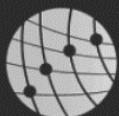


Tesina de Grado
Licenciatura en Comunicación Social

La figura del ídolo después de su muerte: Maradona y la prensa digital.

Autora: Eugenia Abraham
Director: Sergio Dutto



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Rosario | Diciembre 2023

Agradecimientos

Una vez finalizada esta tesina quiero agradecer a todos los que fueron parte del proceso. Gracias a mi familia que siempre me impulsa a conquistar mis metas y a seguir adelante por mis objetivos por más lejos que se sientan. A mis amigas y amigos que son compañía y amparo en todo camino que elija recorrer. A mi director de Tesina, mi profesor Sergio Dutto que, con su profesionalismo y dedicación a la lectura y escritura, me desafió a mejorar tanto en mi cursada como en este trayecto final. A mi querida Universidad pública que me dio la oportunidad de aprender, de crecer y de formarme como profesional.

A Julieta y Francisco, dos de mis más importantes motores.

A los familiares que ya no están, que me guían a pesar de su ausencia.

Y, por último, un agradecimiento especial a mi mamá, pilar fundamental de mi vida y a mi papá, exjugador de fútbol que ama este deporte con tanta pasión y que, con ese amor, me inspira cada día.

Resumen

El 25 de noviembre del año 2020, durante la pandemia mundial de Covid-19, murió el ídolo futbolístico Diego Armando Maradona. Este mismo día medios de comunicación de todo el mundo transmitieron la noticia y la construyeron de diferentes maneras. El tratamiento de noticias de la muerte de Diego Maradona en los diarios digitales más visitados de este país, clarín.com y lanación.com, estuvo atravesado por los lineamientos ideológicos y los valores que sostienen y reproducen estos medios.

Al tratarse de uno de los jugadores más reconocidos en la historia del fútbol, este trabajo se propone desentramar los diferentes discursos que se construyeron en torno a su fallecimiento y poder identificar los perfiles de ambos medios de comunicación en dichas noticias partiendo del postulado que sostiene que la objetividad en las narrativas informativas no es posible.

La figura del Diez está conformada por diferentes imaginarios sociales que nuestra sociedad construyó sobre él. Imaginarios contradictorios. Imaginarios que tienden a elevarlo como a una deidad o a estigmatizarlo a partir de juicios morales. El objetivo de este trabajo es poder identificarlos y desentramar la forma en la que los autores de las noticias publicadas ese mismo día en estos portales eligieron construir la muerte del ídolo, su despedida definitiva.

Palabras clave: Maradona, periodismo digital, identidad nacional, fútbol, imaginario social

ÍNDICE

Capítulo 1: El fútbol en la Argentina.....	20
1. El fútbol como operador de la identidad nacional.....	20
2. El periodismo deportivo: la construcción de un nacionalismo deportivo.....	26
3. La memoria colectiva y sus implicancias en el fútbol.....	35
Capítulo 2: Discursos sociales en torno a la figura de Diego Armando Maradona.....	44
2.1 Maradona: héroe popular y mitológico.....	44
2.2 Surgimiento y breve caracterización del periodismo digital.....	49
2.3 Contrato de lectura de Clarín y La Nación.....	54
2.4 Contrato de lectura en modalidades enunciativas.....	66
2.5 Tipos de lectura en las notas de los diarios digitales sobre la muerte de Diego Armando Maradona.....	71
2.6 El uso de fotografías en las portadas de las noticias de la muerte de Maradona.....	81
Capítulo 3: “Marcas de subjetividad y retóricas en las noticias sobre el fallecimiento del ídolo”	90
3.1 Marcas de subjetividad.....	90
1. Apelativos.....	91
2. Subjetivemas.....	94
3. Campos semánticos.....	98

	5
4. Las modalidades.....	100
3.2 Recursos retóricos.....	102
Conclusiones.....	111
Referencias bibliográficas.....	114
Anexo digital.....	117

Justificación

Pensando los discursos como productores y reproductores de sentido nos parece importante realizar un análisis de la construcción discursiva de la muerte de una de las figuras idolatradas más destacadas de nuestro país, la figura de Diego Armando Maradona.

Entendiendo que las identidades “se construyen dentro del discurso y no fuera de él” (Hall, 2003, p. 18) nos resulta pertinente poder analizar los discursos de los medios hegemónicos en tanto generadores y propiciadores de imaginarios sociales que configuran la identidad del ídolo a través de un recorte de notas digitales publicadas posteriormente al fallecimiento del jugador de fútbol.

La motivación personal puede identificarse en la repercusión que tuvo tal suceso en el pueblo, y la vivencia de este como una pérdida personal que generó vastos interrogantes. En cierto punto la tristeza generalizada de ese día produjo una fuerte conmoción. Personas que pertenecían al mismo círculo lo repudiaban y otras lo amaban (y aun aman) con ferviente pasión ¿Cómo es esto posible? ¿Cómo se convirtió Maradona en el “dios más humano”? ¿Cómo pueden conciliarse tales contradicciones en una sola figura mediática? ¿Qué narrativas se desprenden, y sostienen, por lo medios sobre su muerte? El propósito de este trabajo es desentramar el lugar que ocupan los medios en la construcción de la imagen atribuida al jugador más controversial de la historia del fútbol y descubrir cómo los diarios digitales seleccionados decidieron narrar su muerte.

Introducción

Realizar un análisis de la construcción mediática de la figura del ídolo y su fallecimiento en el caso de Diego Armando Maradona es un tema que, debido a su amplitud, puede estudiarse desde diversas perspectivas. Sin embargo, centrarnos en las modalidades discursivas que han propiciado medios tradicionales de comunicación de prensa digital como La Nación y Clarín que, hoy día, se constituyen como los portales de noticias más visitados por los argentinos, nos permitirá analizar cuáles son las constantes que se le han atribuido al ídolo a lo largo de su carrera y en qué se basó su construcción como una de las figuras más representativas de nuestro país. Para comenzar a realizar el análisis se hará, en primer lugar, un recorte de los portales periodísticos. Nos centraremos en los diarios La Nación y Clarín debido a la popularidad de los mismos con respecto a la prensa digital. Se tomarán noticias publicadas el día 25 de noviembre del año 2020, siendo esta la fecha del fallecimiento de Diego Armando Maradona.

A partir de esta selección podemos empezar a preguntarnos ¿Cómo construyeron los medios de comunicación la muerte del ídolo? ¿Qué aspectos se repiten en las modalidades discursivas sobre su fallecimiento en estos portales digitales? ¿Qué características se le atribuyen una y otra vez a este jugador de fútbol? ¿Cómo podemos desarticular estos discursos para marcar las particularidades de este caso? ¿Qué participación podemos ver entre los medios hegemónicos del país y la construcción de la figura del “Dios más humano”? Consideramos que el caso de Diego Armando Maradona es un punto de partida, pero también, un punto de llegada para comprender la construcción de representaciones de ídolos populares argentinos por la prensa, sobre todo tratándose de una figura futbolística. Habría que partir de la afirmación de que el fútbol para los argentinos significa mucho más que un deporte. En consecuencia, los jugadores de fútbol pueden convertirse en mucho más que jugadores de fútbol para la hinchada. De alguna manera, jugadores

como Maradona representan lo que significa “ser argentino”. Pero ¿Qué características se le deben atribuir a un jugador de fútbol para convertirse en ídolo del pueblo? Según el escritor Roberto Fontanarrosa (1989):

Si no tenés ninguna fulería, si no te han cazado en ningún renuncio... ¿Cómo m... la gente se va a sentir identificada con vos? ¿Qué tenés en común con los monos de la tribuna? No, mi viejo. Decí que el Pedrito se apioló tarde de cómo viene la mano. (p. 103)

Esta tesina parte del interés de analizar de qué manera los portales de noticias más visitados del país realizaron la cobertura periodística de la muerte de Diego Maradona, qué marcas de subjetividad podemos encontrar en sus discursos, qué imaginarios se reprodujeron en torno a su fallecimiento y cuáles fueron las mitificaciones que giraron en torno a los diferentes discursos.

El propósito de este trabajo es analizar las construcciones discursivas de los medios de comunicación mencionados que hacen de Maradona la figura del ídolo argentino más representativa del país, al punto de ser considerado para muchos como un Dios que traspasa las barreras del ámbito futbolístico.

Planteo del problema

Para comenzar a realizar el análisis de discurso de los medios de comunicación digital a partir de la muerte de Diego Armando Maradona es necesario explicar qué entendemos por discurso y cómo concebimos el rol de los medios de comunicación en tanto generadores y propiciadores de imaginarios sociales.

El análisis que se llevará a cabo se enmarcará, en grandes rasgos, dentro de lo que llamamos Teoría de los discursos sociales, teoría desarrollada por Eliseo Verón que busca explicar el

funcionamiento de los discursos en la sociedad especificando sus modos de generación, recepción y análisis.

Para ello tendremos que situarnos previamente en lo que Verón entiende por discurso. La ruptura epistemológica que suscitó el autor con la Teoría de los discursos sociales, en relación con la posición lingüística estructuralista, nos sirve como punto de partida para entender a los discursos enlazados a diferentes contextos partiendo de la base de que todo discurso es, de por sí, social:

La teoría de los discursos sociales es un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social. Por semiosis social entiendo la dimensión significativa de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido (Verón, 1993, p. 125)

Desde este punto de vista, la teoría de los discursos sociales afirma, por un lado, que toda producción de sentido es social y, por otro lado, que todo fenómeno social es un proceso de producción de sentido. Es importante señalar que los medios masivos de comunicación no serán considerados en este trabajo como meros instrumentos de transmisión de información (visual, escrita u oral), sino como dispositivos donde la realidad social es diseñada y construida.

El término medio señala, para Verón, no solamente un dispositivo tecnológico particular sino la conjunción de un soporte y de un sistema de prácticas de utilización (producción / reconocimiento). Los medios de comunicación constituyen, entonces, un concepto sociológico y no tecnológico (Verón, 1988).

¿Por qué nos interesa partir de esta teoría veroniana de los discursos? Esta concepción nos permitirá comprender las construcciones discursivas que circularon sobre la muerte de un ídolo de la índole de Diego Armando Maradona. Para ello, es necesario considerar al mismo como un fenómeno social producto de una serie de procesos de producción de sentido que se dieron en torno

al futbolista a lo largo de su carrera y que construyeron, de alguna manera, una percepción particular de su muerte por parte de la población mundial, marcando el día de su fallecimiento como un hito de la historia argentina.

Para realizar esta serie de afirmaciones debemos alejarnos de la idea de que los medios de comunicación, en este caso los medios de prensa digital, son aquellos que construyen la realidad de sus audiencias mediante los discursos. Esta afirmación no niega la importancia de los medios en cuanto generadores y propiciadores de sentidos, sino que los integra a un proceso de producción cultural en el que el sentido mismo se genera en base a ciertas condiciones sociales, condiciones de producción y condiciones de recepción.

Hasta ahora podemos decir que la sociedad y la cultura se encuentran enlazadas a los procesos de producción y circulación de los discursos sociales. Esta misma circulación da lugar a que los discursos sociales sean producto de discursos que circularon anteriormente, generando así el proceso ternario de la semiosis que sostiene Pierce.

Partir de estos postulados nos da cuenta de que los discursos producidos a partir de la muerte de Diego Armando Maradona no fueron generados arbitrariamente, sino que, a lo largo de su carrera, el futbolista sostuvo una narrativa del tipo popular/nacional que no puede desligarse de los efectos que produjo su muerte en el pueblo y por ende de la construcción noticiosa del hecho de su muerte.

Es preciso recalcar a qué imaginarios sociales, es decir, a qué valores, símbolos, mitos y costumbres, se ligó la figura de “El Diego” y cómo su autorreferencia como “El Diego del de la gente” hizo de este jugador de fútbol mucho más que el ídolo de un club.

Desde los comienzos de su carrera Diego Maradona supo identificarse directamente con el pueblo, en base a los valores de la humildad y la lucha, enmarcados en el contexto de pobreza de

la que fue parte el referente futbolístico. Si bien muchas figuras públicas han surgido del mismo contexto, “El Diego” hizo hincapié a lo largo de toda su carrera en la dignificación de la pobreza, la alusión a su barrio, la esencia de la familia y la esencia e importancia del deporte que funcionó como puntapié para mitificar su imagen, el fútbol.

En su libro “El origen” (2002) expresa:

Es bárbaro recorrer el pasado cuando venís desde muy abajo y sabes que todo lo que fuiste, sos o serás, es nada más que lucha. (...) Si debo definir con una sola palabra a Villa Fiorito, el barrio donde nací y crecí, digo lucha. (p. 5)

Es a través de este tipo de discursos, que ha sostenido el jugador a lo largo de toda su vida pública, que se da una identificación directa entre el ídolo y los pilares nacionales y populares del país. Esta autoidentificación con la lucha contra los sectores “poderosos” de la sociedad produjo que Maradona sea un referente icónico de una vasta población. No solo es importante señalar esto en tanto analizamos los discursos que se dieron tras su fallecimiento, sino que es esencial para el desarrollo de todo el trabajo partir de algunas afirmaciones sobre lo que representó “El Diego” en vida.

Comenzando por la afirmación de que la figura de este ídolo se conformó en torno a valores que traspasan el ámbito futbolístico, podemos decir que su muerte dejó en la población mucho más que un sabor amargo. El día 25 de noviembre del año 2020 y sus días posteriores estuvieron llenos de noticias que, con pesadumbre, informaban la muerte del Diego. Personas de todo el mundo se encontraron conmocionadas por tal acontecimiento. Personas de todo el mundo comenzaron a debatir sobre la vida y la muerte del ídolo. No es errado afirmar que la mayoría de los hogares, ese día, compartieron un tema de conversación. Pero ¿Cómo se vivió en el mundo la pérdida del astro

futbolístico? Julian Ferreyra, psicoanalista y docente de Salud Pública/Mental en la Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, lo explica en una entrevista de la siguiente manera:

Lo popular va más allá de los fenómenos de masa, que lleva a una identificación totalizante y a una homogeneidad, e incluye complejidad y conflicto. No hay nada menos homogéneo que el pueblo. Hay que evitar pensar en un modo reduccionista los fenómenos populares. (Furlong, 2020)

La forma en qué los medios decidieron contar la noticia tal día no es arbitraria. Tales decisiones se encontraron atravesadas, no solo por la tristeza general y el impacto que tuvo en la población este hecho, sino por todo aquello que representó, y aún representa, Diego Armando Maradona para los argentinos.

Cabe destacar que este día histórico aconteció dentro de un contexto de pandemia. Tal fue la repercusión de la muerte del jugador, que el día de su velorio, el 26 de noviembre del año 2020, una multitud se acercó a la Casa Rosada para despedirlo. Este suceso nos sirve, no solo para pensar lo que significó el jugador para el pueblo sino, para poder dimensionar y para poder cuestionarnos sobre los efectos que produjo su muerte en un contexto de crisis mundial. ¿Cómo fue recibida y construida por los medios la muerte de Maradona? ¿Qué decidieron contar y qué decidieron omitir? ¿Qué construcciones discursivas priman en estas noticias? ¿Cómo podemos analizar los discursos sobre la muerte de este ídolo?

Siguiendo con la entrevista del psicoanalista Julián Ferreyra (2002) podemos destacar esta frase que parece sintetizar y se aproxima a comprender el después de la muerte del diez:

Lo novedoso de este acontecimiento es que Maradona toca quizás una fibra aún más íntima por todo lo que significa su figura, más allá de las contradicciones y pasiones a las que siempre estuvo expuesto. Creo que lo que está pasando rebalsa cualquier categoría

y posibilidad de circunscribirlo a un ordenamiento teórico. Uno no puede prever a priori lo que va a suceder como efecto de este acontecimiento. En este sentido hay que ser cautelosos, ya estamos como sociedad en un momento inusual y complicado como es la pandemia. Existe una posibilidad de que esto se inscriba como un acontecimiento que nos permita hacer que las contradicciones logren una clase de punto de encuentro, de algo común. Nos sentimos un poco más solos por lo que acaba de pasar, que no tiene la posibilidad de ser reemplazado o compensado por nada. Eso es un duelo propiamente dicho (Furlong, 2020)

Continuando con este recorrido podemos afirmar que Maradona representa para muchos de los argentinos la defensa de un sector de la sociedad que ha sido olvidado por los poderosos. Para un sector de la sociedad que se encuentra desprotegido, Maradona es símbolo de protección, de orgullo, de defensa de los derechos de los que menos tienen. La ideología popular que sostiene el jugador de fútbol le ha dado más que la admiración que se le consagra a quien “juega bien a la pelota”.

Para este análisis sobre las noticias elaboradas por la prensa a partir de la muerte del jugador también tomaremos categorías conceptuales desarrolladas por Teun A. Van Dijk (1990) en su teoría de Análisis Crítico del discurso, teniendo en cuenta que para este autor las noticias se tratan de la nueva información tal como la proporcionan los medios y tal como la expresan los informes periodísticos.

El autor propone el contexto como un punto clave para la realización del análisis de cualquier tipo de discurso. En nuestro caso nos centraremos en los discursos de prensa digital de Clarín y La Nación debido a la concentración del poder de los medios seleccionados, la

instantaneidad que caracteriza la digitalización de las noticias y la democratización del acceso que aseguran los portales de internet en esta era de revolución tecnológica de la que somos parte.

Podemos observar en la elaboración de su teoría del análisis de discurso que las dimensiones del texto no son meramente superficiales y que están determinadas por un contexto cultural, sociocultural, político y económico determinado:

El principal objetivo del análisis del discurso; pues, consiste en producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso. Estas descripciones tienen dos dimensiones principales a las que podemos denominar simplemente textual y contextual. Las dimensiones textuales dan cuenta de las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción. Las dimensiones contextuales relacionan estas descripciones estructurales con diferentes propiedades del contexto, como los procesos cognitivos y las representaciones o factores socioculturales. (Van Dijk, 1990, p. 45)

De esta manera nos centraremos en un análisis que intenta ir más allá de la superficialidad textual, teniendo en cuenta imaginarios sociales, contextos socioculturales y percepciones sobre la identidad del ídolo que se han dado por hecho a lo largo de su contemporaneidad y que fueron un punto clave para la construcción noticiosa de su muerte.

Sin embargo, el autor realiza una distinción entre el análisis del discurso y otros procesos de análisis de la siguiente manera:

Esto no significa que el análisis del discurso deba desempeñar la tarea de describir totalmente los procesos cognitivos y las situaciones sociales, que son objeto de investigación de la psicología y la sociología. Se interesa más bien por las relaciones sistemáticas entre el texto y el contexto. Es decir, pretende saber cómo influyen los

procesos cognitivos específicamente sobre la producción y el entendimiento de las estructuras del discurso y cómo las estructuras del discurso influyen y son influidas por la situación social. (Van Dijk, 1990, p. 53)

Es importante para este trabajo la concepción del discurso noticioso como un proceso de toma de decisiones que no está dado por azar sino por aristas claves como el contexto, la sociedad, la política y la dimensión idolátrica de esta figura tan particular que ha surgido como producto de una serie de representaciones sociales argentinas, siendo Diego Armando Maradona para el pueblo más que un ídolo futbolístico, más que un héroe, más que un buen jugador, incluso más que un mesías. Siendo “El Diego” el Dios al que le es devoto muchos de los amantes del fútbol.

Objetivo General

- Analizar las construcciones discursivas de la muerte de Diego Armando Maradona realizadas por los medios digitales más visitados del país.

Objetivos Específicos

- Comprender las significaciones que se construyen en torno a la muerte del ídolo popular.
- Indagar en las marcas discursivas que se repiten en los medios digitales más visitados.
- Profundizar acerca de la importancia de los medios en el proceso de construcción de la figura del ídolo después de su muerte.
- Reconocer las condiciones de producción de las narrativas de los medios de comunicación mencionados en torno a la muerte de Maradona.

Corpus

La selección de noticias responderá a los objetivos que giran en torno a analizar las construcciones discursivas que se conformaron sobre la muerte de Diego Armando Maradona.

Para lograr dicho análisis seleccionaré todas las noticias publicadas el 25 de noviembre del año 2020 de los medios digitales de comunicación Clarín y La Nación, por ser los medios de comunicación de prensa digital más visitados del país. El análisis pretende identificar qué se publicó, cuáles fueron las modalidades discursivas que se repitieron en las diferentes narrativas mediáticas y cuáles fueron las estrategias discursivas que se utilizaron para contar la muerte del ídolo futbolístico. Es por eso que nos centraremos en las noticias publicadas el mismo día de su muerte, en tanto estudiaremos la construcción noticiosa del acontecimiento y no posteriores análisis que pudieron haberse efectuado a partir de este hecho.

Se elegirán noticias digitales debido a la accesibilidad y la inmediatez que las caracterizan en un contexto donde la digitalización cobra protagonismo y el “minuto a minuto” forma parte de la diaria de los consumidores a través, no solo de los portales digitales de noticias, sino de las redes sociales que construyen la actualidad.

En este sentido, la selección de las noticias se realizará de acuerdo a la actualización en la construcción discursiva de la muerte de una de las identidades más reconocidas en nuestro país para identificar cuáles son los imaginarios que se han utilizado para construir su imagen después de su muerte y cuáles pueden ser los motivos de tal selección.

Marco teórico

Por otra parte, este análisis se llevará a cabo de acuerdo a determinados conceptos teóricos que se utilizarán para realizar este proceso de investigación. En primer lugar, entenderemos el concepto de noticia como la nueva información tal como la proporcionan los medios y como la expresan los informes periodísticos (Van Dijk, 1990). Esto nos permitirá diferenciar qué entendemos por noticia periodística concentrándonos en el segundo ítem de la afirmación de Van Dijk debido a que excluirémos del análisis las construcciones noticiosas de los hechos que proporcionan otros medios como la televisión, las redes sociales, la radio, entre otros.

Partiendo de este punto realizaremos un análisis de discurso de estos informes periodísticos entendiendo al discurso social desde la perspectiva de Marc Angenot en su Teoría de los Discursos Sociales como “todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que imprime, todo lo que habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos” (Angenot, 2010, p21)

A su vez realizaremos este trabajo con los aportes del semiólogo Eliseo Verón que, en su Teoría de los Discursos Sociales, define la palabra medio como “no sólo un dispositivo tecnológico particular (por ejemplo, la producción de imágenes y de sonidos sobre un soporte magnético) sino la conjunción de un soporte y de un sistema de prácticas de uso (producción / reconocimiento).” (Verón, 1988, p. 1) Es decir, el término medio será utilizado desde esta perspectiva como un concepto sociológico y no meramente tecnológico. En este sentido Verón (1988) en la teoría de los discursos sociales que desarrolla, no trabaja el concepto de prensa escrita como un lugar donde se manifiestan las leyes de la lengua, sino como uno de los terrenos en los que se dibujan, bajo una forma dominante específica los objetos que le son propios, es decir, los discursos.

