimiento de nuevos espacios en los cuales se han desarrollado historias de vida, como el generado por los medios de comunicación hasta llegar finalmente a la construcción de diferentes narraciones realizadas alrededor de la figura de Otilino Tenorio en cuanto a la utilización de la máscara y en relación a su conformación como ídolo popular, tomando como consideración al “valor biográfico –heroico o cotidiano, fundado en el deseo de trascendencia o en el amor de los prójimos-, que impone un orden a la propia vida –la del narrador, la del lector-, a la vivencia de por si fragmentaria y caótica de la identidad.”⁴

En tercer lugar, analizaremos la re-significación de este objeto cultural, el uso que se le ha dado en distintos espacios en los cuales se la ha utilizado, cuando aún vivía Otilino, e incluso después de muerto.

³ Leonor Arfuch, El espacio biográfico, Dilemas de la subjetividad contemporánea, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2002

⁴ Leonor Arfuch, El espacio biográfico, Dilemas de la subjetividad contemporánea, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 47.

Para este análisis se hará una recolección de distintos acontecimientos y se tomará como base la metodología de análisis empleada por Eliseo Verón⁵, para el estudio de las informaciones difundidas por los dos medios de comunicación escrita: El Universo y El Comercio. Este análisis implica entre otras cosas acercarse al proceso de construcción de la noticia, para revisar como los medios de comunicación han realizado la conformación de un ídolo popular, en este caso de Otilino Tenorio; y, además, cuenta a partir de un evento único e irrepetible como es su muerte que permitió reconstruir su itinerario vital y evidenciar sus glorias en el fútbol.

Este estudio pretende conocer a profundidad algunos aspectos vinculantes entre la construcción de identidad cultural y la dinámica de lo popular alrededor de la práctica deportiva, como espacio de creatividad cultural en la cual los significados que los objetos adquieren para los hinchas son afines a su uso y a las prácticas que se generan alrededor de los mismos, como ocurre alrededor de la máscara, la misma que niega una identidad unívoca y absoluta, para presentarnos esta identidad a la cual nos hemos referido como en constante producción.

Una de las preocupaciones que le atañen a este trabajo es conocer la función social asignada a la construcción mediática en la cual se considerará la noticia deportiva pensada como un espectáculo alrededor del cual se construye el ídolo popular, como se revisará la muerte del ídolo se convierte en un pretexto para comercializar los símbolos

⁵ Eliseo Verón. Construir el acontecimiento, Barcelona, Gedisa, 1995.

que lo conformaban. Entre estos, como se ha dicho la máscara de Spiderman, resemantizada por la interpretación de la cual ha sido objeto y en una relación antagónica como las máscaras utilizadas en la lucha libre. Las máscaras utilizadas son una especie de elemento mágico; son el objeto más valioso del luchador y en este caso del jugador Otilino Tenorio, pues representan la admiración del público ya que forman parte del universo simbólico del imaginario colectivo.

Todo esto alrededor de un deporte, como lo es el fútbol no solamente como un evento lúdico y de entretenimiento, sino en el conocimiento e interpretación de las múltiples dimensiones que se dan alrededor de este. Las aproximaciones culturales realizadas sobre este deporte dan cuenta de su influencia en los procesos de integración social. El deporte, y en este caso particular el fútbol, tiene diferentes dimensiones políticas, económicas, sociales y culturales sobre el cual haremos referencia por ser el espacio donde se propician las representaciones, las formas simbólicas de interpretación y representación del mundo, haciendo visibles las maneras particulares de percibir la vida.

Capítulo I

1. OTI, LA CONSTRUCCIÓN DE UN ÍDOLO

En este capítulo se presentan dos enfoques con los cuales se ha generado un acercamiento a la comprensión de identidad: por un lado un enfoque relacional y constructivista de la identidad, así como una aproximación basada en la perspectiva de la hibridación cultural, que permitirán comprender la identidad en las dimensiones propuestas en este trabajo. Se tratará de comprender los sentidos que se generan por la utilización de la máscara, la configuración de ídolos populares y la elaboración de discursos mediáticos.

1.1 Identidad y representación

Stuart Hall plantea una visión de identidad cultural presentando a esta como una producción que nunca está consumada, entendiéndola como un proceso que se constituye en la representación. La identidad cultural, continua Stuart Hall, en *Identidad Cultural y diáspora*⁶, puede ser pensada desde dos aspectos. Por un lado, como una cultura compartida, refiriéndose aquí a los códigos, culturas y experiencias comunes; y por otro lado, como una construcción que posee algunos puntos de similitud y algunos puntos de

⁶ Stuart Hall, *Cuestiones de Identidad Cultural*, Argentina, Amorrortu Editores, 2003.

diferencia, un vínculo entre pasado y futuro, que se encuentra sometido a constantes transformaciones.

En este mismo sentido Marc Augé señala que la identidad se genera gracias a las construcciones simbólicas; y, visualiza la importancia de la presencia del otro. Es así como identidad y alteridad son construcciones que se ratifican en su carácter relacional, afirmando de esta manera la singularidad y la diferencia, por ello desde esta concepción necesariamente hablamos de alteridad al referirnos a identidad, dudando de identidades que puedan ser simples, absolutas o sustanciales.

Augé también hace referencia a la percepción del tiempo y la relación de este con el espacio, es por ello que consideraremos que la identidad adquiere sentido en cuanto se genera una construcción discursiva. El lector, espectador o hinchista participa en el proceso de producción de sentido con la elaboración individualizada que está realizando y no como un pasivo receptor. Nos estamos refiriendo entonces al consumo de un “objeto cultural” lo que implica la relación de varios códigos que al ser descodificados establecen algunas significaciones y simbolizaciones que marcan la relación ideológica de uno con otro.

La identidad cultural, implica un proceso de construcción permanente que se logra basado en la consolidación de signos comunes y en la representación de estos signos. Así, la identidad se constituye en un punto claro de identificación al momento de realizar la configuración de un ídolo popular. Este concepto nos permitirá comprender la

importancia de la representación y el vínculo existente entre una serie de signos comunes que son leídos e interpretados a partir de un evento en particular, y revisar la relación entre identidad, representación y signos.

Stuart Hall plantea que hay una serie de sistemas de representación, lo que nos permite vincular unos conceptos con otros y crear relaciones complejas entre ellos por la interpretación que damos al lenguaje, no únicamente al lenguaje ordinario sino también, por ejemplo, a la vestimenta o al uso de accesorios. En el caso de Otilino Tenorio es la máscara que lleva para festejar los goles o el uso de la camiseta con el número "14". El lenguaje que utilizamos regularmente, más allá de ser un medio de comunicación con el cual nos comunicamos se convierte en un medio de construcción cultural, a través del cual la asimilación de la diferencia permite que nos identifiquemos.

La representación será comprendida, entonces, como la producción de sentido a través del lenguaje, como aquello que a la vez que habla se levanta en nombre de otra cosa a la cual simboliza. La representación se da por un proceso de interpretación basado en un conjunto de símbolos comunes permitiéndonos compartir una idea similar, por ello Hall indica que el sentido no se encuentra en el objeto sino por la representación, lenguaje, códigos conceptuales comunes que lo construyen y producen. Por ello, el sentido no es inherente al objeto, sino que es el resultado de una serie de prácticas que hace que las cosas signifiquen algo, en el caso de Otilino Tenorio esas prácticas son la fiesta en el estadio, la muchedumbre tras su féretro, la utilización de la máscara.

García Canclini plantea que así como actúa la diferencia para conformar la identidad también es importante considerar la apropiación desigual que se realiza de los diferentes elementos percibidos en el ámbito cultural, para combinarlos y transformarlos, por lo que nos indica que no solo debemos considerar la diferencia sino también la hibridación.

La identidad es considerada para García Canclini como una construcción que se relata permanentemente, y de hecho en cada época ha sido de una manera diferente, se vuelve importante esta consideración en este momento porque nos permitirá comprender la construcción mediática de las identidades⁷. En un momento en particular de la historia los relatos que conformaban esta identidad eran aquellos rituales cívicos que provenían muchas veces de discursos políticos, en los cuales la participación de la radio, tv y el cine contribuyeron para organizarlos.

Pero además de esto incluyeron en estas narraciones historias de la vida cotidiana de los héroes, haciendo especial énfasis en los hábitos, gustos, modos de hablar o de vestir que diferenciaban a unos con otros con lo cual también empezaron a acercar distintas concepciones ofreciendo formas nuevas que posibilitan el trazo de una identidad que está en permanente transformación.

La influencia que los medios de comunicación han tenido en la conformación de la identidad empezó unificando patrones de consumo que han ido desapareciendo por la pérdida de importancia de los referentes tradicionales de identidad para establecerse

⁷ Para un detalle mayor revisar la obra de Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos.: conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.

ahora a través de la circulación simbólica que establecen las tendencias de la globalización.

En este sentido, esa comprensión de identidad que antes formaba parte de los museos nacionales, hoy se ha trasladado hacia el espacio otorgado por las tecnologías comunicacionales y la recreación de ritos populares como los surgidos alrededor del deporte o de las religiones.

Ahora bien, analicemos la función del signo en su relación con la identidad y la representación. Según Saussure la representación se comprende como la producción de sentido a través del lenguaje, y el lenguaje es un sistema de signos correlacionados en su forma e idea. De hecho como veremos más adelante no existe un vínculo real, sino más bien arbitrario entre la relación de la máscara, el uso que le da Otilino Tenorio y la interpretación que de esta hemos realizado. Por lo que se trata de prácticas culturales que tienen sentido en sí mismas y que son analizadas posteriormente como signos vinculados a una serie de creencias y convenciones sociales e ideologías.

Por ello, la conformación de la identidad tomando como referencia la construcción cultural de los ídolos populares, del espacio mediático y de los espacios colectivos, opera mediante diferentes maneras de representación, diversidad de referentes y asunción de roles que se generan de manera heterogénea y que apuestan hacia una temporalidad no permanente. Existen tres aspectos importantes a considerar pues estos influirán de igual manera en la conformación del ídolo: simulación, enmascaramiento y complicidad. El

enmascaramiento marcado claramente por el uso de la máscara tanto por parte de Otilino como de los hinchas, la complicidad tácita encerrada en el festejo y la simulación dada alrededor del evento deportivo trasladando temporalmente el espacio de la cancha hacia el carnaval.

1.1.1 Industria cultural y espectacularización

No sólo la identidad, en este proceso de construcción permanente responde a la dinámica y lógica de la comunicación masiva, puesto que no solo han cambiado los contenidos que receptamos de los medios sino también la manera en la que percibimos, vemos y narramos, de esta manera es como las industrias culturales apoyan ese transitar entre real e imaginario tal como indica Martín Barbero⁸. Siendo así, los mitos e ídolos se mantienen vivos en este vértice entre la producción cultural creativa e imaginada y la razón, en pos de cubrir esa necesidad de identificación, de ahí la comprensión de las industrias culturales como instrumentos de identificación y proyección.

Intentaré definir la configuración cultural que se hace de la identidad teniendo como referencia los planteamientos realizados por John Thompson, en *Los media y la modernidad*, y por Jesús Martín Barbero, en *Los medios a las mediaciones*, caracterizándola por los siguientes aspectos:

⁸ Jesús Martín Barbero, *Industrias culturales: modernidad e identidad*, México, 1993.

- **Ruptura del tiempo tradicional**, es decir, con el quiebre de la concepción lineal de la historia, por el influjo no solo de las tecnologías, se da también el ascenso de identidades fuera del canon tradicional.
- **Generación continua de mitos**, como una cuestión de supervivencia. Por ello los mitos populares y la construcción idolatrada de los mismos permiten que éstos trasciendan. La supervivencia que encierran es de carácter metafórico, es decir, se requieren relatos míticos que se conviertan en una especie de fuga para los individuos. Estos mitos se encuentran vinculados con nuestros deseos y miedos, en esta medida procuran el ensanchamiento de nuestra libertad precisamente por encontrarse en el límite de lo permitido y de los excesos. Esta generación de mitos está situada en nuestro imaginario colectivo e individual.
- **Mediación por medios**, los sujetos encuentran en la prensa escrita un *lugar*⁹ en el que la vida se asume como un relato, pues estos implican un tipo de lectura viva en la cual este nuevo sujeto mediático se ve relacionado e identificado con las características que lo conforman como un testimonio vivo.
- **Acción melodramática**, se muestran tanto sus éxitos como sus desgracias y estos se convierten en el hilo conductor de la vida del ídolo.

⁹ Espacio en el que se configura la identidad

La identidad, planteada como un proceso de identificación dado por medio de la afirmación de las diferencias, proyectada por la industria cultural habilita la generación de espacios de mediaciones. Los medios se convierten, aparentemente, en lo único inmediatamente cercano a los individuos, conformando espacios en su cotidianidad comprendidos como las claves de lectura propia que utilizan los individuos más allá del medio mismo.

De esta manera, el proceso de recepción que ejecutan los individuos, siendo este de carácter creativo, realiza una producción e invención de la vida cotidiana en el ámbito popular. En esta invención cotidiana que permite así mismo la construcción del ídolo, la industria cultural cumple un rol definido, puesto que en el proceso de industrialización en el que estamos inmersos se suscita la producción de bienes simbólicos cada vez más especializados y realizados con la finalidad de hacer una nivelación cultural de los diferentes públicos.

Se preocupa de vender tanto la imagen como el imaginario, por ello la pregunta pertinente que habría que responderse sería: ¿cuál es el imaginario que vende la figura de Otilino Tenorio?, considerando que “durante el sepelio de Otilino Tenorio centenares de hinchas portaron las máscaras que hizo famosas el goleador guayaquileño: las de Spiderman y las de El Emelec. Los comerciantes no desaprovecharon la ocasión para venderlas –a grandes y chicos- a 1 dólar”¹⁰.

¹⁰ “NEGOCIOS: Los comerciantes aprovecharon la ocasión para vender máscaras y refrescos”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

En el caso de Otilino Tenorio, la industria cultural ha aprovechado la diferencia contada por medio de la máscara, para de esta manera volver legibles tanto el ídolo como el mito bajo los enunciados aparentemente anónimos de la prensa. Es así como al comprar la máscara de Otilino, no compramos la máscara por sí misma sino lo que representa: el ídolo, el carnaval, la afiliación a un equipo de fútbol, o a Otilino mismo.

La espectacularización de la cual ha sido objeto Otilino Tenorio, es parte clave para la comprensión del mismo, ya que como Guy Debord indica, en la Sociedad del Espectáculo¹¹, la sociedad yace sobre un carácter fundamentalmente *espectaculista* en la cual, decía él mismo, el fin no existe. Por ello se considera que el espectáculo es la principal producción de la sociedad actual. Como podemos revisar en el caso de Otilino, la muerte del ídolo se convierte en un pretexto para continuar con la comercialización de los símbolos que lo conformaban. El espectáculo en la actualidad es considerado como un instrumento de unificación, lo señala Debord y precisamente permite esta unidad alrededor de un evento como lo es el espectáculo deportivo, en el cual se da una marcada relación social entre los jugadores, los hinchas, la audiencias, los narradores y los auspiciantes, esta relación se encuentra guiada por la conformación de imágenes.

El espectáculo es también una manera de mostrar las cosas, a través de diferentes mediaciones, por ello mencionábamos antes que esta nueva manera de construir las historias de vida, se da alrededor de una condición completamente subjetiva que contiene a la sociedad sumida en una ensoñación de una realidad que no existe, pero que se ha

¹¹Guy Debor, La sociedad del espectáculo, Champ Libre, 1967, traducción de Maldejo para el Archivo Situacionista Hispano (1998), en <http://www.sindominio.net/ash/espect0.htm>.

construido socialmente como fruto de la representación. Por otro lado, el espectáculo muestra aquello que se puede hacer pero que no es posible realizarlo, porque se encuentra en los márgenes de lo permitido, por ello tal como lo veremos más adelante la Fifa no permite la utilización de máscaras en sus eventos deportivos por que le dota al mismo de un sentido caótico.

Por otro lado, la lógica que abarca a la industria cultural también está llena de formas presentadas a manera de relatos, es por ello que la figura de Otilino Tenorio, como mercancía, es constantemente comercializada permitiendo la constitución del ídolo popular por la interacción y la interpelación que se hace de este subrayando el carácter activo de los destinatarios que pasan a ser consumidores en tanto se vuelven partícipes del mercado simbólico que esta nueva lógica les ha propuesto.

Esta lógica se basa en la identificación, que no hace otra cosa que acompañar la configuración de la identidad, ejecutándose en la necesidad de mirarse, de mostrarse y ser mostrado públicamente; en la urgencia de la testimonialidad que no es otra cosa que verse representado en el relato; y finalmente marcada por el miedo a la pérdida del ídolo y al fracaso.

