



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: La renovación del sentido en el significante Maradona : la noche del 10, operaciones discursivas de dos medios periodísticos, Clarín e Infobae

Autores (en el caso de tesis y directores):

Damián González

Víctor Maldonado

María Rosa Del Coto, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2014

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESINA DE LICENCIATURA

La renovación del sentido en el significante Maradona.

La noche del 10. Operaciones discursivas de dos medios periodísticos: Clarín e Infobae.

TUTORA:

- María Rosa Del Coto

AUTORES:

- Damián González
DNI 27.934.297
damogonzalez@hotmail.com
- Víctor Maldonado
DNI 27.464.378
victor.maldonado@outlook.com

Buenos Aires, Noviembre 2013.

ÍNDICE.

1. Introducción.	5
2. Elección del objeto de estudio.	8
Diego Armando Maradona: un breve repaso por su vida.	8
Inicios, mundial '82, Nápoles (1969-1985).	8
Mundial '86, consagración, mundial '90, retorno al fútbol argentino (1986-1993).	9
Mundial '94, director técnico, Boca Juniors y retiro del fútbol (1994-1997).	11
Sus años lejos del fútbol profesional (1998-2004).	13
Conducción de <i>La noche del 10</i> y cargo en Boca Juniors (2005-2007).	14
Dirección técnica del seleccionado y mundial 2010 (2008-2010).	15
Últimos años (2011-2013).	16
Descripción de los medios seleccionados.	17
Canal 13.	18
Diario Clarín.	19
Clarín en Internet.	20
El grupo Clarín.	20
Diario Infobae.	23
Infobae en internet.	24
El grupo Infobae.	25
3. Estado de la cuestión.	28
Maradona como objeto cultural.	28
Enfoques académicos.	28
Enfoques periodísticos.	35
4. Análisis del programa <i>La noche del 10</i>.	37
Estructura general del programa.	37
Los invitados.	38

Las secciones.	40
La familia.	42
Operaciones discursivas.	44
Dimensión icónica.	44
El estudio y la escenografía.	44
Descripción del vestuario.	45
La musicalización del programa.	46
Dimensión indicial.	46
Dimensión simbólica.	48
 5. La cobertura periodística de <i>La noche del 10</i>.	51
La noticia periodística.	51
La teoría enunciativa, un camino para el análisis.	52
Clarín y la presencia de la enunciación subjetiva.	53
Infobae y la presencia de la enunciación objetiva.	57
El rol de los invitados.	60
Clarín y el reconocimiento de los invitados presentes.	61
Infobae y el reconocimiento de los invitados ausentes.	64
Polémica con la invitada Cecilia Bolocco.	68
 6. La construcción de la figura de Diego Maradona.	73
Maradona y su labor como conductor.	74
Clarín. Un “diez”, también frente a las cámaras.	74
Infobae. La labor de conductor puesta en debate.	77
Maradona: pasado vs. presente.	79
Clarín e Infobae. La reconstrucción del pasado.	79
¿La resurrección de Dios?	83
La construcción discursiva del “nuevo Maradona”.	88
La representación del cuerpo y la mente.	88
La representación del entorno.	96

La representación del rol social.	105
Maradona y la participación en eventos públicos.	105
Maradona en Boca Juniors y en la Selección Argentina.	112
Maradona y la Cumbre de los pueblos.	117
 7. Conclusiones.	125
 8. Referencias bibliográficas.	132
 9. Anexo.	135

1. INTRODUCCIÓN.

El sábado 3 de julio de 2010 la selección argentina de fútbol quedó fuera del mundial realizado en Sudáfrica. Luego de casi un mes de triunfos, el pueblo argentino volvía a caer en la desilusión de una nueva eliminación mundialista. La alegría y la esperanza reinaban mientras Argentina lograba cuatro victorias seguidas, una marca que no se superaba desde el año 1930, fecha en la cual se realizó el primer campeonato mundial de fútbol.

Así, Diego Armando Maradona cumplió su sueño de ser el director técnico del equipo argentino. Algo que parecía totalmente lejano en febrero de 2005, momento en que se encontraba en su peor estado físico y psíquico debido a los excesos de comidas y drogas, que lo llevaron a pesar más de 120 kilos. Tan solo cinco años después, y pese a su escasa experiencia como director técnico, se encontraba dirigiendo a la selección en un mundial. Consideramos que la concreción de este acontecimiento tiene como punto de partida la realización y conducción de su propio programa de televisión *La noche del 10*, el cual permitió avalar y establecer nuevos sentidos al significante Maradona. A partir de este resurgir mediático se produciría un antes y un después que, entendemos, permite realizar nuevas lecturas sobre las transformaciones y percepciones legitimadas socialmente.

¿Qué cambió? ¿Qué elemento permitió esta resignificación? Sostenemos que estos nuevos sentidos no logran su reconocimiento de manera automática y sin ningún tipo de resistencia. Notamos a lo largo de nuestro análisis que respecto del sentido otorgado a Maradona se ha liberado una lucha constante, la cual se ha apoyado en dos formas de ver sus conductas durante el año 2005. Una puja por establecer un modo de entender tanto su figura como las reales implicancias de su programa televisivo. ¿Podemos entender *La noche del 10* como una resurrección simbólica mediante la renovación de su imagen y entorno? ¿Qué intereses pueden develarse detrás del constante tributo y de la emotividad sobre los que se forja el programa? Intentaremos dar respuestas a estos interrogantes mediante el relevamiento de los metadiscursos producidos por *Clarín* e *Infobae*, ya que ambos, como veremos, nos permiten

observar qué criterios de lectura se aplicaron al programa *La noche del 10*, y como consecuencia de ello, al signifiicante Maradona.

El principal objetivo de este trabajo es tomar al exjugador en tanto signifiicante; para ello tendremos en cuenta dos cuestiones. La primera, ver cómo se reconoce el programa *La noche del 10* en las versiones digitales de dos medios¹ periodísticos, Clarín e Infobae, durante el período de emisión del ciclo. Y, a partir del análisis de este reconocimiento, estudiar cómo uno y otro diario construyen discursivamente la figura de Maradona.

El desarrollo de nuestra investigación consta de cuatro capítulos, una conclusión y un anexo, en el cual se recopilan todas las notas utilizadas y las imágenes videográficas del programa a las que se hizo referencia a lo largo del trabajo.

El primer capítulo es un acercamiento al objeto de estudio elegido, que se efectiviza mediante la inclusión de una biografía de Diego Maradona y la descripción de los medios de comunicación que elegimos para realizar el estudio de sus metadiscursos.

El segundo capítulo está centrado en el “estado de la cuestión”, por lo que expondremos el tratamiento que diferentes autores, tanto académicos como periodistas, le “dieron” al exjugador.

El tercer capítulo presenta un análisis del programa a través del uso de conceptos semióticos. La identificación y descripción de las diferentes operaciones discursivas que lo constituye, nos brindarán los elementos teóricos para realizar una descripción exhaustiva del mismo.

El cuarto capítulo se centra en la cobertura periodística que realizan los diarios *Clarín* e *Infobae* sobre el programa. Será a través de la detección y descripción de las operaciones de sentido que pone en juego cada medio como podremos observar diferencias y similitudes en el modo en que uno y otro se refiere a *La noche del 10*.

¹ Entendemos el uso de la palabra *medio* en el sentido corriente del término.

El quinto capítulo explora específicamente la construcción de la figura de Diego Maradona que los dos medios gráficos realizan, basándose para ello en su desempeño como conductor televisivo, en el modo en que se considera su pasado, en qué se entiende por su entorno y en cómo se describen las actividades que lleva a cabo por fuera del programa.

Por último, se exponen las conclusiones de la investigación retomando los ejes desarrollados en cada capítulo y, a través de los diferentes conceptos utilizados a lo largo de ellos, se articula todo lo trabajado. Cabe aclarar que las consideraciones que cierran nuestra tesina no pretenden clausurar la discusión sobre el tema, y sí posibilitar el surgimiento de nuevos enfoques.

2. ELECCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

Nuestro objeto de estudio elegido es Diego Maradona, a quien entendemos como significativo; efectuamos esta conceptualización capaz de generar diversas lecturas, las que, según nuestro criterio, se manifiestan en la discursividad social que lo toma como objeto de referencia. Este planteo nos condujo a seleccionar dos medios periodísticos, *Clarín* e *Infobae*, a fin de analizar los mecanismos discursivos que en ellos permiten configurar un determinado perfil del exjugador.

Antes de abocarnos al análisis propiamente dicho, consideramos relevante realizar una breve descripción de la vida del exjugador, así como dar cuenta de algunos de los trabajos que se refieren a él, para finalmente, presentar una reseña de la historia de los dos medios sobre los cuales recaerá nuestro estudio.

Diego Armando Maradona: un breve repaso por su vida.

Inicios, mundial '82, Nápoles (1969-1985).

“Tengo un recuerdo feliz de mi infancia, aunque si debo definir con una sola palabra a Villa Fiorito, el barrio donde nací y crecí, digo lucha”.²

Maradona es considerado como uno de los mejores jugadores en la historia del fútbol, y fue elegido como el Mejor Jugador del Siglo con el 53,6% de los votos en una votación oficial realizada en el sitio web de la FIFA. A continuación, una breve síntesis de su carrera deportiva y de su vida personal.

El 30 de octubre de 1960 nació en el Policlínico Evita de Lanús, provincia de Buenos Aires, Diego Armando Maradona, el quinto y primer varón de Diego Maradona y Dalma Salvadora Franco. Luego de él, poblarían la familia tres hermanos más, dos varones, *Lalo* y *el turco*, y una

² Maradona, Diego; *Yo soy el Diego*; Planeta, Buenos Aires, 2001, pág. 13.

mujer, *Caly*. Durante toda su infancia, la familia Maradona vivió en Villa Fiorito, un barrio de bajos recursos del partido de Lomas de Zamora, ubicado al sur del Gran Buenos Aires.

En el año 1969, Diego realizó una prueba para entrar en las divisiones inferiores del club *Argentinos Juniors*. En 1971, comenzó a ser conocido por los simpatizantes de dicho club debido a que durante el entretiempo de los partidos de la primera división los entretenía realizando malabares con la pelota. Su paso por las inferiores fue muy corto ya que días antes de cumplir los 16 años, el 20 de octubre de 1976, debutó en el equipo de primera división durante un partido del Campeonato Metropolitano.

En agosto de 1979 integró el seleccionado argentino, con el que nuestro país ganó el mundial juvenil de Japón, y en el que fue elegido como mejor jugador del torneo. En 1981 fue cedido a préstamo por un año y medio a *Boca Juniors*, club que obtuvo el Metropolitano de ese año. Luego participó en el mundial de fútbol de 1982, realizado en España, torneo en el que la selección argentina quedó eliminada en la segunda ronda.

Al finalizar la copa del mundo se concretó su venta al *Fútbol Club Barcelona*, de España. El equipo catalán, con Maradona en su plantel, ganó la Copa del Rey y la Copa de la Liga. En su autobiografía *Yo soy el diego*, el exjugador afirma que su relación con la droga comenzó durante esa época.

En 1984 pasó a desempeñarse en el *Napoli* de Italia. En el año 1985, Guillermo Cópola se convirtió en su nuevo representante, en reemplazo de Jorge Czyslerpillar, quien lo representaba desde el año 1976, cuando comenzaba su carrera futbolística.

Mundial '86, consagración; mundial '90, retorno al fútbol argentino (1986-1993).

*“Yo lo miraba de reojo, porque sabía que mucho no faltaba, que no faltaba nada...
Lo miraba de reojo a Arppi Filho, el referí brasileño, chiquitito así,
y cuando levantó los brazos y pegó el pitazo, ¡me volví loco!
Empecé a correr para un lado, para el otro, me quería abrazar con todos.
Sentí en el cuerpo, en el corazón, en el alma, que estaba viviendo*

el momento más sublime de mi carrera, el más sublime...”³

Maradona fue la gran figura del campeonato mundial México 1986. En él se produjo el partido más recordado de su carrera, aquel en el que Argentina se enfrentó a Inglaterra. Tal encuentro contó con dos de los goles más memorables en la historia de los mundiales, uno conocido popularmente como *“La mano de Dios”*, por haber sido convertido con la mano, y el otro como *“el gol del siglo”*, que fuera elegido en 2002 como el mejor gol de la historia. Tras derrotar a Alemania 3 a 2 en el partido final, Argentina se consagró campeón mundial por segunda vez en su historia. Gracias a su excelente actuación durante el torneo, fue galardonado con el *Balón de Oro*, el premio al mejor jugador del planeta.

Su paso por el *Napoli* fue su período de mayor esplendor. El club obtuvo dos *scudetto*, y además ganó la Copa de Italia. El equipo también trascendería en el plano internacional, al conseguir la Copa UEFA.

En lo personal, fruto de su relación con Claudia Villafañe, nacen sus dos hijas: en abril de 1987, lo hace Dalma, y dos años después, en mayo de 1989, Giannina. En noviembre de ese mismo año la pareja contrae matrimonio. Para celebrarlo, se realizó una gran fiesta de casamiento en el estadio *Luna Park* de la Ciudad de Buenos Aires a la que asistieron “celebridades” del deporte y el espectáculo.

En la copa del mundo Italia '90 la selección argentina llegó hasta la final, donde fue derrotada (1 a 0) por Alemania. Pese a no tener un gran rendimiento individual, fue premiado con el *Balón de Bronce*. Después del campeonato mundial, despidió a su representante Guillermo Cópola y contrató a Marcos Franchi.

En marzo de 1991 un control antidoping, que se le realizó por la 25ª fecha del campeonato italiano, dio positivo por consumo de cocaína, el primero en su carrera futbolística. La Federación Italiana le impuso una sanción de quince meses. Decidió volver a la Argentina y se instaló en Buenos Aires. El 26 abril un operativo policial allanó el departamento que tenía en el

³ Maradona, Diego; Yo soy el Diego; Planeta, Buenos Aires, 2001, pág. 111.

barrio de Caballito. Durante el procedimiento se encontraron drogas en su poder por lo que fue detenido. Un día después, tras el pago de la fianza, fue liberado. No se le inició un proceso penal, pero la justicia argentina le ordenó someterse a un tratamiento de rehabilitación.

En mayo de 1992, la justicia italiana confirmó la paternidad de su hijo extramatrimonial, autorizando a su madre, Cristiana Sinagra, a otorgarle a su hijo Diego, el apellido Maradona.

Cumplida la suspensión, en julio de 1992, fichó para el equipo español *Sevilla FC*. En 1993 se produjo su vuelta al fútbol argentino con la camiseta de *Newell's Old Boys*, donde solo jugó cinco partidos oficiales. También retornó al seleccionado argentino para jugar el repechaje clasificatorio para el mundial 1994, frente a la selección australiana. El seleccionado albiceleste obtuvo la clasificación.

En febrero de 1994 agredió con un rifle de aire comprimido a un grupo de periodistas y fotógrafos que hacían guardia en la puerta de su casaquinta ubicada en Moreno y por este hecho fue condenado, tiempo después, a dos años de prisión en suspenso y a indemnizar a los periodistas agredidos.

Mundial '94, director técnico, Boca Juniors y retiro del fútbol (1994-1997).

*“Cuando volví del Mundial de los Estados Unidos,
con las piernas cortadas y el corazón peor,
se me cruzó por la cabeza que todo se había acabado,
que no había nada más que hacer”.*⁴

Luego de disputar su segundo partido durante el mundial de Estados Unidos, fue sorteado para ser sometido al control antidopaje. Una vez más, el resultado del análisis fue positivo. Se le detectaron cinco sustancias prohibidas: efedrina, norefedrina, pseudoefedrina, norseudoefedrina y metaefedrina. En esta ocasión también fue suspendido por quince meses y tuvo que abandonar la concentración argentina. El partido contra Nigeria fue su última participación profesional junto al seleccionado argentino.

⁴ Maradona, Diego; Yo soy el Diego; Planeta, Buenos Aires, 2001, pág. 245.

Durante la suspensión inició su carrera como director técnico. En octubre de 1994 asumió la conducción técnica de *Deportivo Mandiyú* junto a Carlos Fren. No realizaría una buena campaña con el club.

Tras el alejamiento del equipo correntino, volvió a contratar a Guillermo Cópola como representante, alejándose así de Marcos Franchi. En enero de 1995, nuevamente junto a Fren, fue contratado para dirigir el *Racing Club* de Avellaneda. La campaña en este equipo también fue corta, ya que duró sólo 4 meses.

Cumplida la segunda suspensión de su carrera, en septiembre de 1995 regresó a *Boca Juniors*. Una vez finalizado el torneo clausura '96 se alejó de los estadios, a los cuales regresó recién once meses después. En abril de 1997 debió ser ingresado en un hospital luego de sufrir un problema de hipertensión durante un programa de televisión chileno llamado "*Viva el lunes*". Firmó nuevamente contrato con *Boca Juniors* y retornó a los estadios en julio de 1997. En agosto de ese año Boca derrotó a *Argentinos Juniors* (4 a 2); en ese partido Maradona fue sorteado para realizarse el control antidoping, que daría positivo, detectándose, en esta ocasión, la presencia de benzoitilecgonina y metilecgonina, metabolitos de la cocaína. La AFA (Asociación del Fútbol Argentino) le impuso una suspensión provisoria a la espera de los resultados de la contraprueba, que también dio positiva.

Maradona realizó una denuncia policial en la que manifestó supuestos llamados telefónicos que amenazaban con colocarle droga en sus análisis. La justicia comprobó las amenazas y dispuso que la AFA retirara la suspensión a la espera del estudio de ADN. Gracias a esto, pudo seguir compitiendo, pero debía realizarse controles cada vez que finalizara un partido. El estudio de ADN no pudo ser completado, debido a la pequeña cantidad de material genético que se encontró en las muestras que había enviado la AFA.

Su último partido oficial fue el 25 de octubre de 1997. Anunció su retiro del fútbol profesional el 30 de octubre, el mismo día que cumplía 37 años.

Sus años lejos del fútbol profesional (1998-2004).

*“Soy el ejemplo de lo que no hay que hacer. Entrás a la droga en un segundo, pero salir te puede costar toda la vida. (...) Quiero dejar ya [de consumir], quiero dejar ya... veo a mis hijas y no puedo hacer barbaridades. No puedo dejar de cuidarme por Dalma y Gianinna”.*⁵

En marzo de 1998, cuando el juez Bonadío levantó la medida cautelar que impedía que la AFA lo sancionara, quedó descartada toda posibilidad de regreso, pues el propio Maradona comunicó su decisión de retirarse de la actividad. Durante esta etapa su salud se vio afectada por la adicción a las drogas, la que lo llevó a realizar, con mayor o menor éxito, largos procesos de rehabilitación tanto en Argentina como en Cuba.

En enero de 2000 fue internado en terapia intensiva en el Sanatorio Cantegril, mientras estaba de vacaciones en la ciudad uruguaya de Punta del Este. Ingresó a la clínica con una crisis hipertensiva y un cuadro de arritmia ventricular. Quien en ese momento era su representante, Guillermo Cópola, explicó que la internación no era por un problema con las drogas, sino que sufría de hipertensión. Sin embargo, en los análisis de sangre y orina, se encontraron restos de cocaína, por lo que tuvo que declarar ante la justicia uruguaya, ya que el consumo, si bien no se encontraba penado, era considerado una "falta". Tras salir de la clínica, el 18 de enero de ese año, viajó a Cuba para iniciar un tratamiento de rehabilitación, residiendo en ese país durante varios años. En septiembre de ese año publicó su autobiografía, titulada *Yo soy el Diego*, en la que repasó su carrera futbolística y confesó los orígenes de su adicción.

En noviembre de 2001 tuvo su partido despedida en La Bombonera; se trató de un encuentro entre la selección argentina y un combinado de estrellas. Tras el mismo, un emocionado Maradona brindó un discurso, aceptando errores, en el que pronunció una de sus recordadas frases: *“yo me equivoqué y pagué, pero la pelota no se mancha”*.

⁵ Zanoní, Leandro; *Vivir en los medios*; Ediciones Marea, 2006, pág. 223. Cita extraída de la entrevista realizada por la revista Gente el 18 de enero de 2000.

En 2003, finalizó dos de sus relaciones más importantes: con su esposa Claudia Villafañe y con su representante y amigo Guillermo Cóppola, al que le inició luego una demanda por un supuesto dinero adeudado. Su esposa inició la demanda de divorcio el 7 de marzo por abandono del hogar en 1998, luego de permanecer más de 13 años casados.

En abril de 2004 nuevamente fue internado en la *Clínica Suizo-Argentina* debido a problemas cardíacos agravados por su adicción a las drogas, por lo que, una vez que su salud se estabilizó, fue internado el 9 de mayo en una institución neuropsiquiátrica para iniciar un tratamiento de desintoxicación. Luego de tres meses de internación, pidió permiso judicial para continuar su tratamiento en Cuba. No obstante, el tratamiento continuó en la Argentina.

Debido a sus excesos con la comida y las drogas, aumentó considerablemente de peso alcanzando los 120 kilos en febrero de 2005. En marzo de ese mismo año se sometió a una cirugía bariátrica (*bypass gástrico*) en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, con la finalidad de controlar la obesidad y eliminar los problemas relacionados con el sobrepeso. Gracias a la cirugía y a una estricta dieta, bajó en pocos meses más de 50 kilos.

Conducción de *La noche del 10* y cargo en Boca Juniors (2005-2007).

*“Este es el mejor momento de mi vida. Hoy puedo disfrutar de mis hijas, de mis padres. Tengo una relación maravillosa con Claudia, que no quiero perder por nada del mundo. Hago lo que me gusta, me siento muy bien físicamente. Soy un hombre feliz”.*⁶

En agosto de 2005 debuta como conductor televisivo en *La noche del 10*. Mientras el programa fue elegido como ganador en los premios *Clarín Espectáculos* 2005 en los rubros mejor programa de entretenimiento y mejor producción, Maradona resultó galardonado como la figura del año. Además, *La noche del 10*, obtuvo el Martín Fierro en la categoría producción integral.

Durante el tiempo en que duró su labor como conductor en el programa, también participó en un *reality* de baile emitido por la cadena RAI de Italia, al que finalmente renunció debido a

⁶ Revista Gente. “Si algo se parece a la felicidad, es este momento”. Edición N° 2102. 01/11/2005.

problemas con el fisco italiano y por lo agotador que le resultaba viajar hacia ese país dos veces por semana.

En noviembre de 2005, fue una de las figuras principales de la *Cumbre de los Pueblos*, también llamada “*contracumbre*”, en oposición a la *IV Cumbre de las Américas*. Su participación comenzó el 3 de noviembre, cuando abordó el *Expreso del Alba*, un tren que partió desde Buenos Aires transportando 160 pasajeros que participarían de la marcha. *La Cumbre de los Pueblos*, en la que se manifestó la oposición al ALCA y el repudio a George W. Bush, contó, además, con la presencia del presidente venezolano Hugo Chávez, de Silvio Rodríguez, de Adolfo Pérez Esquivel y de las Madres de Plaza de Mayo. Su participación generó el enojo de varios dirigentes políticos, entre los que se encontraba el presidente mexicano Vicente Fox.

Durante esa época también se desempeñó como vicepresidente del consejo de fútbol de Boca Juniors (desde junio de 2005 hasta agosto de 2006). Al ocupar el cargo, solicitó la designación de Alfio Basile como entrenador, lo que significó un acierto ya que bajo su conducción técnica el equipo consiguió varios títulos nacionales e internacionales. También continuó ligado al deporte jugando en una nueva modalidad de fútbol sala llamada *Showbol*.

El marzo de 2007 fue internado en el sanatorio Güemes, debido, en esta oportunidad, a excesos con las bebidas alcohólicas. Se le diagnosticó una “hepatitis química, aguda y tóxica”, por lo que debió permanecer internado hasta el 11 de abril. Dos días después tuvo una recaída. El 21 de abril decidió internarse en la clínica psiquiátrica Avril, para tratar su adicción al alcohol. Cabe destacarse que esta recaída no tuvo gran relevancia mediática, presumiblemente porque Maradona se encontraba en mejor estado de salud que en años anteriores.