Al realizar un análisis del discurso también tomaremos aportes de Van Dijk en su Teoría del Análisis Crítico del Discurso teniendo en cuenta que, para el autor, el principal objetivo de este método consiste en lo siguiente:

(...) producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso. Estas descripciones tienen dos dimensiones principales a las que podemos denominar simplemente textual y contextual. Las dimensiones textuales dan cuenta de las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción. Las dimensiones contextuales relacionan estas descripciones estructurales con diferentes propiedades del contexto, como los procesos cognitivos y las representaciones o factores socioculturales. (Van Dijk, 1990, p. 45)

Esto quiere decir, que el análisis a realizar no se centrará meramente en la superficialidad textual y sus componentes tangibles, sino que se pondrán en diálogo cuestiones contextuales de circulación y reconocimiento determinadas por imaginarios sociales que circulan previamente en la sociedad y que participan en la construcción noticiosa del hecho en cuestión.

Metodología

En primera instancia se realizará una descripción del fútbol y sus implicancias en la construcción de una identidad nacional argentina a partir de un trabajo de investigación en el que dialogaremos con diferentes textos que nos permitirán dilucidar el origen y significado de este deporte para nuestro país.

Luego, intentaremos realizar un análisis de los imaginarios sociales que se construyeron en torno a la figura de Diego Armando Maradona para poder identificar diferentes perspectivas que se construyeron socialmente y mediáticamente acerca de su imagen.

Por último, se realizará un análisis del discurso de las noticias de los medios digitales seleccionados entendiendo al mismo como la descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta de sus “efectos”. Es decir, estudiaremos los discursos seleccionados como relaciones sociopolíticas que tienen lugar en la contribución de ciertos imaginarios sociales que se producen y reproducen en un contexto determinado y bajo ciertas condiciones de producción. Los análisis del discurso que serán llevados a cabo se harán a partir del estudio de la Teoría del Discurso Social de Eliseo Verón y de la Teoría Crítica del discurso de Teun van Dijk.

Capítulo 1

El Fútbol en la Argentina

1.1 El fútbol como operador de la identidad nacional

Para realizar este trabajo se comenzará haciendo un recorrido sobre el significado del fútbol en la Argentina y los imaginarios que se configuran en torno a este deporte que, en nuestro país, se ha consolidado como deporte protagonista cultural y socialmente. Es decir, partiremos del supuesto de que fútbol y patria en nuestra sociedad son conceptos que se correlacionan teniendo en cuenta que este deporte encarna y reproduce valores que van más allá de lo deportivo.

Siguiendo la perspectiva del autor de “Fútbol y Patria”, Pablo Alabarces, sociólogo y antropólogo que estudia el fenómeno del fútbol y sus implicancias en la cultura nacional desde una perspectiva socio-política, podemos afirmar que en la historia de la invención de una identidad nacional argentina “el fútbol funcionó como un fuerte operador de nacionalidad, como constructor de narrativas nacionalistas pregnantes y eficaces, en general con un alto grado de coherencia con las narrativas estatales de cada periodo” (Alabarces, 2014, p. 27). Esto quiere decir que el fútbol no solo es parte o una de las características de la construcción de un sentimiento nacionalista, sino que se configura como un pilar constructor de esta identidad nacional.

De esta manera el balompié, como máquina cultural, operó en la narrativa que se consolidó en torno a lo que significaba ser argentino en una nación tan heterogénea culturalmente, signada por la llegada masiva de inmigrantes europeos en busca de oportunidades en el joven territorio.

El fútbol funcionó, desde épocas muy tempranas en la Argentina, como un fuerte núcleo de representación de la nacionalidad. Una serie de éxitos internacionales, junto a una lista de "héroes" futbolísticos, produjo una narrativa épica donde el fútbol contribuía, de manera importante, a la "invención de una nación". (Alabarces,1997)

Si hablamos de narrativas estamos afirmando que el discurso social, que se reproduce y se modifica históricamente, es capaz de generar y de construir diferentes relatos que sean funcionales y operen activamente en las relaciones sociales. De esta manera, trataremos a los discursos como "hechos sociales" en el sentido durkheimiano del término, lo que implica que se abordaran los diferentes discursos teniendo en cuenta factores sociales, culturales e históricos sin limitarnos a realizar un análisis centrado únicamente en las modalidades discursivas que se manifiestan en los enunciados de las diferentes noticias seleccionadas.

Definiremos el discurso social, según Angenot (2010) como "los sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de encadenamiento de enunciados que, en una sociedad dada, organizan lo decible- lo narrable y opinable- y aseguran la división de trabajo discursivo" (p. 21).

Esta división de trabajo discursivo generada por el discurso social está compuesta por discursos hegemónicos imperantes en los diferentes momentos históricos. Tomaremos el concepto de hegemonía trabajado por Angenot (2010) y la definiremos como "un conjunto de mecanismos unificadores y reguladores que aseguran a la vez la división del trabajo discursivo y un grado de homogeneización de retóricas, tópicos y doxas transdiscursivas" (p. 31). En este sentido, el discurso social hegemónico opera como mecanismo capaz de indicar lo aceptable e imponerse contra lo aleatorio en aras de organizar una sociedad a través de un "canon de reglas" que operan para el control social desde las clases dominantes.

La narrativa mítica en torno al fútbol ha servido, y sirve aún hoy, como un elemento unificador de heterogeneidades. Pero para comprender esta cuestión habría que adentrarnos en lo que denominamos la consolidación del Estado argentino y la relación de las clases dominantes con la construcción de un discurso hegemónico que definiera la identidad nacional. Partiendo de este punto, cabe afirmar que el proceso de consolidación de una Nación no se limita a cuestiones políticas y a la independencia económica con respecto a otros países, sino que necesita de la construcción de una cultura nacional, un sentimiento de identificación colectiva que va más allá de las individualidades, la necesidad de construir una narrativa que le sea propia a cada uno de los habitantes del suelo argentino. Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez explican la conformación de una identidad nacional por parte de las elites dominantes:

La respuesta de las clases dominantes, con diferencias y contradicciones, tendió a trabajar en un sentido: la construcción de un nacionalismo de elites que produjo, especialmente a partir de 1910, los mitos unificadores de mayor importancia. Un panteón heroico; una narrativa histórica, oficial y coercitiva sobre todo discurso alternativo; el modelo del melting pot como política frente a la inmigración, y un subsecuente mito de unidad étnica; y un relato de origen que instituyó la figura del gaucho como modelo de argentinidad y figura épica. (Alabarces y Rodríguez, 1997)

Hay que tener en cuenta que esta nueva narrativa de elites, una narrativa que se construyó de arriba hacia abajo, estaba siendo consolidada en un periodo histórico particular donde todavía no se habían desarrollado los medios masivos de comunicación y la participación de los sectores populares en la vida pública era muy escasa.

Según los autores, hubo dos mecanismos fundamentales que permitieron la consolidación de una nueva identidad entre los sectores populares: la escuela pública y una temprana industria

cultural favorecida por la modernización tecnológica a comienzos del siglo XX. Estos procesos permitieron la alfabetización de un vasto sector de la población y la posterior construcción de una cultura de masas capaz de consumir los diferentes productos culturales circulantes y, por ende, sus narrativas. Estos desarrollos socio-culturales y tecnológicos permitieron que la cultura de masas participara de los “relatos hegemónicos” que empezaron a transformarse y a desviarse en tanto comenzaba a imponerse una narrativa que ya no pertenecía a las elites dominantes, sino que se construía desde los sectores populares.

Alabarces y Rodríguez hacen hincapié en este desvío de la producción de las narrativas hegemónicas hacia narrativas provenientes de sectores de clase media, productores de los medios masivos, que se constituyeron en este proceso de modernización nacional:

Y sus públicos, masivos y heterogéneos, presentaban otro sistema de expectativas: trabajados por la retórica nacionalista de la escuela, atienden también a otras prácticas de lo cotidiano. Junto con los arquetipos nacionalistas, las clases populares estaban construyendo otro panteón: junto a los gauchos de Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas, o los compadritos de Jorge Luis Borges, aparecen héroes populares y reales: los deportistas. (Alabarces y Rodríguez, 1997)

En este sentido, la consolidación de una identidad nacional argentina comenzaba a construirse desde las clases medias tomando así cuestiones cotidianas ligadas a los espacios urbanos. El fútbol aparecía de esta manera como un fenómeno capaz de representar a los sujetos populares pertenecientes a una clase existente, urbanizada y alfabetizada que presionaba cada vez más para ser parte de la vida política, social y cultural del país, y que logró su primera victoria política a través del primer gobierno popular argentino con el partido Radical de Yrigoyen.

Si relacionamos la participación política de los sectores populares con la construcción de un sentimiento identitario argentino, podemos afirmar que uno de los periodos particularmente importantes que da cuenta de la relación entre el deporte y los sectores populares es el que va de 1945 a 1955, en el que el peronismo dirige el escenario político llevando a cabo “mecanismos culturales para reelaborar un nuevo significado comunitario de nación” (Alabarces y Rodríguez, 1997). Entre estos mecanismos se encontraron: la educación masiva y obligatoria, una fuerte estrategia propagandística estatal, el militarismo y la proliferación de los valores culturales nacionales, entre otras acciones que tendieron a la afirmación de una identidad nacional colectiva relacionada con los sectores trabajadores de la sociedad argentina. Las políticas de Estado estaban fuertemente dirigidas a las clases populares que irrumpían con mayor fuerza en la esfera política como nuevo actor social.

La expansión deportiva, el desarrollo de una industria cultural de masas y la irrupción de los sectores populares en la esfera política posibilitaron que la conceptualización de “pueblo” en referencia a la Nación, este ligado directamente a los sectores populares del país. El deporte, en este sentido, sirvió como un operador y referente nacional en la reformulación de esta identidad.

El deporte operó así sobre la articulación de las modalidades y los mecanismos de consenso civil y político porque se trata de un conjunto de emociones, necesidades y subjetividades relacionadas con las modalidades narrativas de un sentimiento patriótico (Alabarces y Rodríguez, 1997)

El hecho de que el Estado y sus mecanismos de acción se presentaran como populares, en principio con el yrigoyenismo y, con mayor preponderancia, durante el periodo peronista, implicó la revalorización de las prácticas culturales que comenzaron a poseer características masivas en relación directa con el “boom” de los medios de comunicación. De esta manera la construcción

de un “pueblo” para la Nación Argentina se fue configurando de acuerdo a prácticas provenientes de lo popular en funcionamiento con la construcción de una “memoria colectiva”, vivencial, y “memoria nacional”, ideológica, que se fue acentuando cada vez más en un discurso de lo nacional ligado a héroes y prácticas populares como significado de la “patria”.

Estas nuevas representaciones sobre la identidad nacional argentina provenientes del sector trabajador son el punto de partida de este trabajo para comprender la construcción de la figura del héroe nacional futbolístico como inseparable de las condiciones políticas, sociales y culturales imperantes en cada época, sobre todo a partir del desarrollo de un Estado de Bienestar que colocó en la escena política y cultural a las clases populares a través de medidas que tendieron a la democratización del bienestar y, por ende, a la conformación de una masa de consumidores de la industria cultural más vasta, ligada a los sectores asalariados del país.

Estos nuevos imaginarios sobre la identidad nacional argentina basados en el “pueblo trabajador” nos permite pensar en cómo se construyó la narrativa del fútbol y el lugar que se le dio en nuestro país llegando a relacionar el fútbol directamente con la Argentina y con nuestros “héroes deportivos” que, no casualmente, provienen como la narrativa misma “desde abajo”.

1.2 Periodismo deportivo: la construcción de un nacionalismo deportivo

Como dijimos anteriormente, el discurso social, que se conformó en nuestro país sobre el nacionalismo y sus implicancias, fue el resultado de la interacción de factores sociales, históricos, económicos y culturales. Estas narrativas estuvieron ligadas a procesos históricos particulares en los que se disputaba la imposición de una hegemonía cultural para la construcción de una identidad nacional. Aunque la hegemonía sirve para imponer lo que es aceptable o no en una sociedad determinada, sus desvíos y cuestionamientos también se gestan y producen en referencia a los elementos dominantes que se pretenden destituir. Es decir, si bien en las diferentes épocas y periodos históricos hay movimientos contestatarios que pretenden responder de forma contraatacante a los aparatos dominantes que controlan a la sociedad, es necesario saber identificar los verdaderos desvíos o rupturas que son verdaderamente incompatibles las ideas hegemónicas de la época.

Si tenemos como objetivo realizar un análisis crítico del discurso, debemos tener en cuenta que este se diferencia de un análisis acrítico debido a que se define como: “una investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso de poder social, el dominio, y la desigualdad son practicados, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk; 1999, p. 23).

Habiendo analizado en el capítulo anterior el concepto de hegemonía y el surgimiento de un discurso hegemónico de la identidad nacional argentina vinculando directamente al pueblo con los sectores populares, en este trabajo sostenemos que el fútbol en la Argentina, y el discurso mitificador que lo produce como uno de los elementos culturales más importantes de nuestra nación, fue una ruptura o un desvío, un movimiento activo,

contrahegemónico, que se produjo desde los sectores populares para hacerse lugar en la escena pública y construir una narrativa protagonista del nacionalismo argentino.

Si bien el deporte en sí ha estado históricamente ligado a las negociaciones y ha sido monopolizado por empresarios multimillonarios en todo el mundo, también es cierto que en la Argentina la narrativa futbolera lejos de sostenerse en las lógicas del negocio se sostiene en sus hinchadas y en un discurso que afirma, naturalmente, que el fútbol no es un deporte, no es un tecnicismo, ni es un negocio, sino que es una pasión, que su base es la pasión. El objetivo de este trabajo será entender la construcción discursiva en torno al “Diego de la gente” para poder analizar cómo los medios narraron su muerte ¿De qué manera puede construirse la noticia de la muerte de quien para muchos era “un Dios”? Pero para ello, creo que es importante acercarnos a comprender cómo una persona puede producir estas sensaciones en naciones enteras y provocar, o si se quiere, inspirar, a los hinchas a crear un discurso mitológico que llegó a caracterizarlo como “inmortal”.

Vale aclarar, que tomaremos la palabra pasión desde su etimología proveniente del *pathos*; palabra griega que significa sufrimiento/dolor (RAE, 2023). Según la retórica aristotélica, el *pathos* se definía como la emoción/ánimo del espectador ante una oratoria o en el desarrollo de una acción dramática, en tanto se genera una identificación con el discurso o la obra que suscita en la audiencia diferentes emociones, ancladas a la sensación de sufrimiento o tensión, provocando el padecimiento del que es oyente.

Desde esta perspectiva podemos decir que la pasión está ligada al despertar de un sufrimiento o dolor de quienes son atravesados por ella. Este dolor, esta pasión, surgirá de acuerdo a los diferentes públicos, a los diferentes oyentes, de maneras diferentes, pues cada dolor es personal y, aunque pueda ser compartido, el padecimiento adquiere las características de quien lo atraviesa. Cada persona se siente identificada y puede empatizar de formas distintas de acuerdo a

las historias personales, a su propio recorrido y experiencias. Sin embargo, hay formas de identificación colectiva que suscitan los mismos sentimientos, los mismos padecimientos, en determinados grupos de personas, por ejemplo: en una nación. Los argentinos, con nuestras diferencias y nuestras propias experiencias, elegimos en determinadas ocasiones identificarnos con una misma historia o, mejor dicho, con un recuerdo compartido de ella que se reproduce inclusive en generaciones no contemporáneas a los acontecimientos que buscan sostenerse en el tiempo como parte de una identidad nacional. Una historia compartida, producto de la construcción de un sentimiento identitario que desarrollamos anteriormente. Este sentimiento, nos permite unirnos a pesar de nuestras diferencias y en virtud de nuestras semejanzas. Por encima de lo que nos hace individuos hay una historia que se rememora y reproduce imaginarios sociales que sostienen similitudes que nos unen como sociedad. Un dolor, un padecimiento que es propio y, paradójicamente, personal de cada uno de los argentinos. Este dolor es producto de una reconstrucción de los recuerdos que una sociedad determinada decide preservar a través de la memoria. Estos recuerdos suelen estar ligados a una historia de luchas, enfrentamientos y resistencias de distinta índole, que son producto y sustento de lo que denominamos “memoria colectiva” y que es explicada por Halbwachs de esta manera:

La memoria colectiva es un cuadro de semejanzas y es natural que se persuade de que el grupo permanece, ha permanecido idéntico, porque ella fija su atención en el grupo y lo que ha cambiado son las relaciones o contactos del grupo con los otros. Ya que el grupo sigue siendo el mismo, es necesario que los cambios sean aparentes; los cambios, es decir, los hechos que se han producido en el grupo, se resuelven ellos mismos en similitudes, pues parecen cumplir el papel de desarrollar, bajo diversos aspectos, un

contenido idéntico, es decir, los diversos rasgos fundamentales del grupo mismo. (Hablwachs, 1995, p. 219)

La memoria colectiva, como mecanismo de re-significación de los acontecimientos, nos es útil como Nación para construir en nuestras propias individualidades un sentido de pertenencia que nos excede, que se va “heredando” de generación en generación en aras de poder construir una identidad colectiva más allá de las propias temporalidades. Este sentido de pertenencia no solo se construye en base a los hechos históricos sino a un sentimiento común. En este sentido la pasión, en tanto dolor y padecimiento que nos lleva a la acción, es un rasgo característico de nuestra identidad nacional, de nuestra construcción como sociedad argentina y de nuestra manera de transitar las diferentes emociones de forma catártica. Tanto en los partidos de fútbol como en otros ámbitos, como por ejemplo en los recitales, no nos es extraño escuchar que el público argentino es particularmente “apasionado”. Apasionado, caracterizado por ser pasional. Sostenemos que esta característica identitaria que llevamos impregnada se construye más allá de las delimitaciones territoriales. Así como una Nación se construye en base a otros aspectos que no se limitan a lo meramente territorial, la construcción del “ser argentino” está ligado a otras aristas que no se detienen en el hecho de nacer en suelo argentino.

Si afirmamos que la base los discursos futboleros en nuestro país es la pasión, entonces debemos acercarnos a comprender este concepto para poder construir un análisis de lo que significa este deporte para los argentinos y de lo que significan sus jugadores más destacados, en este caso en particular lo que significa Maradona para toda una nación, los imaginarios que giran en torno a su figura y los discursos que los reproducen y sostienen.

Los grupos dominantes han establecido, mantenido y legitimado su poder a través de diversos recursos, entre ellos discursivos que se despliegan sobre todo en los medios masivos de

comunicación hegemónicas donde intentan producir “control social” a través de la omisión de información o de la deslegitimación de otros medios de comunicación o fuentes de opinión. Sin embargo, existen desvíos y rupturas, movimientos de oposición que transforman estos mecanismos de control y se imponen en la escena.

Si anteriormente la construcción de la identidad nacional estaba ligada a la figura del gaucho y sus criollismos, a partir de los años veinte, con el auge de los medios masivos de comunicación, la narrativa en torno a lo nacional se desprende del mito del gaucho para comenzar a conformar un nuevo relato en torno a lo que significa ser argentino.

En el libro Fútbol y Patria, Alabarces cita una explicación que da cuenta del porqué de la elección del mito gauchesco para la construcción de la identidad nacional:

(...) apuntaba a la caracterización de un núcleo histórico cultural, anterior a la ola inmigratoria. Un proceso que disociaba la ‘nación’ de la mayoría de los actores sociales del periodo. La nación [...] fue en sus inicios el resultado de una separación mayúscula entre la elite y los sectores populares [...] Es así que el mito fundador del gaucho como representante de la nacionalidad implicaba la disociación de ésta con los sectores inmigrantes y trabajadores, marginados del poder, y sobre los cuales se imponía una dominación específica. (Martucelli y Svampa, 1997, como se citó en Alabarces, 2014, p. 43).

Los nuevos productores de los medios masivos, profesionalizados y provenientes de una clase media urbana que tomó protagonismo en este proceso de modernización, abrieron un nuevo horizonte de expectativas en la construcción de una identidad nacional que estaba lejos de ser legítima, legítima en el sentido intelectual/académico, pero que contaba con una amplia aceptación de su público.

Los periodistas deportivos que comenzaron a tomar escena en este periodo fueron partícipes de la creación de una nueva retórica entorno a la identidad nacional combinando el profesionalismo de la prensa con lo cotidiano y lo popular, en este caso con el fútbol.

Según Alabarces, uno de los medios constructores de esta narrativa futbolística popular fue *El Gráfico*, la revista que funcionó como soporte de esta práctica. *El Gráfico* se constituía como un seminario de clase media de gran influencia en la Argentina:

El análisis del contenido de la revista es, en efecto, un análisis de la construcción de un imaginario masculino de las clases medias. Si fue o no hegemónico es discutible, pero no hay dudas acerca de su influencia decisiva en la definición de las diferentes áreas del pensamiento moral nacional y masculino. Los periodistas de *El Gráfico*, generalmente excelentes escritores, piensan como miembros de clase media, pero, al mismo tiempo, dan espacio a la expresión y diseminación de las voces, imágenes y prácticas de los jugadores de fútbol y otros deportistas de orígenes populares y trabajadores. (Archetti, 1995, como se citó en Alabarces, 2014 p. 44)

En este sentido, el seminario funcionó como un constructor de las figuras del héroe/villano en el fútbol en el que, no solo se resaltaron las virtudes deportivas de los diferentes jugadores, sino que, se conjugaron el talento y la historia popular de los recientes héroes nacionales, una nueva retórica de lo nacional y una nueva valorización de los pilares fundamentales que conforman el sentimiento argentino. Esta re-valorización, proveniente del profesionalismo de los periodistas deportivos y la narrativa popular, dio lugar a nuevas voces que fueron consolidándose como “hegemónicas”, como un desvío, una ruptura y una nueva oportunidad para definir la identidad nacional, el “ser argentino”.

Ahora bien, esta construcción de un primer nacionalismo deportivo no pudo darse sin un pasaje del *football*, como invención inglesa, al fútbol criollo argentino que, hoy día, goza de mayor reconocimiento y se configura como práctica deportiva y cultural por excelencia con sus propias épicas y sus propios héroes nacionales que la sostienen. La diferenciación, el estilo de juego propio, necesitó de una fuerte narrativa que produzca sentidos, sentidos ligados a una sola identidad nacional evocando a la figura del “pibe” o de “potrero”, una narrativa propia, criolla, para crear y sostener los relatos míticos en torno a nuestro fútbol.