En este sentido, Carlos Monsiváis, señala que “los ídolos (quienes verdaderamente lo han sido), más allá de las promociones que la industria, provienen de un sólido contrato social mediante el cual una de las partes accede a interpretar y dotar de moldes clásicos a deseos y obsesiones. Y la otra parte se compromete a reproducir y desvirtuar creativamente, en

su esfera de mínimo dominio, los modelos que se le ofrecen.”¹² Es de esta manera como actúa el proceso de representación que delineamos más arriba en el cual estos códigos culturales comunes con consumidos para construir una identidad particular por ese vínculo relacional y marcado por un claro rasgo de hibridación.

Aparentemente, “lo insubordinado” de la puesta en escena de Otilino Tenorio, que puede ser visto como desorganización, es ordenado por la industria cultural una vez que se pone de manifiesto y se presenta al alcance de diferentes consumidores. En ellos tras la muerte de su ídolo se ha creado la necesidad de mantener un símbolo, o, si se quiere, un amuleto, con lo cual la máscara será reproducida como clave de consumo basado en la percepción y en el uso de ésta.

1.2 Identidades e ídolos populares

La construcción que los medios hacen de los ídolos marcan viva relación tanto con los juegos del poder como con los intereses simbólicos, María Ximena Ávila¹³ menciona que la constitución discursiva del imaginario ofrece a los sujetos representaciones del mundo que están dotadas de sentido, y sobre estas se constituyen las identidades colectivas por medio del reconocimiento y la diferenciación tanto de las clases como de los grupos sociales.

¹² Carlos Monsiváis presentó este trabajo en Medellín durante el pasado ENCUENTRO HISPANOAMERICANO DE LA CULTURA La memoria de esta reunión será publicada próximamente por el Banco de la República.

¹³ María Ximena, Ávila Barei, Figuras del otro: formas de la diferencia en la prensa actual argentina, en Revista Latina de Comunicación Social, 47, La laguna (Tenerife), en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4712avila.htm>.

Entonces, la construcción del ídolo y de nuestra identidad responde a una serie de referentes de un “querer ser” en los cuales la simulación, el enmascaramiento y las complicidades marcan (y se encuentran marcadas por) nuestras relaciones con los otros. Esta relación entre la identidad y el ídolo popular se da por el reconocimiento de las muchas características presentadas, en las cuales por medio de los rituales particulares, el pueblo refleja sus creencias, en este juego de construcción identitaria, identidad e ídolo popular tiene urgencia el uno por el otro.

En esta misma construcción que los medios realizan, nuestra identidad también se caracteriza por una “adhesión” a lo presentado por dichos medios, siendo estos uno de los artífices al configurar ídolos populares como lo han sido Tito del Salto, Otilino Tenorio, Julio Jaramillo, La Santa de Nobol, que representan al otro: al diferente, al que está marcado, al que posee cualidades o atributos excepcionales; por esta mostración pública que realizan los medios se origina el nexos con estos personajes nacidos de los ritos de lo popular.

1.2.1 Identidad y fútbol

La preocupación de estudiar el fútbol no solamente como un evento lúdico y de entretenimiento, radica en conocer e interpretar las múltiples funciones sociales que se

dan alrededor de este, estudios culturales realizados sobre este deporte dan cuenta de su influencia en los procesos de integración social.

El fútbol ha captado diferentes funciones, una como canal de movilidad afirmando procesos de socialización, canalizando valores cívicos, rescatando patrones positivos de conducta que originan la construcción de ídolos. En el aspecto económico, somos testigos de la mercantilización de este deporte que empieza a dejar su carácter lúdico y de entretenimiento. El fútbol, también es utilizado con la finalidad de encontrar en él espacios de filiación nacional y homogenización cultural. Y finalmente, el carácter cultural del fútbol, que es al cual nos referiremos alrededor del que se muestran representaciones y formas simbólicas de interpretación y representación del mundo, haciendo visibles las maneras particulares de percibir la vida.

La construcción mediática que procuran los medios revisa aspectos identitarios que Valdano los considera diversos “como el territorio, las clases sociales, la diversidad étnica, el género, las edades, las generaciones.”¹⁴ Entre esos aspectos considera también al fútbol, no simplemente como un deporte, sino como el juego mismo que permite que la cancha sea el lugar sobre el cual las pasiones y las emociones se levantan, por ser este un espacio de representación. En este sentido el fútbol nos ha permitido reflexionar sobre nosotros mismos como ciudadanos, como fanáticos, como seguidores de héroes, como buscadores de ídolos.

¹⁴Juan Valdano, *Identidad y formas de lo ecuatoriano*, Quito, Eskeletra, 2005, p. 12.

Y es por ello que, Otilino Tenorio como ídolo “hijo del fútbol” y de los medios nació en medio de un ritual simbólico alrededor del estadio, por la utilización de la máscara, el baile y la fanfarria, la hinchada¹⁵ y la barra no han hecho más que construir un lazo que junta a una comunidad. Esta comunidad por momentos se desapega de toda lógica, para que el bullicio y la emoción del momento permitan cantar sus nuevos himnos alrededor del estadio y cree ahí mismo a sus ídolos.

El rol que desempeñan el hincha y el espectador son protagónicos, varias características son atribuibles a los hinchas de las cuales podremos destacar la diferenciación de temporalidades y espacios para su aparición como un rol adquirido y manifestado en ese espacio en particular, por otro lado, siguiendo lo planteado por Garnica y Salerno¹⁶, el alentar siempre al equipo, es decir no esperar únicamente los triunfos sino también permanecer en los fracasos o en las pérdidas, una demostración de esto es como se verá la apoteósica muchedumbre que estuvo en el partido de fútbol que se desarrolló en honor a Otilino Tenorio, unos días después de su muerte, con lo cual se pone de manifiesto otro rasgo que es la fidelidad del hincha, que significa estar permanentemente en cualquier cancha alentando al equipo, que implica a su vez “soportar” la presencia del otro, del contrincante, sin la cual no se realiza el evento deportivo y finalmente portar una camiseta, gorra, banderas que se erigen como emblemas.

¹⁵ José Garnica Zucal y Daniel Salerno, en Estadios, hinchas y rockeros variaciones sobre el aguante, definen a la hinchada como uno de los nombres nativos con se identifica uno de los grupos organizados de espectadores que acompañan a sus equipos en un partido de fútbol.

¹⁶ José Garnica Bucal y Daniel Salerno. Estadios, hinchas y rockeros variaciones sobre el aguante en Pablo Alabarces, *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Clacso, Buenos Aires, 2003.

Es por esto que el rol que tiene el hincha cada vez se vuelve más visible y más protagónico, tanto como el que tiene el futbolista. El espectador en cambio, es un personaje que solamente está ahí contagiado momentáneamente por la presión del grupo, pero una vez que termina el partido deja completamente esa pasión que lo arrastró temporalmente.

Otilino Tenorio expresa perfectamente la relación intensa entre hincha e ídolo marcada gracias al espectacular despliegue de los medios de comunicación y de la industria cultural. De esta manera se le levantó metafóricamente un “altar” construido con cada uno de los símbolos que lo representan como son la camiseta de su equipo (Emelec), la máscara (de Spiderman), su gesto infantil, su emotividad y su juego, lo que lo acercaba cada vez más al rito popular que dijimos anteriormente se crea alrededor del ídolo en el que se conjugan sus fieles y el culto.

La identidad no es una característica que está terminada sino que se hace permanentemente, y este hacerse otorga diferentes sentidos y surge de las relaciones con el otro, se logra en los espacios colectivos pues los individuos otorgan sentidos nuevos; se da también, a través de los medios de comunicación y por la influencia del mercado que vende imágenes y ayuda a generar imaginarios.

1.3 Nuevos mitos, nuevos ídolos.

"En el Play Land Park le compré la máscara a mi hijo.

Un día se la pedí prestada para celebrar si marcaba un gol.

*En un principio me daba recelo ponérmela, pero luego se convirtió en
mi amuleto de la buena suerte"...*

Otilino Tenorio

Desde las ciencias sociales se ha considerado al término ídolo de diferentes maneras desde hace mucho tiempo. En 1490 Alonso de Palencia, en *Universal*, menciona que el ídolo es una estatua hecha con forma humana y tenida por cosa sacra; refiere así mismo que toma el nombre de *dolo* que es engaño, porque el diablo engañosamente indujo que se honre dicha figura.¹⁷

Otra referencia del vocablo ídolo lo tenemos de Sebastián de Covarrubias, que relaciona *idolum* con *simulacrum* e *imago*; y, por supuesto con estatua, la cual se venera por semejanza de algún dios falso, de aquí que se le asocie también con idolatría. Pero una conceptualización tomada de diccionarios de ciencias humanas dice del ídolo una representación plástica de una divinidad.¹⁸

¹⁷Gisela Canepa Koch, *Máscaras, Tradición e identidad en los andes, la fiesta de la virgen del Carmen*, en <http://www.comunidadandina.org/BDA/docs/PE-CA-0005.pdf>.

¹⁸Louis Marie Morfaux, *Diccionario de Ciencias Humanas*, Barcelona, Edic. Grijalbo / Referencia, 1985, p. 163.

Hoy, hablamos de ídolos conformados por los medios de comunicación (medios impresos, televisivos o radiales) y por los espacios cotidianos, los cuales progresivamente se han convertido en un modelo a seguir acercándose a aquellos hombres comunes que logran sus hazañas en la cotidianidad y cuyos actos son reproducidos una infinidad de ocasiones por cualquier medio de comunicación, siendo ésta reproducción la que media entre el ídolo y sus logros¹⁹.

Por ello actualmente los ídolos, además de provenir de las promociones de la industria, provienen del espacio cotidiano en el cual el pueblo interpreta sus acciones, esta interpretación se logra mediante la recreación de sueños, deseos y obsesiones que recaen sobre el ídolo, sus prácticas y estilos de vida.

En nuestro país, como se ha dicho antes, uno de estos espacios de interpretación es el deporte y particularmente el fútbol, espacio en el cual se concentran nuestros “nuevos ídolos”, ya que la cancha atesora en sí todas las sensaciones, las múltiples personalidades, los excesos justificados, el carnaval, el baile y la fiesta. El fútbol ha generado nuevas concepciones de unión nacional, con distintas percepciones de un mismo hecho, las mismas que pueden cambiar en cualquier momento y por ello la diversidad de usos que puede implicar son sumamente altos, por ejemplo lo ocurrido con un grito: “sí, se

¹⁹ Tal es el caso de lo ocurrido con la Selección Ecuatoriana de Fútbol, que tras su regreso luego de una participación exitosa en el Mundial de Fútbol Alemania 2006, fue recibida por la ciudadanía como un agradecimiento por la representación dada.

puede”²⁰. De ahí que, la vida cotidiana se convierte en una extensa cancha en la cual se erigen nuestros ídolos y donde nuestros sueños se realizan.

De esta manera, estos nuevos ídolos, como objetos culturales, re contextualizan y re significan los patrones que se le ofrecen, tal es el caso de Otilino Tenorio al utilizar una máscara para festejar sus goles²¹. Re contextualizan en el sentido de utilizar los patrones en distintos momentos y de maneras no previstas; y los re significan con sus mismos actos si se quiere transformando e irrumpiendo esos modelos entregados, como si todo lo que se encuentra en el reino del orden fuera trastocado cuando los usos populares de estos le atribuyen características que de otra manera no fueran posibles.

Por ello, para comprender la construcción mediática que se da entorno a los ídolos se debe tomar en cuenta la configuración del personaje, sus aspectos característicamente particulares, la formación del otro en sí mismo, y por último el carnaval en la cancha.

En este sentido, el futbolista es parte de una mitología nueva, proponiendo un orden distinto en las relaciones establecidas entre los medios y la identidad, compartiendo así plenamente con la comunidad que le dota con un sentido nuevo, pues los mitos indudablemente cuentan una historia nueva.

El vocablo *mito* procede igualmente del griego *mitos: habla, relato, leyenda*, no en vano el mito, una construcción del mundo griego, era considerado como una forma de

²⁰ Grito que supera las barreras del deporte y las fronteras para convertirse en la voz eco de migrantes latinos en Estados Unidos, esto determina que aunque pueden existir frases nacidas alrededor del fútbol estas poco a poco van ganando espacio en otros ámbitos de la sociedad.

²¹ Aunque el reglamento de la FIFA no prohíbe la utilización de accesorios por parte de los jugadores aconsejan no hacerlo para no caotizar los eventos.

manifestar ciertas verdades y visiones, que van más allá de la razón y de lo opinable. Aristóteles definía al ser humano como *philomythés*, es decir, «amante de los mitos».

El ser humano como amante de los mitos, tiene la capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos a través de los medios de producción y por la transmisión de formas simbólicas, creando lo que llamaré relatos fabulosos. Ese relato fabuloso que se genera a partir de los medios, es consumido constantemente y a través del tiempo como una historia real e inagotable. Lo que implica que la posibilidad de consumirlo lo re fabrica permanentemente logrando como se ha dicho que el mito no termine en sí mismo. Por ello, la construcción del mito que hacen los medios, parte de una imagen que se rehace constantemente, provocando que el consumo que se hace del mito no termine con él, pues en este proceso se involucran los medios de comunicación como parte de la industria cultural.

Roland Barthes, en su obra *Mitologías*, ha descrito el modo en que se generan los mitos al dotar de significados cuyas connotaciones son diferentes, es decir atribuyéndoles significados que no le son inherentes, como un meta relato.

El ídolo, en cambio, es un sujeto mitificado, en el que las cualidades que lo vuelven atrayente se han exagerado hasta el extremo. La relación entre ídolo y mito permite la identificación de este último con lo popular, por ello más adelante se considerará la manera como se construyo discursivamente a Otilino Tenorio en los medios de comunicación.

La figura de Otilino Tenorio logró un muy alto grado de identificación con la audiencia, con los fanáticos, quizás entre otras cosas por el jugueteo y el carnaval que inventaba, en el que lucía una máscara cada vez que hacía un gol. Con esta particularidad logró insertarse e identificarse con el público, pues encarnaba en sí mismo al ídolo que ya formaba parte del imaginario, por la utilización de la máscara de Spiderman, que ya era consumida como producto de la industria cultural del cine.

1.3.1 Juegos y Máscaras

La máscara concentra inagotables valores en las creencias y sentimientos comunes a los cuales se pueden añadir ideales colectivos que se re significan y re contextualizan, pues la máscara ha cambiado de apariencia protegiendo una identidad²². La resignificación de la máscara se da mediante un proceso en el cual el colectivo asigna nuevos significados, los cuales provienen de sus experiencias, valores o creencias; en tanto que, la re contextualización de la máscara se da en el sentido de que al salir del contexto mismo en el cual fue creada es usada en otros espacios y refiere a sus vez otras creencias, por ello estos dos son procesos entrelazados.

Debido a la resignificación de este objeto cultural, la función que ésta ha tenido ha sido múltiple, por lo que han existido máscaras mágicas, rituales, guerreras, teatrales, carnavalescas, etc., de estas han quedado el antifaz y la máscara del carnaval dice

²²Roger Callois, *Los juegos y los hombres, La máscara y el vértigo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, p. 217.

Caillois²³.

Existe la utilización de la máscara en algunos deportes como parte de su indumentaria, sin embargo, Otilino Tenorio, popular jugador de fútbol ecuatoriano, la incorporó como parte de su celebración para expresar la felicidad por un gol marcado. Otra actividad deportiva en la cual también algunos jugadores han cubierto su rostro es en la lucha libre, es por ello que esbozaremos una comparación entre estos dos deportes.

La lucha libre es un deporte que se caracteriza por gestos, actitudes y mímicas que se ha arraigado en la vida de la sociedad, tal es el caso de la sociedad mexicana con la lucha libre como en la sociedad ecuatoriana con el fútbol; existe entre estos dos deportes una similitud por la magnitud de la simbolización que adquieren los nombres de sus participantes y el uso de determinados accesorios (como la máscara y la camiseta, respectivamente) para eternizarse o mitificarse. De igual manera el orden simbólico superior no es el protagonizado únicamente por los luchadores o por los futbolistas, sino por una serie de dispositivos formales e informales que permiten su desarrollo.

Por un lado tenemos los elementos que permiten que estos deportes circulen y por otro lado tenemos una serie de realidades convergentes: jugador-luchador, hincha-espectador, alianzas y oposiciones entre barras y equipos, deporte-espectáculo, esta es la lucha de orden simbólico que se desarrolla alrededor de estos dos eventos aparentemente diferentes. Otro aspecto que tiene singular relevancia es la relación entre los

²³Roger Callois, Los juegos y los hombres, La máscara y el vértigo, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, p. 217.

contrincantes, equipos o luchadores y sus aficionados, en estos dos acontecimientos es el espectador quien dirige también en los resultados.