Dirección técnica del seleccionado y mundial 2010 (2008-2010).

“*Ser el DT de la Selección argentina es el mejor regalo del mundo*”.⁷

⁷ Revista Gente. “Ser el DT de la Selección argentina es el mejor regalo del mundo”. Edición N° 2259. 03/11/2008.

En octubre de 2008, tras la renuncia de Alfio Basile, Maradona fue presentado como nuevo director técnico de la selección de fútbol de Argentina, en una conferencia de prensa en la que también se comunicó la designación de Carlos Bilardo como coordinador de las selecciones nacionales.

El debut oficial se produjo el 28 de marzo cuando, por las eliminatorias para el mundial 2010, Argentina se enfrentó a Venezuela. En octubre de 2009, la selección logró el pasaje a la copa del mundo, al obtener una victoria contra Uruguay en el Estadio Centenario y asegurarse así el cuarto puesto en las eliminatorias sudamericanas. Tras la clasificación, Maradona sorprendió con fuertes declaraciones contra el periodismo. Debido a las mismas, el 15 de noviembre la Comisión Disciplinaria de la FIFA le prohibió ejercer cualquier actividad relacionada con el fútbol por dos meses y, además, le impuso una multa de 25 mil francos suizos.

Durante el mundial Sudáfrica 2010 la selección nacional obtuvo cuatro victorias, ganó su grupo y perdió en cuartos de final frente a Alemania por 4 a 0. El equipo quedó en el 5to lugar del torneo, la mejor posición obtenida desde el subcampeonato logrado en el mundial de Italia '90.

Después del mundial, la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) le solicitó modificaciones en su cuerpo técnico, Maradona no aceptó y, por lo tanto, no se le renovó el contrato.

Últimos años (2011-2013).

En el año 2011 se traslada a los Emiratos Árabes Unidos para hacerse cargo del *Al Wasl FC* de la ciudad de Dubái. Los resultados deportivos no fueron los esperados y en Julio de 2012 fue despedido.

En febrero de 2013 nace Diego Fernando Maradona Ojeda, fruto de su relación de más de siete años con Verónica Ojeda.

Actualmente se encuentra viviendo en Dubái, donde se desempeña como embajador deportivo. Durante el tiempo que se encuentra en nuestro país cumple la función de “asesor espiritual” del

plantel del equipo de fútbol *Deportivo Riestra*, que actualmente juega en la primera D del fútbol argentino.

Descripción de los medios seleccionados.

Para llevar a cabo nuestro trabajo consideramos necesario hacer una breve descripción de los tres medios que forman parte de nuestro estudio: canal 13 y los diarios *Clarín* e *Infobae*.

El período durante el que fue emitido el programa televisivo *La noche del 10*, delimita el recorte temporal de los metadiscursos periodísticos elegidos para el análisis. No obstante, si bien consideramos que el programa constituye un punto básico para nuestro trabajo, el mismo no puede ser tomado descontextualizado de las condiciones intrínsecas del soporte en el cual fue emitido, es decir, el medio televisivo. Desde ese punto de vista entendemos que resulta imprescindible entender la composición del multimediático *Grupo Clarín*, dueño absoluto de los derechos de dicho programa, y más específicamente, los de sus dos principales medios masivos: *Canal 13* y el diario *Clarín*, en su versión digital *Clarín.com*.

Debido a que el diario *Clarín* pertenece al mismo multimedio que produce el programa televisivo creemos que es ineludible considerar los metadiscursos producidos por él, como así también por una voz ajena al mismo. En este sentido, el portal informativo *Infobae.com* resulta ser la opción más indicada, debido a que es el único diario digital que en 2005 también pertenece a un multimedio con presencia televisiva (el *Grupo Infobae*, en ese entonces, era propietario del canal de televisión abierta *Canal 9*). De esta forma, entendemos que la visión del portal *Infobae* estará condicionada directamente por el hecho de ser competencia del *Grupo Clarín* en los dos soportes que tomamos en cuenta (televisión y diario digital), así como también por la disputa del liderazgo de la audiencia radial, tanto en AM (*Radio Mitre* vs. *Radio 10*), y en FM (*FM La 100* vs. *FM Mega*).

Consideramos los medios periodísticos como empresas, los que, por su misma naturaleza no son ajenos a sus necesidades comerciales, creemos que en *Infobae* encontraremos una visión

del programa *La noche del 10*, claramente diferenciada de la de *Clarín*, así como, previsiblemente, observaremos sentidos generados alrededor del significante Maradona que posiblemente no puedan hallarse en los metadiscursos producidos por *Clarín*.

A continuación desarrollaremos una breve descripción y reconstrucción histórica de los medios mencionados.

Canal 13.

Canal 13, uno de los principales canales de televisión abierta de nuestro país, realiza sus transmisiones desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y opera bajo la licencia LS 85 TV. Fue fundado el 1 de octubre de 1960 y obtenido bajo licitación por la empresa Río de la Plata TV S.A., integrada por el cubano Goar Mestre, la cadena estadounidense CBS y la empresa Time-Life. A mediados de los 60, la Editorial Atlántida y la esposa de Mestre compraron las acciones del canal. Desde aquel entonces comenzó a competir fuertemente con los otros dos canales abiertos privados, el 9 y el 11, los cuales habían pasado por un proceso similar. En esos años se produjeron grandes éxitos de la televisión argentina como *La familia Falcón*, *Viendo a Biondi*, *La tuerca*, *Telecataplum*, entre otros.

En el año 1974, el gobierno de Juan Domingo Perón estatizó las emisoras privadas de Buenos Aires, con el objeto de poner en ejecución una política de medios al estilo europeo, donde la televisión estaba monopolizada por el Estado. Durante el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional, desde el año 1976 hasta 1983, cuando fue restituido el gobierno democrático, la administración del canal fue entregada a las Fuerzas Armadas,

El 22 de diciembre de 1989, el *Canal 13* volvió a ser privatizado. El ganador de la licitación para adquirir el canal fue la empresa Arte Radiotelevisivo Argentino (Artear), una sociedad mayoritariamente propiedad del diario *Clarín*, que por su previa adquisición de Radio Mitre, ya comenzaba a forjarse como un multimedio. Desde entonces, el canal se posicionó como el segundo en el *rating* compitiendo contra *Telefe* (nuevo nombre del *canal 11*). Desde 1996

trabaja asociado a la productora independiente *Pol-ka Producciones*, propiedad de Adrián Suar, quien desde 2002 es el gerente de programación del canal.

En 2005, debido a la llegada de Marcelo Tinelli a *Canal 9* y a su gran nivel de audiencia, *Canal 13* queda en tercer lugar en las mediciones del *rating* de lunes a viernes. Pero en el segundo semestre del año el canal logra aumentar la audiencia con el debut de Diego Maradona como conductor en su programa de entretenimientos *La noche del 10*.

En diciembre de ese mismo año, *Artear* compró el 30% de las acciones de *Ideas del Sur*, la productora de Marcelo Tinelli, lo que generaría el arribo al canal del conductor junto a *Showmatch*, y otros programas de la misma empresa. Este hecho fue el puntapié inicial para que el canal alcance durante los años 2010 y 2011, el primer puesto en el *rating* anual.

A partir de la aprobación de la nueva ley de servicios de comunicación audiovisual en el año 2009, y la creación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el ente que regula las nuevas disposiciones, el canal se ajusta a ciertas disposiciones básicas de la ley, como lo son la identificación en pantalla del comienzo y finalización del horario “Apto para todo público”, y del inicio y fin de las tandas publicitarias. Sin embargo, hace caso omiso a los artículos 81 y 82 sobre la emisión de publicidad, ya que emite la misma por fuera de los espacios reglamentados, aumenta el volumen del audio en las tandas publicitarias y, además, supera los 12 minutos de publicidad permitidos por hora.

Diario Clarín.

Clarín fue fundado por Roberto Noble el 28 de agosto de 1945. La directora del matutino es Ernestina Herrera de Noble, viuda del fundador y accionista del *Grupo Clarín*, empresa propietaria de la publicación.

El matutino tiene como particularidad el ser uno de los primeros diarios del mundo en incluir un diseño más compacto (tabloide) en lugar del típico diseño “sábana” que usaban los diarios de

ese entonces, como, por ejemplo, *La Nación*. Le brinda prioridad a los temas locales: por este motivo le otorga importancia a las secciones de espectáculos y deportes, las que, dicho sea de paso, presentan un diseño diferente al resto de la publicación. Su lema es *“Un toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos”*, y su actual eslogan publicitario es *“El gran diario argentino”*. Hoy por hoy, además de ser el diario de mayor tirada de la Argentina, es uno de los de mayor difusión en el mundo de habla hispana, con una cantidad de ejemplares cotidianos que promedia los 271.000 ejemplares⁸.

Clarín en Internet.

En el año 1995 *Clarín* lanzó su versión digital: *Clarín.com*, la que en el presente cuenta con las siguientes secciones: Política, Mundo, Sociedad, Ciudades, Policiales, Cartas, Blogs, Deportes, Espectáculos, Entre mujeres, Arq, Revista Ñ, Web TV y Multimedia.

Actualmente, *Clarín.com* es el undécimo sitio web más visitado del país, ocupando el segundo lugar en el rubro noticias. Mientras que el primer puesto le corresponde a *Lanacion.com*, la versión digital del diario *La Nación* (9º puesto), *Infobae.com* se coloca en el tercer lugar (13º puesto)⁹.

El grupo Clarín.

El *Grupo Clarín S.A.* es el multimedio más grande de la Argentina. Fue conformado oficialmente en 1999, año en que se constituyó como sociedad anónima. Sin embargo, hay que remontar sus orígenes al año 1989 con la modificación de la Ley de Radiodifusión 22.285, la cual describe Julio Ramos en su “biografía” del diario *Clarín*, de la siguiente manera:

Había un gobierno Justicialista, el del doctor Carlos Menen, quien tenía bien asumido que había cometido un gravísimo doble error que consistió en haber aconsejado a sus legisladores aprobar la derogación del inciso e) del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión 22.285 que prohibía a dueños de medios gráficos serlo también de ondas

⁸ Instituto Verificador de Circulaciones (ed.): Datos del medio - Clarín. Consultado el 17 de septiembre de 2012.

⁹ Alexa, the Web Information Company. www.alexa.com.ar. Consultado el 11 de septiembre de 2013.

*radiales o televisivas. El segundo error consistió en que, con esa liberación, se agravó todo más aun al autorizarle “Radio Mitre” y “Canal 13” al Grupo Clarín que ya ejercía también el monopolio de la materia prima esencial de los diarios en Papel Prensa y mostraba una tendencia permanente a concentrar formas de difusión.*¹⁰

Los principales accionistas son Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magnetto, José Antonio Aranda y Lucio Pagliaro, quienes en conjunto poseen el 70,99% del paquete accionario, y, además, ocupan puestos jerárquicos dentro de la empresa. El porcentaje restante se divide entre un 9,11% que le corresponde al grupo inversor Goldman Sachs y un 19,9% que se considera capital flotante. Desde 2008, a partir de la estatización de las Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones (AFJP), el Estado tomó posesión del 9% del grupo a través del Fondo de garantía de sustentabilidad. Sin embargo, aquel se niega a aceptar la participación estatal en el directorio y en las asambleas.

El multimedia es dueño o tiene acciones en diversos medios de comunicación. Participa principalmente en las áreas de televisión, radio, televisión por cable y acceso a internet, publicaciones e impresión, contenidos digitales y otras actividades relacionadas¹¹. Entre ellos podemos nombrar:

Televisión abierta:

- *Canal 13.*
- *Canal 12 de Córdoba.*
- *Canal 7 de Bahía Blanca.*
- *Canal 6 de Bariloche.*

Señales de cable:

- *Canal 13 internacional.*
- *Todo Noticias.*
- *TyC Sports.*
- *Volver.*
- *Quiero música en mi idioma.*
- *Magazine.*
- *Carburando.*

¹⁰ Ramos, Julio; Los cerrojos a la prensa; Amfin, Buenos Aires, 1993, pág. 315.

¹¹ Información obtenida en el sitio web del multimedia: grupoclarin.com.ar.

Radios:

- *Mitre AM 790 khz y sus repetidoras.*
- *La 100 FM 99.9 mhz y sus repetidoras.*
- *Mitre Córdoba AM 810 khz y sus repetidoras.*
- *Mitre Mendoza FM 100.3 mhz.*

Diarios:

- *Clarín.*
- *Olé.*
- *La Razón.*
- *Muy.*
- *Los Andes de Mendoza.*
- *La Voz del Interior de Córdoba.*

Revistas:

- *Viva.*
- *Revista Ñ.*
- *ARQ.*
- *Pymes.*
- *Genios.*
- *Jardín de genios.*
- *Tiki Tiki.*
- *Revista Shop&Co.*

Internet:

- *Clarín.com.*
- *Ole.com.ar.*
- *Ciudad.com.*
- *Cienradios.com.*

Además es dueño de Ferias y Exposiciones Argentinas (FyEA), la que entre una de sus principales actividades se encarga de la organización de la feria *Expo Agro*. Posee acciones de las productoras: *Pol-ka*, *Ideas del Sur* y *Patagonik Film Group*. Tiene una porción del paquete accionario de la agencia de noticias *DyN*, de la productora de papel de diario *Papel Prensa* y es propietario de *Cablevisión* y *Fibertel*, los dos principales proveedores de televisión por cable e internet del país.

El *Grupo Clarín* era el único multimedio que poseía una medida cautelar que lo eximía de tener que adecuarse a la ley de servicios de comunicación audiovisual, no reconociendo como autoridad de aplicación al ente regulador AFSCA. Como consecuencia de estas irregularidades, el grupo se encontró en una disputa legal con el Estado, representado por el Gobierno Nacional. Superadas todas las instancias judiciales, en agosto de este año se realizó una audiencia pública para que las dos partes implicadas expongan sus argumentos¹². A fines de octubre la Corte suprema de Justicia declaró constitucional la totalidad de la ley de medios¹³, debido a esta resolución, el grupo presentó su plan de adecuación a la semana siguiente¹⁴. Resta que el AFSCA analice, evalúe, apruebe o rechace el plan presentado por el *Grupo Clarín* y otros grupos multimedios, se espera que para mediados de diciembre el organismo se expida¹⁵.

Diario Infobae.

En 1997 fue fundado *Buenos Aires Económico (BAE)*, un periódico matutino argentino de economía y negocios, el cual entre los años 2002 y 2007 recibe el nombre de *Infobae Diario*, pasando a ser de información general.

La publicación fue concebida para competir con otros diarios de actualidad económica como *El Cronista* o *Ámbito Financiero*. Pero a causa de las bajas ventas, el periodista Daniel Hadad y Sergio Szpolski compraron el diario a fines de 2001. Un año más tarde, Szpolski cedió sus acciones a Hadad. Desde entonces, y como adelantáramos, el diario cambió su nombre y se hizo de interés general. Como producto de esa venta, sus nuevos dueños crearon el portal de noticias *Infobae.com*, página que funcionó como la versión digital del diario *Buenos Aires Económico*. Estos emprendimientos fueron la base del denominado *Grupo Infobae*.

¹² Diario La Nación, sección política. "La Corte puso en aprietos a los representantes del Gobierno y de Clarín". 30/08/2013.

¹³ Diario La Nación, sección política. "La Corte Suprema declaró constitucional la ley de medios". 29/10/2013.

¹⁴ Diario Clarín, sección política. "El grupo Clarín presentó su plan de adecuación voluntaria". 04/11/2013.

¹⁵ Diario Página 12. Sección el país. "Antes de fin de año". 27/11/2013.

El sitio web tuvo a lo largo del tiempo un buen caudal de visitantes, pero la versión impresa siguió vendiéndose poco. Por ese motivo, en 2007, Hadad decidió mantener sólo la versión digital, poner en venta el diario impreso y restaurar el nombre *BAE*. En abril de ese mismo año, Szpolski compró el matutino y lo integró a su multimedio.

Infobae en internet.

El sitio fue creado el 5 de abril de 2002. Actualmente cuenta con las siguientes secciones: Política, Economía, Opinión, Mundo, Sociedad, Deportes, Tecnología, Teleshows (espectáculos) y Tendencias. Desde Julio de 2010 el sitio amplió su contenido para dar origen a un portal abocado a cubrir toda la información de América latina. (<http://america.infobae.com>). Según el ranking Alexa, el diario figura en la decimotercera posición de los sitios más visitados de Argentina, siendo, detrás de *Clarín* y *La Nación*, el tercer sitio de noticias más popular. A nivel mundial, figura en el puesto 1.226 del ranking de los sitios web con mayor cantidad de visitas¹⁶. *Infobae.com* se complementa con las redes sociales, donde cuenta con 575.000 seguidores en *Twitter*, y casi 325.000 fans en *Facebook*¹⁷.

El sitio es un ejemplo exitoso de periodismo digital, que cuenta con el antecedente de ser el primer y único portal *online* que fue tan influyente como para generar que la versión en papel adopte su nombre: *Infobae*. Su estrategia se basa en una premisa principal: salir antes que nadie. Durante los años del multimedio, el portal servía de guión para el noticiero de Radio 10. Ambos medios funcionaban juntos, ya que retroalimentaban sus contenidos mutuamente.

Un rasgo característico del portal es manejarse con el lenguaje propio de una agencia de noticias, e incluso con un diseño de redacción similar al de los cables. Muchas de las innovaciones que implementó, fueron ideas de uno de los jefes más emblemáticos que tuvo *Infobae.com* en su consolidación, Facundo Chaves Rodríguez, quien ya contaba con una vasta experiencia trabajando en la agencia de noticias *DyN*. Una de tales innovaciones fue luego tomada por otros portales; es el llamado “adelanto”, que consiste en la utilización de frases

¹⁶ Alexa, the Web Information Company. www.alexa.com.ar. Consultado el 11 de septiembre de 2013.

¹⁷ Datos consultados en 11 de septiembre de 2013.

escritas en rojo, sin encabezado ni links, que aparecen en la portada cuando se produce un evento relevante. También fue el primer medio que copió, para dar cuenta de acontecimientos catastróficos, el formato *Huffington Post*, que consiste en colocar un titular gigante que ocupa todo el ancho de la pantalla. Debajo del mismo se publican entre cinco y diez notas secundarias breves.

El modelo *Infobae.com* se caracteriza, además, por poseer una alta velocidad de conexión y por presentar un diseño poco complejo que permite identificar con facilidad las actualizaciones producidas durante el día. Por otro lado, el afán de inmediatez genera que la mayoría de las notas carezcan de profundidad periodística.

Actualmente el sitio *Infobae.com* sigue siendo propiedad del empresario Daniel Hadad, quien se dedica a expandir y posicionar en América Latina el portal de noticias Infobae América, realizando acuerdos con periodistas y medios de Perú, Colombia, México, Paraguay, Panamá, entre otros países¹⁸.

El grupo Infobae.

Como indicamos, el diario digital forma parte del *Grupo Infobae*, al que actualmente integran los siguientes medios:

- *Infobae.com*.
- *BajaMusica.com*.
- *BajaLibros.com*.
- *Vesvi.com*.
- *10Tango.com*.
- *10Musica.com*.
- *Infobae América*.
- *TeleShow.com*.
- *Stars HD*, canal de la TDT.

¹⁸ Diario La Nación, sección política. "Daniel Hadad vendió C5N y todas sus radios a Cristóbal López". 26/04/2012.

Fundado en el año 2002, el grupo fue convirtiéndose en tal con la creación del portal de noticias, que se sumó a la edición impresa del diario *Buenos Aires Económico* y a las radios que Hadad ya poseía: la AM *Radio 10* (cuya transmisión comenzó en febrero de 1998) y *Mega 98.3* (inicialmente llamada *FM News*, que está en el aire desde marzo de 1997). Posteriormente, el empresario adquirió nuevas estaciones de FM.

- *Radio 10 AM 710.*
- *Pop Radio FM 101.5.*
- *Mega FM 98.3.*
- *Vale FM 97.5.*
- *TKM Radio FM 103.7.*

Además del diario *Infobae*, el grupo desarrolló otros emprendimientos gráficos:

- *Tendencia Mujer* (revista mensual de estilos para la mujer).
- *Tendencia Hombre* (revista mensual de estilos para el hombre).
- *TKM Revista.*

Entre los años 2002 y 2007, incursionó en la televisión abierta y en el cable, con *Canal 9* y la señal *C5N*, respectivamente. En 2002, *Azul Televisión* fue adquirido por Daniel Hadad, que le restituyó su nombre original (*Canal 9*). El año 2005 fue el de mayor éxito en su gestión, ya que logró disputarle a *Canal 13* el segundo lugar en el rating anual. En enero de 2007, el mexicano Ángel González, dueño de la empresa Albavisión, adquirió el 80% del paquete accionario del canal. El acuerdo especificaba que Hadad mantendría el control sobre los contenidos periodísticos y el área de noticias como socio minoritario. Luego, en diciembre del mismo año, el empresario y periodista argentino se desprendió de sus acciones en *Canal 9*, alejándose definitivamente de la emisora.

En 2007, Hadad vuelve a la actividad periodística en televisión por cable fundando el *Canal 5 noticias*, más conocido como *C5N*. Con una gran infraestructura y equipos de alta tecnología, la señal se convirtió en el segundo canal de cable y en el segundo canal de noticias más visto, en ambos casos, luego de *Todo Noticias*, líder en ambas categorías.

En abril de 2012, Daniel Hadad decidió vender el canal *C5N* y sus radios *Radio 10*, *Pop*, *Vale*, *Mega* y *TKM*, al *Grupo Indalo*, propiedad de Cristóbal López, por una suma cercana a los 40 millones de dólares. Entre los puntos que fueron incluidos en el acuerdo se incluye uno que expresa que el empresario no podrá tener medios similares, ni radios ni canales de televisión, hasta el año 2015¹⁹. Hadad adujo la venta a un intento de “cambiar su estilo de vida”, y para dedicarse plenamente a sus proyectos digitales e incursionar con mayor énfasis en las redes sociales *Twiter* y *Facebook*²⁰.

¹⁹ Diario La Nación, sección política. “Daniel Hadad vendió C5N y todas sus radios a Cristóbal López”. 26/04/2012.

²⁰ Cronista.com. “El Grupo Indalo se hizo cargo finalmente de las radios de Hadad, quien se despidió al aire”. 11/10/2012.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN.

Maradona como objeto cultural.

Diego Maradona ha sido objeto de estudio y referencia por parte de innumerable cantidad de investigadores, ensayistas, escritores, periodistas y directores de cine. Y, como indicamos, hasta él mismo publicó una selección de los sucesos más trascendentes de su vida en la autobiografía *Yo soy el Diego*, editada en el año 2001. Dentro de la filmografía que se centra en su figura, se destacan dos documentales que recopilan testimonios de fanáticos, familiares y amigos del exjugador. *Amando a Maradona* realizado por Javier Vázquez en el año 2005, y *Maradona by Kusturica*, dirigido por el director y músico bosnio Emir Kusturica, estrenado en el año 2008. Este último film incluye fragmentos de una entrevista realizada por el realizador al exjugador.

Enfoques académicos.

Maradona se convirtió en reiteradas oportunidades en objeto de estudio del campo académico. ¿Cuál es la relevancia que justifica su análisis? Una respuesta es la posibilidad de vincular al ídolo con el imaginario argentino.

En su libro *Fútbol y patria* Pablo Alabarces, investigador y docente, dedica el capítulo “Maradonismo y postmaradonismo” al abordaje, desde una perspectiva cultural y sociológica, de la relación que podría establecerse entre la figura de Diego Maradona y las nociones de Patria y Nación Argentina.

Para responder al interrogante de cómo opera la relación simbólica que permite leer en Maradona un sentido patriótico y una representación de la Nación argentina, Alabarces realiza un análisis de cada momento de la vida deportiva y personal que, según sostiene el autor, le permite establecer un lazo con la sociedad argentina, relación que puede ser leída a través de la figura mitológica del héroe.