Sin embargo, para conformar un nosotros, se necesitó de las alteridades. En este sentido el criollismo del fútbol, tal como lo conocemos hoy, tuvo que construirse en oposición con un otro, una diferenciación clara entre el tecnicismo europeo y el criollo nacido en la Pampa con talento natural para jugar en el territorio. Así es como la construcción del fútbol como deporte propio de nuestra identidad se generó en base a mecanismos de inclusión (de los hijos de inmigrantes legítimos: italianos y españoles) y exclusión (de los inmigrantes ilegítimos: británicos):

Lo “nacional” es un producto híbrido típico, abierto pero exclusivo, ya que los británicos son eliminados del nuevo estilo. La identidad nacional en el fútbol pertenece a los hijos de inmigrantes: es una forma cultural creada en los márgenes del criollismo de los nacionalistas. La narrativa de El Gráfico es un homenaje a los hijos de extranjeros, excluyendo, explícitamente, a los hijos de británicos. (Archetti; 1999, como se citó en Alabarces, 2014, p. 47)

Este discurso sobre el nacionalismo deportivo del país, fuertemente diferenciado del estilo europeo y ligado a rasgos “naturales” criollos de nuestros jugadores, sirvió para la consolidación del fútbol como constructor de imaginarios que refieren a lo propio de ser argentino.

Este pasaje del *football* al fútbol criollo pampeano ligado a la construcción épica del deportista como héroe popular, en clave antiimperialista, se fue conformando de acuerdo al desarrollo de la sociedad civil argentina y su proceso de modernización, sobre todo por la aparición de los medios masivos en escena que generaron la diversificación de los productos culturales y comenzaron a consolidar nuevos relatos narrativos propios de la cotidianeidad de una cultura de clase media/popular. Desde una perspectiva política, las conquistas populares, en los diferentes periodos, dieron lugar a una revalorización de estas prácticas. El tiempo de ocio y tiempo libre no se identificaban como algo “natural” sino como producto de conquistas gremiales. En este sentido, la ocupación de este “tiempo de ocio” en las prácticas de los clubes deportivos, espacios autónomos y de participación social por fuera del Estado, también fue revalorizado y, progresivamente, profesionalizado, redefiniendo la importancia de esta práctica y estableciendo un espacio común de lo “nacional” de competencia, movilidad y unificación.

Como dijimos anteriormente, los medios jugaron un papel fundamental en la consolidación de esta narrativa deportiva popular. Las prácticas cotidianas y el lugar que el fútbol comenzó a ocupar en la agenda de la sociedad argentina fueron tomadas por los medios, reproducidas y producidas nuevamente, entendiendo que el discurso social no se limita a reflejar la realidad, sino que también, la construye y objetiva:

El Gráfico [...] enfatizará la importancia de los deportes de equipo ya que permiten que una nación se exprese, que sus integrantes tengan una conciencia nacional y superen las identidades locales de clubes o de provincias, y porque hacen posible que las diferencias de estilo, en competencia con otros equipos, puedan ser pensadas como manifestaciones de «estilos nacionales (Archetti,2001, como se citó en Alabarces, 2014, p. 53)

De esta manera podemos afirmar que los medios de comunicación, principalmente el semanario mencionado, no solo funcionaron como reproductores de imaginarios en torno al fútbol, sino que produjeron una narrativa épica de este deporte y de las características de sus jugadores, generando así representaciones sobre lo que significa el fútbol y, junto con ellas, modelos de prácticas y comportamientos ritualísticos.

Así como las construcciones discursivas de los medios de comunicación sobre la vida de los jugadores de fútbol tuvieron un tinte épico, la muerte de los jugadores más destacados se construyó de la misma manera. Por eso, las noticias que se construyeron sobre la muerte de Diego Armando Maradona, lejos de buscar la parcialidad y la separación de lo emotivo, fueron escritas apelando a las emociones de los lectores. Podemos identificar modalidades discursivas que dan cuenta de esta afirmación: “Tristeza en el Obelisco: hinchas despiden a Diego Maradona con cánticos y banderas” (La Nación, 25/11/2020), “Los últimos diez años de Diego Maradona, los más traumáticos y dolorosos de su vida” (La Nación, 25/11/2020), “Los últimos minutos con vida de Diego Maradona: con quién estaba y qué deseaba el ídolo” (Clarín, 25/11/2020), entre otros de los títulos noticiosos, de la Nación y Clarín el día de su muerte.

En este sentido podemos afirmar que las noticias de su muerte no se construyeron limitándose al hecho, sino que las narrativas de estos dos diarios digitales se basaron en apreciaciones sobre la vida personal del ídolo, sus parejas, sus amigos, su estilo de vida y sus inclinaciones políticas. Apreciaciones que tomaron, reprodujeron y construyeron un discurso circulante en la sociedad sobre quién era “El Diego”. Un discurso contradictorio, como su figura, que intenta expresar lo que representaba el jugador de fútbol para los argentinos. En esta contradicción, propia del dios más humano, nacen y caen los discursos sobre esta figura controversial.

De esta manera, los discursos sociales en torno a la figura de Diego Armando Maradona no fueron ni serán separados de las concepciones que se formaron en la sociedad acerca del ídolo, y de todas las opiniones populares que fueron generadas y reproducidas a lo largo de toda su vida. Por esta razón el análisis discursivo que haremos sobre la construcción noticiosa de su muerte no se desentenderá de las modalidades discursivas que conforman la noticia, los públicos a los que creemos que están dirigidas y la elección y jerarquización de los temas que se utilizan para narrarla. Como plantea Marc Angenot (2010):

(...) no se puede dissociar lo que se dice de la manera en que se lo dice, el lugar desde el que se lo dice, los fines diversos que persigue, los públicos a los cuales se dirige. Estudiar los discursos sociales es tratar de conocer las disposiciones activas y los gustos receptivos frente a esos discursos. (p. 75)

1.3 La memoria colectiva y sus implicancias en el fútbol

En los apartados anteriores desarrollamos cómo el fútbol se configuró en nuestra nación como constructor de una identidad nacional, actuando no solo como un deporte de entretenimiento sino como máquina cultural que involucra un conjunto de creencias y prácticas sociales. En aras de poder realizar un análisis crítico de las construcciones periodísticas sobre la muerte de Maradona, también realizamos un recorrido sobre el nacimiento del fútbol en nuestra nación como un desvío o, si se quiere, una línea de fuga de la hegemonía discursiva imperante en una época donde todavía se estaba construyendo un proyecto de Nación para la sociedad argentina. Este desvío desde lo popular, desde las clases medias profesionalizadas en los medios de comunicación, y desde lo cotidiano nos permite comprender que el fútbol como fenómeno cultural y, como potenciador de

imaginarios que desbordan los límites de lo deportivo, se comenzó a transformar culturalmente desde actores sociales y usuarios del lenguaje que desafiaron el poder social proveniente de un *football* como invención de los ingleses, discurso que aún hoy se mantiene como una fuerte división y oposición entre un Nosotros, popular, y un Ellos, imperialista. Si bien este análisis no pretende ser lineal ni rupturista, comenzamos intentando comprender cuáles son las peculiaridades del fútbol en nuestra nación a partir de una tendencia de los hinchas y los propios jugadores de separarse o, mejor dicho, diferenciarse, del juego inglés. Van Dijk explica esta polarización de la siguiente manera:

La polarización del Nosotros y del Ellos que caracteriza las representaciones sociales compartidas y sus ideologías subyacentes se expresa y se reproduce entonces en todos los planos del texto y del habla, por ejemplo, en temas contrastados, en significados locales, en metáforas e hipérbolos, y en las formulaciones variables de los esquemas textuales, en formas sintácticas, en la lexicalización, las estructuras profundas y las imágenes. (Van Dijk, 1999, p. 28)

Es decir, esta construcción de una identidad unívoca y compartida de todos los argentinos en oposición a una alteridad, que en este caso trae consigo una historia de resistencia por parte de nuestra sociedad frente al imaginario inglés, se expresa no solo en prácticas, en rituales y en el deporte, sino que se reproduce en diferentes planos, en modalidades del discurso y en diversas formas de expresión lingüística. Esto es posible gracias a que, como sociedad, necesitamos construir imaginarios que le den sentido a nuestro devenir como seres humanos, un sentido que se genera a partir de nuestras relaciones con la sociedad y las instituciones que la sostienen, que nos permite crear identidades en base a nuestro ser histórico-social. Como mencionamos anteriormente, la memoria colectiva es uno de los mecanismos que la sociedad utiliza para

construir y brindarle a nuestra identidad un sentido de pertenencia más allá de lo propio e individual de cada uno de sus miembros. Halbwachs, psicólogo y sociólogo francés de la escuela durkheimiana, explica el funcionamiento de la memoria colectiva en las diferentes sociedades de la siguiente manera:

No diremos que, a diferencia de la historia, o si se quiere de la memoria histórica, la memoria colectiva sólo retiene las semejanzas. Para que se pueda hablar de memoria hace falta que las partes del período sobre el que se extiende estén en alguna medida bien diferenciadas. Cada uno de esos grupos tiene una historia. Se distinguen figuras y hechos. Pero lo que nos llama la atención es que en la memoria las similitudes pasan a un primer plano. En el momento en que considera su pasado, el grupo siente claramente que ha seguido siendo el mismo y toma conciencia de su identidad a través del tiempo. [...] Pero el grupo, que vive primero y sobre todo para sí mismo, aspira a perpetuar el sentimiento y las imágenes que forman la sustancia de su pensamiento. (Halbwachs, 1995, p. 2018)

En este análisis, el imaginario social de la polarización entre un Nosotros y un Ellos no será tratado a partir como un hecho histórico que irrumpió en nuestro país y modificó radicalmente nuestra identidad como Nación, sino que será interpretado como un proceso en el que se conjugan aspectos sociales, culturales y políticos. Un proceso imperceptible para la sociedad que lo atraviesa, pero significativamente importante a la hora de analizar los hechos históricos que lo van configurando y que le dan forma a nuestra historia y, por ende, a lo que nosotros interpretamos de ella como nación. ¿Cuál es la historia que decidimos recordar fervientemente? ¿Dónde enfocamos nuestra emocionalidad a la hora de identificarnos como argentinos? ¿Qué nos es indiscutidamente propio?

En este sentido podemos citar una de las frases escritas por Ernesto Cherquis Bialo y Daniel Arcucci en el libro “Yo soy El Diego de la gente” en la que se expone, con la voz del diez, cómo un partido de fútbol puede estar inmerso en representaciones y discursos que exceden al deporte. de un significado y apelando a discursividades que tienen que ver con la historia y, sobre todo, la memoria de una nación:

Era más que ganar un partido, era más que dejar afuera del Mundial a los ingleses. Nosotros, de alguna manera, hacíamos culpables a los jugadores ingleses de todo lo sucedido, de todo lo que el pueblo argentino había sufrido. Sé que parece una locura, un disparate, pero eso era, de verdad, lo que sentíamos. Era más fuerte que nosotros: estábamos defendiendo nuestra bandera, a los pibes muertos, a los sobrevivientes... Por eso, creo, el gol mío tuvo tanta trascendencia. (Arcucci, y Bialo, 2000, p. 130)

Si bien la construcción de esta identidad se generó en base a una diferenciación con lo que representa en el imaginario argentino lo “inglés”, vale aclarar que este desplazamiento del *football* inglés a un fútbol destacado por el criollismo argentino no se construyó y consolidó como una ruptura definitiva. De esta manera se explica como muchos de los clubes protagonistas se nombren actualmente en el idioma inglés: River Plate, Racing Club, Boca Juniors, etc.

Así como en todo análisis destinado a la comprensión en las ciencias humanas, en este análisis intentaremos dialogar con diferentes textos que nos permitan comprender y contemplar el significado que se construyó en torno a la figura de Maradona para el país, para el mundo, y así decantar en el análisis crítico de lo que será la construcción noticiosa de su fallecimiento. En este sentido, también creemos que cada sociedad dialoga con textos anteriores, con discursos del pasado creando discursos en el presente y anticipando discursivamente también el futuro. La puesta en relación de discursos pasados permite brindarles un significado a sucesos del contexto

presente mediante la memoria colectiva. Por ejemplo, los discursos mitológicos que circularon sobre el Mundial del 2023 poniendo en diálogo “coincidencias” con el Mundial 1986, coincidencias, es pertinente mencionar, que se vincularon en muchos casos con la muerte de Diego Armando Maradona.

Teniendo en cuenta que es discutible que el fútbol en la actualidad se configure o no en torno a discursos dominantes, lo que intentamos sostener es que el nacimiento del fútbol tal como lo conocemos hoy día, con sus pasiones, sus mitos, sus héroes y sus villanos, anclado en la Argentina directamente con el ser patriota y ser argentino, surgió desde los movimientos populares y la valorización de sus diferentes prácticas cotidianas. En lo cotidiano y en la identificación de los “pibes” con las grandes figuras futbolísticas, que fueron y son representantes de nuestro país, está la génesis de la impronta que tiene este deporte en nuestro territorio.

Como fuimos desarrollando en este capítulo, el sentimiento nacionalista que emerge desde el deporte en la Argentina no es aleatorio ni carece de una propia racionalidad. Analizar las pasiones requiere buscar más allá de lo que denominamos “sentido común”. Es necesario contemplar la valorización social y general de ciertas prácticas, el sentido que le otorga la sociedad a su propia historia. Los discursos que circulan en una sociedad se construyen socialmente en base a la memoria colectiva y a la creación de imaginarios sociales que sostienen todo aquello que se pretende forme parte de nuestra identidad. ¿Quiénes somos como sociedad, como país y como Nación? ¿Qué decidimos proteger y perpetuar memoriosamente y por qué?

Preguntarnos quiénes somos y con qué nos identificamos es esencial para poder acercarnos a comprender cuáles son los ídolos que creamos y cuáles son las prácticas y discursos que valorizamos positivamente y con los que nos identificamos en cualquier parte del mundo. La

mayoría de los argentinos sabemos lo que significa ser argentino aún entre todas las contradicciones que contiene ese significado.

Interpretamos en este análisis que el fútbol es uno de los mecanismos culturales creadores y reproductores de esta identidad nacional y que, más allá de su origen inglés y su sostenimiento en base a la lógica de los negocios millonarios, la sociedad argentina ha sabido apropiarse de este deporte y ha sabido otorgarles a los dos jugadores más destacados del mundo no solo el reconocimiento sino la idolatría que aún hoy se sostiene.

Para finalizar este capítulo, y a modo de ilustrar apelando a los hechos todo lo narrado hasta ahora, creemos que es importante recordar que, durante la última dictadura militar argentina, la más sangrienta y cruel de nuestra historia, El Mundial del '78 se jugó en este mismo territorio, siendo una estrategia militar en aras de consolidar una imagen sólida de país para el exterior y que endeudaría a la Nación en un momento donde la sociedad argentina estaba siendo víctima del autoritarismo de las Fuerzas Armadas política, económica y socialmente.

No todos los individuos de la sociedad civil vivieron el periodo dictatorial de la misma manera. Cabe destacar que las Fuerzas Armadas contaron con el aval de una gran parte de la población en su intervención y posterior ocupación en el gobierno en aras de una “restauración del orden” en un periodo de enfrentamientos políticos y guerrilleros que no prometía finalizar. De esta manera no podemos afirmar que la sociedad, y cada uno de los sujetos que la conforman, hayan vivido este periodo de forma colectiva. De hecho, gran parte de la estrategia dictatorial de la época se basó en la fragmentación de la población, en la desconfianza hacia los pares, en el discurso que sostenía que si las personas desaparecían era porque “algo habían hecho”. El único discurso permitido en los medios de comunicación y en los espacios públicos era el discurso oficial, mecanismo que sirvió para la censura y la autocensura de la población y para conseguir el apoyo

y el consenso de parte de la sociedad. Es en esta fragmentación, en esta represión y censura en la expresión del pueblo como conjunto que el gobierno dictatorial construía y triunfaba en su estrategia. En este sentido, las instituciones y organizaciones en las que se efectuaban los intercambios de ideas y de conocimientos fueron intervenidas inmediatamente: las universidades, los grupos intelectuales, las escuelas, los medios de comunicación, las agrupaciones de artistas, entre otros, fueron los principales blancos de persecución de la dictadura.

Alabarces nos explica de la siguiente manera como triunfó la dictadura en su estrategia represiva que iba más allá de la violencia, la desaparición, la tortura y la masacre:

La dictadura fue, paradójicamente, gramsciana: sabedora de que la lucha política en los países occidentales se desarrolla fundamentalmente en el plano ideológico y cultural, los secuentros también tuvieron como destinatarios intelectuales, artistas, periodistas, profesores universitarios, dirigentes gremiales de base [...] Así, el efecto buscado (y obtenido) apuntó a la desarticulación de una sociedad civil con autonomía y capacidad para disputar una hegemonía ideológica (Alabarces, 2014, p. 112)

La desarticulación de la sociedad civil y el ataque directo a los espacios académicos, de reunión y de circulación de información fue una estrategia de la dictadura que apuntaba a desfortalecer la lógica del “pueblo” como conjunto, en aras de destruir todo intento del mismo a “revelarse”. Es por eso que al hablar de la dictadura de 1976 en Argentina nos referimos a una dictadura cívico- militar. El triunfo de este mecanismo del terror necesitaba del consenso de parte de la sociedad civil, su total desarticulación y el control total de las instituciones y el espacio público. Para ello, era fundamental evitar las reuniones sociales y, es por esto, que una de las primeras y principales imposiciones del gobierno dictatorial fue prohibirlas.

Sin embargo, después de la victoria del Mundial de 1978 la sociedad argentina volvió a encontrarse y a manifestarse en las calles:

La espontaneidad de los festejos (no hubo ningún tipo de convocatoria, ni oficial ni mediática) es un dato que entiendo clave para establecer una interpretación. Los actores parecieron leer rápidamente una fisura en el control, e instituyeron así un mecanismo doble: la re-ocupación del espacio público y el auto-reconocimiento en una multitud (la primera vez vale recordarlo, desde antes del golpe militar). Las manifestaciones, asimismo, diseñaron recorridos múltiples, no se limitaron al centro urbano (el obelisco) y sus adyacencias: ocupan espacios barriales, como el Parque Patricios. (Alabarces, 2014, p. 124)

Vale aclarar que el Mundial del '78 ha sido interpretado, y en este análisis reafirmamos esta interpretación, como mecanismo de manipulación, de ocultamiento, de corrupción y de complicidad con la dictadura cívico-militar argentina. Pero, creemos que no es un dato que pueda ignorarse a la hora de realizar un análisis el hecho de que, en plena dictadura militar la sociedad argentina haya encontrado y construido su momento de reunión multitudinaria y conquistado el espacio público nuevamente por la victoria de la final del Mundial, Argentina vs Holanda sin previa convocatoria. Este hecho nos permite repensar y cuestionarnos acerca de la importancia de este deporte en este país para cada uno de sus habitantes y, reafirma en cierto punto, todo lo analizado hasta ahora llegando a la conclusión de que el fútbol es más que un deporte de entretenimiento, es más que un deporte en sí, es una de las partes fundantes de nuestra identidad como argentinos y un mecanismo que nos mueve y nos reúne.

Mecanismo cultural, identitario y unificador, el fútbol en la Argentina ha podido lograr, en el plano social, cultural e histórico, configurarse como un rasgo personal de la Nación, como una de las características propias de la identidad nacional argentina.

Capítulo 2

“Discursos sociales en torno a la figura de Diego Armando Maradona”

2.1 Maradona: héroe popular y mitológico

En el capítulo anterior desarrollamos como se configuró el fútbol como uno de los rasgos identitarios de la nación. Lo analizamos no solo desde el punto de vista histórico sino, y principalmente, desde las diferentes narrativas que se construyeron en torno a este deporte como fenómeno social. En el principio de este análisis se hizo hincapié en el fútbol como fenómeno social y cultural en aras de poder acercarnos a comprender su significancia y la construcción de los imaginarios que circulan en torno a él, desde una perspectiva nacional-colectiva e histórica.

Sin embargo, estos discursos sociales se componen también de narrativas individuales, de narrativas en torno a figuras que se construyen como heroicas por la épica que las sostienen, entendiendo *épica* como algo grandioso y fuera de lo común.

En este sentido, la épica popular fue una de las construcciones que hizo de Maradona un “héroe” para el imaginario colectivo. La infancia de Maradona estuvo vinculada directamente con la pobreza, el origen humilde y la situación social precaria de Villa Fiorito. La rememoración y reafirmación de sus orígenes que sostenía el jugador en sus diferentes discursos, relacionando la marginalidad y la pobreza a sentimientos de orgullo y dignidad, vinculaban al jugador con los sectores populares de la Argentina, los sectores trabajadores, de barrio, hijos de obreros, sectores a los que apelaba en muchas de sus declaraciones y a los que defendió discursivamente hasta sus

últimas declaraciones: “Dicen que yo hablo de todo, y es cierto. Dicen que yo me pelié con el papa, y tienen razón. ¿Por qué salí de Villa Fiorito no puedo hablar?” (Arcucci y Cherquis, 2000)

De esta manera, podemos identificar en muchos de sus discursos que la narrativa que sostiene Diego Armando Maradona a lo largo de toda su carrera futbolística es la de un “pibe de barrio” orgulloso de sus orígenes. Alabarces hace hincapié en el punto donde la superación, la “salida”, no solo es parte sino constructor fundamental del relato mitológico que hace de Maradona el héroe popular por excelencia:

(...) Pero la operación de mitificación se completará con el verbo: salir. De Fiorito se sale, para llegar a la fama, al mundo, a la gloria, pero sin olvidar. Su fiesta de casamiento en 1989 en el estadio Luna Park de Buenos Aires, transmitida televisivamente, cubierta por toda la prensa, desbordante, expansiva, excesiva, es un buen ejemplo: entre los invitados también se contarán sus amigos de la infancia, no solo el jet set vernáculo. (Alabarces, 2014; p134)

La construcción de un héroe protagónico en estos relatos, capaz de salir y de ascender, es fundamental para que pueda conformarse la épica narrativa que vincule a la hinchada, a los espectadores y a la tribuna, con el jugador de fútbol. Es en esta cercanía donde se genera la identificación y dónde puede construirse un relato que escale de lo humano a lo mitológico. Como analizamos anteriormente, las hazañas y habilidades futbolísticas en la cancha son los propulsores que sostienen la popularidad del jugador, indicadores del esfuerzo y el talento que Eduardo Galeano (1995) nos describe de esta manera:

No es un jugador veloz, torito corto de piernas, pero lleva la pelota cosida al pie y tiene ojos en todo el cuerpo. Sus artes malabares encienden la cancha. Él puede resolver un partido disparando un tiro fulminante de espaldas al arco o sirviendo un pase imposible, a

lo lejos, cuando está cercado por miles de piernas enemigas; y no hay quien lo pare cuando se lanza a gambetear rivales. En el frígido fútbol de fin de siglo, que exige ganar y prohíbe gozar, este hombre es uno de los pocos que demuestra que la fantasía puede también ser eficaz. (p. 54)

Sin embargo, los imaginarios sociales que se crean en torno a él no solo se basan en su talento sino en su tendencia a pronunciarse valorativamente y políticamente en defensa de las clases subalternas que sufren en manos del poder hegemónico, discurso que conforma gran parte de lo que será su figura mediática y las representaciones que de ella circulan en la población. Así describe Galeano en su libro la conexión entre este tipo de héroe popular y el espectador:

Los nadies, los condenados a ser por siempre nadies, pueden sentirse álguien por un rato, por obra y gracia de esos pases devueltos al toque, esas gambetas que dibujan zetas en el césped, esos golazos de taquito o de chilena: cuando juega él, el cuadro tiene doce jugadores. (Galeano, 1995, pág. 5)

Esta conexión entre el jugador y la hinchada es de índole emocional y al jugador de fútbol, que es vanagloriado en sus triunfos y muchas veces abucheado en la derrota, se le atribuye la responsabilidad de las emociones que pueda generar en la sociedad de acuerdo a lo que se espera de él. En este juego de expectativas podemos identificar las emociones suscitadas por Diego Armando Maradona, responsable de jugadas épicas y victorias, “gloriosas” para el pueblo en la relación de proyección de la hinchada para con el ídolo futbolístico que representa para ellos un héroe en el campo de batalla. El fútbol, como hemos ido desarrollando, fue interiorizado en los argentinos como un aspecto identificador fundamental en la creación de una identidad nacional.