El uso inesperado de la máscara en el caso del fútbol y cifrado ya en el caso de la lucha libre, posee un cargamento alegórico de la realidad, llevando a la idolatría o al éxito, en el caso de la lucha libre, cuando dos luchadores se enfrentan el vencedor entra en posesión de la máscara de su contrario, en el caso del uso dado por Otilino Tenorio, el ganador muestra su máscara. En ambos casos la posesión de la máscara significa poder.

La máscara que utiliza Otilino pasa por distintos momentos, y puede ser leída e interpretada de muchísimas maneras, pues, volviendo a Caillois, “la máscara (los) libera ostensiblemente de las presiones que la sociedad hace pesar”²⁴ sobre quienes las portan; por un lado, esta máscara puede significar el retorno a la niñez, por el carácter lúdico de la misma; la influencia de la industria cultural, por la película Spiderman y las tiras cómicas que de esta se han generado; la asunción de un ídolo, pues como se verá más adelante cada vez que Otilino lucía una máscara, era un nuevo personaje quien aparecía en los estadios; y el réquiem por el adiós, cuando Jaime Iván Kaviedes, jugador del seleccionado ecuatoriano, en la anotación del tercer gol en el partido mundialista jugado contra Costa Rica, en el mundial de fútbol 2006, quien sacó la máscara de su amigo para festejar juntos el gol.

²⁴Roger Callois, Los juegos y los hombres, La máscara y el vértigo, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, p. 218.

Esto deviene en la re semantización de la máscara de Spiderman que los individuos realizan cuando interpretan y dan otros sentidos a este objeto, lo que constituye un proceso subjetivo de re significación y recontextualización al que se hizo referencia más arriba. Acercándonos a ese proceso híbrido de construcción de la identidad puesto que el uso fronterizo que le da Otilino Tenorio, lo que impide asirlo dentro de una categoría o una clasificación.

La máscara entonces da paso a la desmesura, muestra una sociedad que disfraza y muestra también una sociedad que proclama dice Caillois, en la obra ya citada, y abre también las barreras de los límites haciendo explícitos los patrones que conforman el espacio cotidiano.

Este proceso subjetivo da paso a la estructura melodramática que Oti le imponía en sus 5 minutos de gloria tras el gol marcándola con sentimientos y expresiones, como la risa que despertaba en cada uno de sus fanáticos, y el amor hacia su pequeño hijo a quien le pedía prestada su máscara, dando lugar a un solo personaje: el ídolo.

De allí, que esta resignificación de la máscara una vez presentada en la industria cultural y ahora como uso cotidiano se da debido a como indica Martín Barbero “si se simboliza no es por la tramposa operación del mercado”²⁵ sino por que a su vez posibilita un proceso que Rossana Reguillo lo llama “dramatización de identidad” cuyo planteamiento central se fundamenta en la necesidad de mostrar la identidad para hacerse real. Es por ello que el melodrama que se desarrollaba alrededor de Otilino muestra una identidad que

²⁵Rosana Reguillo, Emergencia de culturas juveniles, Bogotá, Ed. Norma, 2000, p. 98.

existe en cuanto es pública, en cuanto es narrada, pues de esta manera forma finalmente parte de la cotidianidad.

La máscara que utiliza Otilino se convierte además en el fetiche por medio del cual logra identificarse con los otros, este fetiche que es un objeto que representa o simboliza otra cosa²⁶ permite que el mito construido alrededor de Otilino se mantenga como un relato más. Continúa Lucia Etxabarría, indicando que “el fenómeno fetichista como patrón simbólico de la representación de la realidad es una de las características más definitorias de la sociedad en la que vivimos”²⁷

La máscara que Otilino ha utilizado se presenta como una estrategia que, hoy después de su muerte, sustituye su ausencia dejando de lado la invisibilidad en la cual su muerte lo dejó, aun cuando el roce provocado por su presencia y uso nos recuerde constantemente la ausencia del ídolo.

De esta manera, podemos concluir diciendo que la construcción del ídolo sucede por la representación y en la diferencia. Se da por adhesión a las posiciones subjetivas que Hall²⁸ señala como parte de la identidad; estos puntos de adhesión podrán ser el rito, los cánticos, la máscara o el número 14 que lucía Otilino en su camiseta. Siendo así este fetiche que es la máscara convierte en exterioridad aquello que se encuentra en el deseo y que vimos es contado como mito.

²⁶ Lucia Etxabarría y Sonia Núñez, *En brazos de la mujer fetiche*, España, Edic. Destino, 2003, p. 25.

²⁷ Lucia Etxabarría y Sonia Núñez, *En brazos de la mujer fetiche*, España, Edic. Destino, 2003, p. 31.

²⁸ Stuart Hall, *Cuestiones de Identidad Cultural*, Amorrortu Editores, 2003,

1.4 Discursos mediáticos

Discurso es todo lo que se dice y no únicamente de manera verbal²⁹, comprende un todo que reúne en sí lo que se dice y la manera como se lo dice; y sostienen Mata y Scarafia³⁰ que de acuerdo a la manera como se integren los elementos que conforman un discurso (receptores, mensajes, emisores) podemos discriminar distintos tipos de este. Por ello precisan estas autoras en decir que “discurso es un espacio donde se construye una relación de intercambio entre sujetos”³¹

Entenderemos, entonces, por discurso mediático todo lo que los medios dicen, por supuesto cada medio (radio, prensa, televisión) tendrá unos elementos particulares que lo distinguirá de los otros, pero sobre todo, estas particularidades se fundarán sobre aquellos elementos que en unos casos serán privilegiados por un medio y en otros no.

1.4.1 Elementos relevantes en el discurso mediático impreso

1.4.1.1 Las imágenes y los textos

²⁹ María Cristina Mata y Scarafia, Silvia, Lo que dicen las radios, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, Quito, 1993, p. 23.

³⁰ María Cristina Mata y Scarafia, Silvia, Lo que dicen las radios, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, Quito, 1993.

³¹ María Cristina Mata y Scarafia, Silvia, Lo que dicen las radios, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, Quito, 1993, p. 24.

Los elementos que conforman el discurso mediático impreso son de dos tipos principalmente: lingüísticos e icónicos. Estos dos se vinculan por los géneros que lo componen, que pueden ser informativos, dramáticos, narrativos, periodísticos.

Los elementos lingüísticos conformados por las palabras hacen referencia también a los adjetivos y sustantivos que forman parte de este tipo de discurso. Mientras que los elementos icónicos hacen referencia a las imágenes que acompañan al texto, con relación a esto Augé menciona que se encuentra una sobre valoración de la imagen, pues existe la impresión de que hay que pasar por la imagen para ser. Esta cultura visual permite así mismo un alto margen de perdurabilidad de los eventos puesto que está dirigida hacia los sentidos abriendo líneas de continuidad y cambio dentro del espacio estético que conforma. continuidad, así como cambios y rupturas, en la persistencia de este espacio estético

Esta época en la cual se ha privilegiado a la cultura visual, multiplicando las imágenes posibles así como también los espacios identitarios, permite que la mayoría de nosotros reconozcamos continuamente a gente que no conocemos y esto ocurre por la relación que mantenemos actualmente con la imagen. La imagen se presenta como una posibilidad de construcción identitaria que visibiliza y nombra el mundo, pues detrás de esta se construye un imaginario.

1.4.1.2 Acontecimientos y noticiabilidad.

Parte de la opinión popular radica en la consideración de que aquello que no está en los medios de comunicación simplemente no existe, Morín señala que el acontecimiento es un hecho que irrumpe en el sistema social, como una información nueva que concentra una serie de principios, de los cuales resaltaré que “el acontecimiento, desde el punto de vista sociológico, es todo lo que no está inscrito en las regularidades estadísticas. El acontecimiento es, por principio, desestructurante.”³² El entorno social está plagado de construcciones de la realidad, siendo así, el acontecimiento hecho noticia permitiría una construcción social nueva la cual podrá ser recreada por los medios de comunicación.

De la selección de datos surgidos de varios acontecimientos de los cuales se considerará si tienen el grado o la valía de noticia y de las fuentes que el medio elija se produce la noticia; este tránsito de acontecimiento a noticia considera las expectativas sociales, el reconocimiento y el valor informativo, dando origen al proceso de noticiabilidad.

El proceso de noticiabilidad se encuentra marcado porque un hecho noticioso guarda una relación entre la cultura y un momento histórico determinado, además por el contrato de lectura existente con el público, así lo señala Martini en *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, e inclusive nos indica que los criterios de noticiabilidad varían de un medio a otro pues no se trata de un proceso rígido sino de una serie de valores los que se pueden originar de acuerdo a los efectos o a las cualidades.

³² Miguel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Buenos Aires, Paidós, 1996, p. 185.

Según los efectos que puede tener un acontecimiento los valores que se consideran son: primicia, originalidad, ineditismo, evolución, magnitud, jerarquía; por otro lado, de acuerdo las cualidades que este acontecimiento tiene se puede considerar la credibilidad, periodicidad, brevedad. Como veremos en este objeto de estudio no todos estos valores aparecen pues no todos son necesarios para que un acontecimiento se convierta en noticia.

Es importante ahora considerar algunas definiciones de noticia entre ellas la que Stella Martini plantea: “la noticia es la divulgación de un suceso (definición que abarca todo tipo de noticias)”³³, sin embargo la definición planteada por Miguel Rodrigo Alsina proporciona un valor especial al tratamiento propuesto: “Noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible”³⁴.

Los discursos mediáticos reelaboran el carácter simbólico de la vida social, el contenido y la información simbólicas reestructurando las relaciones con los otros y con nosotros mismos. “En la relación singular que reúne a la noticia de los medios, la opinión pública y los imaginarios sociales, el sentido que los individuos conceden a la noticia se construye de diversas formas, muchas de ellas contradictorias, en general nunca lineales”³⁵. Gracias a la utilización de los medios de comunicación los individuos fabricamos tramas de significado, es decir, le otorgamos una cantidad de sentidos a un

³³ Stella Martini, *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Colombia, Grupo Editorial Norma, 2000, p. 32.

³⁴ Miguel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*, Buenos Aires, Paidós, 1996, p. 185.

³⁵ Stella Martini, *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Colombia, Grupo Editorial Norma, 2000, p. 23.

acontecimiento que supera el hecho noticioso, y que deviene posteriormente en consumo personal.

La circulación de la noticia permite que se creen amplias zonas que comparten un conocimiento común de la realidad y que por medio del discurso aportan criterios para la creación de un imaginario colectivo que permite la identificación e identidad, Alsina recoge tres funciones relevantes de la noticia en el aspecto social:

- Construcción selectiva social
- Figuración de la pluralidad social
- Producción del consenso

Estas tres funciones han sido recuperadas en este trabajo pues permiten también clarificar la relación entre acontecimiento y noticia, pues ambos admiten una construcción social en función de una pluralidad social.

Siendo muchos los discursos escritos que se han hecho de Otilino después de su muerte aquí recogeré algunos, en los cuales se mirará, como se ha dicho, el componente lingüístico que mediante adjetivaciones o sustantivos cualifican a la figura de Otilino Tenorio, esto como parte de la construcción discursiva que cada medio ha realizado alrededor de una construcción espectacular y melodramática,

1.4.2 Los medios como generadores de ídolos.

De manera sencilla, podría decirse que un medio de comunicación hace referencia siempre a un actor, a una función, a una cualidad y a un aspecto para hacer noticia. Ahora bien: ¿cómo se construye un ídolo en los medios de comunicación?, es ésta la pregunta central de la investigación. Los medios de comunicación masivos, como la televisión, la radio y la prensa, difunden normas y tendencias culturales, y tienen una enorme influencia en las percepciones y opiniones del público. Ya que, por estas influencias se desarrolla también la representación y la resignificación de los sucesos.

Algunos autores han sostenido que la representación es el resultado de la proyección de patrones y arquetipos en el inconsciente colectivo. El inconsciente colectivo es una “herencia espiritual de la evolución del género humano que renace en cada estructura individual.”³⁶ Por ello se conforman como narraciones que permitirán comprender la vida individual y cultural de una sociedad. Espacios amplios en algún medio o páginas centrales en los diarios, nos hablan de aquello que podrá constituirse en un referente de dichas narraciones obteniendo de esta manera la aprobación de unos y la desaprobación de otros.

Decíamos que, un proceso importante al hablar de la identidad, es considerar que la identidad nos remite a la relación con el otro y por ello es importante el vínculo con la comunicación y con los medios, pues ambos son las dimensiones constitutivas de las

³⁶Louis Marie Morfaux, *Diccionario de Ciencias Humanas*, Barcelona, Ediciones Grijalbo / Referencia, 1985, p. 169.

culturas. Los medios nos acercan en nuestra cotidianidad al “otro” y sobre ese otro construimos el ídolo, la estrella, el político, el beato, etc. Como se ha dicho, la identidad se encuentra cruzada por los medios y los espacios colectivos, ambos tienden a la identificación que permite el reconocimiento, como diría Freud, en la identificación existe “la primera expresión de un lazo emocional con otra persona”.

Esta necesidad del otro permite que se esclarezca el nexo entre identidad y transformaciones culturales, pues de estas resulta la generación de los ídolos. “Comprender las transformaciones culturales implica entonces dejar de pensar la cultura como mero *contenido* de los medios y empezar a pensarla como proceso de comunicación regulado a un mismo tiempo por dos lógicas: la de las *formas* o matrices simbólicas y la de los *formatos* industriales”³⁷ Pues como indica Martín Barbero la comunicación, sus dinámicas propias y sus mediaciones no son ajenas al proceso cultural.

La emotividad propia de Otilino Tenorio dice mucho a la hora de constituirse como un ídolo, pues no hablamos de un ser insensible con habilidades increíbles, hablamos de alguien como nosotros, que lloraba por casi todo como declaran quienes lo conocían, pues su frase favorita fue “Yo lloro”, y así comentan: “Oti lloraba por casi todo, la emotividad lo inundaba al hacer un gol, al quedarse banqueado, al cubrir su rostro con la máscara”³⁸. Alguien que como otros ídolos populares gestionaba su accionar alrededor del espectáculo y la fiesta.

³⁷Jesús Martín Barbero, *Industrias culturales: modernidad e identidad*, México, 1993, p. 9.

³⁸ “Lloraba por todo... ahora lloramos por él”, en *El Comercio*, Quito, 09 de mayo del 2005, p. C-3.

El ídolo popular se caracteriza por que surge ahora desde los medios de comunicación, por la reproducción permanente que estos realizan y por la identificación y el reconocimiento que tenemos en relación a estos. Permitiendo de esta manera la generación permanente de mitos, en los cuales la utilización de determinadas formas como la máscara permite re contextualizar y re significar otorgando sentidos nuevos a las relaciones entre ídolo popular y espacios mediáticos.

Capítulo II

2. Atavíos de OTIGOL

La vivencia cotidiana de la dicotomía entre lo público y lo privado, entre el espacio propio, el de los otros y el que se conforma en el nosotros, es lleno tanto con la presencia real como con la presencia simbólica con las cuales se generan espacios que propician diversos tipos de comportamientos, tal como los comportamientos que se desarrollan entorno a un estadio en un partido de fútbol, los mismos que permiten que una cantidad considerable de personas se sienta identificada.

Es por ello que la dicotomía planteada se ve cruzada por dos aspectos, por un lado la interacción social y por otro la información que se ofrece hacia el receptor-espectador-hincha, en esta relación el sentido de privacidad muta completamente puesto que la mediatización pone en escena aspectos diferentes. En el caso de la puesta en escena de Otilino Tenorio, se consideran dos aspectos a reflexionar en cuanto a la performatividad, por un lado el acceso visual a la figura del ídolo; y por otro lado, la exposición visual, es decir el exteriorizarse a la vida de otras personas.

Por ello la concepción de la máscara y del uniforme es de marcada importancia, pues estos se convierten en los objetos vinculantes con un ritual que encuentra su máxima

expresión en el momento del gol construyendo finalmente como ídolo a Otilino Tenorio. Con la finalidad de enmarcar referencialmente a la figura que se analizará se esboza una construcción biográfica de Otilino y se circunscribirán las narrativas que han erigido a este ídolo popular

Muchos representantes de la cultura popular han utilizado máscaras y vestimentas propias como atractivos particulares que muestran y a la vez esconden, la conformación de algunos de estos ídolos está vinculada con la manera en la que este busca un marco de equidad y justicia.