Desde esta hipótesis recuerda el lugar donde nació y transcurrió su niñez. Villa Fiorito, funciona como una palabra que remite a pobreza y marginalidad. Pero Maradona sale de allí; la operación de mitificación se llena de sentido con el verbo *salir*. No obstante, si bien el jugador de fútbol logra irse de Villa Fiorito, y consigue llegar a la fama, al mundo, a la gloria, no olvida su origen. Alabarces sostiene esta idea recordando la fiesta de casamiento del jugador en 1989, ya que entre los invitados, aunque se encontraban personalidades del jet set, mundo al cual había accedido, también formaban parte del festejo sus amigos de la infancia. *“Maradona es el pobre ascendido, el que sale, pero no se olvida de sus orígenes. La salida, asimismo, también mecanismo clásico de la épica, se complementa con la llegada, y cuanto mayor, más exterior, sea la diferenciación del origen, más cargada simbólicamente será la misma”*.²¹

Según el autor, tres grandes momentos de su vida deportiva van a ir consolidando progresivamente su figura y marcando la constitución de las marcas del relato épico:

A) En 1978 queda excluido en el último tramo de la preparación del plantel que jugará la Copa Mundial de aquel año. El director técnico César Luis Menotti justifica la exclusión argumentando que es demasiado joven. Alabarces sostiene que la repuesta de Maradona fue el llanto: las imágenes periodísticas lo muestran desconsolado ante la decisión. Esa imagen será retomada en el momento de gloria, en 1986. El héroe afronta su primer contratiempo, pero la victoria llegará ocho años después con la obtención de la copa del mundo.

B) En 1979 es el mismo Menotti quien lo elige capitán del seleccionado juvenil que disputa la Copa Mundial en Japón. El jugador tiene una actuación destacada y el equipo conquista el campeonato. La figura en ascenso se consolida y asume una representación nacional exitosa; por primera vez se asocia su triunfo deportivo con el triunfo del país. Además, hay un condicionamiento: por la diferencia horaria existente con Japón, los partidos se disputan durante la madrugada argentina. Para el autor, el mito agrega una condición iniciática: ver a

²¹ Alabarces, Pablo; Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina; Prometeo libros, 2002, pág. 145.

Maradona y su equipo exigen el rito, el esfuerzo, la prueba, que permite disfrutar de las hazañas del héroe.

C) En 1981 es transferido a *Boca Juniors*; abandona así el origen humilde del pequeño club de barrio. En su primer año de permanencia en el equipo, éste obtiene el campeonato local. La figura prometedora asume entonces su condición de ídolo, aunque sea de manera fragmentaria, porque *Boca* es el club con la hinchada más numerosa pero no representa a la totalidad de la nación Argentina.

Su época de mayor plenitud deportiva está delimitada por un período de diez años (1984-1994) que se corresponde con su traspaso al *Napoli*, la consagración en el campeonato mundial de México 1986, el segundo puesto en el mundial Italia 90 y su breve participación en el mundial 1994, suceso que marca la finalización de su consolidación como ídolo popular indiscutible.

Su gloria fue acompañada, a la vez, por la crisis de los grandes relatos, ya que la política argentina describe un mapa de ambigüedad y contradicciones que debilita la capacidad de las instituciones de la modernidad -escuela, estado, política, sindicalismo- para interpelar y constituir sujetos sociales. El autor establece tres marcas que pudieron contribuir a fragmentar y debilitar la capacidad de esos mecanismos: la ley de Obediencia Debida (en 1987, durante el gobierno de Alfonsín); la hiperinflación con sus consecuentes saqueos y asunción anticipada de Menem en la presidencia (1989); y las medidas neoliberales impulsadas por el peronismo menemista: privatizaciones, alineación con los Estados Unidos, y desfinanciación de los mecanismos estatales de seguridad social (educación, salud y jubilaciones).

Estas causas dibujan, para Alabarces, un contexto de inestabilidad y fractura de todos los relatos que habían narrado a la Argentina durante el siglo XX. Maradona se transforma, entonces, en el último anclaje de los sentidos que tales narraciones comportan. Pero en el mundial de Estados Unidos de 1994, cuando es expulsado del campeonato por doping, se produce el cierre que permitía leer, a través de su figura, una idea victoriosa de fútbol y Patria:

*Maradona, expulsado del Mundial, arrastra a la Nación toda; a partir de allí, la única mercancía argentina exitosa, simbólica y corporal, se deprecia en el mercado global (...). El relato mitológico del fútbol argentino, mezcla de éxitos y héroes, de estilos originales y sabias apropiaciones, se vio, de improviso, desprovisto de toda referencialidad.*²²

Luego de ese momento se convirtió en un jugador irregular, retorna a Boca después de la suspensión de 15 meses recibida por el *doping*, y no gana nuevos títulos. Su representación nacional también se debilita cuando juega en nuestro país: al pasar a ser un jugador de un equipo local, pierde su característica integradora del colectivo argentino, algo que sí podía sostenerse jugando en Europa y colocándose la camiseta del seleccionado.

Para el autor, Maradona funcionó como “centro luminoso” de la referencialidad patriótica del fútbol argentino, y también ofreció la posibilidad de apropiarse de un sentido errante: el de una sociedad que vio derrumbarse sus referencias políticas más elementales. Una vez retirado del fútbol profesional se produce su cancelación como productor de nuevas épicas. El nuevo lugar de Maradona es un espacio meramente indicial: señala hacia el pasado, hacia lo que pudo ser, hacia el momento en que su nombre podía ser símbolo.

Otro trabajo que concibe a Maradona como un mito de la sociedad argentina, pero desde una perspectiva diferente, es *“Comediantes y mártires, ensayo contra los mitos”*, del sociólogo y filósofo argentino Juan José Sebreli. El autor, analiza cuatro personalidades destacadas de la cultura argentina: Carlos Gardel, Eva Duarte de Perón, Ernesto “El che” Guevara y el propio Diego Maradona. A partir del estudio de estos ídolos populares busca entender el rol que cumplen los mitos en la cultura argentina y postula que la existencia de ellos fomenta el odio y la intolerancia, y aleja de la racionalidad a los integrantes de una sociedad:

El culto de los héroes es pernicioso porque proclama el fanatismo como virtud, fomenta el odio y la intolerancia hacia el disidente, remite a impulsos inconscientes destructivos y ataca al pensamiento racional y crítico. Las pasiones colectivas, los delirios de unanimidad, la fusión tribal provocados por la adoración de los ídolos y la creencia en los

²² Alabarces, Pablo; Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina; Prometeo libros, 2002, pág. 168.

*mitos predispone a los regímenes autoritarios y anula en los individuos la conciencia de su libertad y la responsabilidad de forjar su propio destino.*²³

El principal motivo de este tipo de conductas se debería a que los mitos se basan en la imposibilidad de poder analizar un fenómeno de masas de manera crítica, ya que un mito no se analiza, sino que se siente. Se nos presenta como una verdad irrefutable y definitiva. En cambio, la búsqueda de la verdad científica y el pensamiento racional es inseparable de la búsqueda de un resultado y la coincidencia de este con la realidad. Por oposición, el mito no precisa de esos mecanismos, sólo necesita de una comunidad de creyentes que lo fundamenten de acuerdo a los mandatos dictados por el sentimiento.

*Al creyente en un mito le está vedado analizarlo y explicarlo, debe limitarse a su fe y no tratar de razonarla porque el mito es inefable, se lo siente o no.*²⁴

Sebreli usa indistintamente la palabra mito o ídolo popular, ya que establece una continuidad entre los dos términos. Los ídolos populares de hoy, que surgen a través de la presencia de los medios de comunicación, son la continuidad de los personajes de la mitología clásica.

*¿Es posible remontar el culto de los ídolos populares actuales a la mitología clásica? El paso previo fue la sustitución de los dioses mitológicos -seres extraordinarios que descendían a mezclarse con los humanos- por los héroes, seres humanos que ascendían a la categoría de dioses o semidioses. La mitología antigua antropomorfizaba a los dioses y divinizaba a algunos humanos.*²⁵

La crítica que el autor realiza a Maradona, en referencia a su condición de ídolo popular, se basa en enfatizar aquellos aspectos de su vida que considera controversiales. Por ejemplo, Sebreli justifica el éxito del jugador en Nápoles por su relación con la *Camorra*, la mafia de aquella ciudad:

Si en Buenos Aires toleró que la dictadura militar se sirviera de él, y ése fue su primer escalón hacia la fama, en Nápoles se vinculó a la mafia napolitana, la Camorra, que

²³ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 214.

²⁴ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 15.

²⁵ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 21.

*dominaba el mundo de la droga, el contrabando, la prostitución, el juego, los lugares de diversión nocturna y también el fútbol y el “toto”, mercado negro de las apuestas sobre los resultados de los partidos. Sin el apoyo de la Camorra no le hubiera sido tan fácil convertirse en el rey de Nápoles.*²⁶

También manifiesta como una contradicción los contratos que firmó con importantes empresas, al tiempo que se declaraba como un luchador contra las desigualdades del sistema capitalista. Además hace mención a los constantes vaivenes políticos que tuvo:

*Su combate contra los grandes poderes del capitalismo no le impediría firmar contratos millonarios con las multinacionales: Coca-Cola, McDonald’s, Agfa, Xerox, Puma. Su súbito enamoramiento con el castrismo no fue un obstáculo para formar parte del entorno de Menem -reconocido adversario de Castro- ni aceptar su primer cargo público como embajador deportivo auspiciado también por la millonaria Amalia Lacroze de Fortabat.*²⁷

Otras cuestiones con las que Sebreli ejemplifica los aspectos más contradictorios de su personalidad, son su relación con las drogas, como así también la negativa a reconocer a su hijo italiano:

*El jugador confesaba públicamente que aceptaría gustoso el ofrecimiento de un cargo en la Secretaría de Deportes. El nombramiento no llegó pero, en cambio, intervino en 1996 en la campaña oficial “Sol sin drogas”, coordinada por la Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y Lucha contra el Narcotráfico. La ironía de la historia no faltó en su vida; no sólo encabezó junto a Coppola una campaña contra la droga, siendo un impenitente adicto, sino que fue nombrado embajador de la Unicef mientras sostenía, con todo desparpajo, que su hijo natural italiano había sido “una equivocación” y se negaba a reconocerlo.*²⁸

Finalmente Sebreli, en un *racconto* sumamente cuestionable por la poca precisión estadística que ostenta, busca minimizar los logros deportivos del jugador, confundiéndolos con los de los equipos en los que participó, desentendiendo el carácter grupal del deporte:

²⁶ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 168.

²⁷ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 175.

²⁸ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 184.

*Sus restallantes éxitos hacen olvidar los muchos fracasos de su carrera. Sobresalió, además del Campeonato Juvenil de 1978 [se jugó 1979], en un solo Mundial, el de 1986, aun admitiendo la trampa. En la Argentina, ganó un único campeonato con Boca en 1981, en tanto que Cruyff ganó veintidós campeonatos en Holanda y España. Su actuación destacada en Italia terminó cuando el Napoli fue eliminado tanto de la Copa de Europa como del Campeonato de Italia, debido en parte a su falta de preparación, hecho reconocido por todos.*²⁹

Más allá de los errores estadísticos, las omisiones históricas y los debatibles razonamientos que realiza Sebreli para llegar a sus conclusiones, consideramos que el mayor cuestionamiento que puede plantearse al autor, es su concepción elitista de la cultura, dentro de la cual, puede distinguir una cultura de menor valor. Esta “cultura popular” es la que erige sus propios mitos o ídolos, basándose, según explica, en argumentos principalmente emocionales. Solo dentro de esta lógica el autor puede explicar la existencia de los mitos o “ídolos populares”, ya que los mismos no pueden ser legitimados por el pensamiento crítico o racional. Desde esta perspectiva, los ídolos podrían convertirse en elementos socialmente disruptivos, por ser potenciales fomentadores de la misma irracionalidad que los colocó en ese lugar, guiando a la sociedad al odio y al enfrentamiento. Retomando a Claude Grignon, que analiza las clases populares en términos de dominados y dominantes, podemos sostener que el pensamiento de Sebreli cae en el *dominocentrismo* ya que:

*En la medida en que uno intenta comprender lo que sucede del lado y en el espíritu de los dominados por analogía con lo que sucede del lado y en la cabeza de los dominantes, se corre efectivamente el riesgo (...) no sólo de poner el acento en los parecidos, sino, lo que es más grave, de equivocar aquello por lo que los dominados difieren de los dominantes; al querer mostrar que lo que vale para los dominantes vale también para los dominados, que lo que explica el gusto dominante puede explicar también el gusto popular, nos exponemos a encontrar constantemente al dominante en el dominado, y, quizás, a encontrar en el dominado solamente al dominante.*³⁰

En consecuencia nos encontramos más identificados con la noción de “ídolo” que plantea Pablo Alabarces, porque no pretende determinar que la existencia como tal de Maradona tenga

²⁹ Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008, pág. 198.

³⁰ Grignon, Claude y Passeron, Jean-Claude; Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura; Nueva Visión, Buenos Aires, 1991, pág. 112.

una influencia positiva o negativa dentro de una sociedad, sino porque simplemente reconoce su importancia por ser portador de determinadas representaciones sociales que se simbolizan en él.

Enfoques periodísticos.

La producción de trabajos realizados por periodistas sobre Diego Maradona es vasta. Entre ellos podemos mencionar el libro de Marcelo Gantman y Andrés Burgo, *Diego dijo*, que recopila sus mejores 1.000 frases, que aparece como un intento de dar cuenta de la originalidad del excapitán de la selección argentina a la hora de realizar declaraciones a los medios de comunicación. También encontramos la publicación de Emiliano Guanella, *50 veces Diego*, la cual sintetiza su vida durante los años 2000/2010, haciéndolo a partir de las crónicas y reportajes realizados por el autor para diferentes medios europeos.

De todos los trabajos periodísticos, destacamos *Vivir en los medios* del periodista Leandro Zanoni, ya que parte de la hipótesis de que la biografía de Maradona puede ser reconstruida desde su participación activa en los medios masivos de comunicación, a los que considera un factor fundamental para convertirlo en el fenómeno social que aún es. El autor ahonda en la relación ambivalente que se produjo entre el protagonista y los medios, develando los intereses -mutuos- puestos en juego. En este contexto, dedica un capítulo completo al que califica como el año más mediático de su vida, 2005:

En la primera semana de noviembre, Maradona se dio el raro lujo de aparecer, en un mismo día, en casi todas las secciones de los principales diarios: en Política, a raíz de encabezar la marcha anti Bush en Mar del Plata (mientras se realizaba la IV Cumbre de las Américas) y haber entrevistado a Fidel Castro; en Espectáculos, por su último programa en el que invitó a su ídolo de la infancia, el Chavo del ocho. En la sección Deportes fue noticia por haberse reunido con el presidente de la AFA, Julio Grondona, a discutir su posible incorporación al cuerpo técnico de la Selección Nacional. Por último, también salió en la sección cultural, tras haber subastado en el Malba (el museo de

*Eduardo Constantini) diez obras de renombrados artistas, que fueron donadas para recaudar fondos.*³¹

A través de las páginas del libro se reconstruyen los momentos más resonantes de la vida del futbolista, tanto los deportivos como aquellos que refieren a instancias de su vida privada, hasta llegar al año 2005 en el que, según el autor, se observó *“una fascinación divina por Maradona como nunca antes había ocurrido”*. El momento cúspide de este interés de los medios por su figura se registró durante los tres meses en los que se emitió el programa *La noche del 10*. De esta presencia incesante de Maradona en los medios y de la carencia de críticas serias al programa, Zanoni hace responsable directo al *Grupo Clarín*. Así lo explica el autor:

*Con las empresas del grupo Clarín a su disposición (el diario, Radio Mitre, TN, Canal 13, Ciudad Internet), Maradona no dejó pasar un solo día sin hacer declaraciones radiales, salir en tapas de diarios y revistas y asistir como invitado a los programas de televisión con más audiencia. Fue tapa de la revista dominical Viva, el suplemento Sal! de los viernes y hasta del suplemento económico de Clarín, en un informe sobre los auspiciantes del programa. Cada martes, el diario fundado por Roberto Noble y su versión digital comentaron lo que había sucedido la noche anterior. Y por orden de la plana mayor del Grupo, toda la programación de Canal 13 se alineó con lo que ocurría cada lunes en el show.*³²

Tomamos y compartimos con el autor la descripción de la actividad mediática de Maradona durante los tres meses de duración del programa *La noche del 10*, pero no es la intención de nuestro trabajo realizar una reconstrucción biográfica de ese período, sino efectuar un análisis de su programa y de los reconocimientos metadiscursivos realizados por dos diarios digitales, en los que podremos observar los juegos de sentido que operan como forma de entender la realidad y generar significados en torno al significante “Maradona”.

³¹ Zanoni, Leandro; Vivir en los medios; Ediciones Marea, 2006, pág. 15.

³² Zanoni, Leandro; Vivir en los medios; Ediciones Marea, 2006, pág. 14.

4. ANÁLISIS DEL PROGRAMA *LA NOCHE DEL 10*.

La noche del 10 fue la gran apuesta de 2005 del director artístico de *Canal 13*, Adrián Suar, quien se propuso recuperar los niveles de audiencia perdidos en el horario central y no caer al tercer puesto del rating por debajo de *Telefé* (indiscutido líder de las mediciones en ese entonces) y de canal 9, que contaba con la incorporación a su grilla de *ShowMatch*, programa conducido por Marcelo Tinelli. Afrontar la llamada “guerra de los canales” implicó para el canal un costo de producción pocas veces visto en la historia de la televisión argentina: 260 personas trabajaron en la producción, 14 cámaras en el estudio, altos *cachets* pagados a invitados, pantallas de *video wall* gigantes, 30 bailarines en escena, entre otras cosas. Tal despliegue le valió al programa tres premios *Martín Fierro*, otorgados por la Asociación de Periodistas de Radio y Televisión argentina (APTRA), en los rubros “mejor programa de interés general”, “mejor programa de entretenimientos” y “mejor producción”.

El corpus de esta parte de la investigación incluye las trece emisiones del programa televisivo *La noche del 10*, que fuera conducido por Diego Maradona desde el 15 de agosto hasta el 7 de noviembre de 2005, los días lunes, en el horario de 22 a 24hs. y cuya coconducción estuvo a cargo de Sergio Goycochea, exarquero de la selección Argentina y compañero de Maradona en el plantel albiceleste entre los años 1990 y 1994.

El programa puede clasificarse en el género “interés general”, ya que contaba con reconocidos invitados nacionales e internacionales del ambiente artístico y deportivo, números musicales, juegos, entrevistas, y diversas notas y secciones que giraban en torno a Maradona y el fútbol.

Estructura general del programa.

La noche del 10 comienza con un plano general del estudio y con la cortina musical del tema “Santa Maradona” del grupo Mano Negra. El fin de la cortina, da pie al comienzo de un número musical en vivo, cuya finalización coincide con el ingreso del conductor. Este presenta a su coconductor, para luego, ir anunciando uno a uno los invitados de la emisión.

Maradona cumple la función de metaenunciador, ya que abre y cierra el programa, así como también maneja los tiempos de la conducción, apuntalado en muchas oportunidades por su coconductor. Asimismo es quien anuncia y presenta las diferentes notas y secciones del programa, y quien, durante las entrevistas, funciona como moderador en las mismas.

El programa se realiza en vivo y la participación del público (tanto de los teleespectadores como de aquellos que se encuentran presentes en el estudio) se da únicamente a través de los juegos telefónicos y de los que se realizan en el piso. Hay publicidad inserta en el programa, la cual se hace presente en videographs, por auspicios, en la presentación de los bloques, y en forma de PNT (Publicidad No Tradicional).

Por ser un programa de interés general se pueden identificar diversos géneros incluidos en su estructura, los que se repiten a lo largo de las emisiones. Entre ellos podemos destacar el número musical en vivo, la entrevista, los juegos y el *sketch* humorístico.

Todas las emisiones finalizan con un encuentro de fútbol-tenis, en el que Maradona participa junto a los invitados, para luego despedirse haciendo “jueguitos” frente a la cámara, vestido de futbolista.

Los invitados.

Los invitados son uno de los actores principales del programa. En cada emisión, un cuerpo de bailarines realiza una coreografía, luego de la cual Maradona comienza a presentarlos uno a uno, los que son recibidos con una coreografía temática personalizada. Cada artista o deportista que participa del programa intercambia unas breves palabras con el conductor. En el encuentro abundan los elogios mutuos, la admiración y el afecto. Es común que Maradona los mencione por el diminutivo de su nombre (“*Pablito*”, por Pablo Echarri), o como “*mi amigo*”, como en el caso del exfutbolista Claudio Caniggia.

Enmarcada en un clima de respeto, pero sobre todo de admiración, la relación entre conductor e invitado es muy cercana y efusiva, y se caracteriza por no implicar distancia entre uno y otro. Es frecuente el contacto físico entre ellos, y muchas veces se entrelazan en abrazos y besos. Hasta el exfutbolista brasileño Pelé, con quien Maradona siempre tuvo relaciones tensas, se fundió en un interminable abrazo con el conductor.

Finalizado el ingreso de todos los participantes de la emisión, acceden a un living, donde nuevamente cada uno mantiene con el conductor un breve diálogo, que no presenta un eje temático definido. Es recurrente que los invitados mencionen anécdotas referidas a Maradona, o hagan alusión al “honor” que significa para ellos participar del programa. Estas situaciones contribuyen al efecto de sentido de que todo es parte de un gran homenaje televisivo para el conductor del programa.

En algunas emisiones también se presenta una figura del exterior que mantiene una charla vía satélite con el conductor, apareciendo su imagen en vivo plasmada en el *videowall*. Este fue el caso de, por ejemplo, el cantante Robbie Williams, el actor español Antonio Banderas, el exfutbolista francés Zinedine Zidane, o el director técnico argentino secuestrado en México, Rubén Romano. El trato con estas personalidades no difiere del que el conductor mantiene con los invitados presentes en el estudio, aunque por la falta de contacto físico la relación parece un poco más distante.

A su vez, cada programa cuenta con, al menos, un invitado principal, que no forma parte del living, sino que ingresa al estudio directamente para ser entrevistado por Maradona. Entre las “estrellas” que pasaron por *La noche del 10* y se sentaron frente a frente con él, podemos mencionar a Pelé, Emanuel Ginóbili, Susana Giménez, Mirtha Legrand, Marcelo Tinelli, el exboxeador “Mano de piedra” Durán, Xuxa, Joaquín Sabina, Charly García, la cantante y conductora italiana Raffaella Carrá, el actor mexicano Roberto Gómez Bolaños y el exboxeador Myke Tyson. Maradona también entrevistó en Cuba a Fidel Castro, e incluso se entrevistó a sí mismo, gracias a un efecto de edición.

El programa se presenta como un terreno libre de conflictividad, una especie de edén televisivo donde los invitados pueden ir despojados de cualquier temor, ya que son agasajados por la producción y por su conductor. Incluso, la estrella principal entrevistada por Maradona, se lleva un regalo personalizado que se le prepara especialmente (por ejemplo, a Susana Giménez le entregaron un cachorro de raza *Yorkshire*). No hay lugar para la incomodidad, las infidencias o las preguntas incisivas. Todo pareciera ser parte de un acuerdo implícito mutuo entre Maradona y sus invitados, cuya regla básica es la cordialidad. Esta relación con los invitados se condice con la imagen que el programa construye del conductor, un Maradona alejado de los conflictos, las controversias y las situaciones polémicas.

Las secciones.

Si bien *La noche del 10* no tiene una estructura totalmente rígida a lo largo de todo el ciclo, se pueden distinguir secciones fijas.

Una de ellas consiste en el relato, en primera persona, de un gol importante de la carrera deportiva de Maradona. La nota se presenta editada, intercalando el audio del relato del conductor con imágenes de archivo y gráficos. Cada gol es construido como un relato épico que, junto con la edición de elementos como la música y las imágenes, contribuye a generar este efecto de sentido.