Esta identificación, marcada fuertemente por una diferenciación entre un “nosotros” y un “ellos” crea una narrativa del fútbol similar a la de una batalla en la que los héroes, en sus hazañas

individuales, cobran protagonismo y generan en el espectador emociones imposibles de racionalizar pero que en este análisis pretendemos acercarnos a comprender. Esta narrativa del fútbol como batalla, con grandes héroes y villanos, permite que puedan formarse imaginarios de un hombre que se relacionan con características de una deidad. Un ser humano de carne y hueso puede convertirse para muchos en un dios reivindicando su carácter heroico y mítico en cada jugada épica, en cada victoria y en cada ascenso.

Sin embargo, las victorias y hazañas futbolísticas no bastan para crear el imaginario de heroicidad de una persona. Lo que hace a esta persona, a este jugador, un héroe popular es la capacidad de superación de obstáculos. Como dijimos anteriormente, de Villa Fiorito se “sale”, de la pobreza se “sale”. La admiración e idolatría que produjo el fenómeno de Maradona, no está relacionada con lo “inalcanzable” sino, por el contrario, con todo aquello que permite una identificación de “los nadies” (Galeano, 1995) con él. Estas características, de las que se hace hincapié en la serie de relatos que circularon acerca de su vida y su carrera, son las que hacen de Maradona un héroe popular. En su ensayo “Maradona: mito popular, símbolo peronista, voz plebeya”, Alabarces nos explica por qué Maradona reúne las características que lo convierten en héroe popular para los argentinos, para los napolitanos y para muchos otros aficionados del deporte del mundo:

Me empeño en usar “popular” con un sentido de clase: los pueblos son las clases populares, las clases subalternas, las clases plebeyas. Entonces, superar la prueba de ser, a la vez, un héroe popular, un mito popular y un amor popular, es una empresa reservada a pocos y pocas elegidos y elegidas. Comencemos a hacer esa lista. Pensemos también quién tiene la condición, ya excesiva, de que ese amor sea, incluso, un poco transclasista. Y más aún, de que ese amor sea compartido por hombres y mujeres. Y doblo la apuesta: que ese amor

exceda, para colmo, los límites de una comunidad nacional e incluya, por poner ejemplos meramente casuales, a bangladesíes y a napolitanos. (Alabarces, 2021, p. 2)

De esta manera, podemos afirmar que la construcción de relatos mitológicos protagonizados por un héroe popular deportivo no es una cuestión arbitraria ni una cuestión que se sustenta en una sola condición o característica, sino que es el conjunto de condiciones, de características y de contextos los que dan lugar a sus nacimientos y proliferación.

Explicar los relatos mitológicos que se produjeron en torno a la figura de Maradona es el comienzo para poder comprender los discursos que circularon, circulan y circularán después de su fallecimiento. La explicación del carácter mítico de su figura encuentra su génesis en la intersección de los elementos anteriormente mencionados: su calidad deportiva excepcional, su condición heroica, el relato de origen humilde, el contexto global en el que se desarrollan sus hazañas, discursos y jugadas, el nuevo espacio de los medios de comunicación en las sociedades de masas que pasan a conformar un rol central en la sociedad y una expansión acelerada como nunca antes se había visto. A esta conjunción se suman sus ascensos y descensos en toda su carrera futbolística y los contextos políticos en una Argentina signada por una profunda crisis social y económica consecuente de la última dictadura militar y los gobiernos sucesores, el alfonsinismo, el menemismo que trajeron consigo un clima social de esperanzas y desesperanzas para todo el pueblo.

2.2 Surgimiento y breve caracterización del periodismo digital

En aras de poder realizar un análisis sobre la construcción noticiosa de la muerte de Maradona en los medios digitales haremos una breve caracterización de estos para poder comprender aristas que se tienen en cuenta a la hora de publicar noticias en este tipo de medio.

La interactividad en las plataformas de los diarios permite que personas de cualquier parte del mundo puedan acceder a la información e interactuar de forma activa con ella desde cualquier lugar y en cualquier momento debido a la perdurabilidad de las noticias en la red. Esto quiere decir, que la construcción de las noticias en los diarios digitales contempla que el acceso a su lectura es de carácter universal al publicarse en *internet*, el soporte material en el que se propagan.

En este sentido, las noticias publicadas en los diarios digitales adoptan las características de la plataforma material y tecnológica en la que se sustentan.

En la Argentina los primeros diarios digitales se iniciaron en 1995 siendo Los Andes de Mendoza uno de los pioneros lanzando su versión digital en septiembre de 1995. El diario que le siguió meses después fue La Nación que inauguró su versión web el 17 de diciembre de 1995 anticipándose a Clarín, su gran competidor, que hizo su aparición en la web el 10 de marzo de 1996.

Ubicando brevemente el origen de los primeros diarios digitales, en el año 1994 los diarios de Estados Unidos y Europa comenzaron a publicar sus versiones online en la *World Wide Web*. El primer periódico en lanzar su versión online fue el *Palo Alto Weekly* en *California* en 1994.

Según datos de la UNESCO (1999) para 1996 había más de 1500 periódicos y revistas en versión online circulando en *internet*, la mayoría en la *World Wide Web*, habiendo pasado dos años

desde la publicación de los primeros periódicos digitales. De esta manera podemos afirmar que los diarios digitales a trabajar surgieron al poco tiempo de haberse originado el periodismo digital.

El desarrollo de nuevos medios que comunican la actualidad en un soporte digital supuso para todo el mundo nuevas formas de construcción de los acontecimientos, de producción de los contenidos y construcción de las agendas de los diarios adquiriendo nuevas dinámicas en la lógica periodística. En principio, así como sucede con otros contenidos en la internet, la construcción noticiosa de los hechos en los diarios digitales se caracteriza por ser más breve que en los periódicos tradicionales y por poseer recursos visuales que buscan llamar la atención y fomentar la interacción de los usuarios en la red (fotografías, videos, links). La brevedad de las noticias digitales, comparada con las noticias del diario en soporte papel, está vinculada con la mayor cantidad de contenidos que circulan en la internet y la necesidad de captar la atención de los lectores que, frente a una mayor cantidad de contenidos, elijen aquellos que menor tiempo de lectura puedan conllevar.

La extensión promedio de las piezas de los principales medios online de la Argentina oscila entre los cuatro y los ocho párrafos. Si se realiza el cotejo del tamaño en relación con el género periodístico es apreciable la diferencia entre las noticias, que suelen ser más cortas, y las notas de opinión o columnas, que son las que habitualmente exceden los 20 párrafos. (Zunino y Grilli, 2019)

De esta manera, podemos afirmar que la producción de las noticias y los discursos sociales que se sostienen en ellas poseen diferentes características de acuerdo al soporte material y tecnológico del que son parte estableciendo contratos de lectura con los usuarios que difieren de los medios de comunicación tradicionales. En su trabajo “La prensa online y su público”, Natalia

Anselmino (2012) hace un estudio sobre los contratos de lectura que proponen los diarios digitales de lanacion.com y clarín.com y el espacio interactivo de cada uno de estos sitios:

Tanto Clarín como La Nación generan continuamente espacios editoriales destinados a incentivar y contener el flujo comunicativo de la audiencia –espacios frecuentes, sobre todo, desde el año 2008–, pero por el momento, sin desatender que es el mismo diario quien genera de un modo arbitrario las consignas o selecciona y limita los espacios de su aparición. (p. 190)

Es así como los espacios de interacción de los usuarios en los periódicos digitales son constructores fundamentales de los nuevos contratos de lectura que proponen los diarios para mantener una relación dinámica con los lectores acorde a las nuevas posibilidades que ofrece el mundo digital en constante expansión.

En su libro “La interactividad en el periódico digital” (2006) Alejandro Rost señala seis características básicas de los medios digitales: la interactividad, la hipertextualidad, la multimedialidad, la documentación ilimitada, la actualidad múltiple y la personalización.

La interactividad refiere a la capacidad que tienen los lectores de los medios digitales de interactuar con la información que disponen los medios ya sea de forma activa (eligiendo a que contenido exponerse y en qué momento a través de las opciones que ofrece el diario digital) o de forma expresiva (al pronunciarse pública o valorativamente a través de los foros, comentarios, chats, etc).

Podemos notar esta característica en los comentarios publicados por los usuarios en todas las noticias analizadas en ambos sitios web.

Por otro lado, la hipertextualidad refiere a la “interconexión de bloques de textos digitalizados” (2006, p. 222) es decir, un texto digital puede componerse de muchos otros textos

permitiendo al usuario acceder a diferentes textualidades a partir de una sola página web. La hipertextualidad en las noticias digitales incluye los comentarios de los usuarios, los diferentes links que proponen las noticias que analizamos, los *tag* en las notas, la posibilidad de leer otros titulares e ingresar a otras noticias, entre otros. Por ejemplo, en las noticias que analizamos en este trabajo vemos que ambos diarios digitales cuentan con este recurso utilizando frases o palabras del texto que destacan por estar subrayadas para redirigir al usuario a otras noticias que ofrece el sitio.

La multimedialidad de los diarios digitales permite que sus plataformas digitales estén compuestas de diferentes recursos como por ejemplo imágenes, videos, infografías o transmisiones en vivo. Esto permite otorgarles a los sitios de noticias el dinamismo que proporcionan los recursos de la web para brindarle al lector una participación “activa” en el proceso de selección de ciertos contenidos multimedia como pueden ser las imágenes, los gráficos, los videos, etc. En este sentido, las noticias que analizamos sobre la muerte de Diego Armando Maradona se componen en su mayoría de más de una imagen o video.

La documentación ilimitada que señala el autor tiene que ver con “la ausencia de límites de espacio y de tiempo en la acumulación y disposición de la información” (2006, p.155). Los medios de comunicación digitales no tienen, a diferencia de los medios tradicionales, la necesidad de elegir rigurosamente qué noticias publicar debido a que no poseen limitación espacial. Estos pueden almacenar toda la información y todos los textos que sean capaces de recoger y redactar los periodistas. De esta manera, el diario puede publicar cantidad de información ilimitada y los lectores tener acceso a ella en el tiempo que la precisen. Por otra parte, esta ausencia de límites a la hora de publicar su contenido en la página web permite a los diarios digitales la actualidad múltiple a la que refiere el autor definiéndola como la capacidad de los usuarios de buscar contenidos con diversas temporalidades. Al acceder al menú que ofrece el diario en la web el

usuario puede acceder a noticias en “tiempo real”, recientes, permanentes (referidas al interés general del público) o prolongadas. En relación a las noticias que analizamos en este trabajo hubo algunas que se redactaron en tiempo “reciente”: “Murió Diego Armando Maradona: la primicia mundial de Clarín, en los medios internacionales” (Clarín, 25/11/2020), “Murió Maradona: el hijo de Fiorito en una tragedia de Shakespeare” (Clarín, 25/11/2020), “La muerte de Diego Maradona: qué dice el parte de Policía” (La Nación, 25/11/2020), “Los últimos minutos con vida de Diego Maradona: con quién estaba y qué deseaba el ídolo” (Clarín, 25/11/2020), “Murió Diego Armando Maradona y ya es leyenda” (Clarín, 25/11/2020), entre otros titulares que hacen hincapié en la temporalidad reciente del hecho.

Algunas se construyeron en base a declaraciones recientes de diferentes actores políticos y deportivos: “Mauricio Macri despidió a Diego Armando Maradona: «Serán imborrables las alegrías que nos diste»” (La Nación, 25/11/2020), “La muerte de Diego Maradona. Cristina Kirchner: «Se fue un grande»” (La Nación, 25/11/2020) “La muerte de Maradona: el llanto de Guillermo Cóppola al enterarse la noticia mientras hablaba en una radio” (La Nación, 25/11/2020), “Murió Diego Maradona, todo el dolor de Oscar Ruggeri en el adiós: «No puede ser... No puede ser...»”, “Murió Diego Maradona: la despedida de Pelé y del mundo del deporte” (Clarín 25/11/2020), entre otras. Por otro lado, algunas de las noticias que analizamos en este trabajo se compusieron de discursos de tiempo prolongado haciendo referencia a la vida del ídolo, sus inclinaciones políticas o sus frases más emblemáticas: “El día que Diego Maradona se le plantó al Papa Juan Pablo II: «Dejé de creer»” (La Nación, 25/11/2020), “La muerte de Diego Maradona: de Carlos Menem a Fidel Castro, su relación con los líderes latinoamericanos” (La Nación, 25/11/2020), “Diego Maradona. El ídolo que no pudo gambetear la política” (La Nación,

25/11/2020), “Diego Maradona y sus parejas: amores turbulentos que terminaron mal” (La Nación, 25/11/2020).

Por último, la personalización refiere a la capacidad del usuario de seleccionar el tipo de noticias que desea recibir a través del correo electrónico, de alertas y notificaciones y de qué diario o diarios digitales desea recibirlos. Tanto Lanacion.com.ar como clarín.com poseen la opción de suscripción que permite al usuario recibir las noticias que puedan ser de su interés. A su vez, algunos diarios como lanacion.com permite al usuario lector modificar el aspecto de la página web según su comodidad dando la opción, por ejemplo, de achicar o agrandar tipografías.

Esta breve caracterización de los diarios digitales nos permite entender cómo se construyen las noticias en la web, que aspectos se tienen en cuenta a la hora de publicar los contenidos en las plataformas digitales, que recursos interactivos se utilizan y de qué manera pueden incluirse en el discurso.

A partir del análisis de las narrativas que se construyeron y circulan de Diego Armando Maradona como héroe popular y mitológico y la posterior caracterización de los diarios digitales intentaremos identificar las condiciones de producción de los discursos noticiosos que se produjeron sobre su fallecimiento analizando el lugar que tienen discursos anteriores en las noticias de su muerte y los recursos que utilizaron estos medios para narrar este hecho.

2.3 Contrato de lectura de Clarín y La Nación

Luego de hacer un recorrido sobre la construcción de la figura del héroe popular en el caso de Diego Armando Maradona, nos centraremos en la construcción noticiosa de su muerte y en los

discursos que decidieron construir y publicar los medios de prensa digital más visitados del país: La Nación y Clarín.

Para Eliseo Verón el sistema productivo del sentido se conforma en dos procesos interrelacionados: proceso de producción y proceso de reconocimiento. Entre estos dos polos sucede el desfase que adquiere el nombre de circulación: “Generados bajo condiciones determinadas, que producen sus efectos bajo condiciones también determinadas, es entre estos dos conjuntos de condiciones que circulan los discursos sociales” (Verón, 1998, p127).

En la teoría veroniana del discurso, tanto en las condiciones de producción como en las condiciones de reconocimiento pueden encontrarse huellas de otros discursos sociales en la materialidad significativa a analizar. Comprender un discurso significa entenderlo en relación a otros discursos presentes en él. El discurso social se entiende en este análisis como un proceso de operaciones discursivas (Verón 1993).

En este sentido, siguiendo la teoría de Verón, pretendemos analizar la construcción discursiva de la muerte de Diego Armando Maradona en relación a las condiciones de producción de los discursos teniendo en cuenta que la elección de los títulos, del copete, las fotografías y las descripciones del ídolo futbolístico no es arbitraria, sino que está anclada a la ideología de los diarios y al público lector que prioriza.

A partir de esta perspectiva estudiaremos a los discursos sociales producidos por estos medios de comunicación digital teniendo en cuenta que están influidos por otros discursos que circulan en una sociedad y en un contexto espacio-temporal determinado. Según Angenot (2010) un discurso “es todo lo decible y pensable en un estado de sociedad dado (...) son los sistemas cognitivos, las distribuciones discursivas, los repertorios tópicos que en una sociedad organizan lo narrable y lo argumentable” (p. 21). Esto quiere decir que la producción de un discurso está

condicionada por el contexto, por los imaginarios sociales que circulan en una sociedad en un tiempo determinado, por las concepciones imperantes en la época sobre diferentes tópicos, por los sistemas hegemónicos que preponderan e imponen visiones del mundo, es decir, por todo un sistema de narrativas que organizan y se producen en una sociedad.

Esta afirmación está directamente relacionada con el concepto de “polifonía discursiva” que propone Bajtín (1988) para explicar que en toda comunicación pueden identificarse otros discursos, por lo que todos los discursos poseen un carácter dialógico. Los discursos entonces están compuestos por otros discursos, por distintas visiones del mundo, por apreciaciones y perspectivas que circulan en diferentes épocas. De esta manera, podemos afirmar que los discursos que produjeron los medios de comunicación de prensa digital sobre la muerte de Diego Armando Maradona están compuestos de otros discursos instalados en la sociedad, naturalizados, que están anclados a percepciones y representaciones que circulaban sobre el jugador antes de su fallecimiento.

A su vez, la construcción de las noticias está condicionada por lo que Eliseo Verón denomina “contrato de lectura”, es decir, por la capacidad que tienen estos medios de prensa escrita digital para establecer un contrato con sus lectores que se “articule correctamente a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible (...)” (Verón, 1985). Esta relación de “complicidad” entre el lector y el medio se sustenta en saberes y deseos compartidos que se evidencian en las diferentes modalidades discursivas componentes del texto.

Para poder analizar los contratos de lecturas que proponen los diarios, es necesario describir qué ideología construyeron y sostuvieron desde su creación. En este sentido, se describirán brevemente las ideas sostenidas por Clarín y La Nación teniendo en cuenta que las representaciones que reproducen los diarios pueden estar expuestas a cambios de acuerdo a los

diferentes periodos políticos que atravesó el país. De esta manera, la historia que se describirá no será analizada como un proceso lineal sino como un proceso en el que las estrategias que configuran los diarios están sujetas a los factores económicos, sociales y políticos.

Perfil del diario La Nación

El 4 de enero de 1870, Barolomé Mitre lanza el diario La Nación con una tirada de 1.000 ejemplares y un capital de 800.000 pesos de la época. El diario se fundó con el objetivo de contribuir a la organización nacional a partiendo de la difusión de los principios de la nacionalidad y de las garantías institucionales. (Paren las rotativas)

Para explicar la influencia de Mitre en los pilares ideológicos y políticos que intenta sostener el diario, el secretario general de redacción de La Nación, José Claudio Escribano (1996), se expresa de la siguiente manera:

La presencia de Mitre perdura en lo que concierne al uso de la libertad, la defensa de las garantías individuales, la independencia de los poderes públicos y el ejercicio de un criterio pluralista en todos los órdenes. Si alguien nos dijera: «Ustedes hacen un diario conservador y liberal», contestaríamos: ‘Está bien; no hay nada que corregir en su afirmación’. Ahora, si en cambio, la expresión fuera: ‘Ustedes hacen un diario elitista’, nosotros diríamos: “Qué mal nos ha entendido usted o qué mal hacemos nosotros las cosas para que usted nos entienda de ese modo” (Ulanovsky, 1997, p. 5)

En su investigación titulada “La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989”, Ricardo Sidicaro explica cómo, hasta el triunfo de Yrigoyen en las elecciones

de 1916, el diario sostuvo orientaciones modernizantes respecto del sistema político, la organización de los partidos y una tendencia favorable a resolver los problemas emergentes de la «cuestión social» mediante la intervención conciliadora del Estado en los conflictos obrero-empresarios.

Según el autor, el diario se pronunciaba positivamente con respecto a la legislación electoral propuesta por Sáenz Peña, confiando en la democratización institucional y tomando una postura conservadora-progresista que buscaba la unificación de las fuerzas conservadoras con el Partido Demócrata Progresista, dirigido por Lisandro de la Torre, teniendo en cuenta que el autor hace especial hincapié en la pluralidad de voces que podían encontrarse en el matutino. Sin embargo, durante el primer gobierno de Yrigoyen, La Nación comenzó a tomar una postura diferente con respecto a los conflictos sociales haciendo responsable al gobierno radical por sus “contenidos populistas”. El diario comenzó a delinear discursos más conservadores con respecto a los movimientos populares, sosteniendo un antiliberalismo económico, defendiendo el intervencionismo estatal y estimulando la minería en el país. Según el autor, desde 1909 el compromiso de La Nación ya no estaba vinculado a un partido político en particular, sino a la conformación de una opinión pública que estuviera arraigada a los valores tradicionales del país, y a los sectores dirigentes de prestigio y poder que ponderaban en las diferentes épocas. Por esta razón pueden explicarse la pluralidad de voces encontradas en su corpus de trabajo, reproductoras de diferentes ideologías partidistas como es el caso del escritor Juan Bautista Justo, fundador del Partido Socialista y escritor del diario La Nación.