De entre algunos representantes del cine que forman parte del imaginario popular, que han realizado actos heroicos detrás de una máscara podemos considerar a los siguientes: **Batman**, uno de los héroes urbanos enmascarados que lucha contra los malvados en las noches; **El Zorro**, es un personaje que sin su máscara aparece como frívolo en tanto que al lucir su antifaz cobra un sentido claramente viril y de justiciero a favor de los menos favorecidos. **El Llanero Solitario**, es otro personaje que busca hacer justicia en el oeste americano. **La Máscara**, que narra el transitar de la identidad de un cajero bancario hacia un hiperactivo personaje que adquiere una serie de poderes al utilizar una máscara. **El Santo**, que encarna en sí valores y sentimientos de justicia de los marginados sociales, que traslada su historia logrando el éxito y la fama en la arena de las luchas libres.

El hombre araña, de quien toma la máscara Otilino para lucirla, no de color rojo sino amarilla, azul o plateada, es el personaje que igualmente a través del uso de la máscara justifica sus actos con la finalidad de garantizar la justicia, como una réplica de estos

héroes del espacio cinematográfico, ahora como parte de un espectáculo deportivo. Se ha considerado citar algunos de los personajes enmascarados y disfrazados que han sido parte de historietas, puesto que los relatos a los cuales se refieren permiten visualizar una imagen de héroe no únicamente como un estereotipo sino como un cúmulo de significados, esto debido a que el héroe de la cultura popular sufre las mismas ansiedades e incertidumbres que quienes los miran, finalmente es importante recalcar que la construcción de cada una de estas historietas presenta un discurso paralelo de carácter gráfico que complementa el mensaje lingüístico otorgando continuidad a la narración.

Además de esto, el uso de la máscara sitúa al héroe en un marco de clandestinidad, esta juega el papel principal en la indumentaria de este futbolista, por ello como mencionábamos más arriba en el caso de Otilino Tenorio, esta se constituye finalmente en su único atavío para reflejar un hecho de “heroicidad”. Este hecho de heroicidad se ve traducido en el triunfo en la cancha de un equipo conformado por once jugadores sobre otro equipo con igual número de contendientes por la anotación de un gol, en estos eventos existen dos momentos que son inolvidables por un lado la gestualidad demostrada por el anotador de la diferencia y por otro la euforia de la hinchada que vive ese momento alentador, y en este caso en particular la máscara como hemos venido mencionando se convierte en el auténtico rostro de Otilino, en el gesto capturado que se presenta como un enclave entre ruptura y continuidad, entre orden y caos.

En este sentido el fútbol ha permitido que se cree inclusive un imaginario de país, cuando este se encuentra vaciado de referentes, la participación en un evento deportivo levanta a una comunidad gracias a los discursos que plantean los medios de comunicación

alrededor del mismo, en los cuales las hazañas del deportista son narradas como rituales que movilizan al lector-espectador-hincha generando un alto grado de identificación.

De esta manera nos acercamos a la noción de performatividad, “something “is” a performance when historical and social context, convention, usage, and traditions it is. Rituals, play and games, and the roles of every life are performances because convention, context, usage, and tradition say so. One cannot determine what “is” a performance without referring to specific cultural circumstances. There is nothing inherent in an action in itself that makes it a performance or disqualifies it from being a performance”³⁹. La performatividad es ese aspecto del discurso que tiene la capacidad para producir lo que nombra. Y considerando también los aportes con los cuales se comprende a esta como un mecanismo de defensa a través del cual se da una instauración de nuevos sentidos, como aquel ritual en el cual el disfraz utilizado forma parte de la narración vuelta teatralidad. Si consideramos al uniforme como disfraz es importante suponer que al igual que el uso que le da Otilino a la máscara, la comprensión de este no pretende ocultar la identidad sino ser otro, por ello el disfraz se convierte en un instrumento de juego.

Hemos considerado tratar la performatividad pues es en el cuerpo de Otilino Tenorio, sobre el cual se levanta un campo de batalla diferente al que se libra en el área de juego de un deporte como lo es el fútbol, constituyéndose en aquel espacio a través del cual se ha construido una serie de nuevas subjetividades gracias a la utilización de diferentes

³⁹Richard Schechener, *Performance Studies, an Introduction*, New York, Routledge Taylor & Francis Group, 2002. Algo es performance cuando la tradición, el uso, la convención y los contextos históricos y sociales así lo indican. Rituales, juegos y roles de la vida diaria son preformativos. Uno no puede determinar que es un performance sin referirnos a circunstancias específicas. No existe nada inherente a una acción en sí misma que la haga un performance o la descalifique como tal. (la traducción es personal)

indumentarias como lo son la máscara y la camiseta, con los cuales ha transgredido algunas prácticas que conforman la identidad.

Podríamos abordar el tema del uso de esta indumentaria como estrategia de resistencia frente a la visibilidad de la cual es objeto este ídolo, como señalábamos más arriba a esta doble arista entre acceso y exposición visual, en los cuales es notorio el carácter performativo de la imagen que se basa actualmente en la caracterización mediática generada alrededor de un evento convirtiéndose en aquel pretexto para contar a través de los medios de comunicación una serie de momentos que de no ser descritos de esta manera no serían visibles e incluso dejarían de existir. En este proceso narrativo, no existe una historia concluida sino se va generando paulatinamente pues el carácter performativo se caracteriza por la ejecución continua de diferentes acciones.

El carnaval se ha caracterizado por ser una celebración popular que ha estado establecida como el momento en el cual existe un quiebre entre el orden social y el orden espiritual ordinario, en el cual se ridiculiza al poder y se enaltece lo popular, se presenta como un momento de excesos ya que después se vivencia habitualmente un ciclo de penitencia. El uso de la máscara que le dio Otilino Tenorio, marca espectáculo carnavalesco en la cancha por el cual es recordado, en esta celebración en particular que nos ofrece Otilino, la penitencia purificatoria es inicial, los momentos previos a la anotación del gol permiten que se purguen los excesos venideros y la expiación se vive a través de la realización del gol abriendo la posibilidad a momentos de saciedad traducidos en el baile en la cancha y la puesta en escena de la máscara.

Es claro que existe un vínculo entre la imagen y la memoria, siendo así que al recordar la vida de Otilino Tenorio, parecería que estamos viendo una novela (realizada por los medios de comunicación) de carácter testimonial en la que el yo ausente nos narra lo sucedido, y que más allá de su corporeidad el uniforme, tomado como un disfraz, que condensa el carácter idolatra permite la dilatación del melodrama.

El deporte concentra en sí un contenido, como hemos indicado antes, mítico y de carácter ritual, en este el uniforme que porta el futbolista permite que el individuo se transforme para representar a un personaje logrando mimetizar una serie de sensaciones que lleva a los espectadores a encontrar una relación en los aspectos emocionales y sensoriales. El carácter simbólico del uniforme como disfraz distingue a la figura del jugador en su vida cotidiana del momento en el cual es glorificado por las hazañas realizadas en la cancha.

Toda la construcción identitaria del jugador permite una mutación del personaje, en el cual al salir a la cancha este cambia de nombre, es lleno de apelativos sea por su carácter, su emoción o su fuerza; y por otro lado, se somete a prestar su cuerpo para que los espectadores e hinchas vivan la ilusión que los ha llevado al estadio, como parte de esta ilusión se encuentra el uso de un uniforme, el cual es utilizado también por los fanáticos permitiendo de esta manera vivenciar un metamorfosis simbólica.

2.1 Narrativas biográficas

Es importante considerar el vínculo que existe entre el sujeto, en este caso Otilino Tenorio con los signos existentes que marcan la relación tendiente entre los medios de comunicación y la representación surgida por la asimilación de los mensajes que recibimos, considerando a estos como signos que son llenos con las intervenciones narrativas que se generan en los diferentes espacios, para finalmente producir sentido.

Es por ello que se ha considerado en esta construcción mediática del ídolo popular a los receptores-espectadores-hinchas como protagonistas claves dentro de la narración de los hechos. Aquí es imperante considerar que estos comparten una serie de referentes simbólicos permitiendo que exista una sensación de pertenencia.

Se vuelven entonces importantes las construcciones mediáticas que se realizaron, considerando los cambios que han enfrentado los géneros informativos, que siempre estuvieron caracterizados por su veracidad alejados de la ficción, para presentarnos hoy un tendiente y delicado hilo en el que estos dos aspectos se encuentran entrecruzados.

El trágico fallecimiento de Otilino Tenorio, es el pretexto para abordar la mediatización y reflexionar sobre la narración, transformación y reconocimiento colectivo que permite la subjetividad de la cual ha sido objeto. En el caso de Otilino, como personaje, se constituyó en icono, imagen y referencia que pudo volverse evanescente por el exceso melodramático que lo circunscribió, ya que se generó en los receptores-espectadores-hinchas un sistema pasional de adhesión e identificación.

Parecería que estamos frente a una nueva tendencia en la cual la interacción de las narraciones tradicionales se mezcla con géneros populares como la telenovela, el crimen de misterio, etc. De hecho, frente a la muerte de Otilino se tejió, causando incertidumbre, la presencia de un posible acompañante antes del accidente automovilístico. De esta manera se vinculó con el sistema pasional cubierto de emociones que enlaza y genera el imaginario popular.

Así es como los diferentes medios de comunicación desarrollaron alrededor de este evento una construcción de posibles interpretaciones que no guardaban necesariamente una concordancia con el curso de los hechos ni de la vida de Otilino. Dentro de estas construcciones, se vuelve también importante advertir las diferentes nominalizaciones que se realizaron de este personaje, como “Otigol”, “Tazmania”, “el Spiderman”, “El goleador enmascarado”, “Oti”, etc., que se presentan como operaciones de ficcionalización y que como indicábamos en el apartado anterior moldean el carácter simbólico del personaje las cuales son así mismo consideradas como parte de la emergencia de la subjetividad en los medios.

Por ello quizás nos referiremos a esta construcción como un género impuro⁴⁰, el cual mezcla distintas modalidades y discursos culturales en los cuales existen elementos de mediatización influenciados por géneros como el melodramático y la generación o narración de los hechos a manera de relato como si se tratara de un cuento y la posible

⁴⁰ Género impuro

consideración del rumor, de la información boca a boca y los testimonios, para generar cercanía con el personaje.

Es así como se relaciona estrechamente con el sentido de visibilidad, produciendo un efecto de transparencia hacia esa mirada colectiva que hace que el personaje se convierta en un objeto sumamente frágil en cuanto su imagen es consumida masivamente. Y finalmente se encuentra el problema del contenido que el medio de comunicación ha generado, en este sentido la información presentada por un medio impreso propone un contrato de credibilidad por el proceso de noticiabilidad del cual ha sido objeto el acontecimiento hasta convertirse en noticia.

Sin embargo por los espacios abiertos en los medios virtuales, en los cuales los receptores pueden ser coparticipes en la producción de la noticia y consecuentemente de la realidad, se estructura un relato mediático, que muestra un posible mundo narrativo que tiene un complejo sistema de transformación e interpretaciones del mundo. Este mundo narrativo como veremos en el siguiente capítulo al revisar algunos mensajes dejados por los fanáticos en los blogs de los distintos medios como el propuesto en Hoy on line, en el cual se dejaban mensajes permitiendo al receptor ser partícipe al momento de configurar un conjunto de información que puede llegar a ser considerada simplista y estereotipada.

Esta generación de sentidos, se dirige básicamente hacia la construcción de sentimientos en los espectadores y el establecimiento de un vínculo empático, de allí que en varios medios de comunicación se haya considerado el testimonio y el relato de los sentimientos

privilegiando la identificación, quedando como vínculo no un saber objetivo sobre este hecho en particular sino el reconocer una experiencia única –subjetiva- en la que inclusive el narrador se hace eco de interrogantes que se plantea el receptor-espectador-hincha, también éste revela aspectos íntimos del sujeto, generando finalmente un proceso de reflexividad, pues el espectador se reencuentra con sus propias interrogantes permanentemente, es así como también se va construyendo una temporalidad diferente que no corresponde a la de los hechos sino a la que los receptores, espectadores o hinchas le están imponiendo.

Las diferentes maneras con las que nos apropiamos de los elementos que conforman la cultura permiten que estos sean combinados y transformados, por ello la referencia a una identidad que es relatada permite que comprendamos su construcción mediática y su configuración a través de diferentes tipos de narraciones.

A propósito de este planteamiento Arfuch se refiere a la identidad “no –como- un conjunto de cualidades predeterminadas –raza, color, sexo, clase, cultura, nacionalidad, etc.- sino una construcción nunca acabada, abierta a la temporalidad, la contingencia, una posicionalidad relacional sólo temporariamente fijada en el juego de las diferencias”⁴¹ Y considera esta autora que la representación a través de la cual se construyen las identidades se basa en la narrativización, siempre de carácter ficcional, que se hace de uno mismo, de un individuo o de un colectivo.

⁴¹ Leonor Arfuch, *Identidades, sujetos y subjetividades*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2002, p. 21.

Por ello se plantea la construcción biográfica de Otilino Tenorio, a través de la narración que se ha realizado desde los medios de comunicación considerando que estos tienen la función de unificar patrones de consumo, plasmar las emociones y contar historias de vida. La construcción biográfica de la vida de Otilino Tenorio, no considera si no unos momentos de su vida, es decir una serie de fragmentos que son seleccionados por el significado que adquieren.

Hemos venido hablando de la marcada relación entre la construcción identitaria actual y la presencia del otro, por ello al referirnos al relato biográfico marca sin lugar a dudas una relación con el planteamiento de la otredad, pues el “otro” es el que relata y el “otro” es objeto de ese relato. Se ha considerado la biografía como un género que está destinado a grupos amplios y que como instrumento permite que se forje una concepción del nosotros, por ello al referirnos a la construcción biográfica es importante considerar la función receptor-espectador-hincha la cual se agudiza aún más cuando hacemos referencia al ídolo popular, pues a partir de esta construcción se mantendrán vivos los aspectos formales de este personaje así como la experiencia lúdica que generaba.

Al recoger aspectos biográficos es importante reflexionar también sobre la pertenencia del ídolo a un grupo histórico definido, así como la representación de su propio mundo; y por otro lado, considerar que el hacer referencia a los discursos biográficos de los ídolos nos llevan a la relación entre realidad, representación y ficción. A este respecto Arfuch ha señalado que el rasgo característico de este tipo de construcciones narrativas es justamente su carácter subjetivo, e indica que las biografías, memorias, diarios íntimos se

presentan como discursos que cuentan sobre la obsesión de dejar huellas, de marcar cierta trascendencia y menciona que “en el horizonte mediático, la lógica informativa del “esto ocurrió”, aplicable a todo registro, ha hecho de la vida –y consecuentemente, de la “propia” experiencia- un núcleo esencial de tematización”⁴².

Por ello se hace referencia al valor biográfico considerándolo como un fenómeno especular con el cual se puede organizar una narración sobre la vida del otro pero en el cual también prima el carácter colectivo. Siendo así, el valor biográfico no solamente organiza la narración de la vida de una persona sino la vivencia en general, existe en el que escribe la necesidad de poner distancia, manteniendo objetividad en la historia que se está relatando. De esta manera la narración impone un orden a la vida tanto del que narra como la de sus lectores, permitiendo así que se comprenda la vida que está siendo contada.

Se mencionó más arriba, que se considerarán las narraciones realizadas alrededor de la figura de Otilino Tenorio después de su muerte ya que parecería que su presencia se volvía en un obstáculo de sí mismo; la ausencia del sujeto permite que sea acentuada, por ello los espacios biográficos marcarán ese deseo fallido de “olvidar”, como dice Arfuch.

Por esta razón y por el ansia de conocer con cierto detalle la vida de los otros, en este caso de Otilino Tenorio, El Comercio y el Universo, medios objeto de este análisis, esbozaron una biografía de él, que se ha recogido de la siguiente manera:

⁴² Leonor Arfuch, El espacio de lo biográfico, Dilemas de la subjetividad contemporánea, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 17.

Nacido en la marginalidad en un suburbio de Guayaquil (Barrio La Chalá) el 1 de febrero de 1980, su madre deseaba ponerle por nombre Otelino, sin embargo el Registro Civil, por un error le cambiaron la “e” por la “i”, fue inscrito como Otilino George Tenorio Bastidas.

En el Nacional, el último equipo en el cual jugó, llevaba la camiseta número 14. Tras su muerte, un 7 de mayo del 2005, en el kilómetro 52 de la vía Santo Domingo – Quevedo, una cifra no definida de personas caminaron hasta llegar a la bóveda 21 301 del Bloque 11-D, puerta uno, del Cementerio General de Guayaquil, lugar en el que reposan sus restos.

Dice Arfuch “la insistencia en la mostración pública de la privacidad de todos los tonos posibles de las historias de vida y de la intimidad, lejos de aparecer simplemente como un despliegue azaroso en la estrategia de captación de audiencias, se investía de nuevos sentidos y valoraciones, trazando figuras contrastivas de la subjetividad contemporánea”⁴³ y permitiendo además un auto reconocimiento en el otro.