Entre los sucesos presentados en las emisiones de *La noche del 10*, se destacan los dos goles realizados a Inglaterra en el marco del Campeonato Mundial de Fútbol México 86. El primero, conocido como "*La mano de Dios*" (por haberlo conseguido golpeando la pelota con la mano), es representado en una ilustración que lo muestra a Maradona impactando el balón en un cielo rodeado de ángeles, mientras que el arquero del seleccionado inglés, Peter Shilton, es representado a través de la figura del diablo. En esta sección se tiende a la construcción de Maradona como "mito".

Con ese mismo fin enunciativo, se presenta otra sección: *“La foto que habla”*, donde admiradores de Maradona muestran una foto con él, y narran lo que para ellos significó el momento de haberlo conocido y poder haberse retratado con “su ídolo”. Aquí también prima la emotividad, así como se refuerza la idea de brindar un homenaje al conductor: todos los testimonios ponen en escena la admiración hacia el exjugador.

La *“Carta a Maradona”* es otra de las secciones del programa; en ella algún admirador cumple el sueño de leer y entregarle en persona una carta escrita años atrás. En este segmento también prima el efecto emotivo. La sección finaliza cuando se produce el encuentro, en el estudio, del autor de la carta y el conductor. En una de las emisiones fue Matías Almeyda, exjugador de la Selección Argentina de fútbol, quien se estrechó en un abrazo con Maradona, luego de que se leyera la carta que él le había escrito cuando tenía doce años. En otra oportunidad fue un exjugador de fútbol de un club del pueblo de Totoras el que asistió al estudio para reencontrarse con Maradona, a quien había conocido diez años antes en un partido que el conductor había disputado en ese lugar. En la carta narraba que a los 20 años había sufrido un accidente que le hizo perder la movilidad de sus piernas, y que en ocasión de aquel partido, Maradona se acercó para regalarle su camiseta y decirle al oído *“Mis piernas son tus piernas”*. El reencuentro en el estudio le llenó los ojos de lágrimas al conductor y todo se vivió en un marco de suma emotividad.

Otra sección recurrente es la del “dibujo animado”; este nos muestra una versión caricaturizada de Maradona, el que es caracterizado como un “súper héroe” que se ve envuelto en diferentes aventuras: por ejemplo, combatir a un villano que le roba las pelotas de fútbol a los niños. El episodio posee tono de comedia, presenta gags sencillos, y su temática gira siempre en torno al conductor del ciclo televisivo.

El programa también cuenta con juegos para el público. Uno, para aquellos que presencian la emisión en el estudio, y otros dos, para los televidentes. En el primero participan sólo mujeres; de ellas se elige una al azar para que baje de la tribuna y concurra al piso del estudio, donde se encuentra un *videowall* en el que cada pantalla que lo compone posee un premio oculto. Al

patear una pelota de fútbol contra el *videowall*, la mujer descubre el premio que ganará. Las participantes siempre cuentan con la ayuda del conductor, que en varias oportunidades se hizo cargo de patear el balón cuando la participante fallaba.

Uno de los juegos destinados a los televidentes se llama "*Las diez del 10*". El participante, que interviene telefónicamente, elige dos de entre diez pantallas; cada una de las cuales contiene un premio, entre ellos se destacan: "Conocer Nápoles", "un traje usado por Maradona", "jugar al fútbol-tenis con Maradona", "asistir a todos los programas de *La noche del 10*", "la ropa deportiva de Maradona".

El otro juego que se destina al televidente consiste en el sorteo de un auto 0 km al final de cada emisión. El público participa enviando la palabra "*Diego*", en un mensaje de texto desde su teléfono celular.

La sección con la que se cierran todos los programas es el fútbol-tenis, donde el conductor participa junto a otros futbolistas invitados, o eventualmente junto, o frente, a algún artista que asistió al programa. Aquí se puede ver a Maradona en su vínculo más directo con la actividad deportiva, ostentando un gran estado atlético y vistiendo la indumentaria característica de un futbolista.

La familia.

Aunque no podemos enmarcarlo dentro de las secciones fijas hay un hecho que es recurrente en el programa. Se trata de las situaciones que vinculan a Diego Maradona con su núcleo familiar y en las que juegan a favor la sorpresa, la emoción y la nostalgia.

Entre las situaciones más destacadas se podría mencionar una acontecida en la segunda emisión del ciclo, cuando Maradona le dedica un video a su exmujer, Claudia Villafañe. Se lo ve interpretando una canción del cantautor colombiano Carlos Vives, mientras su figura alterna con fotos de la pareja y sus hijas. Las imágenes del video se funden con planos en vivo donde

se observa a Claudia, Dalma y Giannina con lágrimas en los ojos. Todo concluye en un intenso abrazo entre Maradona y su exesposa. A lo largo del ciclo, las menciones de Diego hacia su exmujer, y sus intentos por reconquistarla en cámara, se hicieron una constante. Incluso, en relación a sus posibilidades, llegó a instalar la frase *“Tengo menos chances que Tiro Federal”*³³, equipo que por ese entonces militaba en el último puesto de la tabla de posiciones del campeonato de fútbol argentino de primera división.

Un hecho similar ocurrió en el noveno programa en el que Maradona también cantó una canción y protagonizó un videoclip, pero esta vez para dedicárselo a sus dos hijas.

Otro momento familiar se dio en la tercera emisión, ocasión en la que Hugo *“el turco”* Maradona se presentó en el estudio. El hecho sorprendió y sensibilizó mucho al conductor ya que ambos no se habían visto personalmente durante un tiempo prolongado.

También la nostalgia se hizo presente en la nota emitida durante el séptimo programa, en la que “Don Diego”, padre de Maradona, concurrió a Villa Fiorito para mostrar la cancha donde su hijo comenzó a forjarse como jugador. La música tenue y las imágenes en blanco y negro de Diego Maradona hijo en su infancia que se intercala con niños corriendo detrás de una improvisada pelota de trapo, le dan a la nota un deliberado tono emotivo. La misma continuó en el estudio, aunque en un clima de alegría y entusiasmo, cuando Maradona recibió a un nutrido grupo de niños de Fiorito para hacerles la promesa de realizar una nueva cancha en ese lugar pero en condiciones diferentes, que la hicieran más apta para la práctica del deporte.

A lo largo del ciclo, el componente familiar cobra sumo protagonismo. La presencia de su exmujer, como una de las productoras del programa, y la participación constante de sus hijas, sus padres, sus hermanos y hermanas, tíos, tías, etc., contribuyen a conformar un Diego Maradona muy apegado a sus afectos, e incondicional respecto a su familia. Solamente en una emisión los padres de Diego no asistieron al estudio por problemas de salud de Don Diego, lo cual implicó que el conductor del programa, mirando a cámara, les enviara saludos y palabras de afecto.

³³ Diario Infobae, sección espectáculos. “Buscar rating con ex parejas”. 30/09/2005.

Operaciones discursivas.

De aquí en adelante, nos abocaremos a señalar aquellas marcas enunciativas productoras de sentido.

Dimensión icónica.

El estudio y la escenografía.

La disposición de la escenografía en el estudio de *Canal 13*, simula ser un estadio de fútbol. Presenta tribunas ubicadas en forma de óvalo, que quedan expuestas por las cámaras, prácticamente desde cualquier ángulo. El público que las ocupa es un actor más, que posee un rol, no sólo activo, sino fundamental en el desarrollo del programa, ya que es enfocado permanentemente para acompañar las situaciones que se viven en el estudio. En el centro del piso, hay un rectángulo delimitado que representa metafóricamente una cancha de fútbol. En ese rectángulo es donde se desarrollará la mayor parte del *show*. También se visualiza, sobre un lateral de “la cancha”, el living donde se recibe a los invitados. Los sillones están dispuestos en un muy sutil semicírculo, y por su ubicación podrían relacionarse con el banco de suplentes de un estadio de fútbol. Cabe señalar que cada uno de los sillones tiene en su respaldo una imagen del rostro de Maradona en blanco y negro.

También la presencia de pantallas gigantes dan cuenta de esta analogía futbolística en la escenografía, ya que es común que los estadios tecnológicamente más avanzados cuenten con las mismas en reemplazo de los antiguos “tableros electrónicos”. Es frecuente que en la pantalla gigante se proyecten imágenes del logo del programa, el cual es una pelota cuyos gajos se desarmen y armen mecánicamente, para formar la leyenda *La noche del 10*. El dispositivo también se utiliza para presentar clips editados de los invitados o para proyectar las notas al público presente en el estudio.

Todos los programas comienzan con unos planos panorámicos del estudio, que deja ver la inmensidad del mismo, con sus tribunas colmadas. Al volver de cada corte publicitario, nuevamente se utiliza el plano panorámico y los juegos de luces para reforzar el carácter imponente del estudio. Las cámaras están dispuestas en 360°, por lo que no hay un ocultamiento del dispositivo técnico. Se utiliza mucho el recurso de la cámara en movimiento (a través de *travellings*) y la edición en vivo con cambios constantes de planos, que dan un efecto de marcado dinamismo. Los permanentes juegos de luces complementan este efecto.

En cada plano puede observarse la presencia de cámaras, y el despliegue técnico realizado. De esta forma, se elimina el “detrás de cámara”, no se oculta la condición de *show* televisivo, y al dejar en evidencia a sus productores, camarógrafos, asistentes de producción, iluminadores, etc. no hay efecto de ficcionalización posible: el receptor tiene plena conciencia de estar presenciando un *show* televisivo.

En los momentos de *show* o de distensión se recurre a planos generales, mientras que la utilización de primeros planos funciona como recurso para acentuar las emociones. En las situaciones que nombramos en segundo término se recurre a la fusión entre las imágenes de las notas grabadas, con planos en vivo de las personas presentes.

Descripción del vestuario.

El vestuario de Maradona se encuadra en el estilo “elegante sport”, con jeans, camisa informal o remera, saco *sport* y zapatos. Entre sus ornamentos, se destaca un colgante con un dije en forma de cruz y un aro en su oreja derecha. Su apariencia se destaca por su prolijidad y pulcritud, siempre se muestra afeitado y peinado cuidadosamente con gel. Representa la imagen de un Maradona “rejuvenecido”, delgado y con porte atlético. El *look* de Goycochea está a tono con el del conductor, luciendo una vestimenta similar. Los invitados de sexo masculino también concurren al programa con un estilo informal y moderno, mientras que las mujeres suelen asistir con vestidos y mayor producción estética.

La musicalización del programa.

La cortina de fondo elegida para todas las emisiones fue *Santa Maradona*, tema interpretado por el grupo musical *Mano Negra*, liderado por el mexicano Manu Chao. El final de la cortina marca el inicio de una canción interpretada en vivo, la cual en algunas oportunidades fue dedicado a Maradona como homenaje; tal el caso del primer programa del ciclo, donde muchos artistas se unieron para interpretar "*La mano de Dios*", tema compuesto por el cantante de música de cuarteto, Rodrigo Bueno. Entre las bandas y cantantes que participaron del ciclo se encuentran: *Los Piojos*, *Los Ratones Paranoicos*, *Bersuit Vergarabat*, Joaquín Sabina, Charly García, Mercedes Sosa, Cristian Castro, Thalía, Ricardo Montaner, Paulina Rubio, el Chaqueño Palavecino, Raffaella Carrá, Bebe, Alejandro Lerner, Carlos Vives, Don Omar y Enrique Iglesias.

Las cortinas musicales son un elemento más que contribuye a la construcción de sentido. Los temas elegidos (principalmente del rock y del pop) colaboran a darle el ritmo dinámico que el *show* propone.

Dimensión indicial.

Lo indicial implica, entre otras cosas, la puesta en juego del cuerpo. La disposición de los cuerpos es móvil, ya que se desplazan dentro de la escenografía, ubicándose en la misma según la sección del programa de que se trate. Al comienzo y antes del anuncio de los cortes y de cada nota, tanto el conductor como el coconductor se ponen de pie, frente a la cámara. El acceso a la mirada a cámara es común para los dos. Ambos construyen el eje de los ojos en los ojos (eje 0-0) con el espectador. Entre ellos también se cruzan miradas, lo que produce un efecto de charla más informal, de pares. Si bien ambos comparten los mismos saberes, generando una relación simétrica respecto de sus cuerpos como elemento significativa, queda claro que la función de metaenunciador está reservada para Maradona, ya que es él quien lleva adelante la conducción, presenta las notas y abre y cierra cada programa.

Los lugares no son fijos; durante todo el programa se produce el desplazamiento dentro de la escenografía del conductor, quien recorre el espacio para presentar diferentes números y espectáculos que el envío televisivo contiene. En los momentos de charla en el living con los invitados, Maradona se ubica en el extremo izquierdo, mientras que Goycochea lo hace en el derecho y todos los invitados quedan dispuestos en semicírculo entre ellos dos. Al no haber diferencias en la escenografía que distingan lugares jerárquicos, se genera un efecto de simetría entre conductores e invitados, que refuerza la idea de charla informal en un clima amistoso y de confianza. Los lugares se conservan con el correr de las emisiones.

La disposición de los cuerpos referida se da de forma similar en las entrevistas que Maradona le realiza al invitado principal de cada programa. El conductor se ubica a la izquierda y su entrevistado frente a él, del lado derecho, ambos están sentados y los separa una pequeña mesa redonda ubicada en el centro del estudio. La distancia entre ambos cuerpos es corta, generándose un efecto de intimidad entre ambos que es reforzada por una iluminación que en ese momento se vuelve tenue.

Cuando se intenta generar un contexto intimista con los invitados, o presentar y comentar notas emotivas, la voz de Maradona es tranquila y pausada. Por el contrario, su voz se presenta elevada, efusiva y exaltada en el momento de presentar invitados, números musicales o cuando tienen lugar las secciones más lúdicas.

La gestualidad acompaña la voz del conductor, reforzando los diferentes climas generados durante el transcurso del programa. En las entrevistas, Maradona se muestra moderado en sus gestos, destacándose los movimientos con sus manos. El contacto físico entre conductor e invitado genera un efecto de cercanía y confianza entre ambos. En aquellas notas que apuntan a la emoción, el conductor acentúa el efecto con sus gestos, ya sea llorando, mostrando preocupación o riéndose. En los momentos que apuntan a la distensión, Maradona se muestra como un cuerpo dinámico y en permanente movimiento: salta, baila, alza sus brazos, aplaude, etc. Construye su personaje enfatizando el tono de *eunoia*: es agradable y simpático, no

confronta con los entrevistados, generando una complicidad complaciente tanto con el público como con los invitados.

Dimensión simbólica.

El lenguaje coloquial recorre todo el programa: es utilizado para la presentación de los entrevistados, los invitados y las notas del programa. Esto sucede, por ejemplo, cuando “saluda” a Claudio Caniggia (“*¿Cómo estás papá? Gracias por venir, como estás eh. Estás para jugar en la selección. ¿Me esperarás con Goyquito?*”), recibe a Pablo Echarri (“*¿Cómo estás Pablito? ¡Qué lindo que estás! ¿Mucho viaje, no?*”) o le pregunta a Paulina Rubio (“*¿Por qué sos tan rebelde?*”). Pero también, durante determinados momentos se alterna con un uso más formal. Este cambio se produce cuando los invitados tienen una trayectoria más larga y/o más destacada. En estos casos el lenguaje es más moderado y asimétrico, de esta forma se muestra respeto y admiración; esta situación puede ejemplificarse con la entrevista a Mercedes Sosa (“*¿Que te pareció, con todo el respeto que te tengo, la imitación que te hicimos?*”) y en el recibimiento a Antonio Gasalla (“*Antonio, gracias por venir (...) es un placer*”)³⁴.

La relación entre conductor y coconductor también transita el uso del lenguaje coloquial; entre ambos se construye una relación de plena confianza, la que puede ejemplificarse a través del modo en que ambos se dirigen (con los diminutivos “*Dieguito*” y “*Goyquito*”).

La música en vivo aporta sentido al programa ya que está relacionada temáticamente con Maradona. En el tercer programa fue la banda de rock nacional *Los Piojos* la que dio comienzo a la emisión, interpretando en primer lugar el himno nacional argentino en un solo de armónica y luego “*Maradó*”, cuya letra alude directamente a Maradona, como muestra de reconocimiento y admiración (“... dicen que escapó este mozo, del sueño de los sin jeta, que a los poderosos reta y ataca a los más villanos, sin más armas en la mano que un “10” en la camiseta”)³⁵.

³⁴ Diálogos extraídos del programa televisivo *La noche del 10*. 26/09/2005.

³⁵ Programa televisivo *La noche del 10*. 29/08/2005.

En la séptima emisión del programa fueron *Los Ratones Paranoicos* quienes interpretaron en vivo su tema *“Para siempre Diego”*, otro homenaje musicalizado para el conductor (*“Es verdad que “El Diego” es lo más grande que hay, es nuestra religión, nuestra identidad... para el pueblo, lo mejor, Diego Armando “Maradó”*)³⁶. Anteriormente, en el quinto programa del ciclo, este mismo tema había sido interpretado por varios jugadores de diversos clubes de primera división del fútbol argentino (Agüero, Pavone, Castroman, Insúa, Simeone, Bilos, Barrado, Domínguez, Lavezzi, Saja, Frutos, Piscalichi y Capria), quienes concluyeron arrojándole sus camisetas y entonando el clásico canto tribunero *“Olé. Olé. Olé. Olé. Diego, Diego”*.

Varios de los entrevistados también interpretaron temas dedicados al conductor. Uno de ellos fue el cantautor español Joaquín Sabina, quien compuso un tema para la ocasión (*“Pelusa, hincha pelotas, guerrillero, sobrino de Fidel, hermano mío...”*)³⁷. Más tarde, en la misma emisión, la novena, sería Charly García al piano, quien junto, otra vez, a Joaquín Sabina, entonarían un tango dirigido al exjugador, que en su estribillo decía *“Vos sos Dios, vos sos Gardel, vos sos lo más”*³⁸. A esta lista se suma la cantante Mercedes Sosa, quien interpretó *“Dale alegría a mi corazón”*, un tema compuesto por Fito Páez para Diego Maradona.

En el último programa, tres de las bandas más reconocidas de Argentina: *Los Piojos*, *Bersuit Vergarabat* y *Los Ratones Paranoicos*, se reunieron para hacer una versión rockera del famoso cuarteto interpretado por Rodrigo, *“La mano de Dios”*.

Para el cierre del ciclo fue Maradona quien realizó un *playback* de esta misma canción, pero con la letra modificada asumiendo la primera persona, por lo que se convirtió en un relato autorreferencial (*“En una villa nací, fue el deseo de Dios, crecer y sobrevivir a la humilde expresión, enfrentar la adversidad con afán de ganarme a cada paso la vida...”*)³⁹.

Los ejemplos mencionados nos permiten observar que la temática recurrente en las composiciones musicales construye el efecto de homenaje permanente de los artistas hacia el

³⁶ Programa televisivo *La noche del 10*. 26/09/2005.

³⁷ Programa televisivo *La noche del 10*. 10/10/2005.

³⁸ Programa televisivo *La noche del 10*. 10/10/2005.

³⁹ Programa televisivo *La noche del 10*. 07/11/2005.

conductor. A través de ellas se genera un efecto de sana comunión entre el ambiente artístico y el exjugador de fútbol, que se basa en el reconocimiento mutuo y la admiración hacia el conductor.

En las secciones y en las notas presentadas también puede observarse este reconocimiento. Por ejemplo, en el primer programa del ciclo, en una nota en la que algunos admiradores narraban el momento en que se tomaron una foto junto a Maradona, uno de los entrevistados explicaba en su testimonio: *“Conocer a Diego fue el momento más sublime de mi vida (...) Le agradezco a Dios la oportunidad de haber estado con él”*⁴⁰.

⁴⁰ Programa televisivo *La noche del 10*. 18/05/2005.

5. LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE *LA NOCHE DEL 10*.

En este capítulo desarrollaremos el modo de funcionamiento de los medios periodísticos de la prensa gráfica en relación con el programa televisivo *La noche del 10*; cómo lo construyen, qué focalizaciones realizan, cómo actúan en referencia a él.

La noticia periodística.

Dado que nuestro corpus está compuesto mayoritariamente por noticias, definir a la misma de una manera rápida, nos parece un inicio apropiado para nuestro análisis. En tal sentido podemos decir que una noticia es “la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos” (Escudero, 1996: 73), así como una “imagen del presente social” (Gomis, 1991: 11)⁴¹; tratándose del relato de un suceso que implica o afecta a individuos que se hallan insertos en la sociedad, la noticia puede ser definida también como la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad motivan que se los dé a conocer públicamente.

Stella Martini en su trabajo *Periodismo, noticia y noticiabilidad* sostiene que actualmente dos graves problemas acechan a la noticia: el primero es que su oferta y circulación se realizan como cualquier mercancía, y el segundo, que está en relación con el primero, es su espectacularización. Ambos aspectos desplazan el eje de relevancia y trivializan el interés público. Dado que la principal consigna es posicionarse con ventaja en el mercado, la función de informar al público queda subordinada, porque el entretenimiento resulta ser lo más rentable. La autora cita a Aníbal Ford para definir la oferta noticiosa, la cual resulta ser “un cóctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y de narración, de tragedias sociales comunicadas en tiempo de *swing* o de clip o narradas como películas de acción”. Como podrá observarse a partir del desarrollo de nuestro abordaje, los metadiscursos referidos a *La noche del 10* y, en particular a su conductor Diego Maradona, no escapan a esta lógica.

⁴¹ Martini, Stella; *Periodismo, noticia y noticiabilidad*; Norma, Colombia, 2000.

La teoría enunciativa, un camino para el análisis.

En los siguientes apartados nos abocaremos a observar el modo en que cada medio gráfico construye su discurso y cómo y dónde se posiciona respecto del programa. Para ello nos basaremos en los planteos de Eliseo Verón y de Oscar Steimberg, dado que pensamos que ellos pueden aportarnos elementos para observar de manera detallada, minuciosa, las marcas de la enunciación que en uno y otro medio generan diferentes efectos de sentido en relación con *La noche del 10*. En términos de Verón:

*El plano de la enunciación comprende dos grandes aspectos: las entidades de la enunciación y las relaciones entre esas entidades. Todo discurso construye dos “entidades” enunciativas fundamentales: la imagen del que habla (que llamaremos enunciador) y la imagen de aquel a quien se habla (que llamaremos el destinatario). El enunciador no es el emisor, el destinatario no es el receptor: “emisor” y “receptor” designan entidades “materiales” (individuos o instituciones) que aparecen respectivamente como fuente y destino “en la realidad”. Enunciador y destinatario son entidades del imaginario: son las imágenes de la fuente y del destino, construidas por el discurso mismo. La distinción es importante, puesto que un mismo emisor, en diferentes momentos, puede construir imágenes muy diferentes de sí mismo.*⁴²

Por su parte, Oscar Steimberg distingue tres niveles para el análisis discursivo; ellos son: el retórico, el temático y el enunciativo. Este semiólogo toma el concepto de **retórico** “no como un ornamento del discurso, sino como una dimensión esencial a todo acto de significación (C. Bremond)”⁴³ que abarca en el texto una combinatoria de rasgos que permiten diferenciarlos de otros textos. A su vez, entiende la dimensión **temática** como aquella en la que en un texto se hace referencia a “acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto (Segre)”⁴⁴; es decir: el tema se define por ser exterior y anterior al texto que lo “trabaja”. Por último, define a la instancia de **enunciación** como un “efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se

⁴² Sigal, Silvia y Verón, Eliseo; Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista; Eudeba, 2003.

⁴³ Steimberg, Oscar; Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares; Atuel, Buenos Aires, 1998, pág. 48.

⁴⁴ Steimberg, Oscar; Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares; Atuel, Buenos Aires, 1998, pág. 48.

construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico”⁴⁵.