De esta manera, el matutino se conformaba como un actor social pronunciándose valorativamente sobre el papel del Estado en la sociedad, pero desde una perspectiva “objetiva” asumiendo el rol de orientador de clase.

En todo su análisis, se puede evidenciar que el diario La Nación se pronunció a favor de los golpes de Estado en los diferentes periodos de profunda crisis que atravesó nuestro país. En 1930 se se expresó a favor, en muchas de sus notas editoriales, del golpe de Estado de Uriburu hacia el gobierno radical de Yrigoyen. También, se pronunció positivamente hacia el golpe de Onganía al gobierno de Arturo Illia en 1966 y, finalmente, al golpe de Estado hacia Isabel Martínez de Perón culminado en la última dictadura militar en 1976. Sin embargo, Sidicaro en su investigación nos explica que la cosmovisión del diario no se dimensiona a favor de las dictaduras sino en contra de lo que denominaban gobiernos “demagógicos”. Con respecto al golpe de Estado llevado a cabo por Uriburu, el autor reflexiona de la siguiente manera sobre la postura tomada por el diario La Nación:

¿Cómo La Nación teniendo un pensamiento profundamente civil y apegado al democratismo, podía estar a favor del golpe militar con un discurso de defensa de las instituciones democráticas? La lectura minuciosa de las editoriales del periódico me permitió entender que la matriz de decodificación de la política de La Nación y de aquella época no era como podemos pensar nosotros hoy democracia o dictadura, sino, democracia o demagogia, matriz que vuelve aceptable la caída de gobiernos «demagógicos» en favor del restablecimiento de la democracia (Sidicaro,1993, p. 89)

Es importante poder explicar los lineamientos ideológicos que sigue el diario teniendo en cuenta la reflexión y el análisis del autor con respecto al posicionamiento político del editorial en un contexto donde en la Argentina la intervención militar era solicitada por gran parte de la sociedad en aras de “garantizar el orden” en el país.

Durante el primer gobierno peronista La Nación criticó abiertamente a la dirigencia por la censura llevada a cabo hacia los medios de comunicación disidentes, por las limitaciones a la

importación de papel para la prensa y por la ideologización de la educación tratada como adoctrinamiento y relacionada directamente con experiencias totalitarias fascistas.

El autor divide al diario en dos periodos, el primero de ellos lo denomina “periodo de certezas” y abarca desde 1909 hasta 1943. La definición refiere a que, editorialmente, el matutino parecía poder explicar cuáles eran los conflictos del país y qué soluciones debían llevarse a cabo.

Sin embargo, según, la investigación de Sidicaro (1993), en la etapa abierta con el golpe de Estado de 1955 hasta 1976, el diario evidenció que el problema social que atravesaba el país era la falta de una “dirigencia sólida” y la incapacidad de articular un modelo de país único que siga una línea social y política. Este periodo, titulado por el autor de «desconcierto y nostalgia», muestra a un periódico confundido frente a los cambios históricos, melancolizado por un pasado que no pudo ser. A partir de 1943, los interlocutores preferenciales del diario entraron en crisis, situación que repercutió en la editorial haciendo de su pensamiento algo, en palabras del autor, más “chato” (1993).

Si bien, como dijimos anteriormente, el matutino en sus notas editoriales manifestó el descontento con las políticas económicas, educativas y sociales del primer gobierno peronista, el segundo gobierno de Perón y el Segundo Plan Quinquenal, lanzado durante este periodo y destinado a impulsar nuevamente la industria agropecuaria del país, recibió una mirada positiva del diario.

Con respecto a la última dictadura militar argentina, La Nación avaló la intervención militar para finalizar con el “populismo” y la “subversión” a favor de restaurar el “orden”.

Marcelo Borelli (2011), investigador del CONICET, describe la posición política del diario durante el gobierno dictatorial de la siguiente manera:

Fue un activo defensor de la “lucha antissubversiva” y rechazó las “injerencias externas” de la comunidad internacional frente a la violación de los derechos humanos. Pero exhibió un tono admonitorio cuando las acciones criminales del régimen recayeron sobre personalidades no relacionadas con la “subversión de izquierda” y que fueron víctimas del accionar represivo por las luchas facciosas del poder militar (como el caso del embajador argentino en Venezuela, Héctor Hidalgo Solá, desaparecido a mediados de 1977; o la diplomática Helena Holmberg asesinada a principios de 1979; ambos crímenes, se sospecha, fueron responsabilidad de la Marina). (p. 37)

Con respecto a la política económica, fue crítico de las medidas tomadas por la Junta Militar haciendo hincapié en la falta de dirección económica y criticando los gastos estatales y el creciente endeudamiento externo, aunque resultó beneficiado en cuanto a su participación en Papel Prensa tras la muerte del empresario argentino David Graiver, principal accionista de la empresa. Durante la dictadura, defendió la “libertad de prensa” cuando entendió que la intervención en la censura de los medios de comunicación por parte del gobierno era “excesiva” (Sidicaro, 1993).

De esta manera, podemos identificar que el diario La Nación, como actor político y social, construyó una cosmovisión de la sociedad anclada a las ideas más tradicionales de los sectores dominantes de la Argentina. Si bien los discursos y las ideas plasmadas en la editorial se conforman de diferentes voces, podemos identificar que a lo largo de la historia el diario sostuvo una ideología relacionada a las ideas de “orden y progreso”.

El matutino, en la actualidad, se pronuncia abiertamente como opositor del kirchnerismo y de todos los que forman parte de este partido político identificándolo como “autoritario y corrupto”. Es así como podemos identificar en varias de sus notas un rechazo hacia todo lo

relacionado con lo “popular”, ya que estos movimientos son considerados, para este medio de comunicación, como signo de demagogia y corrupción.

Perfil del diario Clarín

El 28 de agosto de 1945 el periodista Roberto Jorge Noble, estanciero, fundador del socialismo independiente y ex ministro del interior del Gobierno de Manuel Fresco, hizo el lanzamiento de Clarín.

Clarín no tiene vinculaciones ni compromisos con ninguna de las agrupaciones políticas tradicionales. Desde que es y será un diario informativo e independiente, no podría tenerlas. El único y exclusivo compromiso que contrae es con la Nación y consiste en reflejar exacta y objetivamente los hechos de la vida colectiva, analizarlos, juzgarlos a la luz de la verdad y de las conveniencias nacionales. (Noble, 1945, como se citó en Ulanovsky, 1997, p. 27)

Noble dirigió el diario hasta su fallecimiento el 12 de enero de 1969. Luego de este hecho, Erenestina Herrera asumió la dirección del periódico.

En su trabajo “Paren las rotativas”, Carlos Ulanovsky hace referencia al éxito que el diario pudo conseguir en cuanto a las ventas y a la popularidad entre 1945 y 1950, pregonando el *slogan* “soluciones argentinas para los problemas argentinos”, y lo explica a partir de una serie de decisiones que había tomado la dirigencia de Clarín diferenciándose de otros matutinos:

Cada madrugada llegaba a los lugares de venta de Capital Federal antes que los otros matutinos (...) Apeló básicamente a los temas locales, y comenzó a darles fuerte importancia a secciones como “Deportes” y “Espectáculos”, que otros desechaban por

considerarlas banales o populacheras. Sumó fama de independiente durante el primer gobierno de Perón (...). En un principio el peronismo no controló excesivamente al diario porque no se le reconocía poder, más allá de su circulación y ventas, permanentemente en alza. (Ulanovsky, 1997, p. 27)

En su trabajo, Martin Sivak (2013) asegura que Clarín fue uno de los primeros diarios que se identificó como antiperonista tras el triunfo del partido en las elecciones de 1946. Sin embargo, durante la primera gestión defendió muchas de las medidas llevadas a cabo por ese gobierno.

Tras el golpe de Estado llevado a cabo por Lonardi, y denominado “Revolución Libertadora”, que derrocó a Perón en 1955, el diario realizó un giro discursivo pronunciándose a favor del golpe militar y definiendo al ex mandatario como “autoritario” y “tirano”.

El autor expone que, desde fines de 1950, Clarín había asumido y reproducido en sus discursos el ideario desarrollista concediendo un amplio espacio a los dos exponentes de esta vertiente ideológica: Arturo Frondizi, y el economista y funcionario de la gestión Rogelio Frigerio, quien adquirió fuerte relevancia en la línea editorial impulsada por periodistas partidarios del desarrollismo que marcaron, a lo largo de su gestión, los lineamientos ideológicos del diario.

Durante este periodo, vastos sectores de la dirigencia, incluyendo las Fuerzas Armadas, habían adoptado esta visión de desarrollo basada en la modernización del país en base al crecimiento de la economía a través de la industria pesada, centrada en sectores considerados claves: petróleo y siderurgia.

Por otra parte, Clarín se caracterizaba por la flexibilidad ideológica que no solo mantenía la fidelidad del público lector de clase media “apartidario” sino que garantizaba parte de la solvencia económica estatal que necesitaba el diario para seguir teniendo éxito.

Antes de efectuarse el golpe de Estado que culminaría en la última dictadura militar

argentina, el diario alentaba la intervención militar para eliminar la lucha “subversiva” llevada a cabo por organizaciones guerrilleras. Una vez instalada la Junta Militar en el gobierno, el matutino se expresó a favor del “Proceso de Reorganización Nacional” omitiendo la publicación de información sobre los desaparecidos en la dictadura, los crímenes de lesa humanidad llevados a cabo por las Fuerzas Armadas y las Fuerzas Policiales durante este periodo, y rechazó la intervención de organismos internacionales de Derechos Humanos. Con respecto a la política económica, Borelli (2011), expresa:

Pese a los beneficios económicos que obtuvo con su asociación en el negocio de Papel Prensa, fue un tenaz crítico de la política económica de Martínez de Hoz. En esta línea, apoyó a los sectores “neodesarrollistas” de las Fuerzas Armadas contrarios a la idea de reducir el poder económico estatal (Borrelli, 2008b). A partir de 1979-1980, con el «Proceso» ya perdiendo su capital político, comenzó a publicar más asiduamente solicitadas de familiares de desaparecidos e informaciones relacionadas con este tema, en lo que bien puede entenderse como la readecuación de su línea editorial a los nuevos tiempos que se avecinaban” (Borrelli, 2010; 2011, como se citó en Borelli 2011, p. 37).

Según Sivak, la compra de Papel Prensa en 1977 proveyó a la empresa de crecimiento y oportunidades de desarrollo económico y, en base a estos beneficios, la ideología del diario se profundizó a favor del gobierno de facto. En este sentido, el autor hace especial hincapié en el crecimiento exponencial que tuvo el diario con respecto a otros medios de comunicación durante la dictadura militar de 1976. Mientras otros diarios, libros y revistas recaían en sus ventas, el medio de Noble encontró más lectores a través del deporte y el espectáculo, además, repetimos, de encontrar el sustento económico por medio de las acciones adquiridas de Papel Prensa.

A la vuelta de la democracia en 1983, Clarín se pronunció en contra del gobierno de

Alfonsín y de las políticas económicas llevadas a cabo por el mismo. Sivak afirma que el conflicto del diario con el gobierno de Alfonsín radicaba en la vigencia del artículo 45 de la Ley de Medios vigente que prohibía a los diarios comprar empresas de otras ramas de la comunicación:

No es que Clarín se vuelve muy crítico de Alfonsín en el '87, en el año '84 hace una crítica permanente y muy hostil. Ahora, la política de Alfonsín fue, digamos, permitir ese ingreso ilegal a radio Mitre en el año '85 pero no cambiar el artículo 45 que fue el gran tema de la agenda empresarial de Clarín durante toda la década del '80: conseguir el cambio del artículo que se lo da Menem (Sivak, 2016)

De esta manera, podemos vislumbrar que el punto nodal del pensamiento ideológico de Clarín está ligado a una flexibilidad durante los gobiernos que permite redirigir sus lineamientos de acuerdo a sus intereses empresariales. Siguiendo esta afirmación podemos dar explicación, por ejemplo, al apoyo de Clarín durante el gobierno de Néstor Kirchner y al drástico quiebre del apoyo a la gestión durante la presidencia de su esposa, Cristina Fernández de Kirchner. En este sentido, el autor expresa que, hasta la muerte de Kirchner, a pesar del “qué te pasa *Clarín*”, había una conversación con los directivos de Clarín, situación que cambió drásticamente tras su fallecimiento teniendo como respuesta del matutino una fuerte oposición ideológica y discursiva contra el gobierno de la presidenta.

Finalizando este breve recorrido por los lineamientos ideológicos que sostiene el diario, podemos deducir que, si bien está anclado a una cosmovisión relacionada a las ideologías políticas de derecha, predominan en él los intereses económicos que permitan crecer al grupo empresario.

2.4 Contrato de lectura en modalidades enunciativas

Como hemos mencionado con anterioridad, los medios de comunicación digital poseen diferentes características, entre ellas la simultaneidad, la inmediatez y la interactividad. Las nuevas tecnologías y los avances permanentes que se vislumbran en esta nueva era obligaron a los medios de prensa escrita a cambiar sus dinámicas y adaptarse al mundo digital para preservar su nexo con los lectores ante las inabarcables opciones que ofrece la web.

En este sentido, la participación de los usuarios en los sitios web ha sido una de las estrategias que adoptaron la mayoría de los diarios de prensa digital para mantener la fidelización de su público lector. La participación en comentarios o en la producción de notas periodísticas permite al lector ser parte activa de este proceso comunicativo.

Los diarios digitales a analizar optaron por publicar en sus plataformas y redes sociales notas de editorial y notas de opinión para narrar la muerte del ídolo. En el caso de Clarín se publicaron un total de 13 (trece) noticias, siendo 6 (seis) de ellas notas de opinión y 7 (siete) notas de editorial, es decir, no firmadas por el autor.

Por otro lado, La Nación publicó un total de 30 (treinta) noticias, 9 (nueve) de ellas notas de opinión y las 21 (veintiún) restantes notas de editorial.

Teniendo en cuenta que la tendencia político ideológica de ambos diarios está relacionada al conservadurismo y a una oposición muy marcada hacia el kirchnerismo y, por ende, hacia el gobierno de Alberto Fernández, las modalidades discursivas de las noticias, así como también la composición de sus diferentes lenguajes (visual, textual, audiovisual, etc), tenderán a marcar el “anti-populismo” que los medios de prensa sostienen en sus discursos.

Los contratos de lectura que proponen tanto Clarín como La Nación se relacionan mayormente con el conservadurismo dirigido a sectores medios y altos de la sociedad, y es por eso que pueden identificarse en muchos casos imágenes, títulos y oraciones que tiendan a marcar el carácter popular de Diego Armando Maradona con una connotación negativa que podemos observar en las siguientes frases:

“Diego Maradona. El ídolo que no pudo gambetear a la política” Carlos Pagni. La Nación. 25/11/2020

“Era inevitable que la política lo manipulara.” Carlos Pagni. La Nación. 25/11/2020

“Alberto Fernández sacó ventaja de esa simpatía para vampirizar la popularidad del ídolo” Carlos Pagni. La Nación. 25/11/2020

“La muerte de Diego Maradona: de Carlos Menem a Fidel Castro, su relación con los líderes latinoamericanos” Fernando Vergara. La Nación. 25/11/2020

“Maradona nunca fue político, pero siempre supo muy bien cómo funcionan y se manejan los políticos” Fernando Vergara. La Nación. 25/11/2020

“«Es el adiós a un ícono, a un personaje que trasciende lo deportivo por su talento y autodestrucción, por su irreverencia y por la instrumentalización económica y política a la que fue sometido, con y sin su consentimiento» (...).” Cita Orfea Suárez. La Nación 25/11/2020

“Al Che lo llevaba tatuado en un brazo, a Fidel en su zurda mágica; a la ex presidente la abochornó cuando el conflicto con el campo y luego fue un kirchnerista incondicional. También eso le estuvo permitido, tolerado y festejado (...).” Alberto Amato. Clarín. 25/11/2020

“Durante la cita de Alberto F. y Maradona en la Casa Rosada, el astro salió al mítico balcón que mira la Plaza de Mayo. Y allí tuvo expresiones contra el ex presidente Mauricio Macri, lo que generó una amplia polémica. «Macri nunca más, que se vaya a vivir a Tailandia», dijo”

Natasha Niebieskikwiat, Clarín. 25/11/2020

Como podemos observar, todas las frases seleccionadas corresponden a notas de autor. Esto se debe a que este tipo de notas permite un pronunciamiento valorativo más expuesto al tratarse de la voz de un periodista profesional y no de la voz representativa del diario como entidad.

De esta manera, las notas de editorial, si bien son valorativas y se pronuncian subjetivamente según las ideologías que sostiene el diario y las representaciones que produce y reproduce en la sociedad, utilizan recursos como la selección de diferentes titulares e imágenes o el recurso de lo “no dicho” para dar a entender su posicionamiento con respecto a diferentes tópicos:

“Murió Diego Maradona. Cuando sacudía al planeta sin la pelota en los pies” - La Nación 25/11/2020

En este titular podemos ver que, sin explicitarlo, el diario hace referencia a los años “escandalosos” de Diego Armando Maradona, relacionados con sus problemas de adicción y sus conflictos personales. Para esta noticia el diario eligió una portada del ídolo discutiendo con expresión de enojo.



Captura de pantalla. Portada de la noticia de lanacion.com

“Entre los distintos miembros del Gobierno, exfuncionarios y dirigentes que lo despidieron, el expresidente, **Mauricio Macri**, también aprovechó para publicar un **sentido mensaje** a través de sus redes sociales” La Nación. 25/11/2020

En esta oración podemos identificar la connotación valorativa del diario, marcada en *negrita*, con respecto al mensaje del ex mandatario.

“Pero la tensión creciente derivó en serios incidentes que llegaron incluso dentro de la Rosada, luego de que un número importante de personas superara el deficiente operativo policial e ingresara sin control. A raíz de eso, y luego de momentos inéditos dentro mismo de la sede gubernamental del gobierno argentino, **la familia de Maradona y las autoridades decidieron dar por finalizada la ceremonia.**” La Nación. 25/11/2020

“Fue íntimo y silencioso el entierro de Maradona. Y fue, de todos los momentos que sucedieron desde que se conoció su fallecimiento, el primero en paz. **Estuvieron sus familiares y amigos de siempre**” –Clarín. 25/11/2020

En esta nota de editorial publicada por clarín.com y titulada “Murió Diego Armando Maradona y ya es leyenda” se puede observar, en frases como las anteriormente mencionadas, el desacuerdo del diario con la decisión de las autoridades gubernamentales, pertenecientes al Frente de Todos, de velar al ídolo en la Casa Rosada. Haciendo hincapié en las dificultades del velatorio y un posterior señalamiento positivo al entierro en el que no hubo autoridades políticas involucradas, Clarín deja entrever su postura a lo largo de la nota.

Si bien lanación.com publicó más noticias que clarín.com sobre la muerte del jugador, podemos notar mediante su lectura que el primero tiende a exponer de forma más reiterativa y con

un lenguaje más connotativo sus ideales políticos que el segundo. Mientras La Nación hace referencia en la mayoría de sus notas, tanto de editorial como de autor, a las inclinaciones políticas de forma peyorativa y a los conflictos personales del ídolo, Clarín destacó en las noticias publicadas el carácter de “primicia” que tuvieron las noticias publicadas por el diario sobre la muerte de Diego Maradona en relación a otros medios de comunicación. En las siguientes citas se puede evidenciar la intención de posicionar a Clarín como un diario “adelantado” en muchas de las notas que realiza el diario para construir la muerte del ídolo:

“Murió Diego Armando Maradona: la primicia mundial de Clarín, en los medios internacionales”- Nota Editorial, titular, Clarín 25/11/2020

“Clarín confirmó su fallecimiento en una primicia mundial”- Nota editorial, Clarín, 25/11/2020

“Murió Diego Maradona: «Un sueño de barrilete», la primera nota en Clarín- Horacio Pagani, titular, Clarín, 25/11/2020

“El Presidente confirmó que se enteró por Clarín del fallecimiento del ídolo” – Natalia Niebieskikwiat, copete, Clarín, 25/11/2020

“«Murió Diego Armando Maradona»”, dio la primicia Clarín, el primero en confirmar la triste noticia por dos fuentes directas del entorno del Diez.” –Julio Chiappetta, Clarín, 25/11/2020

De esta manera podemos afirmar que los medios de comunicación construyen sus enunciados de acuerdo a “modalidades del decir” (Verón 1985) estableciendo un nexo entre el enunciador y el lector. Este nexo construirá lo que anteriormente denominamos contrato de lectura a partir de una estrategia de redacción que propone el medio de comunicación para los lectores a

los que se dirige. Es así como, si bien podemos establecer puntos en común entre los contratos de lectura que proponen los diarios que analizamos, se pueden identificar diferencias en tanto lanación.com ha hecho hincapié en la mayoría de las notas en las inclinaciones políticas de Diego Maradona mencionándolas como una “debilidad” del ídolo, mientras que Clarín construyó sus notas en base a la vida personal del jugador y al carácter de primicia de sus noticias sobre el fallecimiento.

2.5 Tipos de lectura en las notas de los diarios digitales sobre la muerte de Diego Armando Maradona

Habiendo hecho un análisis de los contratos de lectura propuestos por los medios de comunicación digital Clarín y La Nación, nos centraremos brevemente en las formas de interpretación a partir de la teoría de Stuart Hall, teórico de los Estudios Culturales, que explica los procesos de *codificación* y *decodificación* de la información que proponen los medios de comunicación.

De esta manera, y como mencionamos con anterioridad, la comunicación no es considerada como un proceso lineal en el que el receptor recibe el mensaje y lo decodifica de acuerdo a la intención del medio, sino como un proceso complejo en el que el lector es parte activa en este proceso.

Para Hall (1980) se pueden identificar tres tipos de lectura de acuerdo a la decodificación del receptor del mensaje: lectura dominante, lectura negociada y lectura oposicional.

La lectura dominante opera de acuerdo al código dominante del medio de comunicación decodificando el mensaje aceptando los valores y representaciones del código de referencia que propone el medio y haciendo pasar por “natural” estas valoraciones.

La lectura negociada es aquella en la que los lectores encuentran valoraciones del medio como adecuadas o acertadas, sin embargo, intervienen sus propias perspectivas sobre los acontecimientos y su manera de interpretar lo real.

Por último, en la lectura oposicional, los lectores reconocen los códigos dominantes que operan en el discurso y responden con rechazo hacia ellos, re-decodificando el mensaje de acuerdo a sus propias percepciones de resistencia al discurso hegemónico imperante en el medio. De esta manera el lector se manifiesta en contra del discurso que sostiene el medio de comunicación que consume.