Esta ansia por el conocimiento detallado del otro y su historia de vida, se encuentra vinculado con el universo del sensacionalismo y del melodrama, ya que la narración de las imágenes, el uso urgido de estas y su desgaste permitió que se presenten una serie de relatos espectacularizados, los mismos que se encuentran cargados de universos simbólicos apuntando hacia la excitación y satisfacción de los deseos.

⁴³ Leonor Arfuch, El espacio de lo biográfico, Dilemas de la subjetividad contemporánea, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 17.

Este tipo de sensacionalismo y melodrama se relacionan profundamente pues buscan acercar la realidad al espectador-receptor, estereotipar los personajes y dilatar las ficciones.

- **Acercar la realidad al espectador-receptor.** La visibilidad mediática deja de depender del sujeto enunciador para depender directamente del destinatario quien la reelabora, pues genera un vínculo emocional.
- **Estereotipar los personajes.** La caracterización de los personajes que posteriormente, como en el caso de Otilino Tenorio, se erigirán como ídolos, presentando a los estereotipos como polos de proyección e identificación que se proponen a las subjetividades de quienes los consumen.
- **Dilatar las ficciones.** Las ficciones se han dilatado tanto que han rebasado ya las intenciones puramente comerciales, presentándose como una nueva forma de socialización dada por las formas productivas y reproductivas en la sociedad actual, permitiendo además una relación directa con el carácter ficcional que encarna la formación de ídolos populares.

La narrativa utilizada en la construcción de la noticia alrededor de la muerte de Otilino Tenorio, organiza en determinado momento de manera ficcional el material biográfico y la reconstrucción de los hechos hasta el instante de su muerte, recogiendo los puntos antes detallados. Dotándole con un carácter melodramático a la narración de los hechos,

consideremos que el melodrama es el género de las pasiones, en el cual prima la emoción, por ello no es extraño que las narraciones periodísticas se encuentren cargadas por este en tanto que se construye la noticia como tal, la narración de las instancias de lo público y privado se vinculan dialógicamente gracias a la utilización de imágenes descriptivas que le dotan de un carácter escénico.

2.2 Narrativas de Otilino y el ídolo.

La sociedad actualmente se encuentra enmarcada dentro de un espectro en el cual la comunicación nos vincula a través de narraciones y afectividades, teniendo como principal aporte las diferentes formas de contar los eventos “este ser más historias que contenidos ha llevado a que los medios de comunicación tengan una acción significativa en la vida social contemporánea, en las agendas de conversación, en la toma de decisiones, en la imaginación de culturas comunes, en la formación de modos de pensar”⁴⁴ y agregaríamos nosotros, han permitido la conformación de los actuales ídolos populares.

Este auge de la narración como Rincón lo señala responde, por un lado, a la ausencia de historias oficiales que contar; y por otro lado, a una nueva caracterización que han tomado las culturas mediáticas, en las cuales se contempla la producción de rituales (entre ceremonia, celebración y juego), la expresión y la significación que se dota a lo

⁴⁴ Omar Rincón, *Narrativas mediáticas*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2006, p. 18.

contado, siendo así que la cultura mediática hace referencia a aquello que puede ser visto como “común”.

La construcción de relatos forma parte del quehacer cotidiano de nuestra cultura. Una vez que los medios de comunicación nos presentan una “realidad”, estamos en la capacidad de replantear lo recibido y buscar canales que nos permiten sugerir y crear nuevas realidades a partir de los relatos que se nos ofrecen.

*"¡Oh Dios!, por qué te lo llevas
tenerlo en el cielo quieres.
Y gozar sus goles y alegrías también.
Lágrimas ya no tengo, he muerto con él.
Y no te imaginas qué falta nos harás"...⁴⁵*

Frases como la que se cita circularon en algunos de los principales medios impresos del país, en los cuales un fanático acude a su fervor religioso para cuestionar al mismo Dios la muerte de su ídolo y asimismo se responde reconociendo lo característico de Otilino: sus goles y alegrías, dice para disfrute del cielo. Incluso en la frase muere el fanático con su ídolo. Y aún más a fondo evidenciamos en esta frase que el individuo alejado de un grupo de referencia se siente perdido y en peligro.

Es importante resaltar aquí que Otilino Tenorio se impuso con un estilo muy propio dentro de una serie de partidos y hazañas en la cancha, lo que le permitió gozar del

⁴⁵ “Oti y su adiós”, en Hoy on line, en <http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino12.htm>.

respeto, simpatía y cariño de muchos. Quienes no lo veían en la cancha tuvieron la oportunidad de mirar su figura en la celebración del gol detrás de una máscara en algún medio de comunicación, esta particular forma de festejar el gol lo llevó a la fama, lo acercó a la gente quien lo erigió como su ídolo popular, todo esto fue a su vez mostrado por los medios de comunicación, de allí que la construcción de estos ídolos populares sea de carácter mediático.

Al momento de recolectar algunas imágenes de Otilino Tenorio, los medios de comunicación más allá de registrar el gol con el cual Otilino lograba imponer a su equipo sobre su contrincante, mostraron la representación de este momento dado por el uso de la máscara en el cual es visible el ambiente de carnaval y fiesta que imponía, la primera oportunidad como un momento de irrupción pero en adelante como el instante esperado para sacar la máscara escondida e irrumpir en el orden establecido.

Por otro lado, Monsiváis destaca que “las formas enredadas –solemnes, divertidas o grotescas- de la vida en sociedad se identifican ante sí mismas de modo más bien típico: multitudes que se hacen y rehacen cada minuto, carnavales previstos e imprevistos, capacidades adquisitivas, placer por extraviarse en los laberintos de la energía o la inercia.”⁴⁶ La multitud que siguió el féretro de Otilino Tenorio, después de tres días de velación, se hizo y re hizo durante este tiempo, reproduciendo el carnaval que Otilino creaba en la cancha.

Debió ser un instante supremo, sublime.

⁴⁶ Carlos Monsiváis, Los rituales del caos, México, Ediciones Era, 1998, p. 15.

Sin embargo, el desbordado fanatismo de los hinchas por Otilino Tenorio

*convirtió la ceremonia religiosa en una suerte de carrera de velocidad y resistencia*⁴⁷



Caravana que acompañó al féretro de Oti⁴⁸

Aunque la cita puede contener aspectos espectaculares, dice Monsiváis “gracias al espectáculo, según se declara con otras palabras, pero de manera inequívoca, el desorden se aquieta... La diversión genuina escapa a los controles, descrea de las bendiciones del consumo, no imagina detrás de cada show los altares consagrados al orden. La diversión genuina (ironía, humor, relajo) es la demostración tangible de que, pese a todo, algunos de los rituales del caos pueden ser también una fuerza liberadora”⁴⁹. Por ello Otilino Tenorio no desaparece mientras el público lo recuerde, se mantiene en nuestra mente gracias a la utilización de recursos que lo conservan ligado a nuestra cultura popular: esos relatos que perduran aunque el tiempo pase.

Hay y hubo jugadores mejores, pero Otigol, apelativo asignado a Otilino Tenorio, se mantiene vivo porque encontró una manera muy particular de festejar los goles, porque

⁴⁷ “Todos querían estar en la misa” en El Comercio, Quito, 13 de mayo del 2005, p. C-2.

⁴⁸ “Otilino Tenorio ídolo de los hinchas”, Blog Emelec Ecuador, 12 de mayo del 2005 en: <http://csemelec.blogspot.com/2005/05/otilino-tenorio-idolo-de-los-hinchas.html>

⁴⁹ Carlos Monsiváis, Los rituales del caos, México, Ediciones Era, p. 16.

convirtió en un rito su festejo, porque sin importar de donde ni a que clubes perteneciera compartía una sola alegría, la alegría de hacerle un gol al tedio, a un domingo más, a la rutina, al mal humor.



Restos de Otilino Tenorio en Quevedo⁵⁰

Pero, como ídolo, su muerte no fue transparente sino con carácter trágico, tal como evidenciarán las noticias presentadas por El Comercio y El Universo. En un principio (de acuerdo al orden de acontecimientos suscitados) se pensaba que Pavel Caicedo,

jugador ecuatoriano de fútbol, acompañaba a Otilino al momento del accidente y que se encontraba en un centro de reposo en la ciudad de Quito.

Sin embargo, luego se dio a conocer otra noticia que indicaba que el acompañante de Otilino era Luís Khols quien 11 días después del suceso se acercó a la Comisaría del Pueblo a declarar los hechos. Pese a esto, para sus familiares, amigos y seguidores, su muerte aún no queda clara. Mostraremos de manera más extensa en el siguiente capítulo la reconstrucción de los hechos a partir de la mediatización del mismo.

⁵⁰ “Fútbol tiene luto por Otilino”, en El Mercurio.com.ec, en www.elmercurio.com.ec/web/imagenes

2.3 Narrativas de Otilino y sus atavíos

Hemos hecho referencia a la narración justamente por considerar a esta como la base actual de una manera distinta de contar lo vivido, de expresarnos, de compartir una serie de sensibilidades que plasman un deseo colectivo. La narración es una manera de expresar un sentir a través de la utilización de algunas formas dramáticas, narrar significa encontrar un sentido. La narración permite que comprendamos la vida de los otros y la nuestra pues existe el vínculo mencionado en el capítulo anterior entre relato e identidad, de tal manera que lo público y privado llega a confluír en la biografía, considerada esta como una experiencia colectiva que refiere a la pertenencia a un determinado grupo con el cual es identificado tanto el lector como el sujeto biográfico y su autor.

La importancia de la narración no radica necesariamente en aquello que cuenta, pero sí en la interpretación que hacemos de lo contado, el uso que le damos. Omar Rincón⁵¹ se refiere a las intervenciones narrativas indicando que estas por un lado juntan diferentes estrategias de contar, no únicamente de representar el mundo y también permiten diferentes modos de interpelación comunicativa.

Decía en el capítulo anterior que la máscara protegía una identidad o recreaba una nueva, por lo que es comprendida como un objeto encubridor o revelador. Al principio Otilino Tenorio, por pedido de uno de sus hijos, utilizó la máscara del Hombre Araña, en el año 2002, fecha en la que el film estuvo de moda. De esta manera nace la más popular de las celebraciones que ningún futbolista ecuatoriano había realizado. Utilizó máscaras

⁵¹ Omar Rincón, *Narrativas mediáticas*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2006.

amarillas, plateadas, azules; es así como Otilino recreaba su fiesta y su alegría la que inmediatamente era contagiada a los demás, todos gozaban con él sus goles y su festejo, en todos los estadios sea en la sierra o en la costa.



Otilino y su hijo Jordi⁵²



Otilino y su máscara⁵³

Siendo así, la máscara que nos muestra Otilino Tenorio, expresa contradictoriamente su auténtica identidad. Este hecho pasó de ser un mecanismo para alegrar a su hijo hasta constituirse hoy en su propio cuerpo⁵⁴, pues es el lugar donde se sitúa el individuo, es su otra identidad (la disfrazada) y revela su propia identidad con la máscara.

Otilino Tenorio captó la atención de las cámaras y de las narraciones periodísticas, la máscara le permitía el baile en la cancha, con ella hacía del gol el momento cumbre de su éxito.

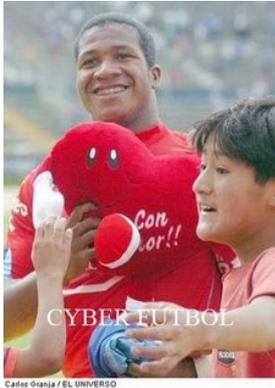
La principal función que la máscara tiene en el uso que le da Otilino Tenorio, ha sido la de transgredir y entretener dando continuidad al pasado y al presente, pues su utilización

⁵² “Adiós al enmascarado. Oti la alegría del fútbol”, en Hoy On line, <http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino2.htm>.

⁵³ <http://www.utenti.lycos.it/caniggia17/moana/otilino-tenorio2.jpg>

⁵⁴ El cuerpo es comprendido aquí como una metáfora de posesión, pertenencia y cualidad.

trae de vuelta el alma a la cual envolvía. Otilino aprovechaba el momento del gol en el cual captaba la atención para hacer pública sus sensibilidades, por ello en alguna



oportunidad aprovechó dicho momento para mostrar un corazón: “Tenía un problema con mi señora y por eso quería enseñarle el corazoncito. Mi corazón se quería salir del pecho por eso tenía patas el peluche”⁵⁵.

Otilino⁵⁶

Los medios han construido con esta un mito alrededor de Otilino, un mito que permite a sus seguidores sintetizar en él la alegría, la garra, la pasión.

"Estuvo desde la misa....

con su máscara azul puesta...

mostró su afecto a Otilino portando una bandera que decía:

*serás eterno como el tiempo y florecerás como la primavera"...*⁵⁷

Nuevamente cito a Omar Rincón, pues cuando hace referencia al entretenimiento indica que “el entretenimiento es una lógica de interpelación social de alta comunicabilidad y seducción: quien la practica encanta, el entretenimiento es el propósito de la vida”⁵⁸ Y si la máscara era un símbolo de festejo, su uniforme le trasladaba de su identidad cotidiana hacia el personaje al cual representaba, por ello es que dentro de esta actividad lúdica que

⁵⁵ “Otilino, la alegría del fútbol” en Hoy on line en <http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino5.htm>

⁵⁶ “Recordando a Otilino”, mayo 07 2008 en: <http://cyberfutbol.blogspot.com/2008/05/recordando-otilino.html>

⁵⁷ “Homenaje póstumo”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

⁵⁸ Omar Rincón, Narrativas mediáticas, Barcelona, Editorial Gedisa, 2006, p. 44.

es el fútbol pensado como juego, el jugador busca una jerarquía social que puede venir por la admiración hacia otro jugador y que busca imitar no solamente en la cancha, por ello parte de estos atavíos es el número 14 en la camiseta de Otilino que fue un símbolo de tributo a Raúl Avilés, conocido como La Turbina, este número lo acompañó a todos los clubes a los cuales perteneció.⁵⁹

Entonces encontramos dos aspectos claves en las narraciones construidas alrededor de Otilino Tenorio, por un lado tenemos la magnificencia de la máscara que tras la euforia producida en un ambiente de exacerbación le dota las características necesarias de ficción y melodrama; y por otro lado, el uso de la cábala a través de su uniforme (ambas prácticas asociadas con lo popular)

Revisemos la construcción de la alteridad a través de la imagen presentada entre la ficción y el melodrama (dados por el uso de la máscara). El considerar el uso de las imágenes para tratar sobre la construcción del otro, puede estar sin lugar a dudas basada sobre metáforas, sin embargo al tratarse de esta como la base sobre la que se da la representación obliga a realizar un acercamiento en cuanto al uso de la máscara y al imaginario producido.

La construcción de la identidad de grupos, sectores e individuos se da en la relación en cuanto los otros dejan de aparecer como sujetos pasivos para ser sujetos de realización,

⁵⁹ El uso del número 14, no fue precisamente por que Otilino haya sido admirador de algún jugador internacional que usara este número, sino porque creció viendo y gritando los goles de Raúl Avilés, a quien se lo conocía como “La Turbina” por los goles que realizaba. Avilés ha olvidado el instante en que Otilino le dijo que solo usaría el número 14 en su espalda. “yo sonreí, le dije que ese numero era feo, que buscara otro que sea más llamativo; el me respondió que no lo cambiaría en honor a su maestro” Tomado de “El catorce era un tributo a la Turbina”, Ultimas Noticias, Quito 09 de mayo 2005.

permitiendo que se construya un nosotros, específicamente en el caso del fútbol y de Otilino Tenorio, alrededor del uso de la máscara y de la cábala generada por el número 14, los dos símbolos de una identidad consagrada a un ídolo.⁶⁰ Este nosotros, implica necesaria y fundamentalmente un reconocimiento de una identidad colectiva, que adquiere plena significación cuando se opone a lo diferente.

Considerando los aspectos descritos, es importante visualizar la dimensión sagrada que tiene el fútbol, en el cual el sentido de nosotros colectivo al que hacíamos referencia nos remite a una serie de valores compartidos que llega a trascender al individuo, parte de esta trascendencia se basa en la configuración de las hinchadas, y en el caso de la construcción como ídolo de Otilino, en la unión de dos barras antagónicas para despedir a este golero, como son la hinchada del Nacional y la hinchada del Emelec, que realizaron un tributo conjunto a Otilino Tenorio el día de su funeral.