A partir de la distinción en los tres órdenes mencionados, Steimberg realiza el estudio de géneros y estilos⁴⁶. Según el autor, las descripciones de género “*articulan con mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos, sobre la base de regularidades enunciativas*”⁴⁷. *Clarín* e *Infobae* pertenecen al género “diario” y por lo tanto las diferencias entre uno y otro las encontraremos en el estilo; en la indagación de éste, el componente enunciativo suele destacarse. Por lo tanto buscaremos, mediante el análisis de las noticias presentadas en ambas publicaciones, encontrar aquellas operaciones enunciativas que dan cuenta de las diferencias que uno y otro medio manifiestan respecto del programa de Maradona.

Clarín y la presencia de la enunciación subjetiva.

En las noticias de *Clarín* puede observarse lo que, en términos de Maite Alvarado y Renata Rocco-Cuzzi⁴⁸ conocemos como “ficcionalización”. Ambas autoras al realizar el estudio del discurso político de la revista *Primera Plana*, denominaron ficcionalización al quiebre de la convención tradicional, según la cual las notas periodísticas se estructuraban en un orden fijo que respondía a las preguntas qué, cómo, cuándo y dónde. En sintonía a lo postulado por estas autoras, Aníbal Ford y Ferrnanda Longo Elía denominan a este proceso como “narrativización de la noticia”⁴⁹.

⁴⁵ Steimberg, Oscar; *Semiótica de los medios masivos*. El pasaje a los medios de los géneros populares; Atuel, Buenos Aires, 1998, pág. 49.

⁴⁶ Steimberg define a los géneros como “clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social”. A su vez, entiende el estilo como un modo de hacer postulado socialmente como característico de distintos objetos de la cultura y perceptibles en ellos.

⁴⁷ Steimberg, Oscar; *Semiótica de los medios masivos*. El pasaje a los medios de los géneros populares; Atuel, Buenos Aires, 1998.

⁴⁸ Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata; “Primera Plana. El nuevo discurso periodístico de la década del 60” en *Punto de Vista*, n° 22, diciembre 1984.

⁴⁹ Ambos autores sostienen que el proceso de narrativización de la noticia se debe a tres motivos. El primero es el desdibujamiento de los límites entre lo privado y lo público y el avance de la privacidad no sólo en los medios sino de los diversos sistemas de control social. El segundo, las necesidades de aumentar la credibilidad en los medios a través de información individualizada y aparentemente constatable. Y el tercero, la contaminación de la información con la narración (y también con la ficción) debido, tal vez, a la opacidad, complejidad y sospecha con respecto a los discursos argumentativos e informacionales de las “zonas duras” de los medios. (Ford, Aníbal y Longo Elía, Fernanda; “La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público” en *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*; 1999).

*Una especie de Ave Fénix, el hombre siempre vuelve. Como reinventado. Como si las vallas de la vida ya no fueran un obstáculo invencible. Un salto más y van... Y si cae, cura heridas, llora si duele, se va, pero vuelve. Y no siempre por la misma puerta. Hoy, como si el túnel del vestuario le hubiera torcido el camino, no aparecerá en la cancha, ni con los cortos puestos: la tele será su campo, los largos tendrá que ponerse. Y ahí estará Diego Maradona, en su noche, La noche del 10 (...), sin el arco como destino para su gracia hilvanada a los pies. Pero con la magia de aquellos pocos que tienen el don de la diferencia, haga lo que haga. Ahora se le dio por conducir. Las cámaras lo siguen, la competencia quiere hacerle partido. El sonrío y juega. Jugar, el verbo que practica tan bien como volver.*⁵⁰

*El estudio iluminado, el detrás de escena en penumbras. Ahí, como en sombra y aturdido (...) por los gritos de apoyo de técnicos y viejos conocidos, Diego Maradona estaba ubicado sobre la cinta ancha de papel, pegada en el piso, que decía “primera parada”. Faltaban dos minutos para las diez, miró al techo, respiró profundo, y al bajar la vista se encontró los ojos llorosos de Giannina, la menor de sus hijas, escondida a un costado de la escenografía. Él cerró los puños y le dedicó el gesto, ella le gritó “te amo” y como si la frase hubiera funcionado de empujón, el hombre dio el primer paso para entrar en su noche, “La noche del 10.”*⁵¹

*Por eso, lo que pasó anoche fue, por lo menos, un acto de justicia. Los papeles se invirtieron. El cuento, por el protagonista. Los ojos, la mirada, el sillón y el pecho lo puso el propio Diego. Aunque esté a dieta, se comió al mundo de un sólo bocado. Después de un preámbulo, para la entrada, se abrieron las puertas de la escenografía galáctica y entró él, tranquilo. Manos en los bolsillos. Impecablemente vestido. Como silbando bajito, pero cantando seguro: “En una villa forjé...”, susurraba y hasta tuvimos la ilusión de que entonaba. Ahí tienen: Forjé. La primera persona, desde el vamos. Para que se sepa quién manda ahora. Por si alguno dudaba...*⁵²

En estos fragmentos de notas publicadas por *Clarín* tras el debut de Maradona como conductor, queda clara una postura descriptiva, que acerca la noticia a la construcción literaria. Esto puede observarse claramente en frases como “Una especie de Ave Fénix, el hombre siempre vuelve” o “El estudio iluminado, el detrás de escena en penumbras”.

⁵⁰ Diario Clarín, sección espectáculos. “El gran debut”. 15/08/2005.

⁵¹ Diario Clarín, sección sociedad. “Arrancó La Noche del 10: “Soñé mucho con una fiesta así”. 16/08/2005.

⁵² Diario Clarín, sección espectáculos. “De taquito como conductor, Maradona hace magia también en la TV”. 16/08/2005.

El recurso más saliente que contribuye a generar este efecto es el uso de figuras retóricas, entre las que predomina la metáfora. En ocasiones, como muestra el ejemplo, su reiteración genera, a su vez, una alegoría, por la que, para el caso, el conductor es visto como un futbolista y el programa comentado como un partido de fútbol:

*Hoy, como si **el túnel del vestuario** le hubiera torcido el camino (...).*

*(...) la tele será su **campo** (...).*

*(...) la competencia quiere **hacerle partido**.*

(El resaltado nos pertenece)⁵³

Recurrir al uso de estas figuras permite que se entable entre la instancia del enunciador y la enunciataria una relación cómplice, relación en la que reconocen implícitamente los saberes con el que la instancia enunciataria cuenta y en la que la instancia enunciativa se apoya para configurar el discurso.

Por otro lado debe plantearse que la figura del enunciador que construye *Clarín* cuando describe, da cuenta de su posibilidad de “estar ahí”, no sólo para transmitirle a la figura del enunciatario lo que ella puede observar como televidente a través de la pantalla, sino que extiende su discurso a la descripción y a la narración de lo que aquel no puede ver: “el detrás de la escena”. Esta capacidad de “espiar entre bambalinas” lo posiciona de una manera diferencial frente a sus competidores. De esta forma, el hecho de pertenecer al mismo grupo periodístico que el canal de televisión que emite el programa, permite que *Clarín* manifieste una estrategia discursiva que busca ubicarlo en una posición jerarquizada respecto del resto de los medios. Esto queda evidenciado en las múltiples notas y comentarios que hacen alusión a la antesala del programa, a los detalles del camarín de Maradona, o a la narración de sucesos ocurridos durante los cortes:

⁵³ A partir de este momento todos los resaltados nos pertenecen. En el caso de que fueran marcas realizadas por los periódicos lo aclararemos.

*En el placard, cinco jeans y otras tantas camisas recién planchadas esperan que el flamante conductor elija qué ponerse. En el piso, dos pares de zapatillas negras y dos de zapatos (...).*⁵⁴

*Alfombra beige, una estufa, una botella de champán de litro y medio sin descorchar, un termo, un mate a punto, una bandeja de sushi, una heladerita de playa con agua mineral, unas porciones de mousse de chocolate y otros bocados de exquisiteces.*⁵⁵

*Con una copa de agua mineral en la mano, Maradona va detrás de escena a saludar a Pelé. Unos besos, un abrazo y un “quedate tranquilo que yo sé de esto”.*⁵⁶

*Una maquilladora le aplica polvo opaco en la cara. Pasaron seis minutos, alguien grita “aire” y el locutor anuncia “una charla que pasará a la historia”.*⁵⁷

Ahora bien, también observamos que el enunciador de *Clarín* no se limita únicamente a describir o a narrar, sino que a partir de ello busca sacar conclusiones, generar hipótesis. Pero lo hace desde una postura “no asertiva”, tal como puede verse en las citas que reproducimos a continuación:

Como reinventado. Como si las vallas de la vida ya no fueran un obstáculo invencible.

Ahí, como en sombra y aturdido (...).

(...) ella le gritó “te amo” y como si la frase hubiera funcionado de empujón, el hombre dio el primer paso para entrar en su noche, “La noche del 10”.

Como silbando bajito, pero cantando seguro (...).

Estas citas dan prueba de la perspectiva adoptada por la instancia enunciativa, que manifiesta decididamente la “visión desde afuera”⁵⁸. Con ella, por así decir, se aleja de una ficcionalización subrayada. Esto no significa que el enunciador de *Clarín* se posicione objetivamente, sino que,

⁵⁴ Diario Clarín, sección sociedad. “Espiondo los camarines”. 16/08/2005.

⁵⁵ Diario Clarín, sección sociedad. “Espiondo los camarines”. 16/08/2005.

⁵⁶ Diario Clarín, sección sociedad. “Arrancó La Noche del 10: “Soñé mucho con una fiesta así”. 16/08/2005.

⁵⁷ Diario Clarín, sección sociedad. “Arrancó La Noche del 10: “Soñé mucho con una fiesta así”. 16/08/2005.

⁵⁸ Para los narratólogos la “visión desde afuera” se reconoce cuando “el narrador sabe menos que cualquiera de sus personajes. Puede describir sólo lo que ve, oye, etc. pero no tiene acceso a ninguna conciencia. (Todorov, Tzvetan; “Las categorías del relato literario” en *Análisis estructural del relato*, Tiempo contemporáneo, 1970, pág. 179).

por el contrario, pone en juego elementos de subjetivación y se hace presente dejando marcas en el enunciado, marcas que también aparecen para guiar al receptor en la lectura de la noticia. Como ejemplo de lo afirmado citamos el siguiente fragmento:

*Como silbando bajito, pero cantando seguro: “En una villa forjé...”, susurraba y hasta tuvimos la ilusión de que entonaba. **Ahí tienen: Forjé.** La primera persona, desde el vamos. Para que se sepa quién manda ahora. **Por si alguno dudaba...***⁵⁹

Infobae y la presencia de la enunciación objetiva.

Infobae, a diferencia de *Clarín*, puede encasillarse más fácilmente dentro del estilo periodístico tradicional. La narración es más sobria y austera en cuanto a recursos retóricos, y sólo pueden observarse algunas metáforas que plasman una comparación entre el estudio televisivo y una cancha de fútbol. Ahora bien, el uso de las comillas aparece en este caso para señalarle al enunciatario que se está utilizando un recurso constructivo, para el caso, la expresión “campo de juego”; así, el enunciador “avisa” del uso de la metáfora, notificando a la instancia enunciativa que el medio se está tomando una “licencia”. Este uso establece una diferencia con *Clarín*, cuyas metáforas y demás figuras retóricas no se “señalan como tales”.

*El momento de presentar a los invitados no se hizo esperar. Gabriela Sabatini, Ricardo Darín, Gabriel Batistuta fueron los primeros en salir al “**campo de juego**”.*⁶⁰

Así, a nivel enunciativo, *Infobae* construye, respecto de *Clarín*, un enunciador más neutro, más objetivo que básicamente describe -aunque no únicamente- lo visto durante la emisión del programa.

Fue una noche cargada de emociones desde el principio al fin. La primera emoción de la noche la brindó un coro compuesto por algunos de los cantantes más importantes del país. Luciano Pereyra, Alejandro Lerner, Los Nocheros, Fabiana Cantilo, Airbag, El Bahiano, Vicentino y Marcela Morelo dieron comienzo al show entonando el tema “La mano de Dios” que popularizó el cuartetero Rodrigo.

⁵⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “De taquito como conductor, Maradona hace magia también en la TV”. 16/08/2005.

⁶⁰ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

Cuando el coro terminó la canción, apareció Diego Maradona -vestido con jeans, camisa negra con plata y saco negro- que entonó el mismo tema haciéndose mención en cada estrofa. Su familia siguió el debut desde el costado del inmenso estudio. La Tota y Don Diego no pararon de llorar al igual que Lalo, el hermano menor.⁶¹

Las emociones siguieron a cada instante. Le mostraron a Diego un tape de Julián, un fan de Mar del Plata que creó la frase: “Gracias Dios por ser argentino”. En la nota, el fanático le contó lo mucho que lo admira. Por eso cuando terminó de correr la cinta, el diez se acercó -Julián fue invitado especialmente al piso- **y lo abrazó.**⁶²

Una diferencia que observamos en relación a *Clarín*, es que el enunciador sólo cubre lo que ocurre frente a las cámaras, dado que no muestra la trastienda del programa. Esto se expresa en comentarios como “La primera sorpresa fue un **-dicen desde la producción-** falso móvil en vivo desde Nápoli”⁶³, que deja entrever que no se tiene acceso a la información de manera directa, sino que ella es mediatizada.

Sin embargo, en *Infobae* el lector puede acceder a ciertas informaciones que *Clarín* no suministra en sus páginas. Un ejemplo de esto es la nota que alude al cachet de Pelé para concurrir al primer programa. El enunciador presenta dos versiones contrapuestas sobre el mismo suceso, con lo que tiende a generar un efecto de objetividad:

Según el diario [brasileño O Globo] el cachet de O Rei fue abonado por una operadora de tarjetas de crédito con la cual tiene un contrato de patrocinio y que también patrocina el programa de Maradona.

*Días atrás, el representante de Pelé en la Argentina, Guillermo Bassignani, negó que el ex futbolista brasileño haya recibido dinero por asistir a la primera emisión del programa de Maradona, y aseguró que “no hubo nada comercial” detrás de su presencia en “La Noche del 10”.*⁶⁴

Otro recurso constructivo utilizado para generar el efecto de objetividad mencionado es la reproducción textual de diálogos suscitados durante el programa. De esta manera el enunciador evita narrar lo sucedido, haciendo hablar directamente a los protagonistas:

⁶¹ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶² Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶³ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶⁴ Diario Infobae, sección deportes. “Pelé cobró 120 mil dólares por estar junto a Maradona”. 21/08/2005.

“Esta gente todavía me quiere” expresó Maradona.⁶⁵

*Finalmente llegó el plato fuerte de la noche: la entrevista con el Rey Pelé. “Mucha gente en Brasil me preguntó si era verdad que iba a estar en el show de Maradona. Yo siempre dije que sí porque eres un vencedor y porque tenemos que estar juntos”, arrancó el jugador brasileño. Diego quiso tocar el tema de las drogas con su par. “Yo estuve casi muerto por las drogas y ahora puedo disfrutar de la vida. Por eso quiero solidarizarme con vos y apoyarte por lo que está viviendo tu hijo”, dijo Maradona. Pelé, le agradeció el gesto y explicó cómo sigue el caso: “Muchas gracias por tus palabras. Mi hijo hizo amistades que no debía y por eso lo está pagando. Tú eres un ejemplo para él.”*⁶⁶

Si bien podemos observar que en *Infobae* predomina una tendencia a eliminar las marcas de la enunciación, estas pueden identificarse en las opiniones vertidas sobre el programa, las que construyen un enunciador que se posiciona como “crítico de espectáculos”:

*Mientras bajaba de la tribuna apareció de pronto un Porsche descapotable con Maria Grazia Cucinotta. **La actriz todavía se debe estar preguntando para qué la invitaron. No sólo que fue muy complicado entender su idioma sino que, además, el reportaje fue muy corto.***⁶⁷

*La noche de Diego Maradona **tuvo momentos emotivos, algunos baches previsibles para un show en el que el conductor era el principal homenajeado.***⁶⁸

En este intento del enunciador de posicionarse como “crítico objetivo”, *Infobae* le da lugar a las voces de terceros para que sean ellos los que formulen opiniones negativas. Es así como aparecen reproducidos los comentarios de dos exfutbolistas, Hugo Gatti y José Sanfilippo, sobre el primer programa del ciclo y sobre Maradona en su rol de conductor.

Gatti, de 61 años, señaló que Diego “dejó muy claro que él todavía se siente una estrella de fútbol y así nunca será un buen presentador: lo primero, porque no tiene

⁶⁵ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶⁶ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶⁷ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

⁶⁸ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

la capacidad necesaria para serlo y, lo segundo, porque aún se piensa que las entrevistas se las hacen a él y no le entra en la cabeza que ahora es justo al contrario”.⁶⁹

“La sensación que me dejó la primera emisión de La noche del 10 es que Maradona no es el presentador del programa, sino el invitado estrella”, comentó el “Loco”, al tiempo que reconoció que “lo mejor es que a Diego se lo vio delgadito, con una cara muy transparente y realmente feliz, como cuando debutó con 17 años con la Selección argentina.”⁷⁰

“Al final, el programa fue más de lo mismo. Sus mejores goles, su anecdotario, los llantos de las hijas, los padres, los sobrinos, los hermanos, los cuñados... El programa se basó en él y en la entrevista a O'Rei Pelé”, opinó Gatti.⁷¹

Por su parte, José Sanfilippo aseguró en Radio 10: **“Yo lo vería mejor haciendo otro tipo de programas, hablando de fútbol. Es muy difícil hablando de fútbol”. (...) Yo no creo que tenga que ser siempre el número uno, el mejor. A veces hay que empezar de abajo. Yo fui el primero en pedir trabajo para él, pero pediría que trabaje con los juveniles, y no con la primera de Boca. Porque creo que los pibes lo idolatran”,** sostuvo el ex jugador de San Lorenzo.⁷²

Puede observarse que el enunciador se desliga de la palabra de ambos exfutbolistas, limitándose a reproducir sus dichos sin emitir opinión alguna sobre los mismos, con el fin de conservar su posición de objetividad. Sin embargo, este efecto no se logra, ya que es de destacar que las voces seleccionadas tienen una posición similar y que ninguno de los dos realiza una reseña positiva, sea del programa, sea del desempeño de Maradona como conductor del mismo.

El rol de los invitados.

Los invitados cumplen un papel preponderante en la estructura del ciclo, el que, en gran medida, se basa en la participación de los mismos, ya sea como entrevistados, desarrollando alguna *performance* artística, jugando al fútbol-tenis o conversando con el conductor desde un

⁶⁹ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

⁷⁰ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

⁷¹ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

⁷² Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

móvil. Por este motivo, la presencia de actores, cantantes y deportistas es objeto de múltiples reconocimientos por parte de ambos diarios. En esta instancia del análisis nos abocaremos a observar el lugar que ellos ocupan, la forma en la que se los hace “hablar”, lo que se decide destacar u omitir mediante operaciones discursivas.

Clarín y el reconocimiento de los invitados presentes.

En la sección de espectáculos de *Clarín* se anuncia semana a semana quiénes serán los participantes del siguiente programa, los que suelen ser calificados por el enunciador, a fin de resaltar su prestigio.

*Amén de **los nombres fuertes** que serán de la primera partida (Pelé, Sabatini, Ricardo Darín, Gabriel Batistuta, Diego Torres, la italiana María Grazia Cucinotta y Vicentico).*⁷³

*Entre **los famosísimos** confirmados como sus invitados estarán Thalía (quien cantará un par de temas), la “leona” Luciana Aymar y Araceli González (fan declarada del ciclo).*⁷⁴

*Siguen **las superestrellas** en el programa de Diego Maradona. El próximo lunes además de la visita de la **diva italiana** Raffaella Carrá, La noche del 10 (Canal 13, a las 22) tendrá una comunicación telefónica con **el ídolo del pop británico**, Robbie Williams.*⁷⁵

Este mecanismo se repite también en las notas posteriores a cada programa, donde se reconstruye brevemente la participación que cada uno tuvo en el ciclo:

*(...) el programa tuvo, **como todos los lunes, invitados de primer nivel**: el director de cine bosnio Emir Kusturica (que está en la Argentina terminando un documental sobre Maradona); la actriz Romina Gaetani (que, muy sexy, coqueteó con Diego durante toda la noche); el conductor Andy Kusnetzoff; el “Puma” Agustín Pichot y el cantante español Raphael, que cantó tres temas en vivo.*⁷⁶

⁷³ Diario Clarín, sección espectáculos. “El gran debut”. 15/08/2005.

⁷⁴ Diario Clarín, sección espectáculos. “Con Tinelli y sorpresas”. 10/09/2005.

⁷⁵ Diario Clarín, sección espectáculos. “Telones y pantallas”. 20/10/2005.

⁷⁶ Diario Clarín, sección sociedad. “Diego, mano a mano con Fidel Castro”. 01/11/2005.

En las citas previas observamos que se reitera el procedimiento de incluir un término o una construcción que valora positivamente a los invitados: “*los nombres fuertes*”, “*los famosísimos*”, “*las superestrellas*”, “*invitados de primer nivel*”, lo cual contribuye a otorgarle jerarquía al programa a partir de la importancia que se le atribuye a sus participantes.

Otro aspecto relevante que afecta al plano enunciativo, y que se desprende de estas citas, es la forma en que el enunciador hace mención a los vínculos existentes entre el conductor del programa, o de éste y los invitados. Esta información “adicional” suele aparecer colocada entre paréntesis: “*Araceli González (fan declarada del ciclo)*”, “*el director de cine bosnio Emir Kusturica (que está en la Argentina terminando un documental sobre Maradona)*”, “*la actriz Romina Gaetani (que, muy sexy, coqueteó con Diego durante toda la noche)*”, y deja entrever, cuando atañe a la relación invitado-conductor, que está determinada por lazos afectivos, de respeto o de admiración, lo que enmarca el vínculo en un plano de cierta intimidad y confianza. A la inversa, en repetidas oportunidades, es el enunciador quien manifiesta la admiración e idolatría que posee el conductor, o bien de su entorno familiar, hacia ciertos invitados al ciclo:

*Osvaldo Laport será el galán invitado a La noche del 10 (mañana a las 22 por Canal 13). Protagonista de más de una telenovela exitosa, que lo convirtieron en uno de los protagonistas masculinos preferidos de las historias de amor de ficción, encabeza ahora el rating de Telefé con Amor en custodia, calentando la pantalla junto a Soledad Silveyra. Además de sus éxitos, a la parte femenina de la familia Maradona Laport ¡les encanta! ¿Qué mejor excusa para invitarlo al programa?*⁷⁷

*Si tanto lo mimaron a Diego durante todo este ciclo, el programa posterior al día de su cumpleaños no podía prescindir de especiales atenciones; y esta vez **el Diez se dio dos grandes lujos**: nada menos que **entrevistar a Fidel Castro en Cuba y tener un mano a mano con el guionista y actor Roberto Gómez Bolaños**, más conocido como Chespirito, otro de sus proclamados ídolos.*⁷⁸

*El lunes **estará** [Roberto Gómez Bolaños “Chespirito”] **de invitado en La noche del 10 y cumplirá el sueño de Diego Maradona de conocerlo personalmente**. “Sólo hablamos una vez por teléfono -cuenta-. Él me llamó estando de paso por México. Sin dudas es el*

⁷⁷ Diario Clarín, sección espectáculos. “Telones y pantallas”. 11/09/2005.

⁷⁸ Diario Clarín, sección espectáculos. “¡Chanfle! Diego, de cumpleaños, recibió a su ídolo Chespirito”. 01/11/2005.