Gracias a la interactividad que permite la digitalización de los diarios podemos mostrar los siguientes ejemplos de diferentes tipos de lecturas de @lanación en twitter, debido a que los comentarios del diario digital fueron eliminados, y del clarín.com el sitio web de Clarín:





Titular: “Diego Maradona y sus parejas: amores turbulentos que terminaron mal”

En este caso pueden identificarse los siguientes comentarios de lectura oposicional según la teoría de Stuart Hall:

@Gabriela_Gomez 25 nov. 2020: “Comienza el show. Hasta muerto lo usan”

@carolinaana76 25 nov. 2020: “Lo van a usar hasta muerto.! Qué patéticos!”

@BigBoss_ok 25 nov. 2020: “Como ya roban redito político a full. No pierden tiempo”

Por otro lado, si bien no refiere a la nota en particular, el siguiente comentario corresponde a una lectura dominante en la que el usuario adhiere a los lineamientos discursivos del medio con respecto a la juntada masiva que se realizó por el fallecimiento del ex jugador en un contexto de pandemia mundial y cuarentena obligatoria:

@nandocba 25 nov. 2020: “Que no venga a decir que no se pueden juntar después. Que no hable ningún chantainfectólogo”



DIEGO MARADONA SERÁ VELADO EN LA CASA ROSADA



5:17 p. m. · 25 nov. 2020

 **Florencia Ugolini** @florcitaugo · 25 nov. 2020

PERONIA.. lpm gobernados x simios



 **#Monica Morovic** @MonicaMorovic · 25 nov. 2020

Perdon no recuerdan que estamos en pandemia?..Cuantos han perdido familiares y no pudieron despedirse,sin dudas nuestros gobernantes tienen la costumbre de medir con distintas varas los valores de los ciudadanos.Mis respetos y condolencias a su familia,QEPD,🙏



 **LaFabiola** @LaFabiola8 · 25 nov. 2020

1 millón de personas? Mañana trabajo de sol a sol y probablemente esté todo cortado. Me pregunto, esta gente que hace de sus vidas?



 **Cintia Kucharczuk** @Cinti_Kucharc · 25 nov. 2020

La salud no era la prioridad? Ah no pará, Peronia 🙄



 **AMG** @AliciaMabelGon4 · 25 nov. 2020

No entiendo. No estábamos en DISPO? Entonces, abren las escuelas?, los teatros? Patético.



Titular: “Diego Maradona será velado en la Casa Rosada”

En este caso podemos ver que la decodificación en la lectura de esta nota es dominante para la mayoría de los usuarios que comentaron el *twit*.

@florcitaugo 25.nov. 2020: “PERONIA... lpm **governados x simios**”

@MonicaMorovic 25.nov.2020: “Perdón no se acuerdan que estamos en pandemia?
...Cuantos han perdido familiares y no pudieron despedirse, **sin dudas nuestros gobernantes tienen la costumbre de medir con distintas varas los valores de los ciudadanos**. Mis respetos y condolencias a su familia. QEPD”

@LaFabiola8 25.nov. 2020: “1 millón de personas? **Mañana trabajo de sol a sol y probablemente esté todo cortado**. Me pregunto, esta gente que hace sus vidas?”

@Cinta_ Kucharc 25.nov.2020: “La salud no era la prioridad? Ah no pará, **Peronia**”

@AliciaMabelGon4 25.nov. 2020: “No entiendo. No estábamos en DISPO? Entonces, abren las escuelas?, los teatros? **Patética.**”

Deportes

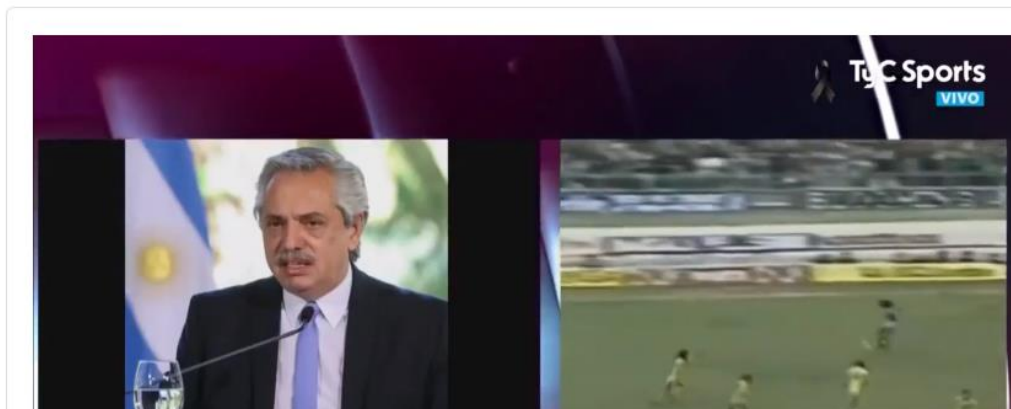
Alberto Fernández y la muerte de Diego Armando Maradona: "No puedo creerlo, estoy desolado"

El Presidente confirmó que se enteró por Clarín del fallecimiento del ídolo.

• [Murió Diego Maradona](#)

-

• [Murió Diego Maradona | Qué dice el resultado de la autopsia](#)



MA Miguel Angel • 30 DE NOVIEMBRE DE 2020
Fernández, Uds es mentiroso, embustero, y no se quiere ni así mismo. Quién le puede creer.

RESPONDER

GU Guillermo • 26 DE NOVIEMBRE DE 2020
Esto es falaz, "Estaba trabajando con (Santiago) Cafiero (su jefe de Gabinete) cuando me avisaron. que murió Maradona...Albertitere y Cafiero jamás trabajaron, sería una deshonra para un peroncho, que lo hicieran

RESPONDER

GR griselda • 26 DE NOVIEMBRE DE 2020
Como siempre usando muertos para la causa.Patetico.

RESPONDER

RI Rita • 26 DE NOVIEMBRE DE 2020
Desolote con los desocupados, con la inflación, con los chicos sin clases. Aprovecha este suceso para distraer a la gente. Un asco

RESPONDER

SI Silvia • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Estar desolado, decretar 3 días de duelo, suspender la agenda... mmmm... no me cierra, habría tantos otros acontecimientos no tan lejanos que hubieran encajado un poco más con esto, pero buh... yo no estoy en el poder

RESPONDER

SI Silvia • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Si los velatorios de la gente común son de hasta 10 personas, entonces ¿cuántos días van a estar velando a Marad...? Ah, no, claro, las restricciones son para nosotros nada más.

RESPONDER

En el caso de Clarín.com, analizando los comentarios de la plataforma web, podemos identificar las siguientes lecturas dominantes:

Miguel Angel 30 de nov. 2020: “**Fernández, Uds es mentiroso, embustero, y no se quiere ni así mismo. Quién le puede creer.**”

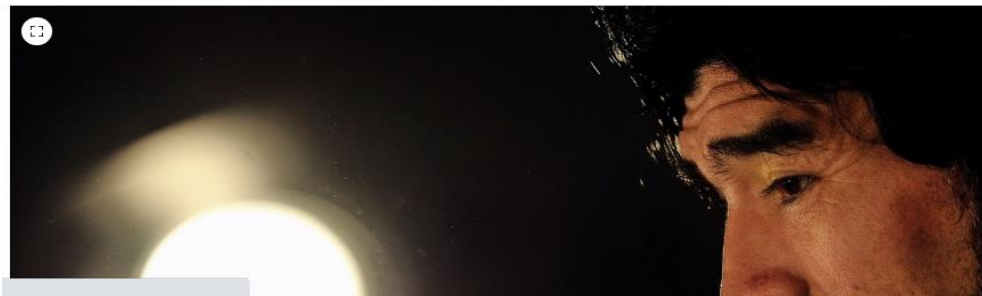
Guillermo. 26.nov.2020 : “Esto es falaz, «Estaba trabajando con (Santiago) Cafiero (su jefe de Gabinete) cuando me avisaron. que murió Maradona...»Albertitere y Cafiero **jamás trabajaron**, sería una deshonra para un peroncho, qoe lo hicieran”

Roberto. 25.nov.2020: “Que HDLGP, desolado por este drogon? y como te sentís por los 37000 muertos por covid? y por los cientos de médicos y enfermeros muertos cuidando contagiados,**Que vergüenza da este pais**”

Los últimos minutos con vida de Diego Maradona: con quién estaba y qué deseaba el ídolo

No haber podido reunir a sus hijos en su cumpleaños 60 y extrañar hasta lo indecible a su mamá -Doña Tota-, deprimieron al Diez, quien murió este miércoles.

- [A un año de la muerte de Maradona: así está la casa donde murió](#)
- [Se confirmó dónde está el corazón de Diego Maradona](#)



☰ Clarín | Deportes

AL Alfredo • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Che cronista tu inteligencia tiene diarrea y se te escaparon las neuronas. ¿Maradona inteligente? ¿Deportista? Obsecuente olfa de quinta das lástima.
RESPONDER 2 RESPUESTAS

CG claudio gerardo • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Responde a Alfredo
lamentable lo suyo ,pero tranquilo ya le va a tocar a usted y nadie va hablar
RESPONDER

CE Cecilia • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Responde a Alfredo
Alfredo, vos debes ser de esas personas que patean a la gente en la calle. Hablando de inteligencia, que lejos estas de darte cuenta que quién da lástima sos vos .
RESPONDER

Añada su respuesta

SA Santiago • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
BLANCO SOS UN TARADO E INFELIZ, EL TIPO YA PAGO EN LA TIERRA
RESPONDER

LA Luis Alberto • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Excelente nota. Muchisimas gracias
RESPONDER

CH Carlos Horacio • 25 DE NOVIEMBRE DE 2020
Si le importaban sus hijos se hubiera ocupado antes de darles un padre con amor.

En la siguiente nota podemos identificar la lectura oposicional con respecto a la perspectiva que adoptó Julio Chiapetta, periodista de Clarín, sobre la vida del 10 y su carrera futbolística. Cabe destacar que la lectura es definida como oposicional con respecto a la nota y no con los lineamientos ideológicos del diario:

Alfredo. 25 de noviembre de 2020: “Che cronista tu inteligencia tiene diarrea y se te escaparon las neuronas. **¿Maradona inteligente? ¿Deportista? Obsecuente olfa de quinta das lástima.**”

Carlo Horario. 25 de noviembre de 2020: “**Si le importaban sus hijos se hubiera ocupado antes de darles un padre con amor.**”

Juan. 25 de noviembre de 2020: “Maradona no murió. Se suicidó. **Su forma de vida fue un suicidio**”

Jose. 25 de noviembre de 2020: “**como que nunca manchaste la pelota**, EN EL MUNDIAL DE EEUU NOS SACARON PORQUE EL SEÑOR JUGO DROGADO, ESO NO ES MANCHAR LA PELOTA, Y MANCHAR LA VIDA ES NO RECONOCER HIJOS PROPIOS QUE DEBIERON HACER JUICIOS INTERMINABLES PARA SU RECONOCIMIENTO, EN FIN.....”

A su vez, en esta nota en la que el autor se refirió al ídolo como “el mejor jugador de la historia” e hizo una rememoración de la última entrevista que efectuó con el ídolo, se pueden identificar tipos de lectura dominante con respecto a la codificación discursiva que propone la noticia:

Raul. 25 de noviembre de 2020: “La historia dirá que fue el más grande futbolista que dió este paísy nos deberíamos quedar con eso estrictamente sin entrar a cuestionar a la persona que, como todos nosotros, tuvo cosas buenas, regulares y malas”

Juan Manuel. 25 de noviembre de 2020: “Gracias por tantas alegrías. Se te va a extrañar querido 10... No hay palabras para tanto dolor”

También, podemos encontrar ejemplos de lectura negociada en la que los usuarios comparten ciertas opiniones del escritor de la nota de Clarín y, a su vez, expresan opiniones desde sus perspectivas sobre el ídolo futbolístico y su fallecimiento:

Eduardo. 25 de noviembre de 2020. “Maradona el hombre,el deportista .el uso **político de las masas** ,la idolatría , el fútbol pasión una **mezcla digna de un estudio sociológico**”

Ozzie. 25 noviembre de 2020: **“Excelente futbolista. Afuera de la cancha un mal ejemplo. Diego mató a Maradona.”**

Elma Mercedes. 25 de noviembre de 2020. “impacto su muerte,pero ya su imagen la estaba marcando generaba dolor,hoy si el mundo como siempre lo clama en un recuerdo que dejo como deportista en su juventud su mejor epoca cuyos fanaticos agradecen por esos momentos,y no olvidaran como el mejor jugador del **mundolo unico que no comparto es que lo llamen DIOS,para mi es un insulto y una falta de respeto a los creyentes** ,mote que pusieron los periodistas en ese schow de LA NOCHE DEL 10.lo demas que en paz descansa,vivio todo.”

Para poder realizar un porcentaje de cada una de las lecturas, y destacar de qué manera predominaron en las noticias sobre la muerte del ídolo, tomamos una muestra de un máximo de diez (10) comentarios por noticia, seleccionando los primeros que figuran en las notas, teniendo en cuenta que los comentarios del diario La Nación no estan disponibles para el público en su página web por lo que tomamos los comentarios de las mismas noticias publicadas en Twitter el día del fallecimiento del ídolo.

En cuanto a las noticias de Clarín pudimos identificar que, dentro del muestreo seleccionado, el 25% de los comentarios corresponde a una lectura oposicional, el 15% se compone de lecturas negociadas y el 60% de lecturas dominantes con respecto a la ideología del diario.

Por otro lado, La Nación en las noticias construidas de la muerte del diez contó con un 31% de comentarios interpretados como lectura oposicional, un 6% de comentarios de lectura negociada y un 63% de lecturas dominantes.

En este sentido, podemos concluir que la mayoría de las personas que deciden comentar las noticias en los medios digitales más visitados del país están de acuerdo con los lineamientos ideológicos del diario y, por ende, con los discursos que construye en base a los acontecimientos noticiosos mientras que una minoría se expresa en oposición a los discursos de estos medios hegemónicos y otra pequeña minoría opta por comentar una reflexión que difiere o toma cierta distancia del discurso expuesto por el enunciador del medio.

Finalizando con este capítulo en el que pudimos identificar las ideas de ambos medios, marcar modalidades de enunciación que nos permitieron identificar los contratos de lectura y las diferentes lecturas frente a las notas de editorial y de opinión de la *lanación.com* y *clarín.com*, podemos concluir que hay una congruencia entre los valores e ideologías que reproduce el diario y las noticias que se construyeron sobre la muerte del ídolo. A su vez se pudieron identificar los lectores simpatizantes con las ideas de ambos medios teniendo en cuenta la propuesta discursiva que exponen tanto en sus notas de editorial como en las notas de opinión de los periodistas.

A partir de este capítulo pudimos ratificar el postulado de que la objetividad en la construcción de la noticia no es posible. Si bien los hechos pueden ser narrados desde diferentes perspectivas, la construcción de noticias está anclada a las ideas y lineamientos políticos que siguen los diarios y a los contratos de lectura que marcan una relación entre el medio y el público condicionando la narrativa de los acontecimientos.

2.6 El uso de fotografías en las portadas de las noticias de la muerte de Maradona

Habiendo analizado los perfiles de ambos medios de comunicación, los contratos de lectura que proponen a partir de estas visiones y los diferentes tipos de lectura que pudimos identificar en las noticias, haremos un breve análisis de la composición fotográfica de las portadas de las noticias

teniendo en cuenta que el título, el copete y la imagen conforman la “primera impresión” que tendrá el lector de la nota.

Este análisis se hará a partir de los estudios de Roland Barthes (2016), quien afirma en su hipótesis que la fotografía no solo posee un carácter denotante, analógico, continuo, con respecto a la realidad que se pretende retratar, sino que posee también un sentido connotado, un sentido construido por sobre el mensaje analógico. El autor explica lo expuesto de la siguiente manera:

La connotación, es decir la imposición de un sentido secundario al mensaje fotográfico propiamente dicho, se elabora en los diferentes niveles de producción de la fotografía (selección, tratamiento técnico, encuadre, disposición en la página): es, en suma, una codificación de lo analógico fotográfico (Barthes, 2016, p. 89)

En este sentido, analizaremos las fotografías utilizadas en las portadas de las páginas de los diarios digitales teniendo en cuenta que la ideología y los valores de los periódicos conforman un criterio de selección, siendo estas decisiones parte de la construcción de un mensaje connotativo con respecto a la imagen.

Como analizamos anteriormente, muchas de las noticias construidas en base a la muerte de Diego Armando Maradona se centraron en las inclinaciones políticas del ídolo, su vida privada y sus problemas de “excesos”. Es por esta razón que analizaremos la imagen fotográfica periodística en congruencia con el texto seleccionado para acompañarla. Barthes (2016) nos dice que es el texto el que “constituye un mensaje parásito, destinado a connotar la imagen”, es decir, a otorgarle un mensaje secundario. En otras palabras, el autor expresa en sus estudios que la imagen no cumple la función de ilustrar las palabras, sino que la palabra se constituye como “parásita de la imagen”.

En cuanto a las noticias basadas en la relación del ídolo con los líderes políticos, destacamos el siguiente tratamiento de las imágenes fotográficas:

Imagen 1

Mauricio Macri despidió a Diego Maradona: "Serán imborrables las alegrías que nos diste"

25 de noviembre de 2020 • 14:35

LA NACION



Mauricio Macri despidió con un sentido mensaje a Diego Maradona

Imagen 2

Diego Maradona. El ídolo que no pudo gambetear a la política

25 de noviembre de 2020 • 23:02



Carlos Pagni

LA NACION



Diciembre de 2019: Diego Maradona abraza a Alberto Fernández en la Casa Rosada, donde el Gobierno propuso ahora hacer el velatorio del crack

En la primera fotografía podemos ver que debajo del titular “Mauricio Macri despidió a Diego Maradona: «Serán imborrables las alegrías que nos diste»” podemos observar una imagen de ambos líderes sonriendo a la cámara cuando Macri era presidente del Club Atlético Boca Juniors. Si bien en la foto ambos se ven sonrientes, se puede observar la pose protocolar de los dos en relación con otras imágenes del Diez. Debajo se puede observar un epígrafe en el que se lee: “Mauricio Macri despidió con un sentido mensaje a Diego Maradona”, caracterizando positivamente el mensaje del ex mandatario. Ambos se ven de buen humor en la foto, vestidos formalmente y manteniendo cierta distancia. Esta elección, tanto de la selección de las palabras como de la imagen tiene que ver con inclinaciones ideológicas del diario y su apoyo al gobierno

de Cambiemos. La fotografía, en la que los dos líderes sonríen y mantienen, a su vez, una imagen seria, armoniza con lo discursivo.

Por otro lado, en la segunda fotografía, no se aprecia la cara de Maradona y se hace especial foco en la cara de Alberto Fernández, lo que puede llegar a connotar que lo discursivo recae más sobre su imagen que sobre la imagen del ídolo futbolístico. El abrazo connota una relación de cercanía, cariño y confianza y el título: “Diego Maradona. El ídolo que no pudo gambetear a la política” posiciona a Maradona en el lugar de una persona “manipulada” por los poderes que apoyó. A su vez, el epígrafe, en el que se lee “Diego Maradona abraza a Alberto Fernández en la Casa Rosada, donde el gobierno propuso ahora hacer el velatorio del crack” puede interpretarse que el velatorio en la Casa Rosada es un tema en la agenda del diario y, relacionándolo con la connotación negativa del título, un tema que se utiliza para desprestigiar las decisiones del expresidente de la Nación.

Imagen 3



Imagen 4



Imagen 5



En estas tres fotografías seleccionadas podemos notar la alegría de Diego Armando Maradona, en expresiones que se pueden leer genuinas. En la imagen número tres vemos al diez feliz, al lado de Cristina Fernández de Kirchner aplaudiendo. En el epígrafe se lee: “Diego Maradona apoyó públicamente a la vicepresidenta Cristina Kirchner y al gobierno del Frente de Todos”. En la segunda imagen podemos ver a Diego Maradona, en el balcón de la Casa Rosada, realizando con las manos el símbolo utilizado por el movimiento peronista desde un ángulo donde se ven todos los camarógrafos sacándole fotos desde diferentes perspectivas. En este sentido podemos notar que en ambas imágenes se hace hincapié en lo “público” del apoyo de Maradona a este partido político, como si fuera un “espectáculo”, arriba de un escenario y en el balcón de la Casa Rosada fotografiado por muchos *papparazzi* con el título: “La muerte de Diego Maradona: de Carlos Menem a Fidel Castro, su relación con los líderes latinoamericanos”.

En la foto número 3 podemos ver un gesto de cariño y respeto a Fidel Castro, líder de la revolución cubana, realizando en el título una relación de la muerte del diez con la muerte del líder político que era, según sus declaraciones y lo expresado en el epígrafe, “su político más admirado”.

De esta manera se puede observar el mensaje connotado de las imágenes en relación a las ideas simpatizantes de Diego Maradona con respecto a los gobiernos latinoamericanos considerados populares. En este sentido, la connotación se interpreta como un sentido de debilidad de Diego Maradona con respecto a los líderes políticos y a las ideologías que sostuvo el ídolo durante su vida.

Por otro lado, los dos diarios digitales optaron por utilizar diferentes fotografías para construir las notas sobre su vida privada, sus parejas y problemas de adicción.

Imagen 1

Murió Diego Maradona. Cuando sacudía al planeta sin la pelota en los pies

25 de noviembre de 2020 • 15:42

LA NACION



Imagen 2

Diego Maradona y sus parejas: amores turbulentos que terminaron mal

25 de noviembre de 2020 • 16:08

LA NACION



Diego y Claudia el día de su casamiento en 1989
Reuters

En estas dos notas de La Nación, donde se da a entender que la vida del diez fue escandalosa y “turbulenta”, el diario digital decidió seleccionar como foto principal una imagen de Maradona “peleando”, parece ser que con quienes lo fotografían, dejando entrever la relación conflictiva del

exfutbolista para con la prensa argentina. En la segunda nota, la fotografía elegida para hablar de la vida amorosa del diez es la de su casamiento con Claudia Villafañe. En ella se puede ver al ídolo y a su mujer con gestos divertidos, vestidos de gala y a Diego Maradona con un sombrero de fiesta.

En este caso, las fotografías connotan la personalidad del ídolo, sus peleas con la prensa y su vida de “fiestas y excesos” después de su primer pareja conocida y única esposa, Claudia Villafañe.

Imagen 3

Murió Maradona: el hijo de Fiorito en una tragedia de Shakespeare

Como en una obra de teatro, su vida incluyó miseria primero, ascenso a la gloria y tragedia final. El mundo maradoniano.