Ahora, otro aspecto es el género melodramático que engloba una serie de productos mediáticos contemporáneos (entre ellos la prensa escrita) utilizando un lenguaje particular, como lo es el lenguaje teatral, que se mueve entre los deseos y las pasiones, es así como se puede ver las figuras del exceso, en este caso antítesis entre el bien o el mal, o como hipérboles de la bondad, como se presentó a Otilino Tenorio, cuando se recogía en los medios de comunicación: “Desde la Chala, María, una mujer de 28 años, ahora

⁶⁰ Parte del tributo post mortem, dado a Otilino por parte de sus seguidores, fue justamente el portar las máscaras que lo hicieron famoso, así como también el encender 14 velas.

nuestros niños no tendrán una Navidad feliz como la que Oti les brindaba cada 24 de diciembre, decía.”⁶¹

El melodrama se presenta como una forma de relato que ha dotado al mundo de un sentido en el que se han entrecruzado los valores populares, justamente como este puente entre realidad y ficción y cuya estructura dramática comprende cuatro sentimientos básicos: miedo, entusiasmo, lástima y risa, a los que les corresponden igualmente cuatro tipos de situaciones: terribles, excitantes, tiernas y burlescas, y que son vividas por cuatro tipos de personajes: el traidor, el justiciero, la víctima y el tonto; de hecho actualmente el melodrama permite el reconocimiento a través de la firmeza de un sentimiento, en el caso de Otilino, un sentimiento de admiración, en el cual este personaje ha reflejado sentimientos de entusiasmo demostrado en situaciones excitantes presentándose finalmente como un justiciero.

Por ello en la consideración de esta construcción mediática que se ha dado de Otilino Tenorio, se ha considerado al fútbol como un juego que se da alrededor de una cancha y en unos graderíos, en los cuales se vive el espectáculo, con el fin de dar una interpretación dentro de un espacio y campo altamente subjetivo como el fútbol.

A manera de conclusión, la construcción de relatos en los espacios cotidianos y a través de los medios se da en función a una particularidad mostrada por el ídolo popular, que en este caso fue la utilización de la máscara, la misma que tuvo dos funciones: una

⁶¹ “El dolor de su partida”, en El comercio, Quito, 11 de mayo 2005, p. C-8.

subversiva; y otra, como herramienta para dar continuidad al pasado, esto integrado con la generación del espectáculo que aquieta el desorden y con la muerte trágica del ídolo.

Uno de los aspectos que hemos considerado es la manera con la cual se da la construcción de un discurso mediático de información, el mismo que tiene por un lado una dimensión de confiabilidad pues utiliza estrategias de referencia y fuentes textuales, y por otro lado también visualizamos que se cruza este contenido con una serie de lógicas que pueden ser ficcionales, en donde los personajes, en este caso Otilino Tenorio, son objeto de transformaciones asignándole a la vez una serie de características.

Dice en este sentido Omar Rincón, que “la narración periodística sigue estructuras que juegan entre la sensación y la argumentación, entre lo estético y lo informativo, entre el sentido y el ritmo, entre la verdad y lo verosímil. Se busca comunicar el mensaje con impacto afectivo”⁶².

Además, este receptor-espectador-hincha enciende un sistema emocional ligado a la credulidad, fidelidad e identificación con el ídolo mostrado, pues en un determinado momento de la narración la frontera con el hecho noticio se vuelve muy débil, siendo así que eventos entran en una doble subjetividad: la de los medios y la de sus lectores.

⁶²Omar Rincón, *Narrativas mediáticas*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2006, p. 123.

Capítulo III

3. DISCURSOS MEDIÁTICOS: LA NARRACIÓN DE LOS ACONTECIMIENTOS

“Cuatro horas duró el cortejo del Spiderman del gol.

En el trayecto, que se inició en la FEF y se dirigió al Cementerio,

se calculó una concurrencia de unas 8000 personas”⁶³

3.1 Diseño Metodológico

La metodología utilizada ha sido de carácter deductivo, ya que se refiere a la operación por medio de la cual se parte de uno o más juicios para originar la validez, la posibilidad o la falsedad de otros juicios distintos, de allí que se escogerán los leads, titulares y cuerpo de la noticia presentados por los periódicos El Comercio y El Universo.

Se ha considerado este método para utilizarlo con los dos medios impresos señalados pues el objetivo es revisar los elementos lingüísticos que componen los discursos de estos

⁶³ “Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

medios, uno que representa la región sierra y otro la región costa. En primera instancia con referencia a la metodología de análisis utilizada por Eliseo Verón en Construir el acontecimiento, se realizará un acercamiento a la construcción global de este evento desde la fatal muerte, la remembranza del ídolo el día de su entierro y la historia inconclusa, lo que facultará la obtención de herramientas necesarias que marcaron la construcción definitiva del ídolo popular.

Se dimensionará el análisis en los criterios propuestos tanto técnico como emotivo permitiendo vincular la generación del ídolo, pues como se ha indicado antes, esta concepción se caracteriza por una “adhesión” a lo presentado por los medios de comunicación. Por carácter técnico se comprenderán los señalamientos precisos que narran los acontecimientos y por carácter emotivo las particularidades que cada medio ha aportado de un mismo acontecimiento.

- Se analizarán las primeras informaciones suscitadas a partir del hecho. Desde el 08.05.05 al 10.05.05
- Se revisará el comportamiento de cada medio el 11.05.05, día en el cual se desarrolla el entierro del cuerpo de Otilino.
- Se revisarán los cierres, es decir aquellas noticias que fueron finalizando con la narración este acontecimiento.

Después, se considera también la estrategia expresiva con la que se analizarán los discursos presentados por El Comercio y El Universo tomando como referencia la

propuesta planteada por María Cristina Mata y Silvia Scarafia en *Lo que dicen las radios*,⁶⁴ una propuesta para analizar el discurso radiofónico: Se ha considerado en particular esta estrategia pues como se ha dicho los ídolos actualmente se configuran por las hazañas que logran en la cotidianidad las cuales son reproducidas por sinnúmero de ocasiones, y en todas ellas el pueblo recrea sus sueños, deseos y obsesiones demostrándolo con la utilización de metáforas, palabras afectivas o construyendo frases populares.

El uso de estas dos aproximaciones permitirá que se visualice la caracterización del ídolo popular en los medios de comunicación en su carácter melodramático considerando los aspectos descritos en el capítulo anterior:

- Acercar la realidad al espectador-receptor,
- Estereotipar los personajes
- Dilatar las ficciones.

No se trabajará sobre el discurso iconográfico ya que escapa al objetivo planteado en esta investigación.

⁶⁴ María Cristina Mata y Scarafia, Sonia, *Lo que dicen las radios*, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, Quito, 1993.

3.2 Narraciones mediáticas que componen a Otilino Tenorio

“La prensa es, por un lado, una suerte de laboratorio para el estudio de las transformaciones socioculturales de los grupos sociales y para el estudio de las relaciones entre estas transformaciones y la evolución y el entrelazamiento de los géneros discursivos”⁶⁵, por ello el análisis de las narraciones mediáticas de los dos medios impresos señalados anteriormente.

Se tomará como punto de partida las narraciones alrededor del momento de la muerte Otilino Tenorio, a través de los cuales parecería que existe un aparataje mediático que acompaña al dolor y mediatiza el pésame que puede otorgársele a la familia de Otilino Tenorio y a él mismo. Es por ello que los discursos mediáticos de estos dos medios impresos permiten visualizar la dimensión de la sensibilidad.

El discurso que se utiliza como indicábamos antes es el periodismo narrativo ya que este permite recuperar la emocionalidad. El medio procura la mostración de los sentimientos, de allí que los patrones de información se vinculan con los patrones sociales, recuperando así el valor del afecto en los cuales los discursos son como veremos con carácter pasional, impotente, denunciante o entristecido.

⁶⁵ Eliseo Verón, Revista Comunicativa prensa escrita y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación. Universidad de Paris, s.e, 1987.

3.2.1 Construcciones narrativas noticiosas: la noticia deportiva

Más arriba se mencionó que la noticia es una representación social de la realidad cotidiana, que se logra mediante la recolección de distintos acontecimientos, es importante considerar que en la construcción de la noticia deportiva se utiliza habitualmente la superposición de códigos no verbales en los textos para la presentación de acontecimientos: color, tipografía, explicación visual, relación texto-ilustración, fotografía, etc. Siendo así que la noticia deportiva empieza a exhibirse como un espectáculo.

La narración habitualmente se presenta a manera de crónica, en la cual los lectores nos convertimos en espectadores de representaciones dentro de escenarios definidos, con modelaciones de personajes que circundan lo cinematográfico. Este tipo de discurso se mueve en dos ámbitos: el que genera el lector-espectador-hincha y el que genera o desarrolla el periodista (el otro que narra la historia), habíamos hecho referencia al carácter ficcional o de verosimilitud que contienen las narraciones y precisamente ocurre puesto que la realidad asume un carácter lúdico por la manera en la que es contada.

Consideramos que los contenidos y las imágenes que son presentados en las noticias deportivas posibilitan una gran atracción sobre los lectores por las siguientes características: dirigirse hacia las características individuales de filiación o empatía, logrando el conocimiento de las competencias deportivas y sus resultados, integrando al individuo a un grupo social en el cual se comparten experiencias como hinchas o como espectadores, generando emoción por la identificación; y finalmente, permitiendo que se

liberen las emociones contenidas. Por ello es que hoy este género es característicamente híbrido en el cual se vincula el esparcimiento y lo factual.

Las primeras informaciones

FECHA	EL UNIVERSO		EL COMERCIO	
	Técnico	Emotivo	Técnico	Emotivo
08.05.05	El artillero trató de rebasar a un vehículo y chocó con tráiler		El automóvil del futbolista invadió carril izquierdo por donde viajaba el tráiler en dirección contraria	
08.05.05		Guayaquil se llenó de tristeza		Lloraba por todo ahora lloramos por él
09.05.05			El informe policial indica invasión de carril y posterior choque frontal	

09.05.05			EMELEC despidió anoche a Otilino y goleó 5-1 al Quevedo	
08.05.05		Muerte de Otilino Tenorio enluta al fútbol ecuatoriano. Se apagó la alegría	Guayaquil: Los jugadores eléctricos y los hinchas homenajearon al desaparecido goleador	
08.05.05	Goleador de El Nacional falleció a los 25 años en accidente de tránsito			La hinchada da un emotivo adiós a quien fuera la alegría del fútbol

MEDIO DE COMUNICACIÓN				
FECHA	EL UNIVERSO		EL COMERCIO	
	Técnico	Emotivo	Técnico	Emotivo

09.05.05		Jamás te olvidaremos.		
09.05.05		Pesar de militares por el deceso de Oti.		
09.05.05	Partido amistoso para familiares de Oti		Oti fue arquero en su infancia	
10.05.05		Otilino Tenorio ídolo de su barrio		
10.05.05		El día que Oti volvió		
10.05.05	Sepelio de Tenorio es hoy en Guayaquil			
10.05.05		Aficionados de distintos clubes en la despedida de Spiderman. Los hinchas con Otilino.		

Revisaremos aquí los titulares y leads de información que tanto el diario El Comercio como el diario El Universo difundieron entre el 08.05.05 al 10.05.05, las noticias serán analizadas, como se ha dicho, desde dos puntos el carácter técnico y el carácter emotivo. El Universo recoge 4 titulares y leads con criterio técnico y 7 con criterio emotivo, en tanto que El Comercio recoge 5 artículos con criterio técnico y 2 con criterio emotivo. Sin embargo hasta este momento los dos medios recogen y narran los hechos haciendo una descripción del accidente incluso con ayudas gráficas que recrean lo sucedido para ayudar visualmente al lector para reconstruir lo acontecido.

Las descripciones que realizan los dos medios, en este primer momento buscan la veracidad y garantizar las fuentes de información, así se presenta la descripción realizada por el periódico El Universo: “El accidente de tránsito en el que murió Otilino Tenorio Bastidas ocurrió ayer a las 12:30, en la vía Santo Domingo de los Colorados – Quevedo, en el sector Los Ángeles, a 30 minutos de Quevedo, según dio a conocer el sargento Juan Andrade, encargado del destacamento de la Policía de Tránsito de la parroquia Patricia Pilar.”⁶⁶ En tanto que El Comercio realizó la siguiente descripción: “El accidente ocurrió a las 12:30 del sábado, en el recinto Los Ángeles, parroquia Patricia Pilar, cantón Buena Fe, de Los Ríos. En la vía asfaltada quedaron huellas de una frenada del vehículo

⁶⁶ “Otilino se estrello cerca de Quevedo” en El Universo, Quito, 08 de mayo 2005, p. C-2.

liviano a una distancia de 55 metros de donde fu el impacto. El auto invadió carril izquierdo, por donde viajaba el tráiler en dirección contraria, dice la Policía.”⁶⁷

El carácter emotivo en la narración de noticias es mayormente visible en diario El Universo, sin embargo no deja de contar los hechos, buscando fuentes verificables, principalmente en lo referente al momento mismo del accidente. En tanto que El Comercio privilegia al carácter técnico en sus noticias.

3.2.3 El 11.05.05

MEDIO DE COMUNICACIÓN				
FECHA	EL UNIVERSO		EL COMERCIO	
	Técnico	Emotivo	Técnico	Emotivo
11.05.05		Aficionados de varios equipos de fútbol del país, especialmente del Emelec, su club de origen; de la selección nacional, ex jugadores, dirigentes, amigos,		Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de ‘Oti’

⁶⁷ “El informe policial indica invasión de carril y posterior choque frontal”, en El Comercio, Quito 09 de mayo 2005, p. C-3.

		<p>admiradores del goleador, despidieron de manera multitudinaria al artillero enmascarado trágicamente fallecido el sábado pasado en un accidente automovilístico</p>	
11.05.05			<p>Guayaquil cuatro horas duró el cotejo del "Spiderman" del gol. En el trayecto, que se inició en la FEF y se dirigió al Cementerio, se calculó una concurencia de unas 8000 personas.</p>

A esta fecha, con el sepelio de Otilino, la emotividad gana toda posible objetividad entre ambos medios, el pésame dado mediáticamente tanto por el medio de comunicación como por los testimonios recavados ahonda más en la mitificación del personaje, desborda también el carácter ficcional existiendo inclusive diferencias entre las cifras dadas en relación a la concurrencia de los hinchas que acompañaron al féretro de Otilino, uno de los medios habla de ocho mil personas (El Comercio), mientras el otro de quince mil (El Universo). “Otilino Tenorio tuvo el adiós que merecía. Cerca de quince mil personas fueron partícipes de su sepelio, tres días después de que falleciera...”⁶⁸.

Las notas se llenan cada vez más de sensibilidad y buscan ya no solamente la primicia de los criterios técnicos, sino que privilegian la emotividad. Ambos medios están construyendo al ídolo popular después de su muerte, ya que la noticia narra precisamente el carnaval que se vive entre el funeral y la cancha, “a ratos el cortejo más parecía el festejo de un título. Las barras Boca del Pozo y del Ché Pérez querían recordar a Otilino con la sonrisa y la alegría que siempre les brindó”⁶⁹.

⁶⁸ “Adiós Otilino Tenorio”, en El Universo, Guayaquil, 11 de mayo del 2005, p. C-1.

⁶⁹ “Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

3.2.4 Los cierres

MEDIO DE COMUNICACIÓN				
FECHA	EL UNIVERSO		EL COMERCIO	
	Técnico	Emotivo	Técnico	Emotivo
16.05.05		El Nacional no pudo ganar en el homenaje a Otilino. Sorpresa Riobambeña		El show se llevó por delante la tragedia

Tras ocho días de construir la noticia, ambos diarios cierran prácticamente lo sucesos acontecidos alrededor de la muerte de Otilino Tenorio, el diario El Universo, haciendo una nota caracterizada por matices emotivos como la narración de las palabras del Sacerdote que dio inicio al cotejo futbolístico realizado en honor a la memoria de Otilino Tenorio, hecho inusual en los partidos de fútbol. Mientras que El Comercio cierra realizando una crítica frontal hacia los demás medios de comunicación que, por aumentar el raiting, no tuvieron reparos en modificar cifras y testimonios. Sin embargo cada diario, con su estilo, construyó un ídolo popular en sus relatos.

Estos medios se caracterizaron también por mencionar cinco veces las máscaras que portaba el goleador, dos veces el fanatismo y show que se apoderó del momento del sepelio, e indicar cinco veces que Otilino fue ídolo pese a su corta edad.

Los discursos de estos dos medios de comunicación que pertenecen tanto a la Sierra como a la Costa han sellado la creación de un ídolo, la participación de Otilino en equipos de las dos regiones me permite indicar que este ídolo creado ha formado parte de una identidad común, el número 14 de su camiseta, la máscara, el baile, el himno y la bandera de los equipos forman parte de esta.

Estas formas populares que han sido retomadas desde el formato de las barras, el uso de la máscara y la ficcionalización de su regreso el día del encuentro futbolístico amistoso en su honor, son consideradas como elementos simbólicos en los cuales el ídolo construye tradiciones, historias y leyendas, Hugo Hassman las llama “*formas populares de la esperanza*; con sus voluntarismos sus furias, su religiosidad y su melodramatismo”⁷⁰.