*mejor jugador del mundo. Pelé hizo más goles, pero Maradona tenía mejor manejo del balón en la cancha”.*⁷⁹

Diego lo presentó [a Claudio Paul Caniggia] **como “un amigo”**. Se abrazaron. Y, juntos otra vez, (...) jugaron al fútbol-tenis, en *La Noche del Diez*, frente a dos de las figuras del torneo local: el goleador Nicolás Frutos y Federico Insúa.⁸⁰

Del actor Osvaldo Laport se hace referencia a que, además de ser exitoso, se lo invita por ser del gusto de la familia Maradona. El exjugador Claudio Cannigia es “*un amigo*”. Y en relación al presidente cubano Fidel Castro y al humorista mexicano Roberto Gómez Bolaños, queda manifiesta la admiración que les dispensa el conductor; ya que el poder entrevistarlos se trata de “*un sueño cumplido*” o de “*un lujo*”. En este sentido, los invitados elegidos por la producción del programa funcionan a modo de reconocimiento u homenaje permanente al conductor, ya que se le brinda la posibilidad de compartir un momento, en el estudio de televisión o en la realización de una entrevista, con aquellas personalidades que valora o simplemente son de su agrado.

Podríamos concluir, entonces, que las relaciones establecidas entre invitados y conductor, tal como las presenta *Clarín*, conforman un universo armónico donde prima el afecto, la admiración y el respeto, a la vez que generan una ausencia absoluta de conflicto y de pujas de poder. Todos se sienten a gusto, ya que aquellos que concurren al programa “quieren estar allí” y, al mismo tiempo, el conductor está “gustoso de recibirlos”. En este contexto, *La noche del 10*, tal como se describe en *Clarín*, pareciera ser una panacea del espectáculo, una especie de idilio mediático donde el invitado tiene garantizado su bienestar, ya que no hay lugar posible para las incomodidades, los temas escabrosos, o las preguntas malintencionadas, tan características de otros ciclos⁸¹, donde a la inversa, el foco de interés se pone en los duelos dialécticos entre entrevistador y entrevistado. Más que a un programa de televisión, los concurrentes del ciclo parecen ser invitados a “una fiesta” donde solamente tienen que preocuparse por “relajarse y disfrutar”:

⁷⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “Y ahora, ¿quién podrá defendernos?”. 29/10/2005.

⁸⁰ Diario Clarín, sección deportes. “Maradona y Caniggia, otra vez juntos y ganadores, pero para el fútbol-tenis”. 27/09/2005.

⁸¹ Cuando nos referimos a otros ciclos, hacemos alusión a ciertos géneros televisivos, como los programas de espectáculos o políticos, que se basan principalmente en el debate entre el conductor, panelistas e invitados.

*Una bandeja de sushi y pancitos de copetín ocupan la mesada. Los músicos invitados se reúnen en una carpa transparente. Comen, ensayan, charlan: el clima festivo es permanente.*⁸²

Otro recurso utilizado por *Clarín* consiste en reproducir los comentarios de los invitados, tras su participación en la emisión. Las temáticas más recurrentes de estas voces aluden principalmente al grato momento vivido en el programa, y a la rejuvenecida y renovada imagen de Maradona:

*Lo de Diego es increíble. Un milagro, ¿no?”, comenta y pregunta Joaquín Sabina y anuncia que va a estar presente en La noche del 10 en octubre. (...) Cuenta que está encantado de poder encontrarse con ese “Diego que se ve en las fotos”. “Volvió a tener 20... ¿Tienes el teléfono de su cirujano?”, se ríe.*⁸³

*Pelé cantó un tema propio, Diego un tango a capela. Pelé dijo que la FIFA “hoy es más democrática”, le tiró flores a Diego (“tú eres un ejemplo, un vencedor”).*⁸⁴

*Ginóbili, que mañana viajará rumbo a San Antonio, tampoco disimuló su alegría: “Fue una experiencia bárbara para mí. No hace falta aclarar lo bien que está Diego y lo lindo que la pasamos. Es la primera vez que lo veo cara a cara, que comparto un momento con él y me llevo una sensación espectacular”.*⁸⁵

*“Tanto yo como mi familia lo queremos mucho y me pone bien verlo bien a él”, dice [Juan Román Riquelme] de Maradona. El lunes irá a su programa de TV.*⁸⁶

Infobae y el reconocimiento de los invitados ausentes.

En el diario *Infobae*, al igual que en *Clarín*, los invitados son una fuente constante de noticias; entre ellas encontramos declaraciones de aquellos que habiendo asistido al programa, hacen un reconocimiento positivo del mismo. Tal es el caso de la cantante mexicana Thalía:

⁸² Diario Clarín, sección sociedad. “Espiendo los camarines”. 16/08/2005.

⁸³ Diario Clarín, sección espectáculos. “Este es mi amigo el Diego”. 23/09/2005.

⁸⁴ Diario Clarín, sección deportes. “Pelé y Diego ¡Viva el fútbol!”. 17/08/2005.

⁸⁵ Diario Clarín, sección deportes. “Maradona-Ginóbili. Encuentro de grandes”. 24/08/2005.

⁸⁶ Diario Clarín, sección deportes. “Soy feliz jugando”. 02/09/2005.

*La estrella mexicana Thalía destacó que Diego Armando Maradona la trató “como a una diva” en el encuentro que tuvieron en la última emisión de “La Noche del Diez”, y confesó que ella estaba “muy nerviosa” en las horas previas al programa. “Estar con Diego fue sensacional. Me trató como a una diva, como a una reina, y la entrevista fue muy especial porque él fue muy atento y la charla fue coqueta y sincera”, dijo la cantante y actriz.*⁸⁷

Sin embargo, el foco del diario está colocado en las voces de las personalidades que fueron invitadas y que, por motivos de diversa índole, no asistieron al programa o de aquellos, cuyo paso por el mismo no les resultó agradable. Estos casos no son tenidos en cuenta por el diario *Clarín* y, por lo tanto, no figuran en sus ediciones. *Infobae*, en cambio, sí remite a ellos y podría decirse que los considera relevantes para sus lectores. A continuación colocamos fragmentos de tres notas sobre invitados ausentes a *La noche del 10*: el músico *Indio Solari*, el actor *Facundo Arana* y la actriz *Moria Casán*.

*El Indio trató de dejar en claro que no fue un **desprecio** su actitud ante la invitación de Maradona (...) “Me llamó Claudia Maradona para invitarme al programa y me excusé y le dije que respeto mucho la personalidad pública de Diego y ni hablar de las destrezas deportivas que uno quisiera que no hubieran terminado nunca, pero que yo me muevo mal en esas situaciones. Yo no puedo ir al programa a jugar a la pelotita. No me sale. Me siento muy incómodo, como cuando me sacan una foto”, explicó el músico.*⁸⁸

*El actor fue invitado en varias oportunidades para asistir al programa *La noche del Diez*, pero el protagonista de *Padre Coraje* por ahora se niega a ir. (...) La sorpresa fue que Arana volvió a **rechazar** la invitación. La más enojada con la **negativa** es Claudia Maradona, quien había participado de *Muñeca Brava*, protagonizada por el actor en *Telefé* hace unos años. Claudia no comprende la razón del **desplante**.*⁸⁹

*La Candidata a diputada dejará **plantado** a Diego. Así lo anunció en el programa de Mirtha que no iba a asistir porque quería darle la primicia a ella y no al Diez. Esto produjo **malestar** entre los productores de Diego, más aún porque la candidata a diputada por el*

⁸⁷ Diario Infobae, sección espectáculos. “Diego me trató como una reina”. 15/09/2005.

⁸⁸ Diario Infobae, sección espectáculos. “El indio le dijo no a Maradona”. 10/10/2005.

⁸⁹ Diario Infobae, sección espectáculos. “Facundo Arana rechazó a Maradona”. 28/10/2005.

*partido Movimiento Federal de Centro ya había confirmado su presencia y se hizo la promoción durante una semana.*⁹⁰

En las citas presentadas puede observarse que para dar cuenta de las ausencias de los invitados se utilizan las palabras *desprecio, rechazar, negativa, desplante, plantado, malestar*. En conjunto crean una cadena donde el significante Maradona se encuentra asociado a significados de carácter negativo, generando un efecto de sentido según el cual su figura aparece tocada por el conflicto y la polémica.

Este mecanismo discursivo también se refuerza desde los titulares, mediante la utilización de frases de gran impacto que “leen” las ausencias de los invitados como un rechazo hacia el propio Diego Maradona. Tal como puede advertirse en los tres ejemplos que reproducimos a continuación:

El indio le dijo no a Maradona.

Facundo Arana rechazó a Maradona.

Moria le dijo “no” a Maradona.

Es preciso señalar que en esta forma de titular se pone en juego una construcción discursiva que descansa en una operatoria metonímica, ya que en las declaraciones textuales de los involucrados o en las afirmaciones realizadas por el diario no se encuentran referencias directas a Diego Maradona, sino a Claudia Villafañe (su exesposa y productora) y al equipo de producción:

“Me llamó Claudia Maradona (...).”

*La más enojada con la **negativa** es Claudia Maradona (...).*

*Esto produjo **malestar** entre los productores de Diego (...).*

⁹⁰ Diario Infobae, sección espectáculos. “Moria le dijo “no” a Maradona”. 20/09/2005.

Esto nos permitiría establecer que, para *Infobae*, el significante Maradona trasciende a la propia persona, ya que se construye incluyendo referencias al programa *La noche del 10* y a todos los que participan en su realización: productores y familiares.

El mismo efecto enunciativo se logra también mediante la reproducción de las declaraciones de aquellos invitados que, asistiendo al programa, no se sintieron cómodos con su participación. Este es el caso del artista plástico Carlos Regazzoni, otra declaración que *Clarín* omite en su cobertura de *La noche del 10*:

*El artista plástico argentino Carlos Regazzoni expresó ayer el **malestar** que vivió cuando fue invitado al programa que conduce Diego Maradona, el lunes por la noche y dijo que fue “engrupido” por la producción por su corta participación.*

*“Me están tomando el pelo, son una manga de pelotudos. ¿Para qué me invitan?”, **se quejó** Regazzoni ayer por la noche e hizo saber su **descontento con la producción** de “La Noche del Diez”: “Estoy muy enojado porque me pareció abusivo”.*

“Me da bronca. Hubo un error” y agregó que no se puede “tener a un artista de renombre internacional y decirle “está bien muchas gracias”, haciendo alusión a la anterior participación de Pérez Celis y Juan Carlos Pallarols en ediciones anteriores al mismo programa”.⁹¹

Nuevamente el significante Maradona aparece ligado a términos de fuerte carga negativa: *malestar, engrupido, se quejó, descontento*, con lo que se reforzaría la idea de que el programa es fuente posible de conflictos y antagonismos.

Otro aspecto al que el diario hace referencia es la publicación de los *cachets* que cobraron los invitados que asistieron al programa. Cabe destacar que *Clarín* nunca hace alusión a que estos hayan participado a causa de un acuerdo económico; como hemos visto, no sólo se hace hincapié en los lazos afectivos y estrechos que se dan entre el conductor y los invitados, sino que, además, se omite cualquier aspecto económico. A continuación veamos el ejemplo del cantante Cristian Castro:

⁹¹ Diario Infobae, sección deportes. “Regazzoni dijo que fue “engrupido” al programa de Maradona”. 31/08/2005.

*En el último programa estuvo como invitado Cristian Castro, quien habría cobrado la módica suma de 40 mil dólares. Por eso, no debería extrañar que en las próximas emisiones comiencen a desfilar otros grandes artistas del mundo.*⁹²

Destacamos la palabra *módica* como una marca enunciativa, ya que la misma revela una carga irónica que hace sentir su peso en la frase que sigue.

Un caso más complejo se produce en la nota titulada *Pelé cobró 120 mil dólares por estar junto a Maradona*, ya que la misma presenta una versión de un diario brasileño que contrasta con las declaraciones que, en la Argentina, hiciera el representante del exjugador brasileño. Si bien el medio presenta las dos versiones, el efecto de objetividad se pierde dado que el titular da a una de ellas como verdadera (Pelé cobró 120 mil dólares por estar junto a Maradona), pues se destaca el uso del modo indicativo y no del potencial, lo que implica, para el caso, la toma de partido por una de las dos posiciones.

*Según el diario el cachet de O Rei fue abonado por una operadora de tarjetas de crédito con la cual tiene un contrato de patrocinio y que también patrocina el programa de Maradona. Días atrás, el representante de Pelé en la Argentina, Guillermo Bassignani, negó que el ex futbolista brasileño haya recibido dinero por asistir a la primera emisión del programa de Maradona, y aseguró que “no hubo nada comercial” detrás de su presencia en “La Noche del 10”.*⁹³

Polémica con la invitada Cecilia Bolocco.

Hasta aquí hemos visto cómo, mientras *Clarín* hace foco en los invitados presentes, *Infobae* se centraliza en las voces de los que no aceptaron asistir al programa o de aquellos que formularon una declaración negativa luego de su participación. Sin embargo hubo un único caso que, dada su gran repercusión, fue tratado por ambos medios. Se trata de lo acontecido con la exmodelo y conductora Cecilia Bolocco. Pese a que los dos diarios cubren la misma noticia se ponen de manifiesto las distintas estrategias discursivas asumidas por cada uno.

⁹² Diario Infobae, sección espectáculos. “Diego de América y del mundo”. 12/09/2005.

⁹³ Diario Infobae, sección deportes. “Pelé cobró 120 mil dólares por estar junto a Maradona”. 21/08/2005.

Clarín realiza una nota en la que, al describir lo acontecido en el programa, expone su versión de los hechos:

Su show aparte comenzó cuando Diego la recibió en su living y le preguntó “¿Cómo estás, Cecilia?”. “Bien, bien. ¿Tú cómo estás?”, repreguntó más como una estrategia que como un bocado de convención. “Bien, pero el que tiene que hacer el reportaje soy yo”, sentenció el anfitrión, clima de humorada, pero la calma empezaba a cederle terreno a la tensión.

Tensión que seguramente tuvo su punto más ríspido cuando le encontró mala intención a un decir de Joaquín Sabina, que viajó especialmente. En el centro del estudio, (...) el español comentó que “yo me voy a Chile mañana. Hoy, a una periodista de aquí, le dije que venía al programa de Diego y pasado mañana (por el miércoles) al de la Bolocco. Y me dijo ¿A vos quién te hace la agenda, una tarada?”. Cuando el conductor lo llevó al sector de los sillones (...) el cantautor saludó a la esposa del ex presidente Carlos Menem con un “hola, guapa”. Y ella, irónica, se presentó como “la tarada”.⁹⁴

En el fragmento citado, se habla de un “show aparte” y “una estrategia” de Cecilia Bolocco para contestar, y si bien se reconoce la tensión generada durante el encuentro, en cierta medida se responsabiliza a la conductora chilena por el clima generado. Por otro lado, se hace hincapié en que el “punto más ríspido” se produjo con otro de los invitados, el cantautor español Joaquín Sabina.

Dos días después, luego de su paso por *La noche del 10*, Cecilia Bolocco realizó declaraciones en su programa de la televisión chilena. De tales declaraciones, Clarín publica una nota de breve extensión comentando los dichos de la conductora:

“Me sentí muy mal, atacada por todos, en todos los aspectos... Hace tiempo que no lloraba, y lloré mucho”, confesó Cecilia Bolocco, con los ojos llenos de lágrimas, en su programa chileno La noche de Cecilia. Se refería a su participación en La noche del 10 (Canal 13), el programa conducido por Diego Maradona. “Fueron crueles, hirientes y, la verdad, para mí, fueron dos horas y media bastante difíciles”, agregó en su extendido descargo la esposa del ex presidente argentino Carlos Menem.⁹⁵

⁹⁴ Diario Clarín, sección espectáculos. “No fue la noche de Cecilia”. 12/10/2005.

⁹⁵ Diario Clarín, sección espectáculos. “Telones y pantallas”. 14/10/2005.

Aquí aparece una marca de enunciación, cuando se califica de extenso al descargo realizado ante cámaras. La estrategia enunciativa de *Clarín* busca apartar a Maradona del conflicto suscitado para mantener su imagen lo más indemne posible, y centrar el foco de tensión en la relación que se entabla entre Bolocco y Sabina. A su vez, sutilmente se da a entender que la postura de la conductora chilena contribuyó para que se rompiera el ambiente de armonía casi inalterable, que caracteriza a cada emisión de *La noche del 10*.

En cambio, el enunciador de *Infobae* utiliza otra estrategia discursiva para dar cuenta de los hechos: entiende que Cecilia Bolocco fue tratada con malicia y fue blanco de bromas crueles, como se puede observar en la extensa nota que comenta lo sucedido:

*Cecilia Bolocco **no aguantó** la angustia y la pena que tenía por el mal rato que pasó en La Noche del Diez y **se desahogó** en su programa chileno. Le dedicó los primeros cinco minutos a relatar la **malicia** con la que fue tratada y las **bromas crueles a las que fue sometida**. (...)*

*En La Noche del Diez compartió piso con Joaquín Sabina y Florencia de la V. Según la conductora, todas las **bromas crueles** fueron apuntadas hacia ella y en los cortes hasta Maradona “cuchicheaba” a sus espaldas.*

“Me tenían en un rincón. Iban a un sector y Sabina me tiraba esa broma, iba para otro y estaba Florencia de la V. ¡Y yo con el micrófono apagado! Si voy a un programa en vivo supongo que podré defenderme”, explicó la ex reina de belleza.

*“Eso es lo frustrante, **fueron dos horas y media de mucha tensión** porque, además, en los comerciales **se burlaban de Carlos y de todos**”, reconoció Cecilia. “**Fueron crueles, hirientes** y la verdad para mí fueron dos horas y media bastante difíciles”.⁹⁶*

En *Infobae* se brinda una mayor cobertura de las declaraciones realizadas por Bolocco y se da cuenta de sucesos que en *Clarín* no son informados. Además, a lo largo de la nota, *Infobae* asevera y reafirma el maltrato que recibió Bolocco, dando esta versión por cierta. A diferencia de *Clarín*, sí se involucra a Diego Maradona en la polémica (*Maradona “cuchicheaba” a sus espaldas*); como puede advertirse no lo aleja del conflicto como lo hace *Clarín* cuando menciona que la mayor tensión fue entre dos invitados (Bolocco y Sabina) y no entre la primera y el conductor.

⁹⁶ Diario Infobae, sección espectáculos. “Bolocco responde: “Fueron crueles e hirientes”. 16/10/2005.

A partir de lo expuesto en este capítulo, podemos concluir que el rol cumplido por los invitados, si bien es relevante para ambos diarios, da lugar a efectos enunciativos distintos.

En *Clarín*, el lugar que aquellos tienen, la relación que mantienen con el conductor durante el desarrollo del programa y sus declaraciones luego de haber pasado por él, contribuyen a la conformación de un universo donde prima la cordialidad, universo muy diferente al que caracterizaría al medio televisivo, que aparece como un ámbito proclive a generar rivalidades. Dentro de dicho universo, la figura de Maradona posee un lugar preponderante ya que funciona como el elemento que garantiza su cohesión.

En *Infobae*, en cambio, el enunciador se coloca en el lugar de un *develador* que cuenta lo que “se quiere ocultar”. Mediante esta estrategia discursiva muestra al programa no como el paraíso de los invitados, la imagen que construye *Clarín*, sino que devela los conflictos del mundo televisivo, dando cuenta de la presencia de artistas que se presentan en el programa por cuestiones comerciales, más allá de la idolatría o la amistad que posean con el conductor del ciclo.

Los ejemplos citados nos permiten sostener que *Infobae* busca generar un efecto de sentido que se opone a la construcción de Maradona como figura incuestionable, que es la que realiza *Clarín*. En lugar de ser un factor de cohesión, *Infobae* lo muestra como un agente capaz de generar polémicas y conflictos mediáticos. Para lograr y sostener este efecto, el medio se focaliza en los invitados ausentes, en los invitados que asistieron al programa luego de acordar una determinada suma de dinero, o en aquellos que concurrieron pero que no se sintieron a gusto. Aspectos, todos ellos, que, como ya observamos, no son tenidos en cuenta por el diario *Clarín*.

Siguiendo los planteos postulados por Mijaíl Bajtín⁹⁷ sobre el enunciado, o sea, entendiéndolo como una especie de escenario donde entran en juego relaciones dialógicas de carácter interno (la actitud del locutor ante el objeto de su discurso y su manera de asumir o de no

⁹⁷ Todorov, Tzvetan; *Mikhail Bakhtine, Le principe dialogique*; Éditions Du Seuil, 1981, pág. 84.

asumir los enunciados de otros ante un tema) y de carácter externo (el enunciado como “respuesta” a otros enunciados ya existentes y como palabra “dirigida” hacia la comprensión y la respuesta del destinatario o interlocutor), podríamos sostener que entre ambos diarios se produce una suerte de *dialogismo discursivo*. En tal sentido, cabría decir que *Infobae* asume el rol de responder y cuestionar las afirmaciones que *Clarín* realiza.

6. LA CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA DE DIEGO MARADONA.

La mayor parte de la vida de Diego Maradona transcurrió, como si fuera un *reality show*, en los medios de comunicación. Desde su aparición en el club Argentinos Juniors, aún siendo un adolescente, los argentinos pudieron seguir día a día los sucesos que lo acompañaron y lo convirtieron en el reconocido personaje -y en el fenómeno mediático- que aún hoy es.

El vínculo que se ha producido -continúa produciéndose- entre Maradona y los medios de comunicación, encuentra sustento en aquello que el jugador representaría para la sociedad argentina. Pablo Alabarces, lo explica de la siguiente manera:

*Maradona fue el último gran símbolo plebeyo de la patria, la última posibilidad de un héroe nacional y popular; mientras todo tambaleaba y entraba en crisis Maradona permanecía como la última supervivencia de ese viejo imaginario democrático, popular e incluso que había caracterizado a nuestro país.*⁹⁸

Con su rol de conductor televisivo, Maradona abre una nueva etapa en su relación con los medios de comunicación. Según el mismo autor, podría interpretarse que esa adoración “acrítica” de la que habría sido objeto se traslada a su función de comunicador.

*Supongo que mucho de eso permanece en el Maradona reciclado como un atlético conductor televisivo: su figura sigue recordando ese enorme símbolo del pasado y sobre ella se concentra una carga de afecto (¿llamémoslo amor?) increíble, desmesurada y acrítica. Pero además (porque el amor es ciego pero todos sabemos que no tanto), Diego le agrega un carisma indudable: un carisma canchero y plebeyo, barrial, cómplice, provocador, hecho de chistes autocríticos y exhibición de sus límites y miserias, vueltas virtud. Una exhibición de “uno de nosotros”, popular y atorrante, que llega a la cima sin olvidar a los suyos (más aún: mostrándolos en la primera fila).*⁹⁹

Siguiendo esta línea de pensamiento, la importancia que Maradona ha suscitado en los medios radicaría en el imaginario democrático, popular e inclusivo de la Argentina, que construye. Su caracterización de personaje “*canchero y plebeyo, barrial, cómplice, provocador, hecho de*

⁹⁸ Diario Clarín, sección sociedad. “Carisma y cámara”. 19/08/2005.

⁹⁹ Diario Clarín, sección sociedad. “Carisma y cámara”. 19/08/2005.

chistes autocríticos y exhibición de sus límites y miserias, vueltas virtud, atorrante” lo convierten en un ícono para la sociedad argentina. Su incesante presencia en los medios durante los tres meses que duró La noche del 10, potenció su nivel de exposición, y por ende, su popularidad. Así lo comenta el periodista Leandro Zanoni en su libro “Vivir en los medios”:

Con las empresas del Grupo Clarín a su disposición (el diario, Radio Mitre, TN, Canal 13, Ciudad Internet), Maradona no dejó pasar un solo día sin hacer declaraciones radiales, salir en tapas de diarios y revistas y asistir como invitado a los programas de televisión con más audiencia. Fue tapa de la revista dominical Viva, del suplemento Sal! de los viernes, y hasta del suplemento económico de Clarín, en un informe sobre los auspiciantes del programa. Cada martes, el diario fundado por Roberto Noble, y su versión digital, comentaron lo que había sucedido la noche anterior. Y por orden de la plana mayor del grupo, toda la programación de Canal 13 se alineó con lo que ocurría cada lunes en el show.¹⁰⁰

En los párrafos que siguen, nos proponemos analizar, durante el período en que se emitió el programa televisivo, la construcción de la figura de Maradona en los medios seleccionados para este trabajo. Buscaremos encontrar si efectivamente se puede reconocer un “nuevo Maradona”, y en caso que así sea, cómo se reconstruye al “anterior”, desde qué aspectos - sociales, anímicos, afectivos, físicos- se vuelve a conformar el signifiicante Maradona y qué papel juega su incorporación estable en los medios de comunicación para este reconocimiento.