- | [Conmoción mundial: murió Diego Armando Maradona](#)



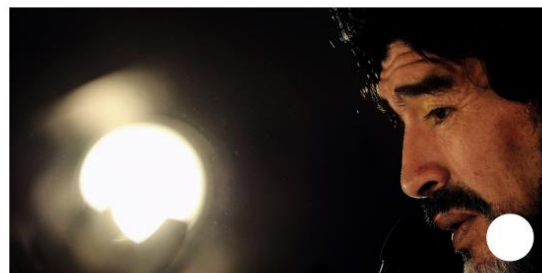
Diego Maradona. Foto: Victor Bugge

Imagen 4

Los últimos minutos con vida de Diego Maradona: con quién estaba y qué deseaba el ídolo

No haber podido reunir a sus hijos en su cumpleaños 60 y extrañar hasta lo indecible a su mamá -Doña Tota-, deprimieron al Diez, quien murió este miércoles.

[A un año de la muerte de Maradona: así está la casa donde murió](#)
[Se confirmó dónde está el corazón de Diego Maradona](#)



Maradona dejó un legado impresionante para la Selección Nacional de fútbol.

En la imagen 3 de la nota de Clarín, que trata del pasado de Diego Armando Maradona relacionando su vida con una “tragedia de Shakespeare”, podemos ver que tanto la fotografía seleccionada como el título constituyen una metáfora en sí. Diego Maradona fotografía a quien lo

fotografía mirándolo fijo, dando la sensación de que mira a los lectores a los ojos. Esto puede ser representación de un reflejo, o una identificación de los lectores para con el “hijo de Fiorito”. En la imagen 4 podemos ver una imagen de Maradona en la oscuridad, con una expresión de tristeza y angustia con el titular: “Los últimos minutos con vida de Diego Maradona: con quién estaba y qué deseaba el ídolo”. La melancolía que expresa la imagen genera congruencia con el titular del diario digital.

Estas fueron algunas de las imágenes analizadas desde la perspectiva de Barthes (2016) que afirma que las fotografías periodísticas poseen un sentido connotado, es decir cultural-histórico. Seleccionamos algunas de las fotografías que, creemos, representan el resto de las noticias publicadas por estos diarios digitales y en las que pueden analizarse los mensajes connotados que contienen. En este sentido, el mensaje connotado según el autor se conforma e identifica a partir de ciertos elementos:

En él los signos son gestos, actitudes, expresiones, colores o efectos, provistos de ciertos sentidos en virtud del uso de una cierta sociedad: la relación entre el significante y el significado, es decir la significación, es, si no inmotivada, al menos enteramente histórica. Por consiguiente, no puede decirse que el hombre moderno proyecte en la lectura de la fotografía sentimientos y valores caracterológicos “eternos”, es decir infra o trans-históricos, más que si se precisa con toda claridad que la significación es siempre elaborada por una sociedad y una historia definidas; la significación es, en suma, el movimiento dialéctico que resuelve la contradicción entre el hombre cultural y el hombre natural. (Barthes, p. 95)

De esta manera, pudimos identificar la significación que se construyó a partir del texto y la imagen en algunas de las portadas de las noticias de la muerte del diez según los diarios digitales más visitados del país.

Por un lado, lanación.com, hizo mayor hincapié en imágenes del diez junto a diferentes líderes políticos mientras que clarín.com, por otro lado, no construyó sus noticias a partir de las inclinaciones ideológicas de Diego Maradona, sino que dio principal importancia a su vida privada, parejas y a su pasado humilde en Villa Fiorito.

Pudimos observar que Clarín utilizó en muchas de sus notas videos, mientras que La Nación utilizó solo imágenes para las portadas de las notas.

Ambos medios de comunicación utilizaron el recurso visual y audiovisual para construir la noticia de la muerte del diez. Sin embargo, se identificaron diferentes perspectivas para el tratamiento discursivo y visual del acontecimiento. Mientras que La Nación centró sus notas en el carácter político del ídolo, Clarín construyó las noticias en base a los “escándalos” de Diego Maradona y al carácter de primicia de las noticias del diario con respecto a otros medios del país.

Capítulo 3

“Marcas de subjetividad y retóricas en las noticias sobre el fallecimiento del ídolo”

1.3 Marcas de subjetividad

A partir de todo este análisis podemos afirmar que la construcción de las noticias en los diferentes medios de comunicación está sujeta a los lineamientos ideológicos, los valores, las ideas y creencias de quienes escriben las notas de opinión y de editorial y, muchas veces, a los intereses económicos y empresariales de los medios de prensa.

En este sentido, podemos identificar que varias de las modalidades discursivas que construyeron Clarín y La Nación están ancladas en imaginarios sociales que sostienen y reproducen los diarios a lo largo de la historia. Por ejemplo, en el caso de la construcción de la muerte de Maradona, La Nación publicó noticias referidas a las inclinaciones políticas del jugador relacionadas con el “populismo” con una connotación negativa. Por otro lado, Clarín construyó sus noticias a partir del carácter de primicia que tuvieron las notas de este medio con respecto a la muerte del jugador. Esto está relacionado a la línea ideológica y política conservadora que sigue el diario La Nación y la tendencia que tiene Clarín a velar por los intereses económicos y empresariales de su línea editorial además de manifestar su ideología política. De esta manera, podemos relacionar el carácter político de las notas de La Nación y el interés de Clarín de posicionarse como el primer diario nacional e internacional en dar la noticia como consecuencia de los diferentes objetivos que persiguen los diarios.

En este capítulo, analizaremos desde las categorías que propone Adreína Adelstein en su trabajo “Enunciación y crónica periodística” (1996) para explicar las marcas de subjetividad del

enunciador en los discursos entre las que se encuentran los apelativos, los subjetivemas, los campos semánticos y las modalidades.

1) Apelativos

Según la autora, cuando un término del léxico es empleado en un discurso para mencionar a una determinada persona, estamos frente a un *apelativo*.

Los apelativos se utilizan para mencionar a la persona que habla, al alocutario o a la persona de la cual se habla, el delocutor. De esta manera se los denomina locutivos, alocutivos y delocutivos que permiten la identificación de un referente estableciendo una relación social entre el locutor y la persona designada. En este caso, analizaremos los delocutivos de ambos diarios en cuanto a la mención de Diego Armando Maradona a lo largo de las notas.

En las noticias de Clarín y de La Nación sobre la muerte del jugador podemos identificar los siguientes delocutivos haciendo referencia a Diego Armando Maradona :

Diego Armando Maradona

Maradona

Diego Maradona

El Diez

El ídolo

Diego

El mejor futbolista de todos los tiempos

El exfutbolista

El astro

El astro argentino

El astro del fútbol/el astro del fútbol mundial

El campeón mundial en México 1986

El hombre que tantas alegrías le regaló a los aficionados del club y a una ciudad que se viste de duelo

El excampeón mundial argentino

El genio del fútbol

El hijo de Fiorito

Barrilete cósmico

La leyenda más grande de la historia del fútbol mundial

La leyenda del fútbol argentino

Ídolo del deporte nacional

El personaje que más alegría le dio a los argentinos

El 10

El 10 napolitano

El crack

El muerto – Hablando de su relación con el oficialismo Carlos Pagni- El ídolo que no pudo gambetear la política.

El astro del Nápoli

“Pelusa”

El ídolo eterno

Nº10

El pibe de 16 años- Hablando de su debut en la selección argentina

El Diego

D10S

Figura en Argentina Juniors, Boca, Barcelona y Nápoli

Héroe eterno de la selección argentina

Las enunciaciones recién enumeradas fueron los apelativos referidos a Diego Armando Maradona que encontramos en todas las noticias analizadas, tanto del sitio web clarín.com como de la lanación.com. En este caso podemos identificar que todos los delocutivos, a excepción de uno, establecen entre el enunciador y la persona designada, en su carácter predicativo, una relación de cercanía, de admiración o de endiosamiento. El sujeto discursivo es designado, en los dos medios de comunicación digital, desde la subjetividad del enunciador utilizando adjetivos y sustantivos para hacer especial foco en las habilidades futbolísticas de Maradona, en sus orígenes y en la cercanía que El Diego tenía para con los amantes de este deporte. Cercanía que se construyó a partir del recorrido histórico anteriormente mencionado en el que el Diez se constituyó como un representante del fútbol, del pueblo y de los que “menos tienen”.

De esta manera, podemos identificar apelativos que marcan mayor distancia entre el enunciador y el sujeto de enunciación- Diego Armando Maradona, Maradona, el exfutbolista,- , apelativos que denotan un sentimiento de cercanía por parte de quien escribe- Diego, El Diego, El Diez, El ídolo, ídolo del deporte nacional, Pelusa, el hijo de Fiorito- apelativos donde podemos identificar las emociones de admiración y enaltecimiento de quien enuncia con respecto al sujeto discursivo- el astro, el crack, el hombre que tantas alegrías le regaló a los aficionados del club y a una ciudad que se viste de duelo, D10S, el héroe de la selección argentina, barrilete cósmico, la leyenda más grande de la historia del fútbol mundial- y, un apelativo que refiere a Diego Armando Maradona como “el muerto”, escrito por Carlos Pagni. Este último es el único apelativo que

pudimos identificar que denota una deshumanización del sujeto discursivo y que es utilizado para hablar de la relación del jugador con el oficialismo.

De esta manera, pudimos identificar grados de subjetividad en la utilización de los apelativos que usaron los medios para construir la noticia de la muerte de Diego Armando Maradona, concluyendo en la mayor parte de los casos se utilizaron delocutivos que denotan cercanía y admiración para con el ídolo futbolístico.

2) Subjetivemas

En cuanto a los subjetivemas, los mismos refieren a la manera en la que el locutor inscribe su subjetividad en el enunciado, es decir, informan sobre una evaluación valorativa o afectiva del enunciador hacia aquello que menciona. En este sentido, si bien en los apelativos pudimos identificar niveles de subjetividad, intentamos identificar en las noticias subjetivemas referidos a las acciones y a la vida del 10. Las evaluaciones valorativas giran en torno a lo considerado bueno o malo por el enunciador mientras que las valoraciones afectivas manifiestan o connotan una reacción emocional por parte del locutor sobre el eje gustar o no gustar.

De esta manera, vamos a citar algunos de los enunciados que consideramos subjetivemas en tanto identificamos en ellos una valoración moral o emocional por parte del enunciador según sus propias perspectivas e ideologías:

Subjetivemas encontrados en las noticias de lanación.com:

“Maradona nunca fue político, pero siempre supo muy bien cómo funcionan y se manejan los políticos”- Fernando Vergara 25/11/2020

“Más adelante, a viva voz, Maradona se confesó partidario del «cristinismo»”- Fernando Vergara 25/11/2020

“Y enseguida expresó la respuesta perfecta para representar su gran pasión: «Gracias por haber jugado al fútbol. Es el deporte que me dio más alegrías, más libertades, como tocar el cielo con las manos»”- La Nación 25/11/2020

“Tal vez las malas compañías, “el entorno”, fueron decisivos para que, paulatinamente, los escándalos hayan aparecido en su vida sin pedir permiso”- La Nación 25/11/2020

“Era un cóctel de problemas siempre a punto de estallar”- La Nación 25/11/2020

“En reiteradas ocasiones Maradona manifestó abiertamente su apoyo político al gobierno del Frente de Todos e, incluso, a la vicepresidenta”- La Nación 25/11/2020

“A medida que su millonaria fortuna se acrecentaba, Diego desarrollaba una vida cada vez más desprolija”- La Nación 25/11/2020

“Desprolijo a la hora de amar”- La Nación- 25/11/2020

“Aunque, en realidad, vivía enojado. Perturbado, envuelto en polémicas”- La Nación 25/11/2020

“Ante el hombre desesperado, en cambio, ante ese que suma hoy sus despojos al mundo de los muertos tras torturar su alma y atormentar su cuerpo, desvelando a quienes tanto lo quisieron, no abriremos juicio” - Santiago Kovadloff 25/11/2020

“Ayer, un sentimiento común de recogimiento y veneración unió al planeta. Si a alguien le suena cursi es porque no estuvo prestando atención”- Andrés Malamud 25/11/2020

“El alma y su corazón, sus partes más nobles, ya las había regalado hace tiempo” – Cristian Grosso 25/11/2020

“Lo único realmente genuino a su alrededor era la seducción que seguía provocando en tanta gente” – Cristian Grosso 25/11/2020

“Diego Maradona. El ídolo que no pudo gambetear a la política”- Carlos Pagni 25/11/2020

“Era inevitable que la política lo manipulara”- Carlos Pagni 25/11/2020

Subjetivemas encontrados en las noticias de clarín.com:

“En el último tiempo ya no quería ser Maradona y ya no podía ser un hombre normal”- Clarín 25/11/2020

“Como en una obra de teatro, su vida incluyó miseria primero, ascenso a la gloria y tragedia final” –Alberto Amato 25/11/2020

“Esas condiciones espinosas y despeñadas de la personalidad de Maradona, lo consagraron ante el sentimiento nacional como un héroe (...)”- Alberto Amato 25/11/2020

“(...) aunque en la vida de Maradona todo era día a día.”- Clarín 25/11/2020

“Este miércoles al mediodía, finalmente, el genio del fútbol murió al sufrir un paro cardiorrespiratorio, provocando dolor y conmoción la Argentina y el mundo” – Clarín 25/11/2020

“(...) que lució en su prolífica carrera” – Clarín 25/11/2020

“(...) Maradona aparecía con un evidente sobrepeso y con cambios constantes en el look: su pelo estaba teñido de un amarillo naranja y tenía un enorme tatuaje del Che Guevara en su brazo derecho. Ahí zafó, pero...” – Julio Chiapetta 25/11/2020

“Hizo con su cuerpo lo que se le antojó y se le antojó mucho de todo”- Alberto Amato

25/11/2020

Podemos analizar que, en los subjetivismos encontrados en las notas editoriales y de autor de *lanación.com*, hay una tendencia a pronunciarse valorativamente de forma negativa con respecto a las inclinaciones políticas del ídolo y a su estilo de vida en los últimos años.

Esto puede evidenciarse en apreciaciones morales con respecto a la “confesión” de apoyo hacia Cristina Fernández de Kirchner relacionando la inclinaciones políticas e ideológicas de los gobiernos denominados “populares” como algo que naturalmente debería estar oculto, no confesado. En palabras que denotan el negativismo frente a las decisiones del ídolo como “incluso apoyó el «cristinismo»” o en metáforas que también se tornan despectivas o moralmente enjuiciadoras como “el ídolo que no pudo gambetear la política”.

Por otro lado *clarín.com*, en los subjetivismos que hallamos en sus noticias, se pronuncia valorativamente en cuanto a la vida personal del ídolo y sus excesos más que en cuanto a sus inclinaciones ideológicas. Si bien, pueden hallarse enunciados que mencionan la inclinación del ídolo hacia las ideologías políticas populares y de izquierda, no podemos identificar tan nítidamente la subjetividad del enunciadador como en el caso de *lanación.com* con respecto a esta temática.

Es destacable observar que la mayoría de los apelativos refieren a Diego Armando Maradona como un Dios extra mundano, como un héroe épico, como un “amigo del pueblo” utilizando delocutivos afectivos para mencionarlo y, por el contrario, los subjetivismos identificados hacen hincapié en sus “defectos humanos”, sus escándalos, sus penurias, su drogadicción o sus “debilidades” en cuanto a su entorno tanto personal, como político. Como es de esperarse, este análisis no carecerá de contradicciones habiendo partido de ellas. Pero, es

importante aclarar que, en este trabajo, las contradicciones no serán tomadas ni definidas como “carencia de lógica” sino como la construcción de una lógica en la que conviven elementos opuestos sin eliminarse. Creemos que este análisis es una búsqueda de comprensión de estos imaginarios contradictorios que la sociedad construyó con respecto a Diego Armando Maradona y de los que los medios de comunicación no se desentienden.

3) Los campos semánticos

Los campos semánticos son un grupo de palabras que recubren un dominio conceptual (). De esta manera, el criterio de agrupamiento de las palabras corresponde a una afinidad conceptual. Sin embargo, es importante destacar que los campos semánticos no poseen carga subjetiva en sí, sino que la subjetividad puede notarse en la elección de unos sobre otros. Es decir, la elección de un campo semántico determina una visión del enunciador con respecto a un suceso o a una persona en particular, en este caso al sujeto discursivo que es Diego Armando Maradona.

EXCESOS

Directo, sin concesiones. Fiel a su estilo.- Maradona se trasladó en el año 2000 a la isla caribeña para tratarse su adicción a las drogas –largos procesos de rehabilitación a los que se sometió- malas compañías- “el entorno”- Hubo escándalos deportivos y fuera de la cancha- probó drogas por primera vez en 1982- Dio positivo de cocaína en el control antidoping- lo detuvieron por tenencia de estupefacientes para consumo personal- le detectó consumo de efedrina- Tuvo varios hijos extramatrimoniales- Se lo relacionó con la mafia italiana y estuvo cerca de ir a prisión, una vez más- Buscó internarse en clínicas para desintoxicarse- aprovechó cada una de las oportunidades que se le presentaba para divertirse, seducir, disfrutar del sexo y de seguir

sumergiendo su vida en adicciones- pasión por la noche y debilidad por las mujeres- escapadas con varias chicas- deslices-demandas de paternidad- pico hipertensivo- hacía dos días que no dormía- embrutecido por la droga- enceguecido por la jactancia- aparecía con un evidente sobrepeso y con cambios constantes en el look-Hizo con su cuerpo lo que se le antojó, y le antojó mucho de todo.

POPULAR

Villa Fiorito fue el modesto lugar del sur del conurbano bonaerense donde se dieron el primer beso- En este entonces era el Pelusa- Los dos habían nacido en el seno de familiar muy humildes. Sabían de carencias y luchas inhumanas para poder tener un plato de comida en la mesa de cada día- Desde el conurbano peronista- Y demostró un gran manejo del sentimiento popular- Villa Fiorito fue el punto de partida. Y desde allí, desde ese rincón postergado de la zona sur de Conurbano Bonaerense se explican muchos de los condimentos que tuvo el combo con el que convivió Maradona- en un potrero- Es el que arenga, el que agita, el que levanta, el que motiva- el que le saca una sonrisa a los héroes de Malvinas con un partido digno de una ficción- Si Maradona encarnó como nadie ese extraño sortilegio que define a los ídolos nacionales, y a los sentimientos nacionales, fue también gracias a sus orígenes humildes de los que no renegó ni aún en sus momentos de gloria y dinero a paladas- El chico humilde que llega alto- El hijo de Fiorito, el rebelde, el luchador, el incansable-

De esta manera, podemos notar los subjetivemas que conforman los dos campos semánticos que elegimos identificar: EXCESOS y POPULAR, dos expresiones que se relacionan directamente con el imaginario construido sobre la figura de Diego Armando Maradona.

En este sentido, ambos diarios digitales intentan dar cuenta de la vida personal del ídolo, de su historia, de sus orígenes, haciendo de las noticias algo directamente afectivo y personal que se compone, como hemos podido observar, de juicios morales y de valoraciones afectivas con respecto a la vida del 10.

Podemos notar, que la construcción noticiosa de su muerte se realiza mediante muchas valoraciones personales por parte del enunciador en donde la subjetividad toma protagonismo poniendo énfasis en las emociones, tanto negativas como positivas, que puede suscitar el ídolo. Si bien pudimos construir otros campos semánticos, por ejemplo, con la palabra ADICCIÓN, decidimos utilizar EXCESOS para dar cuenta de enunciaciones que utiliza el diario que involucran más que el problema de consumo que padecía Maradona. Por otro lado, pudimos identificar que los subjetivemas en lo POPULAR fueron utilizados tanto para generar empatía como para generar repudio con respecto a sus inclinaciones políticas.

4) Las modalidades

La modalidad puede definirse, según Adelstein, “como la actitud que el enunciador asume respecto del contenido del enunciado”. Esta actitud puede tener la forma de un juicio intelectual – el contenido puede ser concebido como real, posible, etc.- de un juicio volitivo- el contenido expresa un deseo, una orden- o de un juicio afectivo- el contenido es concebido como sorpresa o desgracia- (Adelstein, 1996, p. 39). En este sentido, la autora sostiene que hay dos tipos de modalidades: modalidades de enunciación y las modalidades del enunciado.

La modalidad de enunciación establece la relación interpersonal, social y discursiva entre el enunciador y el enunciatario, relación que determina la ocurrencia de las formas declarativa, interrogativa e imperativa en cada caso.

La modalidad de enunciado, según Adelstein (1996), no se apoya en la relación entre el enunciador y el enunciatario, sino que caracteriza la manera en que el enunciador sitúa el enunciado en relación con: el grado de realidad; como así también en relación a juicios apreciativos o en torno a una modalidad en la que se busca instalar o demostrar una necesidad.

En cuanto a la **modalidad de enunciación**, podemos afirmar que es de índole declarativa dado que el objetivo de todas las noticias analizadas es el de informar, de diferentes formas y apelando a diferentes estrategias, acerca de un hecho: la muerte de Diego Armando Maradona.

Tanto clarín.com, como lanación.com intentan comunicar a sus lectores hechos de actualidad- la muerte del ídolo y los detalles, la convocatoria al obelisco o el cortejo fúnebre en la Casa Rosada- y hechos del pasado de la vida del diez- su historia de vida, sus adicciones, sus amoríos – a partir de datos e informaciones que obtuvieron y que pretenden informar.