Pero la realidad de estos ídolos es más compleja, con la caída de los grandes relatos se ha provocado la búsqueda de pertenencia en otros ambientes, por lo que estas formas alternativas de participación, a través del consumo de los símbolos que forman al ídolo (máscara, mitos, uniformes, cábalas), cobran mucha más fuerza con los espectáculos masivos y el apoyo de los medios.

De todos los espectáculos, como hemos visto en los fragmentos de noticias recogidos de ambos medios, el fútbol es el que levanta ídolos, tradiciones y mitos, pues cubre una serie de reflexiones que trascienden el tiempo y el espacio. Uno de los mayores protagonistas

⁷⁰ Jesús Martín Barbero, *Cultura Popular y Comunicación de Masas*, en <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-56.html>.

de este proceso han sido los medios de comunicación, un deportista llena los diarios, la televisión o la radio cuando efectivamente los medios le han asignado un grado de espectacularización; y el otro gran protagonista, somos quienes llenamos esos espacios cotidianos dando sentido a esos espacios de comunicación.

3.3 Narración construida por El Comercio.

En este y en el siguiente apartado se mirarán los discursos periodísticos desde la estrategia expresiva, considerando la utilización de dichos o frases populares, de metáforas, de palabras afectivas, en el margen de:

- Acercar la realidad al espectador-receptor,
- Estereotipar los personajes
- Dilatar las ficciones.

Para esto se revisará en su totalidad las noticias presentadas.

Iniciaron las narraciones de los hechos a partir del informe policial presentado, la noticia “El informe policial indica invasión de carril y posterior choque frontal”, recoge una fotografía en la cual se muestra el automóvil destrozado de Otilino Tenorio y una narración periodística detallada de lo acontecido permite que se de ese acercamiento de la realidad al espectador receptor pues permite inclusive imaginar como se dieron los hecho:

“El pesado automotor arrastró el automóvil. El conductor del trailer, quien escapó tras el accidente, no pudo controlarlo, perdió el control, se cambió al carril contrario, se salió de la vía y se volcó. El sargento Rafael Lema, quien elaboró el parte, dijo que se desconoce la identidad del acompañante de Tenorio. Supuestamente fue llevado a una clínica de Buena Fe”⁷¹. Con esta narración además se inicia la presentación de una muerte poco clara en la cual se empieza a cernir la posibilidad de un acompañante anónimo o desconocido, de esta manera se empieza a configurar la muerte trágica y poco clara de Otilino Tenorio, dotándole del carácter mítico.

La estereotipación del personaje se presenta cuando se narra en otra noticia presentada ese mismo día en el diario: Emelec despidió anoche a Otilino y goleó 5-1 al Quevedo. La narración muestra como en la cancha los compañeros de Otilino no dejan impune su muerte al golear por 5 tanto a 1 y narra un despliegue de homenajes: “El homenaje principal empezó minutos antes de iniciar el encuentro. Un grupo de 12 aficionados de la barra Boca del Pozo sorteó las barreras policiales e ingresó a la cancha con un inmenso cartel y un arreglo floral en forma de cruz. Desplegaron la pancarta una vez que estuvieron en el centro del campo. La leyenda decía “Oti jamás te olvidaremos”, mientras en las gradas todos los parciales eléctricos se ponían de pie”

La noticia cuenta como mencionábamos antes el despliegue del pésame presentado a la figura estereotipada del ídolo caído en un trágico accidente y alrededor de una muerte poco clara por el posible acompañante. Y continúa la noticia: “Al final llegó el

⁷¹ “El informe policial indica invasión de carril y posterior choque frontal”, en El Comercio, Quito, 09 de mayo del 2005, p. B-2.

homenaje de los jugadores. Todos salieron a la cancha con una camiseta con el número 14, que utilizó Tenorio durante su exitosa etapa con el equipo azul. Junto con los futbolistas del Deportivo Quevedo rindieron tributo a ‘Oti’ o “Spiderman” antes del inicio del encuentro”.⁷² Se vivencia esa metamorfosis simbólica que realizan los jugadores al utilizar el número que portó Otilino en su uniforme y parecería que el “uniformarse” de esta manera permite la contundente goleada a su contrincante, este ritual de cánticos hacia el ídolo lo estereotipan como el hacedor de este resultado por lo que como despliega la información este medio el resultado quedó de lado preponderando la importancia de haber realizado un tributo.

Continúa el acercamiento de la realidad al espectador que narra la siguiente noticia: “La carroza funeraria León llegó temprano a la casa de “Doña Fanny”, la madre de Otilino Tenorio, en la Ataranta, donde toda la noche del sábado se veló el cadáver de su hijo. En la sala de la villa número 20, el ataúd semiabierto dejaba ver el rostro del futbolista golpeado e hinchado. El resto del cuerpo estaba cubierto por una manta blanca.”... “Doña Fanny estuvo inconsolable todo el tiempo. Vivió un día de la madre muy amargo. Cerca de ella el tierno hijo de Otilino Tenorio jugueteaba en el salón sin darse cuenta de la magnitud de lo sucedido.”⁷³ La coloquialidad y familiaridad en el uso del lenguaje con el que es narrado genera cercanía y afectividad hacia los miembros de la familia de Otilino, por ello hace referencia a Doña Fanny y al hijo de Otilino. Por otro lado nos presenta al jugador fuera del cancha, en el cual ya no porta su uniforme, el cual tomado

⁷² “Emelec despidió anoche a Otilino y goleó 5-1 al Quevedo”, en El Comercio, Quito, 09 de mayo del 2005, p. C-3.

⁷³ “La hinchada da un emotivo adiós a quien fuera la ‘alegría del fútbol’”, en El Comercio, 09 de mayo 2005, p. C-2.

como disfraz condensa ahora en su ausencia aún más el carácter idólatra que permite la dilatación de la ficción del ídolo popular, en tanto es un atavío para protegerlo.

El día del entierro de Otilino, es presentado como noticia de tal manera que se realiza la expresión de los tres aspectos descritos que permiten el desarrollo melodramático de la narración periodística en la cual se acerca la realidad el espectador, se estereotipa al personaje y se dilatan las ficciones, la noticia Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de ‘Oti’: “A las 12:45, tras cuatro horas de una extensa caminata, que incluyó el paso por la casa de sus padres en La Ataranta, la tumba de Otilino Tenorio fue sellada (...) Esto, mientras desde varias cuerdas se escuchaba a una sola voz ¡como no te voy a querer, como no te voy a querer, si eres para mi la vida, por eso nunca te dejaré...! (...) El camposanto se vistió de azul. Unas 8000 personas se congregaron alrededor del sitio para despedir al futbolista de 25 años.”⁷⁴

Sin embargo como se indicó este diario también presentó criterios emotivos al momento de narrar lo acontecimientos hechos noticia, bajo el titular este mismo titular: “Tras una misa iniciada a las 08:00, la bendición del padre Omar Pérez fue el anuncio de que estaba por iniciarse el viaje final de Otilino. Y el Mariachi Monterrey acompañó la salida del cuerpo desde el local de Ecuafútbol mientras Luis Fernando Suárez y su cuerpo técnico de la selección parecían no digerir aún el hecho que estaba ante sus ojos.”⁷⁵ Utilizando

⁷⁴ “Los gritos futboleros siguieron la caravana solidaria de ‘Oti’”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

⁷⁵ “Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti, Un masivo adiós”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

también la estrategia expresiva con la utilización de metáforas al decir “el viaje final de Otilino” en lugar de “el cortejo funeral para el entierro de Otilino”:

El relato que se hizo del llanto de los compañeros de Otilino y la descripción de cuatro horas de caminata, aunque no profundizó en más hechos, evidenció de manera muy descriptiva el trágico deceso de un ídolo. “El llanto inconsolable de Carlos Hidalgo y Richard Borja, abrazados en una conmovedora escena, a pocos metros del sepulcro donde reposan desde ayer los restos de su compañero y amigo Otilino Tenorio, reflejaron el sentimiento de dolor de millares de personas durante el adiós al futbolista guayaquileño.”⁷⁶

No se deja de contar en “OTI fue carnaval, máscara y goles”, en este el “carnaval en miniatura” que levantaba el delantero cada vez que anotaba un gol y sacaba su máscara para el festejo. En 50 ocasiones utilizó su máscara oculta para arrancar todos los aplausos y todos los gritos de la hinchada en el festejo.

La construcción discursiva realizada por El Comercio hizo referencia a un ser humano, no hizo énfasis en sus goles ni profundizó en su trayectoria. En sus textos acercó al niño de la Chalá, el joven soñador, al padre alegre que sin saber que el usar la máscara alegraría a más de uno lo hizo sin pensarlo dos veces solo por darle una sonrisa a su hijo. Se llena aquí de adjetivaciones a Otilino al llamarlo soñador y alegre, es decir recurriendo a la estrategia expresiva mediante la utilización de palabras afectivas.

⁷⁶“Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti, Un masivo adiós”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo del 2005, p. C-8.

“Entre risas confesó que la celebración de la máscara era para entretener a sus pequeños y demostrarles cuánto se divertía jugando fútbol. Este espectáculo se convirtió en la fiesta del tan aclamado Otigol”⁷⁷

Tras cuatro días de ediciones posterior a la muerte de Otilino Tenorio, El Comercio en su redacción Guayaquil, cierra prácticamente esta historia con un titular El show se llevó por delante la tragedia y realiza una crítica de los estilos periodísticos imperantes que contaron este suceso. Por un lado este artículo menciona los hechos multitudinarios y populares y por otro la explotación de las emociones, por lo que el criterio emotivo es el que prima en esta noticia.

Por ello este artículo menciona haberse mostrado *todo* de Otilino, tanto que ya no había qué informar. “En promedio, los canales transmitieron tres horas en vivo, ese martes. Los que más tiempo lo hicieron fueron Gamavisión y Canal Uno. Con tantas horas de transmisión al aire llegó un momento en que no había nada qué informar, así que decidieron repetir hasta el cansancio imágenes del jugador, de sus goles, de su máscara de Spiderman, abrazando un peluche, bailando con sus hijos...”⁷⁸

Aunque no se llenó de adjetivos al jugador en los artículos escritos por este diario, la apertura de un canal de condolencias, nuevamente la mediatización del pésame que mitifica al ídolo, como espacio virtual abierto por diario El Comercio, para que los hinchas escribieran notas de despedida y pésame por la muerte de Otilino. Permitió que la

⁷⁷ “Otilino: Un hombre de puro corazón”, en El Comercio, Quito, 13 de mayo del 2005, p. B-2.

⁷⁸ “El ‘show’ se llevó por delante la tragedia”, en El Comercio, Quito, 16 de mayo del 2005, p. B-2.

emotividad de los hinchas por la pérdida de su ídolo llegue desde todos los lugares del mundo. De ellas presento algunas:

A la distancia un saludo al hombre que dio alegría no solo a unos cuantos equipos ecuatorianos sino a la tricolor. Sea recordado como una persona luchadora que siempre estuvo de la mano con sus compañeros y que su memoria siempre quede presente en el fútbol ecuatoriano y en todo el Ecuador. Gracias Oti por darnos un millón de alegrías. Gracias. Que descanses en el seno del señor.

Fue una noticia estremecedora. Es verdaderamente una gran pérdida para el deporte nacional y sin duda para su familia. Se terminó uno de los espectáculos del fútbol por su alegría, sus goles y su carisma.

Quisiera por este medio hacer llegar las más sentidas condolencias a los familiares de OTILINO TENORIO. La única vez que lo vi fue en el estadio de los Gigantes en Nueva Jersey. Un jugador así no hay en cualquier lugar lo siento de verdad y le deseo paz en su tumba, y el pésame a los familiares de OTIGOOOOOOOOOOOOOL.

Extrañaremos tus máscaras, tus alegrías y ocurrencias, pero más que nada nos hará falta un gran ser humano. Descansa en paz Otilino

Podemos verificar que las estrategias expresivas utilizadas por este medio de comunicación se marcaron alrededor de la utilización de metáforas y de palabras afectivas, lo que permite que la categoría de ídolo popular se mantenga y permanezca.

3.4 Narración construida por El Universo

Diario El Universo narró los sucesos como se narra una crónica, así fue su primera noticia publicada, que incluso realizó una gráfica con la reconstrucción de los hechos, como indicábamos antes el uso de códigos no verbales en los textos permite que se construya el espectáculo. “A los alrededores del cementerio de Quevedo, donde está ubicado el anfiteatro, llegó una gran cantidad de personas para darle el último adiós al goleador guayaquileño, las que pese a su tristeza entonaban canciones del Club Sport Emelec.”⁷⁹

Con este titular: Otilino se estrelló cerca de Quevedo, se narra el deceso del futbolista, que además -sin quererlo-, muestra también como noticia que cualquier suceso para existir tiene que ser comunicado por algún medio de comunicación, cuando esta noticia cita el relato de la madre al enterarse del hecho: “Un amigo acudió a mi casa y nos dijo que había escuchado la noticia por la televisión.”⁸⁰

La espectacularización se vuelve más obvia en este medio, valiéndose de narraciones detalladas que describían su vida, su trayectoria futbolística, bajo el titular: Se apagó la alegría, “nació como arquero y se convirtió en artillero, un artillero con carisma, de esos que cuando hacía un gol transmitía una alegría doble: una por su conquista, otra por su celebración.”⁸¹

⁷⁹ “Otilino se estrelló cerca de Quevedo”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo del 2005, p. 2-C.

⁸⁰ “Otilino se estrelló cerca de Quevedo”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo del 2005, p. 2-C.

⁸¹ “Se apagó la alegría”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo del 2005, p. C-1.

Y nos cuenta también su último partido, como si su muerte hubiera sido anunciada al ser expulsado quedando fuera del partido de la siguiente fecha. También se hizo latente la exposición del dolor, por parte de todos quienes trabajaron cerca de él. Recoge este medio: “Es una pena enorme, era un jugador que transmitía alegría al fútbol, expresó con mirada húmeda.”⁸²

Se hace mención a Otilino de distintas maneras, se lo llama: ídolo de grandes y pequeños, el Spiderman, Otigol, un chico grande, artillero enmascarado, el goleador enmascarado, todas estas caracterizan de manera particular al ídolo, con el que muchos sueños se perdieron tras su muerte, uno de ellos era realizar un álbum de figuritas de Oti.

Pero la emotividad desplegada por este medio se evidencia, al recoger frases, palabras, testimonios, que narran el dolor de todos los que conocieron a un jugador que destellaba alegría. Bajo el titular Jamás te olvidaremos: “Quienes conocieron al jugador no pudieron controlar la pena y el dolor, sentimiento muy contrarios al que en vida siempre despertó el *Spiderman*: La alegría”⁸³... “Por eso, tampoco importó la ausencia de los acostumbrados trajes de colores oscuros. La mayoría de los hinchas y amigos acudió que se despidieron de Otigol asistieron en pantaloneta, con gorras y con zapatos deportivos.”⁸⁴ Otilino Tenorio marcó la subversión al orden al momento de lucir su máscara y siguiendo este uso sus fanáticos también dejaron de lado el orden social impuesto para presentar su último adiós despojados de los patrones que impone el orden.

⁸² “Se apagó la alegría”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo del 2005. p. C-1.

⁸³ “Jamás te olvidaremos”, en El Universo, Guayaquil, 09 de mayo del 2005, p. C-1.

⁸⁴ “Jamás te olvidaremos”, en El Universo, Guayaquil, 09 de mayo del 2005, p. C-1.

Este medio mantiene en suspenso el posible acompañante de Otilino Tenorio, cuya nominación aparece esporádicamente en las noticias presentadas “El último en la fila fue Pavel Caicedo, de quien se decía que viajaba junto a Otilino, pero con su presencia quedó descartado que estuvo involucrado en el accidente.”⁸⁵ Parecería una novela policial en la cual se van descartando los involucrados paulatinamente mientras se acerca el desenlace.

Como nunca antes, nos permite ver este diario en uno de sus artículos: Los hinchas, con Otilino, que la filiación y el carácter de identificación fue vinculado con Otilino Tenorio como ídolo, más allá de la filiación a un equipo de fútbol, lo que provocó, incluso, que dos barras antagónicas como son la de El Nacional y la de El Emelec se junten para cantar su adiós en el último partido jugado (oficialmente) en su nombre, “Mostraremos un gran lienzo con el rostro de él, prenderemos catorce velas, cantaremos para él y no por el partido. Queremos pedir a la directiva de El Nacional que nadie más use el 14 en el equipo⁸⁶” recoge este medio.