Maradona y su labor como conductor.

Clarín. Un “diez”, también frente a las cámaras.

La labor de Maradona como conductor televisivo es tratada en *Clarín* como una instancia más de su permanente relación con los medios de comunicación masivos. Desde esta perspectiva, se le reconoce una destacada *performance* como conductor, argumentando que la misma es consecuencia directa de su experiencia mediática.

¹⁰⁰ Zanoni, Leandro; Vivir en los medios; Ediciones Marea, 2006, pág. 14.

*Sin ser, precisamente, virgen de televisión, Diego Armando Maradona debutó como conductor de un programa que lleva su nombre. **Verlo en pantalla no es novedad.** Desde que empezó a sorprender en un potrero, **el hombre tiene una cámara pegada a la espalda:** casamiento, goles, “me cortaron las piernas”, mundiales, lágrimas, kilos, hijas, hijos, escándalo, cocaína, gloria indiscutida. Ya lo vimos en cualquier frente, de todos los perfiles posibles. **Y la tele, amiga y enemiga, estuvo ahí.** Siguiendo a cada paso su vida, su obra, su destrucción, su vuelta.¹⁰¹*

En esta cita, se reconoce una relación ambivalente entre Maradona y la televisión, relación que ha ido alternando momentos de idilio con otros de enfrentamiento. Este proceso da lugar a la formación de un significado televisivo para el significante “Maradona”, que estaría compuesto por una cadena que incluye los hitos que han marcado esta relación y que el enunciatario puede interpretar con su simple enumeración: “casamiento, goles, “me cortaron las piernas”, mundiales, lágrimas, kilos, hijas, hijos, escándalo, cocaína, gloria indiscutida”.

Sin embargo, con el debut como presentador, *Clarín* insinúa el comienzo de una nueva etapa reconciliadora entre ambos actores, como si fuera una tregua implícita, ya que a partir del inicio de *La noche del 10*, Maradona se incorpora a la televisión argentina como un miembro estable.

En este contexto, no sorprende la valoración del desempeño de Maradona como conductor, exaltando sus virtudes y su experiencia mediática para llevar adelante su propio programa.

*(...) capaz de cantar el tema que inmortalizó a Rodrigo, bailar con María Gracia Cuccinotta, jugar un cabeza con Pelé, entrevistarle sin olvidar ninguna de las preguntas que la gente quisiera hacerle, relatando sus goles, **conduciendo su programa como si fuera un comunicador social con 30 años de experiencia**, ser el piloto de la situación, **volver a ser el dueño de su presente y, más importante aún, de su futuro.**¹⁰²*

Diego Maradona fue la estrella indiscutible de la TV. En plena forma física, simpático, cancherísimo y desplegando sorprendentes dotes de conductor, estuvo en el centro de una superproducción impecable. Por emotivo, esperado y logrado: un retorno “10”.¹⁰³

¹⁰¹ Diario Clarín, sección espectáculos. “De taquito como conductor, Maradona hace magia también en la TV”. 16/08/2005.

¹⁰² Diario Clarín, suplemento zona. “Junto con el Diego”. 21/08/2005.

¹⁰³ Diario Clarín, sección espectáculos. “El cielo & el infierno”. 21/08/2005.

Se reconocen muchos adjetivos que operando como marcas enunciativas construyen la idea de que Maradona es una persona que está naturalmente preparada para lucirse en el rol de conductor. Se destaca su desenvoltura (*"como si fuera un comunicador social con 30 años de experiencia"*), su soltura (*"simpático, cancherísimo"*), sus virtudes (*"desplegando sorprendentes dotes de conductor"*), en fin, todo esto opera como justificativo de la afirmación que realiza el diario: *Diego Maradona fue la estrella indiscutible de la TV.*

Desde el plano enunciativo también se da lugar a otras voces que opinan sobre el tema. Sin embargo, podemos inducir que en este recurso no hay una intención de objetividad por parte del enunciadador, ya que la fuente consultada es el coconductor y amigo, Sergio Goycochea, quien coincide y refuerza las opiniones vertidas anteriormente:

"(...) sorprendió a más de uno cómo se desenvolvió como conductor. (...) Por el hecho de llamarse Maradona se le ponían más responsabilidades que a cualquier otro tipo. Igual la está llevando bárbaro y todavía le falta soltarse más".¹⁰⁴

Clarín también apela al uso de las declaraciones del propio Maradona para reflejar de primera fuente las sensaciones producidas en el segundo programa después del debut.

"Uy, estoy feliz, más feliz que la semana pasada, porque me sentí más cómodo que en el debut. Más seguro. Yo no soy un conductor, yo soy esto que ves".¹⁰⁵

Diego Maradona se niega a sí mismo como conductor, ya que en cada actividad que realiza es, tal como lo indica, él mismo. En su labor televisiva, de acuerdo con *Clarín*, se presenta simpático, canchero y desplegando dotes de conductor. La cobertura no da lugar a ningún tipo de cuestionamiento acerca del papel desempeñado en el programa. A nivel de la enunciación la postura de *Clarín* comparte similitudes con las características que Alabarces le atribuye a Maradona (*un carisma indudable, canchero, plebeyo, barrial y cómplice*), siendo estas las que le permitieron, más allá de su desempeño deportivo, ser un ícono popular incuestionable.

¹⁰⁴ Diario Clarín, sección espectáculos. "El acompañante". 12/09/2005.

¹⁰⁵ Diario Clarín, sección espectáculos. "No vivo todo el tiempo con una pelota en la cabeza". 24/08/2005.

Infobae. La labor de conductor puesta en debate.

Infobae no realiza una cobertura del nuevo rol de conductor de Maradona con el tono emotivo, y casi epopéyico que caracteriza a *Clarín*; por el contrario, se diferencia del mismo por no reconocer en él a una nueva estrella de los medios, como lo fue en los canchas de fútbol. Podemos observar que no hay una opinión directa de la instancia enunciativa, sino que la misma se construye a partir de ir dando lugar a diversas visiones desde las que se comenta su desempeño.

Tras el debut del programa, se recurre a las voces de dos exfutbolistas, que se desempeñan en los medios de comunicación, para que viertan sus impresiones en torno al despliegue de Maradona frente a las cámaras. Ambas coinciden en que su lucimiento como conductor es inferior al que mostraba como futbolista. Hugo Gatti sostiene que él *“nunca será un buen presentador”* y da razones para sustentar tal comentario, el que reiteramos aquí, como igualmente haremos con la cita de José Sanfilippo:

*Gatti, de 61 años, señaló que Diego “dejó muy claro que él todavía se siente una estrella de fútbol y así **nunca será un buen presentador**: lo primero, porque no tiene la capacidad necesaria para serlo y, lo segundo, porque aún se piensa que las entrevistas se las hacen a él y no le entra en la cabeza que ahora es justo al contrario”.*

“La sensación que me dejó la primera emisión de La noche del 10 es que Maradona no es el presentador del programa, sino el invitado estrella”, comentó el “Loco”.¹⁰⁶

Sanfilippo aseguró en Radio 10: “Yo lo vería mejor haciendo otro tipo de programas, hablando de fútbol”.¹⁰⁷

También se encuentran otras opiniones que reconocen tanto virtudes como defectos en el trabajo realizado por Maradona; así, el medio muestra tendencia a buscar cierto equilibrio en el juicio aportado, tomando en consideración éxitos y elogios, pero también críticas y fracasos.

¹⁰⁶ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

¹⁰⁷ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

Para Diego Armando Maradona **no todos son éxitos y buenas noticias**. En la televisora Privada Mega TV, del país trasandino, donde se emite su programa, los números no midieron tan bien.¹⁰⁸

Con respecto a la participación de Diego como conductor, **las críticas de los usuarios de Internet que se ejecutaron esa misma noche online fueron muy repartidas**. Por un lado **algunos lo trataron de lapidario e incluso lo acusan de vergonzoso**. Y, por el otro **lo consideran un genio, un “Dios” en la cancha y en la TV**. Todavía hay que esperar que el público se acostumbre a verlo en su nueva faceta.¹⁰⁹

En estas dos últimas citas podemos ver la presencia manifiesta de la instancia enunciativa, la que busca posicionarse desde un lugar de neutralidad y conciliación. Al referirse a que “*no todos son éxitos y buenas noticias*”, no deja de estar reconociendo un aspecto positivo en relación a Maradona y al programa, aunque, por supuesto, la propia organización de la frase hace que lo negativo se imponga. Por otro lado, ante las críticas y los elogios de los usuarios de Internet, la mencionada instancia se muestra paciente y cautelosa para emitir su opinión y sostiene que es necesario “*esperar que el público se acostumbre a verlo en su nueva faceta*”.

Hacia el final del ciclo, aparecen las opiniones más favorables. Sin embargo, las mismas son tomadas de fuentes muy relacionadas al programa, como lo son los productores y los directivos del canal donde se emitió *La noche del 10*.

Tanto Adrián Suar como los directivos quedaron más que conformes con la nueva etapa como conductor de Maradona. Por esa razón le propusieron que él sea el enviado especial para cubrir el mundial de Alemania 2006. (...) En cuanto a “La Noche del 10”, Diego cerró una etapa novísima y llena de éxito y fue la apuesta más fuerte que puso el canal para volver a recuperar su posición en el prime time.¹¹⁰

En síntesis, podemos concluir que a nivel enunciativo puede observarse una intención de debatir sobre el desempeño de Maradona como conductor, buscando hacerlo desde una posición relativamente neutral, y dejando las críticas, tanto a favor como en contra, a los terceros a los que el propio diario cita e invita a opinar. Esta falta de unanimidad puede

¹⁰⁸ Diario Infobae, sección espectáculos. “Una buena y una mala para Maradona”. 27/09/2005.

¹⁰⁹ Diario Infobae, sección espectáculos. “Una buena y una mala para Maradona”. 27/09/2005.

¹¹⁰ Diario Infobae, sección espectáculos. “Maradona renovó y vuelve el año que viene”. 11/11/2005.

entenderse como una búsqueda de objetividad, construida mediante la generación de un espacio de opinión o debate, como ya indicamos.

Maradona: pasado vs. presente.

Para dar cuenta de la nueva imagen de Diego Maradona devenido en conductor televisivo, ambos medios apelan al mismo recurso discursivo: la mención de un pasado que actúa como contrapunto con el presente¹¹¹. El cuerpo renovado, su alejamiento de los escándalos y su actitud más moderada frente a las cámaras generan una relectura de un pasado, que aparece definido por su alternancia entre las glorias deportivas y los conflictos vinculados a excesos, problemas de salud y causas judiciales. Un “viejo Maradona” parece quedar en el pasado, pero se hace presente por contraste, para dar cuenta de su nueva imagen.

Clarín e Infobae. La reconstrucción del pasado.

Uno de los recursos utilizados por *Clarín* para componer al “Maradona del pasado”, es reproducir el relato que de aquel, él mismo construye en el presente. Tal relato, por su significativa carga de dramatismo y emotividad, genera un efecto de veracidad que, a su vez, acentúa la distancia respecto al momento actual.

“Durante muchos años estuve como perdido, alejado de lo que verdaderamente importa, enfermo... La vida me pasaba por el costado. Ahora no quiero perderme nada más”, reflexionó encendiendo un Romeo y Julieta, los habanos cubanos que le sirven tres veces al día para relajarse.¹¹²

En la capital de Cataluña fue donde conoció a su enemigo más poderoso: “La primera vez fue en Europa, en el 82, Tenía 22 años. Fue para sentirme más vivo. De entrada,

¹¹¹ Debemos aclarar que la utilización discursiva del pasado realizada por ambos diarios no tiene una gran distancia en el tiempo. Es decir, el cambio físico y mental de Maradona es drástico. En menos de un año el exjugador baja de peso y logra una imagen saludable.

¹¹² Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

*parece que querés arrasar el mundo. Después, te entra una soledad tremenda”, confesó sobre su adicción a la droga.*¹¹³

En las citas que se acaban de incluir, observamos cómo por momentos el plano enunciativo pareciera filtrarse en el discurso, dejando marcas que sostienen y refuerzan los dichos de Maradona (“**reflexionó** encendiendo (...) los habanos cubanos que le sirven tres veces al día para relajarse”, “En la capital de Cataluña fue donde conoció a **su enemigo más poderoso**”).

En la misma nota tanto como en otras, podemos ver que el discurso de la instancia enunciativa y el relato de Maradona se encuentran en sintonía. Un ejemplo de esto es la coincidencia que se produce al utilizar el recurso de trazar antitéticos paralelismos entre el pasado y el presente.

*Hace un año pesaba más de 120 kilos; hoy -con 50 menos y después de someterse a un by-pass gástrico en Colombia- **recuperó la silueta que lucía en los Mundiales del 90 y 94. Estaba atado a una cama en una clínica neuropsiquiátrica; conduce el show más visto de la televisión argentina. Era adicto a las drogas y su crisis cardíaca lo puso al borde de la muerte; sus hijas y el fútbol -en Boca o ahora con la posibilidad concreta de estar en la Selección- le devolvieron la pasión por la vida.***¹¹⁴

*Porque a Diego los argentinos lo vimos mal. Muy mal. Lo vimos con las piernas cortadas, como él dijo. Y aprendimos a temer y a sufrir por él. Por lo que le pasaba y por lo que le podía llegar a pasar. **Porque el muchacho que nos llenó de alegrías fue el hombre que después nos sumió en la tristeza y la preocupación. Por eso nos importa que se recupere.***¹¹⁵

*Hace un par de años le pidió a Julio Grondona la conducción de los juveniles. Quería que ese fuese el trampolín para llegar a la mayor. **Pero era otro Diego.** Era el Maradona que perdía con el propio Maradona.*¹¹⁶

Como puede observarse, se realiza un *racconto* de su adicción a las drogas, de sus reiteradas internaciones, de su obesidad, generando la idea de un cuerpo que en el pasado reciente estuvo sumido en una enfermedad, que el mismo Maradona reconoce (“estuve como perdido,

¹¹³ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹¹⁴ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹¹⁵ Diario Clarín, sección sociedad. “La verdadera importancia de llamarse Diego”. 21/08/2005.

¹¹⁶ Diario Clarín, sección deportes. “El dueño del escenario”. 27/10/2005.

alejado de lo que verdaderamente importa, enfermo). Además, la narración pasa por momentos a utilizar un nosotros inclusivo, en el que la instancia enunciativa pone de manifiesto sus emociones respecto a la salud del ex futbolista. Se reconoce a sí mismo dentro de un colectivo, *“los argentinos”*, caracterizado por el interés conjunto de la salud -y la vida- de Maradona. Esta postura frente a los hechos que se narran, puede interpretarse como una pretensión de generar empatía con el enunciatario. No pretende anclarse en la objetividad, sino en un discurso donde prima el componente emotivo: *“Porque el muchacho que nos llenó de alegrías fue el hombre que después nos sumió en la tristeza y la preocupación. Por eso nos importa que se recupere”*.

El pasado al que remite la instancia enunciativa no daba, según su óptica, lugar para un futuro alentador: *“Por lo que le pasaba y por lo que le podía llegar a pasar”*, pero termina dando a entender que ese destino que parecía inexorable, ya no lo es, porque hoy no estamos en presencia del *“Maradona que perdía con el propio Maradona”*, sino que el actual es *“otro Diego”*.

Por su parte, *Infobae* también reconoce la existencia de un Maradona del pasado, y de uno actual renovado. Coincide con *Clarín*, al caracterizar al “anterior” por sus excesos (drogas, comida, noche), por su “soledad y tristeza”, por estar alejado de su familia (separación de su mujer y sus hijas) y por poner permanentemente su vida en riesgo.

La gloria tuvo también la “contracara”: la debacle de la droga, la detención en Buenos Aires y la exclusión del Mundial de Estados Unidos 1994.

Después su salud fue preocupación nacional: un ataque al corazón lo tuvo al borde de la muerte, en enero de 2000 en Punta del Este, para luego instalarse en Cuba y someterse a un tratamiento para dejar la droga.

El inicio de 2005 mostró a un Maradona con 121 kilos, pero en Cartagena de Indias en Colombia se sometió a un “by pass” gástrico y redujo su peso en 50 kilos, para empezar una nueva etapa.

El festejo de su cumpleaños número 45 será totalmente diferente a los últimos cinco que le precedieron: los 40 los festejó en Buenos Aires con 500 invitados y recuperándose de su ataque cardíaco.

Cuando cumplió 41 se sentía “solo y triste” en Cuba por no tener a sus hijas Dalma y Giannina a su lado. Los 42 también los pasó en la isla, y los 43 lo encontró en China, cumpliendo con compromisos comerciales.

Hace un año su vida estaba aún en riesgo, y lo pasó junto a sus padres y sus hijas en la clínica cubana donde estaba internado.¹¹⁷

Pero para *Infobae* no sólo su delicada salud y sus excesos caracterizaban al “viejo Maradona”, sino también formaban parte de su pasado los problemas con la Justicia:

*En el caso de Maradona, el 23 de julio de ese mencionado primer año (1991) se le dictó en la Argentina la prisión preventiva por tenencia comunitaria de drogas; el 18 de septiembre de ese año, en Nápoles, lo condenaron a 14 meses de prisión por posesión de cocaína, algo que luego quedó sin efecto.*¹¹⁸

El enunciador de *Infobae* relata los sucesos conflictivos de la vida del jugador desde una posición de mayor distancia que el enunciador de *Clarín*. No narra desde un “nosotros inclusivo”, sino que apela al uso de la tercera persona para darle al relato un tinte de objetividad, y si bien reconoce que su salud es una “preocupación nacional”, no apela a un sujeto colectivo (“los argentinos”) como sucede en el caso de *Clarín*. Tampoco recurre a la reproducción de la palabra de Maradona para darle verosimilitud al relato, abunda, en cambio, en la utilización de cifras a fin de brindar datos precisos en lo que se refiere a fechas y plazos.

A su vez, el relato no se centra únicamente en sus problemas de salud, sino que se complementa con las consecuencias legales que le trajo aparejada su adicción a las drogas. *Infobae*, al igual que la otra publicación, reconoce estar en presencia de un Maradona distinto, lo cual se pone de manifiesto al mencionarse el *by pass* gástrico que da inicio a lo que se denomina “una nueva etapa”.

En líneas generales puede decirse que, en el orden de la enunciación, *Infobae* reconstruye el pasado del exjugador desde una posición de mayor distancia que la de *Clarín*, por lo que parece primar la intención de conformar un relato más racional que emotivo.

¹¹⁷ Diario *Infobae*, sección espectáculos. “Los 45 años del Diez”. 31/10/2005.

¹¹⁸ Diario *Infobae*, sección deportes. “Las increíbles coincidencias entre Maradona y el “Bambino” Veira”. 18/11/2005.

¿La resurrección de Dios?

Como observamos en el apartado anterior, en *Clarín* se reconoce a “*otro Diego*”. Con dicha expresión el diario contrapone un Maradona anterior al actual, pero, cabe destacar, que su presente es representado como “una vuelta”, un retorno, tal como se manifiesta en reiteradas oportunidades, las citadas, entre ellas:

Ya lo vimos en cualquier frente, de todos los perfiles posibles. Y la tele, amiga y enemiga, estuvo ahí. Siguiendo a cada paso su vida, su obra, su destrucción, su vuelta.¹¹⁹

(...) ***volver a ser el dueño de su presente y, más importante aún, de su futuro.***¹²⁰

(...) ***un retorno “10”.***¹²¹

Esta idea de “vuelta” se instala con gran fuerza en *Clarín* al punto de aparecer como un recurso discursivo insistente toda vez que se hace referencia al momento de hablar del presente de Maradona. Mientras en *Infobae* se habla de una “*nueva etapa*”, para *Clarín*, la “vuelta” implica mucho más que una recuperación o una mejoría de salud. Su regreso también conlleva “cambio”, ya que quien “volvió” no es el mismo. En el plano discursivo este cambio se refuerza apelando a las opiniones de terceros que coinciden en destacarlo:

“Estoy feliz de este cambio que ha hecho en su vida”.¹²² [Raffaella Carrá]

Y el resurgimiento de Diego le dio un gran espaldarazo a mi personaje: Eber está atado a Maradona, aunque sea como contracara. Quiero agradecerle a Diego: soy uno más de los que viven a la luz de sus logros”.¹²³ [Luis Rubio]

¹¹⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “De taquito como conductor, Maradona hace magia también en la TV”. 16/08/2005.

¹²⁰ Diario Clarín, suplemento zona. “Junto con el Diego”. 21/08/2005.

¹²¹ Diario Clarín, sección espectáculos. “El cielo & el infierno”. 21/08/2005.

¹²² Diario Clarín, sección espectáculos. “Siento una gran admiración por Diego”. 26/10/2005.

¹²³ Diario Clarín, sección espectáculos. “Diego y el Eber dos potencias van a saludarse”. 11/09/2005.

Ahora bien, en las citas que siguen podemos observar que *Clarín* va más allá en esta idea de retorno. Apelando a ese pasado en el que Maradona “coqueteaba” con la muerte, se instala la metáfora de su vuelta como “una resurrección”:

*Cuando ya no tenía a su amada número cinco pegada al empeine izquierdo, **le metió un par de caños a la muerte**, que lo tenía casi cercado. **Y fue el salvador de sí mismo**. Como lo fue también cuando se alejó de las drogas y del sobrepeso, y volvió a sus afectos.*¹²⁴

*Tras pasar por el cielo y el infierno, cuarenta y cinco años después, **Maradona vive su renacimiento**.*¹²⁵

*Jugar al fútbol-tenis con Messi, Tevez o Bochini **son algunos de los lujos que viene dándose en su resurrección**.*¹²⁶

*Al final, **Diego entra, flaco y radiante**, en *La noche del Diez: la resurrección ha ocurrido otra vez*; la historia continúa.*¹²⁷

La metáfora de la resurrección da pie para hablar de un Maradona capaz de realizar “milagros”, lo cual lo coloca en un lugar cuasi “teológico”. La temática religiosa toma fuerza en el discurso al emplearse términos como “milagro” y “divinidad”, que conforman una cadena significativa que concluye en la afirmación metafórica “*Maradona es Dios*”.

*Ahora la historia es distinta. El dueño del escenario es el **Diego de los milagros**. El de la nueva figura y de los renovados proyectos.*¹²⁸

*(...) **de tanta divinidad que le achacan**, efectivamente se desdobló y apareció por duplicado.*¹²⁹

El otorgamiento de rasgos religiosos a Maradona no es solamente propiedad del diario, sino que éste retoma una figura retórica que el programa *La noche del 10* instala desde las

¹²⁴ Diario Clarín, sección deportes. “El salvador de siempre”. 30/10/2005.

¹²⁵ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹²⁶ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹²⁷ Diario Clarín, sección espectáculos. “Amores que pueden matar”. 02/11/2005.

¹²⁸ Diario Clarín, sección deportes. “Operación Diego Maradona a la Selección”. 27/10/2005.

¹²⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “¡Era un chiste! Guillermo Cópola la pasó mal en la cárcel, pero tampoco tanto”. 27/10/2005.

promociones previas al debut. En ellas se puede observar un discurso que reconstruye la vida de Maradona en forma metafórica asemejándola a la vida de Jesucristo y en un determinado momento también a la de Dios Padre. Un claro ejemplo de este tipo de relato es la promoción que transcribimos a continuación:

A los 30 días del mes de octubre del año menos 1960 un elegido llegó a la tierra. No hubo Reyes Magos ni camellos, porque el pibe nació en un lugar donde nadie te regalaba nada. Dicen que era igual a todos, sin embargo hacía cosas que parecían pequeños milagros. El séptimo día no descansó, porque era domingo.