Por otro lado, pudimos identificar **modalidades de enunciado lógicas o intelectuales** () en las que el enunciador manifiesta una aserción indicando algo verdadero y certero:

“Murió Diego Maradona: deportistas y clubes de todo el mundo lo despiden” (Titular de La Nación- 25/11/2020)

“Diego Maradona murió el mismo día que Fidel Castro, cuatro años después” (Titular de La Nación 25/11/2020)

“Diego Maradona apoyó públicamente a la vicepresidenta Cristina Kirchner y al gobierno del Frente de Todos” (Epígrafe de foto de primera página de La Nación 25/11/2020)

“Murió Diego Maradona: «Un sueño de barrilete», la primera nota en Clarín” (Titular de Clarín 25/11/2020)

“Murió Diego Maradona y ya es leyenda” (Titular de Clarín 25/11/2020)

“(…) con el correr de las horas quedó en evidencia que el tiempo no iba a alcanzar para que los miles y miles de fanáticos que llegaron hasta la Casa de Gobierno pudieran despedir a su ídolo” (Clarín 25/11/2020)

También, pudimos identificar algunas modalidades apreciativas en las que el enunciador sitúa al enunciado de acuerdo a su modo de juzgar el *dictum* en términos de valores afectivos o axiológicos (Adelstein, 1996, p. 42)). En estas modalidades valorativas podemos notar el modo que tiene el enunciador de interpretar una determinada situación, en este caso la muerte del diez y todo lo que este hecho provocó, e inscribirla explícitamente en el enunciado:

“Este miércoles triste, de luto para el fútbol por la muerte de Diego (…)” (Clarín 25/11/2020)

“Maradona está muerto y esa es una gran tristeza irremediable” (Clarín 25/11/2020)

“Tras conocerse la noticia de la muerte de Diego Armando Maradona, a sus 60 años, reina la conmoción y el profundo dolor en el mundo del fútbol” (La Nación 25/11/2020)

“Sin embargo, cerca de las 20 de un día triste, Juan Román Riquelme le dedicó unas palabras a Diego Maradona (…)” (La Nación 25/11/2020)

“La noticia del fallecimiento de la leyenda del fútbol este 25 de noviembre sorprendió a Giovanni y al mundo entero. Tantas veces Maradona estuvo cerca de la muerte que ahora es difícil de creer (…)” (La Nación 25/11/2020)

3.2 Recursos retóricos

Las figuras retóricas son recursos que utiliza el lenguaje con el fin de alterar su uso normal en aras de poder darle mayor expresividad al lenguaje. Tienen como finalidad poder exaltar ideas,

embellecer un texto, despertar emociones en los lectores o persuadir. Son utilizadas tanto en el ámbito literario como en el ámbito periodístico, publicitario y en el lenguaje de la vida cotidiana persiguiendo modos más expresivos, figurativos, rebuscados, con el fin de transmitir un mensaje que va más allá de lo explícito. Las figuras retóricas generan significados con otros significados.

En este sentido, en las noticias sobre la muerte de Diego Armando Maradona encontramos muchas figuras retóricas ya que el imaginario social de él, como dijimos anteriormente, está relacionado directamente con lo literario y lo heroico, así como también con sus contradicciones y sus múltiples formas de ser estudiado.

METÁFORA

Se nombra un concepto para hacer alusión a otro con el que guarda una relación. Por ejemplo:

“Luego, sin poder resignarse a ser la luz de un solo, extenso y espléndido día, cayó en el infierno y las concesiones fáciles” – Santiago Kovadloff en La Nación 25/11/2020

En esta afirmación el autor relaciona la época de glorias y triunfos futbolísticos de Diego Maradona con la “luz de un solo, extenso y espléndido día” y sus adicciones, infidelidades, sus relaciones políticas, entre otras cosas con “el infierno y las concesiones fáciles”.

“Murió Diego Maradona: el llanto de un ángel, metáfora de un país pobre” – Cristian Grosso 25/11/2020

En este caso, “el llanto de un ángel” hace referencia a la tristeza generalizada que provoca el suceso de la muerte de Diego Maradona.

“Un salto al vacío sin paracaídas. Una montaña rusa constante con subidas empinadas y caídas abruptas” – Clarín 25/11/2020

Nuevamente, en la editorial se hace alusión a sus triunfos y éxitos futbolísticos y personales- subidas empinadas- y a los sucesos considerados escandalosos- caídas abruptas- haciendo referencia a vida relacionándola como “un salto al vacío sin paracaídas”.

“Nadie le dio a Diego las reglas del juego” – Clarín 25/11/2020

En este caso, “las reglas del juego” hace alusión a “consejos” o “advertencias” acerca de su camino por el éxito y la fama siendo considerado Diego Maradona el mejor jugador del mundo para muchos.

“A diferencia del común de los mortales, Diego no pudo ocultar ninguno de los espejos”- Clarín 25/11/2020

En esta última metáfora se utiliza la frase “no pudo ocultar ninguno de los espejos” para hacer referencia a la transparencia del diez con respecto a todos los rasgos de su vida, tanto los que son considerados como “negativos” como aquellos de los que podría jactarse “positivamente”.

HIPÉRBOLE

Se aumenta de forma exagerada una idea o concepto. Por ejemplo:

“Murió Diego Maradona. Cuando sacudía al planeta sin la pelota en los pies” – Titular de La Nación 25/11/2020

En este caso, la exageración decanta en la idea de sacudir al planeta para hacer referencia a la forma en que Diego Maradona destacó mediáticamente por fuera del ámbito futbolístico.

“El mundo se puso en pausa y los homenajes se esparcieron por todas partes” - La Nación 25/11/2020

Por otro lado, en esta nota editorial se utiliza la frase “El mundo se puso en pausa” exagerar la idea de las convocatorias y homenajes que hubo el día de su fallecimiento en un contexto de pandemia mundial y cuarentena obligatoria.

SINÉCDOQUE

Se hace alusión a una parte nombrando el todo. Por ejemplo:

“Ayer, por un día, los argentinos fuimos uno” - Andrés Malamud en La Nación 25/11/2020

“Los argentinos fuimos uno”, la parte sería seria “uno” y los “argentinos” conformaría el todo en la oración haciendo referencia a toda la población argentina.

SÍMIL

Se compara un elemento con otro u otros. Por ejemplo:

“Fue una despedida lejana y distante. Como la relación entre ambos durante la última década” – La Nación 25/11/2020

En esta cita, la comparación se vincula a través del “como” que une la despedida y sus cualidades con la relación de Maradona y Riquelme.

“(…) Maradona es para los argentinos lo más parecido a un <<individuo histórico>> en el sentido en que para Hegel lo era Napoleón: una encarnación del Espíritu Absoluto”- Andrés Malamud en La Nación 25/11/2020

En esta oración, la relación está conectada con la expresión “en el sentido que” comparando a un “individuo histórico” en relación a la perspectiva de Hegel con respecto a Napoleón: una encarnación del espíritu.

“La vida de Maradona pareció tejida por Shakespeare” – Alberto Amato en Clarín
25/11/2020

En esta afirmación se compara la vida de Maradona con las obras de Shakespeare.

ETOPEYA

Se describe a un individuo o personaje a partir de sus rasgos morales. Por ejemplo:

“Directo, sin concesiones. Fiel a su estilo. En el ámbito político Diego también ha tenido frases y contradicciones para la historia” – Fernando Vergara, La Nación 25/11/2020

“Y lo fue para todo un país. «La Claudia» simbolizaba a la mujer enamorada, a la esposa fiel que seguía los pasos de su marido, a la madre esforzada en la crianza a sus hijas. Siempre cayó bien a la gente. Su perfil era empático y se contraponía a ese mundo alocado de noche, vicios, mujeres de paso y amigos de las cuentas bancarias abultadas” – La Nación 25/11/2020

“Dotado de un temple inusual que infunde el genio y marcado a la vez por la fragilidad del espíritu, él accedió a la celebridad mundial” – Santiago Kovadloff en La Nación 25/11/2020

En todos estos casos se describen cualidades morales tanto de Diego Maradona como de Claudia Villafañe utilizando adjetivos que dan cuenta de los rasgos de su personalidad: directo, fiel a su estilo, enamorada, esposa fiel, empático, temple inusual.

OXÍMORON

Consiste en complementar dos palabras que tienen significados opuestos.

“La muerte de un Dios: la noticia en los diarios del mundo”- La Nación 25/11/2020

En este caso, la muerte se contradice con el concepto de Dios que se define como “inmortal”.

PARADOJA

Se plantea una idea aparentemente sin lógica, pero que tiene un sentido. Por ejemplo:

“Es el Cebollíta que solo tenía un pantalón de corderoy y es el hombre de las camisas brillantes y la colección de relojes lujosos. Es el que le hace cuatro goles a un arquero que intenta desafiarlo y al mismo tiempo el entrenador que intenta chicanear a los alemanes y termina humillado. Es el que se va bañando de gloria del estadio Azteca y el que sale de la mano de una enferma en Estado Unidos” – Clarín 25/11/2020

“El diario Libération, de Francia, entiende que menos es más”- La Nación 25/11/2020

En el primer caso se exponen dos tipos de personalidades de Diego Maradona a lo largo de su vida, una personalidad anclada a lo “humilde” y “débil” y otra a lo “ostentoso”.

En el segundo caso, la expresión “menos es más” contrapone dos palabras opuestas que juntas conforman un nuevo sentido con respecto al diario Libération al publicar la muerte de Diego Armando Maradona.

ASÍNDETON

Se omiten las conjunciones o nexos de una enumeración. Por ejemplo:

“Caprichoso, omnipotente, desconcertante” – Cristian Grosso en La Nación 25/11/2020

“(…) coreaban bien fuerte, saltando, agitando los brazos” – Mariano Gaik Aldrovandi en Clarín 25/11/2020

En ambos casos se enumeran adjetivos omitiendo el nexo de conexión “y” en tanto las dos enunciaciones corresponden a una enumeración de elementos que se suman para describir a una persona- en el primer enunciado- o para describir una situación- en el segundo enunciado-.

PERSONIFICACIÓN

Se le atribuyen rasgos humanos a animales u objetos inanimados. Por ejemplo:

“Cuentan que lloraba con frecuencia Diego Maradona en estos meses finales, y las lágrimas decían mucho más que tantas palabras innecesarias” – Cristian Grosso en La Nación 25/11/2020

En este enunciado la personificación se adjudica a las lágrimas que pueden “decir” más que las palabras.

ANÁFORA

Se repite una o varias palabras al inicio de un verso o un enunciado. Por ejemplo:

“Se emocionaba, se reía. Se sentía verdaderamente vivo, con esa imperiosa necesidad de sentirse querido” – La Nación 25/11/2020

“Allí está: en las imágenes gráficas y filmicas que lo preservarán intacto para asombro y gozo de quienes nos sucederán. Allí esta: desplegando en la cancha esos pasos de duende, esos amagues de brujo, ese abanico de diabluras sin fin y esos goles insólitos de iluminado. Allí está, tanto como está en el alma de miles que no son argentinos y que por él colmaran de júbilo la palabra gol y por el conocieron el inusual estremecimiento de la admiración” – Santiago Kovadloff en La Nación 25/11/2020

“Es el que arenga, el que agita, el que levanta, el que motiva. El que tomaba un avión desde cualquier punto del mundo para venir a jugar con la camiseta de la Selección. El del mechón rubio y el que estaciona el camión Scania en un country” – Clarín 25/11/2020

ELIPSIS

Se eliminan partes de la oración que no son fundamentales para la comprensión del mensaje.

“Le siguieron varias manos demolidoras. Otro doping, esta vez en su tierra, el 28 de agosto de 1997, en un Boca 4. Argentinos 2. La sustancia nunca se dio a conocer. Más. Tuvo varios hijos extramatrimoniales, pero el más famoso es Diego Junior, fruto de una relación fugaz con la italiana Cristina Sinagra, reconocido décadas más tarde. Se lo relacionó con la mafia italiana y estuvo cerca de ir a prisión, una vez más” – La Nación 25/11/2020

En este enunciado se omite el sujeto de la enunciación, Diego Maradona, describiendo situaciones de la vida del ídolo y acciones de éste sin necesidad de nombrarlo para dar cuenta que lo que se dice remite a él.

ENUMERACIÓN

Se nombran varios elementos que guardan relación con una idea ya dicha. Por ejemplo:

“(…) el 10 napolitano dejó un increíble recuerdo en el calentamiento: bailó, se divirtió, hizo jueguitos y piruetas y deslumbró a los espectadores” – La Nación 25/11/2020

Refiriendo al calentamiento de Diego Armando Maradona en el Napoli, en esta nota se enumeran las acciones y los sentimientos del 10 y a la respuesta de los que estaban presentes en la cancha.

Estas fueron algunas de las tantas figuras retóricas que encontramos en las noticias construidas sobre la muerte de Diego Armando Maradona. Recursos retóricos que sirvieron a los autores para significar de alguna manera lo que representa “el Diego” en la sociedad. De esta manera, podemos observar que estos recursos sirvieron para decir aquello que mediante la lógica

lingüística no puede ser explicitado, construyendo un significado que trascienda los límites del lenguaje en base a códigos socialmente compartidos.

Notamos que, en su gran mayoría, los recursos retóricos son utilizados para significar tanto los mejores momentos de Maradona como futbolista como sus momentos “trágicos” o de “escándalos” en los que se vio involucrado. Por lo general, se utilizan las figuras retóricas para desarrollar lo que estos medios presentan como contradicciones del ídolo y las emociones que suscitó a lo largo de su carrera. En este sentido, entendemos que muchas de las contradicciones y emocionalidades que conforman el imaginario de Diego Armando Maradona no pueden ser explicadas sino a través de estos recursos, figuras que crean un significado para explicar aquello que desborda “lo normal” construyendo el discurso desde los imaginarios sociales y la subjetividad del autor.

Conclusiones

Durante toda esta tesina tuvimos el objetivo de identificar las modalidades discursivas utilizadas por los enunciadores para construir los discursos sobre la muerte de Diego Armando Maradona en los medios digitales más visitados del país. A partir de un análisis profundo sobre la significancia del fútbol y de Diego Armando Maradona como fenómenos sociales, pudimos identificar que los discursos sobre su fallecimiento se construyeron a partir de imaginarios que ya circulaban en la sociedad y que, en parte, se intentaron reproducir en estas noticias.

En este sentido, identificamos que la construcción noticiosa del acontecimiento de ambos medios de comunicación estuvo anclada en valores, ideologías y cosmovisiones que los medios de prensa seleccionados fueron construyendo a lo largo de su historia.

Tanto Clarín como La Nación construyen sus noticias de acuerdo a sus perfiles ideológicos. Aunque haya autores con diferentes opiniones y visiones, en la pluralidad de voces, tanto en las notas de editorial como en las notas de autor, pudimos identificar los lineamientos de ambos medios digitales. Estos lineamientos guardan relación con la historia y los discursos que fueron creando los medios de comunicación desde sus inicios hasta el día de la fecha.

Notamos que, en las noticias analizadas primó la subjetividad de los autores y de la editorial con respecto a la vida privada de Diego Armando Maradona y marcamos las pronunciaciones valorativas en relación a las ideas políticas del diez.

Pudimos observar las contradicciones en la identificación de los apelativos y de algunos subjetivemas encontrados en las noticias. Mientras que los apelativos tendían a endiosar y “elevar” la figura de Diego Armando Maradona los subjetivemas tendieron a humanizarlo enfatizando los aspectos considerados, por nuestra cultura, como los más “mezquinos” de la naturaleza humana.

También pudimos identificar que la narrativa que se sostiene socialmente con respecto a la figura mítica de Diego Armando Maradona se expresó en los diferentes discursos de los medios digitales analizados a través de la utilización de figuras literarias que facilitaron la expresividad de algunas ideas sobre el ídolo y todas las representaciones que giran en torno a él.

Podemos concluir, entonces, que las narrativas noticiosas sobre la muerte de Diego Armando Maradona no se desentendieron de los imaginarios que circulaban en torno a la figura del ídolo adoptando un carácter subjetivo en la mayoría de las notas de autor y dejando entrever la subjetividad en la selección de los temas, de las imágenes, títulos, copetes y epígrafes en las notas de editorial.

De esta manera, afirmamos que la construcción noticiosa de la muerte del ídolo no fue arbitraria, sino que se compuso de diferentes decisiones con respecto a la selección de elementos discursivos, culturales, lingüísticos, visuales y retóricos que terminaron por construir las noticias del día 25/11/2020 sobre el fallecimiento de Diego Armando Maradona.

Finalizando esta tesina creemos que es importante analizar las formas en la que pueden construirse los diferentes acontecimientos en los medios de comunicación debido a que, como profesionales del ámbito, podemos otorgar una mirada crítica y constructiva sobre los discursos que sostienen estos medios y las implicancias que tienen en nuestra sociedad. En tanto comunicadores es destacable nuestro rol a la hora de elegir ciertos temas, expresar nuestras valoraciones morales y dirigir la mirada de los lectores hacia determinados hechos. Particularmente en nuestra profesión, nuestra opinión posee un alto grado de responsabilidad porque estamos construyendo narrativas que otros van a interpretar como “reales” u “objetivas” por las características que posee este tipo de medio de comunicación que pretende informar al público lector. En este caso, no analizamos el contenido de las noticias aislado, sino que lo

relacionamos con el contexto, las condiciones de producción y las condiciones de reconocimiento teniendo en cuenta que, al construir una noticia, el autor y la editorial están proporcionando también una perspectiva sobre los acontecimientos y las personas involucradas en ellos, una determinada visión de la realidad que algunos decodificaran como “verdadera”.

Referencias bibliográficas

Alabarces, P. (2014) *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Prometeo Libros.

Alabarces, P. (2021) “Maradona: mito popular, símbolo peronista, voz plebeya”. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/165048/CONICET_Digital_Nro.b27f77f6-afb5-4216-9eca-af53eee6e677_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Alabarces, P. y Rodríguez, M. G (1997) *Fútbol y patria: la crisis de representación de lo nacional en el fútbol argentino*. <https://www.efdeportes.com/efd10/pamr10.htm>

Anselmino, N. (2012) *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector de Clarín y La Nación*. Teseo.

Arcucci, D. y Cherquis Bialo, E. (2000) *Yo soy El Diego de la gente*. Planeta.

Bajtín, M. (1988). *La palabra en Dostoievski. Problemas de la poética de Dostoievski*. <https://filologiaunlp.files.wordpress.com/2011/08/la-palabra-en-dostoievski.pdf>

Borelli,, M (2011) *Voces y silencios: la prensa argentina durante la última dictadura militar*. [file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-VocesYSilencios-3750384%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-VocesYSilencios-3750384%20(2).pdf) .

Fontanarrosa, R (1989). *El mundo ha vivido equivocado. Lo que se dice de un ídolo*. Ediciones de la Flor S.R.L.

Furlong,, S. (29 de noviembre de 2020) *Duelo de Masas*.

<https://elgritodelsur.com.ar/2020/11/duelomasaspsiquis-colectiva-muerte-maradona.html>

Galeano, E. (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Siglo XXI

Halbwachs, M. (1995) *Memoria colectiva y memoria histórica*.

<https://artes.lapiedrahita.com/wp->

[content/uploads/2014/07/MColectivaYMHistoricaMaurice-Halbwachs.pdf](https://artes.lapiedrahita.com/wp-content/uploads/2014/07/MColectivaYMHistoricaMaurice-Halbwachs.pdf)

Hall, S (1980) *Codificar y Decodificar* en CULTURE, MEDIA Y LANGUAGE

<https://www.felsemiotica.com/descargas/Hall-Stuart-Codificar-y-decodificar.pdf>.

Hall, S y Du Gay, P. (2003) *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu editores.

Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española* <https://dle.rae.es/pathos>

Rost, A. (enero de 2006). *La interactividad en el periódico digital*.

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>

Sidicaro, R. (1993) *La política mirada desde arriba. las ideas del diario "La Nación"*.

Sudamericana.

Sivak, M. (2013) *Clarín, el gran diario argentino, una historia*. Planeta.

Sivak, M. (2016). “*La debilidad del kirchnerismo fue entender a Clarín solo a partir de 1976*”/

Entrevistado por Fernando Rosso en La Izquierda Diario.

[https://www.laizquierdadiario.com/Martin-Sivak-La-debilidad-del-kirchnerismo-fue-entender-a-](https://www.laizquierdadiario.com/Martin-Sivak-La-debilidad-del-kirchnerismo-fue-entender-a-Clarín-solo-a-partir-de-1976)

[Clarín-solo-a-partir-de-1976](https://www.laizquierdadiario.com/Martin-Sivak-La-debilidad-del-kirchnerismo-fue-entender-a-Clarín-solo-a-partir-de-1976)

Ulanovsky, C. (1997) *Parentes las rotativas*. Espasa.

Van Dijk, T. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Ediciones Paidós.

Van Dijk, T. (1999) *El análisis crítico del discurso*, Anthropos (Barcelona)

Verón, E. (1985) *El análisis del “contrato de lectura”*. Un nuevo método para los estudios

del posicionamiento de los soportes de los media. <https://semioticaredes-carlon.com/wp->

[content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf](https://semioticaredes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/veron-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)

Verón, E. (1988) *Prensa escrita y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación*. <https://comycult.files.wordpress.com/2019/06/verc3b3npresse-1.pdf>

Verón, E. (1993) *La semiosis social*, Editorial Gedisa, S.A.

Zunino, E. y Grilli, F, A. (25 de enero de 2019) *Medios digitales en la Argentina: posibilidades y límites en tensión*.

https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/141694/CONICET_Digital_Nro.93e666f8-366f-471c-8b21-083462c49a3e_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Anexo digital

Debido a la cantidad de imágenes que se requieren para exponer cada una de las noticias analizadas en este trabajo, dejamos a disposición todos los links donde se podrán encontrar haciendo *click* izquierdo en “abrir hipervínculo”.

Noticias del diario Clarín publicadas en la web el 25/11/2020

[Noticia 1- Clarín](#)

[Noticia 2- Clarín](#)

[Noticia 3- Clarín](#)

[Noticia 4- Clarín](#)

[Noticia 5- Clarín](#)

[Noticia 6- Clarín](#)

[Noticia 7- Clarín](#)

[Noticia 8- Clarín](#)

[Noticia 9- Clarín](#)

[Noticia 10- Clarín](#)

[Noticia 11- Clarín](#)

[Noticia 12- Clarín](#)

[Noticia 13- Clarín](#)

Noticias del diario La Nación publicadas en la web el 25/11/2020

[Noticia 1- La Nación](#)

[Noticia 2- La nación](#)

[Noticia 3- La Nación](#)

[Noticia 4- La Nación](#)

[Noticia 5- La Nación](#)

[Noticia 6- La Nación](#)

[Noticia 7- La Nación](#)

[Noticia 8- La Nación](#)

[Noticia 9- La Nación](#)

[Noticia 10- La Nación](#)

[Noticia 11- La Nación](#)

[Noticia 12- La Nación](#)

[Noticia 13- La Nación](#)

[Noticia 14- La Nación](#)

[Noticia 15- La Nación](#)

[Noticia 16- La Nación](#)

[Noticia 17- La Nación](#)

[Noticia 18- La Nación](#)

[Noticia 19- La Nación](#)

[Noticia 20- La Nación](#)

[Noticia 21- La Nación](#)

[Noticia 22- La Nación](#)

[Noticia 23- La Nación](#)

[Noticia 24- La Nación](#)

[Noticia 25- La Nación](#)

[Noticia 26- La Nación](#)

[Noticia 27- La Nación](#)

[Noticia 28- La Nación](#)

[Noticia 29- La Nación](#)

[Noticia 20- La Nación](#)