Bajo el titular El día que “Oti” volvió, no se podía dejar pasar la vida del ídolo, pese a la nostalgia se dice que Otilino regresó al Capwel, y se hace énfasis en esta frase por ocho veces en un mismo artículo, y es que en verdad la reencarnación del ídolo en los sentimientos de las personas, se construye y no desaparece aun cuando el cuerpo se haya ido.

⁸⁵ “Pesar de militares por el deceso de Tenorio”, en El Universo, Guayaquil, 09 de mayo del 2005, p. C-1.

⁸⁶ “Los hinchas con Otilino”, en El Universo, Guayaquil, 10 de mayo 2005, p. C-1.

“Otilino Tenorio regresó al Capwell. Lo hizo el pasado domingo, en medio de gritos, entre pancartas, en medio de banderas a media asta, entre camisetas azules o negras de duelo. Otilino Tenorio volvió al Capwell. Allí en medio de un partido que importa menos que el recuerdo, apareció de nuevo, sin sus fintas, sin sus goles, sin su máscara. Apareció de pronto, entre la fanaticada de Emelec que no lo olvida, que lo grita, que lo añora, que le recuerda que un accidente no extirpa la memoria”⁸⁷ La estrategia expresiva de la metáfora es considerada en este medio cuando se señala como noticia que Otilino regresó, que apareció nuevamente en el estadio de fútbol.

Su sepelio movilizó a 15000 personas, esta es una de las cifras que El Universo se preocupó en mostrarnos, sin embargo un partido en su nombre no acarreo a más de cinco mil fanáticos. Las narraciones que este diario ha realizado incluyen desde las palabras del Padre al momento de dar Santa Sepultura hasta el testimonio de una fanática que viajó 12 horas para estar por vez final junto a su ídolo.

Y se manifiesta nuevamente bajo el titular: Adiós Otilino Tenorio: “El dolor se manifestó de mil formas. En cada una de las lágrimas derramadas. En cada grito, en cada lamento, en los pañuelos blancos... pero también en el amor”...“Otilino, quien fue ídolo pese a sus escasos 25 años. La muerte lo sorprendió cuando más vivo estaba. Ahora ya es un entrañable recuerdo”⁸⁸ Como parte de las estrategias expresivas se da la utilización de frases populares al decir murió cuando más vivo estaba.

⁸⁷ “El día que Oti volvió”, en El Universo, Guayaquil, 10 de mayo del 2005, p. C-2.

⁸⁸ “Adiós, Otilino Tenorio”, en El Universo, Guayaquil, 11 de mayo del 2005, p. C-1.

Decíamos en el capítulo anterior que una de las estrategias utilizadas como parte de la construcción del personaje como ídolo popular es justamente el contar con testimonios de las personas que se sintieron identificadas con el personaje, recoge este medio al narrar las manifestaciones del dolor, esas hipérbolas del sentimiento que mencionábamos: “El dolor se manifestó... en las doce horas de viaje por tierra de Elena Fernández, quien llegó desde Tulcán para darle el último adiós a su ídolo”⁸⁹ Así como también mostró la fotografía de un hincha que lloraba desconsolado por la muerte del goleador.

Sin embargo cuando parecía haberse sellado esta historia una noticia sobre el acompañante de Otilino al momento del accidente abre una nueva información alrededor de esta muerte que no podía ser tan simple por tratarse de un ídolo pues siempre es necesario construir una gran historia. Y recoge la comparecencia de Luís Antonio Kohls “se producirá para que Kohls reconozca el arma que se encontró debajo del asiento del vehículo de Tenorio y presentar su versión de los hechos. Kohls reconoció que el jugador de El Nacional poseía un arma de fuego, pero negó conocer algo sobre el dinero que supuestamente trasladaba hacia Guayaquil. Dijo que no sabía con exactitud la cantidad que llevaba el Spiderman, pero supuso que no era considerable, debido a que Blanca Sánchez (compañera sentimental de Tenorio y quien los acompañó hasta la Concordia) le pidió dinero al futbolista y él le entregó únicamente \$80, porque argumentó que no tenía más.”⁹⁰ Con esta nota se cierra la noticia sin embargo la muerte claramente trágica por un accidente de tránsito tomó de repente otro matiz al encontrar en el vehículo de Otilino

⁸⁹ “Adiós, Otilino Tenorio”, en El Universo, Guayaquil, 11 de mayo del 2005, p. C-1.

⁹⁰ “Kohls es protegido por la Defensoría”, en El Universo, Guayaquil 20 de mayo del 2005, p. C-1.

licor, un arma blanca, dinero y un acompañante ileso que viajó inmediatamente a Quito tras el suceso.

La propuesta de análisis realizada a partir del corpus determinado de noticias generadas desde el 08 hasta el 16 de mayo del 2005, en dos diarios de circulación nacional: El Universo y El Comercio, ha intentado evidenciar la construcción mediática y el sentido de relevancia de un personaje como Otilino Tenorio. Este análisis nos permite visualizar el gran contenido melodramático, simbólico y emocional que fue utilizado desde la primera narración de los acontecimientos. “Como es un acontecimiento narrativo, su legitimidad está más marcada por la verosimilitud (contar para que parezca real) que por su veracidad”⁹¹. El recuento de los hechos ha creado por un lado la ilusión de objetividad pero también ha tocado la subjetividad al incorporar como parte de las noticias relatos personales.

Los discursos mediáticos reelaboran el carácter simbólico de la vida y reestructuran relaciones tendientes en los espacios colectivos a través de la noticia, siendo que comprendemos a ésta como una representación social de una realidad cotidiana. Se ha revisado el carácter biográfico de Otilino como aquella ansia de trascendencia y de evidenciar como público lo privado para lograr un autoreconocimiento. Por otro lado se ha visto la preponderancia de criterios emotivos los que permiten una mayor identificación a la hora de conformar un ídolo popular, por ello concluyo este capítulo

⁹¹ Omar Rincón, Narrativas mediáticas, O como se cuenta la sociedad del entretenimiento, Barcelona, Ed. Gedisa, 2006, p. 111.

indicando efectivamente los medios construyen ídolos populares por los elementos simbólicos y el contenido no verbal que han recogido al hacer la noticia.

Capítulo IV

4. CONCLUSIONES

Uno de los aspectos que se ha podido considerar a lo largo de la realización de este trabajo es la manera con la cual se da la construcción de un discurso mediático, el mismo que tiene por un lado una dimensión de confiabilidad el cual se da dentro del proceso de noticiabilidad, pues utiliza estrategias de referencia y fuentes textuales, y por otro lado también permite visualizar la relación con una serie de lógicas populares que pueden ser ficticiales. En este margen de referencia los personajes, en este caso Otilino Tenorio, son objeto de transformaciones asignándoles a la vez una serie de características hasta convertirlos en ídolos.

Los medios de comunicación, son un eje importante en la construcción que se ha realizado ya que la reproducción permanente de un mismo evento permite que se desarrolle una generación constante de mitos, que posibilite por la influencia del mercado la venta no únicamente imágenes sino también imaginarios.

El análisis tanto del carácter técnico como de carácter emotivo y de las estrategias expresivas que se realizó a los dos medios de comunicación impresa, hizo visible la preponderancia en la utilización de metáforas, palabras afectivas y dichos populares de

manera que la categoría de ídolo popular se mantiene y permanece. La hipótesis planteada alrededor de la construcción de una identidad imaginada y relata ha sido verificada una vez que se ha realizado la investigación pudiendo evidenciar que la identidad es el resultado de representaciones culturales e imaginarios colectivos.

La aproximación realizada a la noticia me abre una perspectiva nueva, al considerar a esta como una gestora de la reelaboración del carácter simbólico de la vida, lo que permite que se revise la intención de hacer un recorrido biográfico de Otilino como aquella ansia de trascendencia, de estar ahí y de hacer público lo privado para lograr un autoreconocimiento.

Por otro lado, la función receptor-espectador-hincha ha evidenciado el sistema emocional que inunda inclusive la construcción de la noticia, siendo así que los eventos entran en una doble subjetividad: la de los medios y la de sus lectores.

Los espacios cotidianos son un eje para la construcción de ídolos pues permanentemente interpretan, moldean y dotan con nuevos significados a las formas y los formatos en los cuales se construyen los ídolos. Esta categoría de ídolo popular se da puesto que la identificación de reverencia alcanzada por el pueblo es muy alta y su construcción dista mucho de asemejarse a la de un héroe nacional.

El ídolo se mantiene vivo pues su mitología ha superado el tiempo y en el caso de Otilino, algunas herramientas utilizadas como la máscara a manera de fetiche, y el uniforme a manera de disfraz, fueron precisamente aquello que permitió que sus fanáticos

lo siguieran hasta ahora, la máscara al ser utilizada por Otilino en lugar de ocultarlo se convirtió en un elemento que mostraba la verdadera esencia del ídolo.

Puedo aseverar entonces que la máscara que nos muestra Otilino, expresa contradictoriamente su auténtica identidad, pues es el lugar donde se sitúa el individuo, es su otra identidad (la disfrazada) y revela su propia identidad con la máscara, y esto es corroborado por la preponderancia a la utilización de la máscara que cada uno de los medios de comunicación privilegió ya que han construido con esta un mito alrededor de Otilino.

Por otro lado con este nuevo tipo de relatos que se realizan se construye actualmente la historicidad, puesto que además de alimentar el imaginario popular permiten la determinación de esas nuevas formas de configuración de la identidad desde la construcción de ídolos, a partir de los discursos mediáticos y los espacios cotidianos. La identidad no es una característica que está concluida sino que se hace permanentemente, y este hacerse otorga diferentes sentidos a la vida. Este hacerse permanentemente se logra gracias a la generación de relatos que repercute en una identidad narrada.

En esta formulación de una identidad narrada los relatos y narraciones ponen de manifiesto la intersección entre representación y acción. Existe una relación activa entre los relatos y el pueblo, esta relación genera un reconocimiento que permite que se actualicen las identidades, diluyendo las fronteras existentes entre los espacios mediáticos y los espacios cotidianos.

Referencias

Referencias Bibliográficas:

- Alabarces, Pablo. *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Clacso, Buenos Aires, 2003.
- Alsina, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Buenos Aires, Paidós, 1996.
- Arfuch, Leonor. *El espacio de lo biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Fondo de Cultura Económica. Argentina. 2002
- Arfuch, Leonor. *Identidades, sujetos y subjetividades*. Prometeo Libros, Buenos Aires, 2002.
- Barbero, Jesús Martín. *Industrias culturales: modernidad e identidad*. México, 1993.
- Barthes, Roland. *Mitologías*. México, Siglo XXI, 1994
- Caillois, Roger. *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. Fondo de Cultura Económica. México 1986.
- García Canclini, Néstor. *Cultura y comunicación en la Ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios*. México, Grijalbo, 1998.
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires, Sudamericana, 1995.

- Garnica Zucal, José y Salerno, Daniel. Estadios, hinchas y rockeros variaciones sobre el aguante en Alabarces, Pablo. *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Clacso, Buenos Aires, 2003.
- Gubern, Román. *Máscaras de la ficción*. Barcelona, Anagrama, 2002.
- Hall, Stuart. *Cuestiones de Identidad Cultural*. , Amorrortu Editores, 2003.
- Kusch, Rodolfo. *América profunda*. Editorial Bonum, Buenos Aires, Argentina, 1986.
- Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia *Lo que dicen las radios*. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. Quito. 1993.
- Monsiváis, Carlos. *Los rituales del caos*. México, Ediciones Era, 1998.
- Morfaux, Louis Marie. *Diccionario de Ciencias Humanas*. Ediciones Grijalbo / Referencia. Barcelona 1985.
- Reguillo, Rosana. “El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas ¿Una agenda de comunicación?, *Diálogos de la Comunicación*, 49.
- Reguillo, Rosana. *Emergencia de culturas juveniles*. Bogotá, Editorial Norma, 2000.
- Rincón, Omar. *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Editorial Gedisa, 2006
- Schechener, Richard, *Performance Studies, an Introduction*, New York, Routledge Taylor & Francis Group, 2002.
- Thompson, Jhon. *Los media y la modernidad*. Barcelona, Editorial Paidós, 1998.
- Valdano, Juan. *Identidad y formas de lo ecuatoriano*. Quito, Eskeletra, 2005.

- Van Dijk, Teun A. La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. España, Paidós Comunicación, 1990.
- Verdú, Vicente. El fútbol: mitos, ritos y símbolos. España. Alianza Editorial, 1980.
- Verón, Eliseo. Construir el acontecimiento. Barcelona. Gedisa, 1995.

Referencias Periódísticas:

- 2005 “NEGOCIOS: Los comerciantes aprovecharon la ocasión para vender máscaras y refrescos”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo, p. C-8.
- 2005 “Lloraba por todo... ahora lloramos por él”, en El Comercio, Quito, 09 de mayo, p. C-3.
- 2005 “Todos querían estar en la misa” en El Comercio, Quito, 13 de mayo, p. C-2.
- 2005 “Homenaje póstumo”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo, p. C-8.
- 2005 “El catorce era un tributo a la Turbina”, en Ultimas Noticias, Quito 09 de mayo.
- 2005 “El dolor de su partida”, en El comercio, Quito, 11 de mayo, p. C-8.
- 2005 “Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo, p. C-8.
- 2005 “Otilino se estrelló cerca de Quevedo” en El Universo, Quito, 08 de mayo, p. C-2.
- 2005 “El informe policial indica invasión de carril y posterior choque frontal”, en El Comercio, Quito 09 de mayo, p. C-3.

- 2005 “Adiós Otilino Tenorio”, en El Universo, Guayaquil, 11 de mayo, p. C-1.
- 2005 “Los gritos futboleros siguieron a la caravana solidaria de Oti”, en El Comercio, Quito, 11 de mayo, p. C-8.
- 2005 “Emelec despidió anoche a Otilino y goleó 5-1 al Quevedo”, en El Comercio, Quito, 09 de mayo, p. C-3.
- 2005 “La hinchada da un emotivo adiós a quien fuera la ‘alegría del fútbol’”, en El Comercio, 09 de mayo, p. C-2.
- 2005 “Otilino: Un hombre de puro corazón”, en El Comercio, Quito, 13 de mayo,
- 2005 “El ‘show’ se llevó por delante la tragedia”, en El Comercio, Quito, 16 de mayo, p. B-2.
- 2005 “Otilino se estrelló cerca de Quevedo”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo, p. 2-C.
- 2005 “Se apagó la alegría”, en El Universo, Guayaquil, 08 de mayo. p. C-1.
- 2005 “Jamás te olvidaremos”, en El Universo, Guayaquil, 09 de mayo, p. C-1.
- 2005 “Los hinchas con Otilino”, en El Universo, Guayaquil, 10 de mayo, p. C-1.
- 2005 “El día que Oti volvió”, en El Universo, Guayaquil, 10 de mayo, p. C-2.
- 2005 “Kohls es protegido por la Defensoría”, en El Universo, Guayaquil 20 de mayo.

Otras Referencias:

- Ávila, María Ximena, 2002; Figuras del otro: formas de la diferencia en la prensa actual argentina, en Revista Latina de Comunicación Social, 47, La laguna (Tenerife). En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina47febrero/4712avila.htm>.
- Barbero, Jesús Martín. Cultura Popular y Comunicación de Masas. En <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-56.html>.
- Barbero, Jesús Martín. Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. Junio 2003. en <http://www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lasth/lasld-905.htm>.
- Canepa Koch, Gisela. Máscaras, Tradición e identidad en los andes, la fiesta de la virgen del Carmen. en <http://www.comunidadandina.org/BDA/docs/PE-CA-0005.pdf>
- Torre Sbarbati, Helena. ¿Sastres o modelos? : la constitución de las
- identidades. Aplicaciones de la teoría del nomadismo a la acción política. Universidad Autónoma de Barcelona, 20 de noviembre del 2003. En <http://www.historia-actual.com/hao/Volumes/Volume1/Issue3/esp/v1i3c10.pdf>.
- “Otilino Tenorio ídolo de los hinchas”, Blog Emelec Ecuador, 12 de mayo del 2005 en: <http://csemelec.blogspot.com/2005/05/otilino-tenorio-idolo-de-los-hinchas.html>
- “Fútbol tiene luto por Otilino”, en El Mercurio.com.ec, en www.elmercurio.com.ec/web/imagenes

- “Adiós al enmascarado. Oti la alegría del fútbol”, en Hoy On line,
<http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino2.htm>.
- <http://www.utenti.lycos.it/caniggia17/moana/otilino-tenorio2.jpg>
- “Otilino, la alegría del fútbol” en Hoy on line en
<http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino5.htm>
- “Recordando a Otilino”, 07 de mayo en:
<http://cyberfutbol.blogspot.com/2008/05/recordando-otilino.html>
- “Oti y su adiós”, en Hoy on line, en
<http://www.hoy.com.ec/temas/temas2005/otilino/otilino12.htm>.