Nos enseñó como nadie que cuánto más te pegan, más hay que poner la otra mejilla. Transformaba las guerras en guerras santas. Le devolvía a la gente algo mucho más importante que la vista, le devolvía el orgullo. Y no había Rey que pudiera con su magia. Dicen que le cortaron las piernas y siguió caminando. Dicen que murió y resucitó una, dos, tres mil veces. Hoy sus fieles se multiplicaron por todo el mundo, pero quién nos quita ese gustito de ser los primeros en creer en él, “mi primer sueño es jugar en el Mundial”.

Dios llegó a la tele. Desde este lunes a las 22, La noche del 10, el primer programa de la televisión mundial conducido por el más grande. Porque no hay nada más lindo que verlo bien al Diego. Porque no hay nada como verlo por canal 13.¹³⁰

El diario reproduce en varias notas fragmentos del programa donde se alude a esta metáfora.

*...el locutor anunciaba que iba a estar “el rey en la noche de Dios”.*¹³¹

“Esta noche, para toda la Argentina, a solas, frente a frente, Dios y el Diez”, así fue la presentación, que estuvo a cargo del gran Victor Hugo, quien le supo imprimir con su incomparable tono de voz, la entonación justa.¹³²

“Si uno se porta bien aparece la luz, y en esa luz estabas tú, Diego.”¹³³ [Rubén Romano, DT argentino del club de fútbol Cruz Azul, que había sido secuestrado en México]

¹³⁰ Transcripción textual de la promoción televisiva emitida en los días previos al lanzamiento del programa.

¹³¹ Diario Clarín, sección sociedad. “Espionando los camarines”. 16/08/2005.

¹³² Diario Clarín, sección espectáculos. “Diego frente a Diego Espejito, espejito, cuéntame todas tus dudas, miedos, amores y pasiones”. 18/10/2005.

¹³³ Diario Clarín, sección deportes. “Libreta de fútbol”. 28/09/2005.

La instancia enunciativa de *Clarín* se apropia de la metáfora instalada por el programa televisivo, para reforzarla y ampliarla; generándose así una unidad discursiva con el programa, por lo que se dirigiría a un enunciatario afín al del show televisivo, y con el cual compartiría saberes:

*El mundo entero se sorprende con su recuperación, a tal punto que **muchos creen que** -en serio- **es Dios...***¹³⁴

Pero Pelé sólo es O Rei, no Dios, y ni él ni nadie puede comprobar semejante temeridad.¹³⁵

En *Infobae* notamos que este proceso argumentativo no se encuentra, ya que Maradona ni es definido en términos teológicos ni se alude a él apelando a un cierto “misticismo”. Este medio reconoce un cambio de actitud en Maradona pero describe su presente, como ya apuntamos, de una forma más neutral. Este mecanismo discursivo lo pone en juego a través de darle cabida a diferentes voces que son las “encargadas” de manifestar su nuevo estado. No obstante, en algunos casos es el propio plano enunciativo de *Infobae* el que mediante el uso de adjetivos (*reluciente, envidiable, importante, admirado, relajado*) construye el perfil del Maradona “actual”.

Ahora la historia es completamente diferente. Maradona se muestra reluciente, con una silueta envidiable. Toma decisiones importantes en Boca Juniors y es nombrado para integrar el cuerpo técnico de la selección argentina, de cara al Mundial de Alemania 2006 (...)¹³⁶

*(...) sopló las velitas lejos de la turbulencia y el desenfreno. Vive días de gloria, **es admirado por su recuperación**, y tiene varias propuestas de trabajo.*¹³⁷

¹³⁴ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹³⁵ Diario Clarín, sección deportes. “Voce amigo, eu amigo”. 01/11/2005.

¹³⁶ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los 45 años del Diez”. 31/10/2005.

¹³⁷ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los 45 años del Diez”. 31/10/2005.

*Decenas de niñas vestidas de angelitos **recibieron a un relajado Diego Maradona**, con la barba de dos días, en el centro del estudio los esperaba el otro Diego con los brazos abiertos.*¹³⁸ [Entrevista de Maradona a Maradona. Programa nº 10]

En las citas seleccionadas vemos también el modo en cómo el enunciador se apoya en la referencia del pasado para reforzar, por contraposición, el presente de Maradona (*Ahora la historia es completamente diferente, lejos de la turbulencia y el desenfreno*). En otros casos se recurre a las voces de terceros como, por ejemplo, Mauricio Macri, por aquel entonces presidente de Boca Juniors, y Joseph Blatter, presidente de la FIFA:

*“No tengo dudas de que **Diego en esta nueva etapa está con una actitud muy constructiva, fantástica**, y me parece que a todos los hinchas de Boca nos gustaría que algún día en el futuro se haga responsable de conducir al club”.*¹³⁹ [Mauricio Macri]

*El presidente de la FIFA, señaló que **después de ver en televisión “al nuevo Maradona” decidió invitarlo para el sorteo de las series de la Copa del Mundo de Alemania 2006**, que se realizará el próximo 9 de diciembre en la ciudad alemana de Leipzig.*¹⁴⁰

Finalmente es el propio Maradona quien reconoce un cambio de actitud en sus reacciones frente a situaciones conflictivas. La siguiente declaración realizada por él se dio en el marco de una participación en un programa de la televisión chilena, en donde un humorista hizo una broma en alusión al consumo de cocaína.

*“Vos fijate que el chiste que hizo el chico con esto de la coca (...) **en otro momento lo hubiese peleado** (sic) en cámara y ahora para mí pasó. Realmente”, le dijo Maradona a Lucho Jara. (...). Diego se quedó hasta el final de la entrevista, y **volvió a demostrar que se ha convertido en otra persona desde su recuperación.***¹⁴¹

En la declaración la distinción entre pasado y presente se construye cuando el exfutbolista sostiene que *“ahora para mí pasó”*, que contrasta con *“en otro momento lo hubiese peleado”*.

¹³⁸ Diario Infobae, sección espectáculos. “Maradona vs Maradona”. 19/10/2005.

¹³⁹ Diario Infobae, sección deportes. “Macri volvió a hablar de Maradona como técnico de Boca”. 20/08/2005.

¹⁴⁰ Diario Infobae, sección deportes. “Blatter está a la espera de una respuesta de Maradona”. 05/10/2005.

¹⁴¹ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona tuvo que soportar una broma de mal gusto en Chile”. 27/08/2005.

Esta construcción discursiva pretende generar el efecto de sentido de que se reconozca un Diego Maradona distinto, recuperado, lejos de los problemas de otros momentos de su vida.

Podemos concluir, a partir de todo lo señalado en este párrafo, que apelando a diferentes mecanismos discursivos, y con mayor o menor énfasis, ambos diarios postulan la idea de un cambio que discursivamente dependería de la configuración de un significante Maradona que, como a continuación daremos cuenta, se nutriría de aspectos vinculados a su vida (pública y privada).

La construcción discursiva del “nuevo Maradona”.

La representación del cuerpo y la mente.

La aparición de Maradona ante las cámaras de Canal 13 trae aparejada la presentación al público argentino de un cuerpo completamente renovado y rejuvenecido. El contraste es llamativo en comparación a su última entrevista televisiva, tan solo seis meses atrás, donde ostentaba 50 kilos más que los que luce como presentador en *La noche del 10*. La diferencia es notoria y a la vez sorpresiva, ya que su recuperación física y la disminución de su peso se produjeron en escaso tiempo, y con la representación de un Maradona obeso aún presente en el imaginario social.

Su sensible reducción de peso le devolvió una figura esbelta y la fisonomía de sus mejores épocas como jugador de fútbol profesional. El *look* y la vestimenta elegante, pero a la vez descontracturado, natural y “canchero” rememoran sus años de máximo esplendor.

Clarín se hace eco de esta renovación física, desde el plano icónico publicando gran cantidad de fotos a las que tiene acceso exclusivo, y desde el discurso lingüístico, utilizando múltiples adjetivos que ilustran el cambio.

*“Todos quieren ser Maradona” (...) Lo novedoso es que ese sueño hoy asoma en escenarios que nada tienen que ver con sus habilidades futbolísticas y con las bondades de la fama. Y más novedoso aún es que esa sana e histórica envidia está corriendo hoy por carriles tan inéditos para Maradona como son **la estética y la salud: hoy todos quieren imitar a Diego en su batalla triunfal contra la obesidad y sus secuelas.***¹⁴²

*“**La intervención de Diego fue un boom,** disparó consultas de todo el mundo. ¡Fue como operar al Papa! Recibimos llamados y pacientes de todos lados y las consultas se triplicaron en los últimos meses”, reveló a este diario Francisco Holguín, director de la clínica colombiana Medihelp Services, donde operaron a Maradona el 3 de marzo pasado. (...) “**Fueron tan buenos los resultados y se lo ve tan saludable que la gente ha tomado conciencia de los estragos que provoca la obesidad.** (...) cuenta Holguín, todavía sorprendido por el “efecto Maradona”.*¹⁴³

***Este Diego flaco, claro, positivo, más humano,** con las mismas contradicciones de antes, **pero sin la verborragia y la prepotencia de tiempo atrás,** lo aleja -por suerte- de aquella versión maradoniana a la que se le pedía -y se le hacía creer- que se podía ser Dios adentro y afuera de la cancha. Adentro seguro que lo era; afuera, jamás.*¹⁴⁴

En las dos primeras citas se hace alusión directa a su “triunfo” en la lucha contra la obesidad. En la que inicia el conjunto se lo representa como un ser que despierta envidia y, a su vez, quiere ser imitado. Lo novedoso radica en que esto no surge por sus cualidades como futbolista (como ocurría en el pasado), sino que ahora se produce por su dedicación y esfuerzo para vencer una enfermedad masiva como lo es la obesidad. En el plano de la estética y la salud, Maradona nunca antes fue un modelo a seguir, sin embargo, este “nuevo Maradona” aparece como un ejemplo a imitar.

En la segunda cita se presenta un fragmento de la entrevista que *Clarín* le realizó al director de la clínica colombiana donde el exjugador se sometió a la operación que lo ayudó a bajar de peso. Las palabras del médico refuerzan la idea de presentar a Maradona como modelo social pero, por sobre todo, dan cuenta de la trascendencia y notoriedad mundial que conllevan todos los episodios de su vida. El mismo médico compara su popularidad y repercusión con la que

¹⁴² Diario Clarín, sección sociedad. “Batalla a la obesidad. Crecen las operaciones de by-pass gástrico”. 08/10/2005.

¹⁴³ Diario Clarín, sección sociedad. “Batalla a la obesidad. Crecen las operaciones de by-pass gástrico”. 08/10/2005.

¹⁴⁴ Diario Clarín, sección espectáculos. “¡La noche del equilibrista! Diego Maradona festejó su cumpleaños en el programa de Majul”. 31/10/2005.

hubiera suscitado el Papa en circunstancias similares. El enunciador llama a esto el “efecto Maradona”.

La última cita va más allá en sus postulados, ya que a los argumentos estéticos anteriormente expuestos, se le suman adjetivos que apuntan a cuestiones psíquicas y anímicas (*“Este Diego (...) claro, positivo, más humano”*), como si ambos aspectos estuvieran directamente ligados. Desde la instancia enunciativa parecería plantearse que la mencionada transformación no solo es superficial, sino que posee raíces más profundas que se concretan en una mente más lúcida, mejorada. Asimismo, observamos que se le reconocen ciertos rasgos de personalidad que lo distinguieron siempre (*“las mismas contradicciones de antes”*), pero con la salvedad de que ahora se presentan librados de aquellos atributos negativos (*“sin la verborragia y la prepotencia de tiempo atrás”*) que le impedían ser considerado un “Dios” fuera de las canchas de fútbol. Aquello que antes se le achacaba como un defecto de su temperamento, continúa en la actualidad, pero resignificado positivamente, como características de un ser frontal, directo y transparente:

*El diez, como es su costumbre, **no anduvo con vueltas y se despachó contra todo y contra todos.** Y dejó flotando la amenaza de largar su cargo si se mantiene la hostilidad hacia Basile. ¿Y entonces?*¹⁴⁵

Según el diario, esta transformación en el plano psíquico, lo convirtió en un ser positivo, con un ánimo y espíritu diferente, que contagia e irradia simpatía. Aquel Maradona confrontador, desbordado y polémico ahora parecería ser una persona que goza de un sano equilibrio entre cuerpo y mente:

*Gracias es una de las palabras que más repite en este tiempo en el que **la recuperación y la lucidez están de su lado.** Le da las gracias a su ex mujer, que le acomoda el pelo para una foto.*¹⁴⁶

¹⁴⁵ Diario Clarín, sección deportes. “El ídolo jugó su apellido”. 14/09/2005.

¹⁴⁶ Diario Clarín, sección espectáculos. “No vivo todo el tiempo con una pelota en la cabeza”. 24/08/2005.

*Verlo bien. Ese es el espectáculo. Verlo contento, saludable, de vuelta ágil, desparramando simpatía y buen humor. (...) Pero el verdadero show el lunes pasado fue contemplar a Diego Maradona al fin entero.*¹⁴⁷

*Allí llegó lo mejor: un Diego híper sonriente, acompañado por su profesora, Angela Panico.*¹⁴⁸

*Hay una saludable sensación de equilibrio que podría resumirse en la actitud que asumió Maradona en su breve estadía aquí. (...) apenas Boca certificó la consagración, se situó en un absoluto segundo plano.*¹⁴⁹

La personalidad equilibrada que presenta ante los medios de comunicación parecería actuar de disparador de nuevas posibilidades laborales, que trascienden su labor como conductor. Lo que trasmite desde la pantalla todos los lunes, prontamente comienza a cobrar repercusión, y su nombre empieza a sonar con fuerza para ocupar un lugar de relevancia dentro del cuerpo técnico de la Selección Argentina de fútbol. Aquello que un tiempo atrás parecía imposible, el diario *Clarín* ahora lo percibe cercano y real, y se plantea discursivamente cuál sería el rol que podría adoptar.

*Volver a la Selección fue siempre su sueño inalcanzable. Y ahora que no es un ser indomable, parece que le llega su oportunidad.*¹⁵⁰

*¿Cuál será el lugar de Diego? Si viene para ser el pararrayos de la Selección en tiempos de turbulencia; una coraza para las críticas, una motivación para los jugadores, un salto de calidad por carisma y experiencia, un apoyo, una voz que se haga escuchar en el corazón del grupo antes que en los medios, un mediador, un consejero. Si todo eso, o parte, se cumple, el aporte de Diego a la Selección tendrá un incuestionable certificado de garantía.*¹⁵¹

En la última cita, se le otorgan atributos de “mediador”, “consejero”, “motivador” y se lo destaca por su capacidad de recibir las críticas en tiempos turbulentos y amenguar su impacto sobre los componentes del equipo nacional, a la vez que se resalta su posible aporte por “carisma” y

¹⁴⁷ Diario Clarín, sección sociedad. “La verdadera importancia de llamarse Diego”. 21/08/2005.

¹⁴⁸ Diario Clarín, sección espectáculos. “El Diez baila para la RAI”. 20/09/2005.

¹⁴⁹ Diario Clarín, sección deportes. “Intimididad de un festejo apagado”. 02/09/2005.

¹⁵⁰ Diario Clarín, sección deportes. “El dueño del escenario”. 27/10/2005.

¹⁵¹ Diario Clarín, sección deportes. “El dueño del escenario”. 27/10/2005.

“experiencia”. En síntesis, pareciera ser que algunas de las características de su personalidad que antes suscitaban conflictos y enfrentamientos, ahora se connotan positivamente y lo convierten en una figura de cohesión. De esta forma lo expresa, el por ese entonces todavía jugador de fútbol, Diego Simeone, quien en concordancia con lo que postula el diario afirma:

“A todos los que están en la Selección les vendrá muy bien tenerlo cerca a Diego. Es una imagen positiva, de fuerza interior. Su sola presencia tiene un imán diferente. Todo lo que genera Maradona es optimismo y alegría. Impone respeto y admiración con solo estar”.¹⁵² [Diego Simeone]

Ahora bien, en *Infobae*, la imagen renovada de Maradona también es motivo de diversas observaciones que aluden al “rejuvenecimiento” generado gracias a su operación. Aquí también se apela a la contraposición con el pasado para realzar aspectos positivos:

Con 50 kilos menos y una figura que rememora a sus mejores tiempos.¹⁵³

Para referirse a este tema, una vez más, *Infobae* recurre a las opiniones vertidas por terceros. En este caso, se reproducen las apreciaciones de dos exjugadores (Hugo Gatti y José Sanfilippo) y del doctor Alfredo Cahe, médico de cabecera de Diego Maradona:

“lo mejor es que a Diego se lo vio delgadito, con una cara muy transparente y realmente feliz, como cuando debutó con 17 años con la Selección argentina”.¹⁵⁴ [Hugo Gatti]

“Lo que pasa es que en estos días el país vive un clima de “maradonitis” que es bueno, pero para él. Porque a Diego todo esto le vino bien: salió de la droga, se reencontró con sus afectos familiares, vive de día y retomó la vida sana, bajando más de 50 kilos”, apuntó.¹⁵⁵ [José Sanfilippo]

¹⁵² Diario Clarín, sección deportes. “Qué se dijo”. 28/10/2005.

¹⁵³ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los 45 años del Diez”. 31/10/2005.

¹⁵⁴ Diario Infobae, sección deportes. “Gatti disparó contra Maradona”. 18/08/2005.

¹⁵⁵ Diario Infobae, sección deportes. “Sanfilippo criticó duramente a Maradona y a Pekerman”. 10/11/2005.

*Por su parte, Alfredo Cahe aseguró hace unas semanas que el ex capitán de la selección argentina de fútbol **está bien de salud** pero que su recuperación de la adicción a las drogas “es una lucha para toda la vida”.*¹⁵⁶

La primera diferencia que surge respecto a *Clarín*, es que el tono de los comentarios parece ser menos enfático, ya que no abundan los adjetivos para referirse a su figura. En línea con esto, si bien se rescatan las evidentes mejoras de su estado de salud, también está presente la sensación de que su actualidad no es necesariamente definitiva (*la adicción a las drogas “es una lucha para toda la vida”*), y que la misma podría alterarse si retoma algunos hábitos de su pasado.

Otro rasgo que distingue a *Infobae* en la caracterización de Maradona es que la metamorfosis física no parece trasladarse al aspecto psíquico. A excepción de un comentario realizado por Julio Grondona, presidente de la AFA, que el diario reproduce (*“Diego tiene una capacidad de razonamiento mucho mejor que la que tenía en sus mejores tiempos y una memoria infernal”*¹⁵⁷), no se suscitan en el discurso descripciones que den cuenta de modificaciones en el plano cognitivo. Si en *Clarín* este “nuevo Maradona” aparece como una figura de cohesión, una suerte de “moderador” que se aprecia por su “equilibrio”, esto no se reconoce en *Infobae*. Por el contrario, este diario pone especial foco en destacar rasgos en Maradona que lo erigen como un posible generador de discordias y conflictos. Así, aquello que en *Clarín* aparece como algo propio del pasado, en *Infobae* se postula como algo todavía vigente.

*Aún no está finalizada la película que se realiza en nuestro país sobre la vida de Diego Maradona pero **ya comenzaron los conflictos**.*

*Ocurre que **el astro del fútbol**, que en un principio había cedido los derechos para su realización, **hizo algunos comentarios que molestaron a los actores del film**.*¹⁵⁸

***La confesión pública de Diego Maradona** acerca de haber convertido el primer gol a Inglaterra en la victoria 2-1 del Mundial de México 86 fue con la mano, **provocó hoy polémica** en Gran Bretaña y en toda Europa.*¹⁵⁹

¹⁵⁶ Diario Infobae, sección deportes. “La operación que le devolvió la vida a Diego Maradona”. 17/08/2005.

¹⁵⁷ Diario Infobae, sección deportes. “Grondona ya ve a Maradona como técnico del Seleccionado”. 05/11/2005.

¹⁵⁸ Diario Infobae, sección espectáculos. “Actor critica a Maradona”. 10/11/2005.

¹⁵⁹ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona confesó y en Europa ya se armó la polémica”. 23/08/2005.

Maradona enciende la polémica en torno al arco nacional. (...) El astro advirtió que no hay ni un Fillol, un Pumpido o un “atajapenales” como Goycochea. “Habrá que conformarse con Abbondanzieri”, se resigna.¹⁶⁰

El siempre controvertido José Francisco Sanfilippo discutió **el inminente ingreso de Diego Maradona al cuerpo técnico** que conduce José Pekerman y anticipó que “su incorporación **va a complicar mucho más la situación**”.¹⁶¹

Maradona sabía que su desembarco en el cuerpo técnico generaba polémica. Sobre todo porque su figura es demasiado fuerte y excede cualquier proyecto.¹⁶²

En las citas anteriores podría destacarse que hechos de muy diversa índole relacionados a Maradona, como la opinión sobre una película que reconstruye su vida, sus declaraciones en torno a quién debe ser el arquero de la Selección Argentina, o su confesión sobre el gol realizado con la mano a la Selección de Inglaterra en el campeonato mundial de México en 1986, tienen en común el colocarlo en el rol de generador de un debate. Surgen términos como “conflicto”, “polémica”, “complicación”, “pelea” que nutren al significante “Maradona” dotándolo de un significado muy diferente al de *Clarín*. Para lograr este efecto en el plano de la enunciación, una de las estrategias discursivas de *Infobae* es recurrir a voces que generan disenso, aquellas que no tendrían espacio en *Clarín*. Por ejemplo, se refuerza la idea de que la “confesión” sobre el gol realizado con la mano, generó revuelo y una polémica en Europa, reproduciendo los dichos de un periodista argentino de la BBC (Cristian Martin), en representación del sentimiento inglés:

“Maradona es un tipo que acá nunca fue querido. En Inglaterra, hacer trampa en cualquier cosa, está mal visto. Acá, hasta los propios compañeros critican si uno hace trampa en un partido de fútbol”, explicó Martin en Radio 10.¹⁶³

Mientras que en el programa *La noche del 10*, como en las notas de *Clarín*, la jugada realizada por Maradona se lee en código de “revancha” y buscando la complicidad del receptor, en *Infobae* se le da otro enfoque, ya que se la enmarca dentro de la visión de la sociedad inglesa.

¹⁶⁰ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona enciende la polémica en torno al arco nacional”. 24/08/2005.

¹⁶¹ Diario Infobae, sección deportes. “Sanfilippo criticó duramente a Maradona y a Pekerman”. 10/11/2005.

¹⁶² Diario Infobae, sección deportes. “Maradona le dijo no a la Selección”. 11/11/2005.

¹⁶³ Diario Infobae, sección deportes. “Aseguran que los dichos de Diego dieron ‘lástima y bronca’”. 24/08/2005.

Algo similar ocurre con la ausencia de Maradona en el partido homenaje por la despedida de la actividad futbolística del brasilero Julio César. Pese a haber confirmado su presencia, días después Maradona no asistió a dicho encuentro. *Infobae* da cuenta de este hecho (omitido por *Clarín*), y ya desde el titular de la nota coloca al exjugador argentino en una situación de confrontación (*Maradona versus Julio César*). Luego, en el cuerpo de la noticia, argumenta que la ausencia se debió al pedido de una importante suma de dinero que los organizadores del evento se negaron a pagar:

La única decepción para Julio César y los 35.000 espectadores fue la ausencia de Maradona, que había anunciado hace semanas que iba a estar junto a su “gran amigo Julio César”, pero que a último momento exigió el pago de 200.000 dólares para jugar, según explicaron los organizadores, que desistieron de su presencia.¹⁶⁴

Un dato a resaltar es que el medio no postula los argumentos de Maradona o de alguien de su entorno para explicar dicha ausencia. Por otro lado, el recurso de entrecomillar la frase “*gran amigo Julio César*”, puede entenderse como un recurso para citar textualmente los dichos de Maradona, pero en el contexto de la nota, generan el efecto enunciativo de estar frente a una contradicción (a un amigo no debería cobrarsele dinero).

En síntesis, podríamos concluir que ambos diarios tienen un punto de coincidencia al destacar la novedad respecto a la imagen de Maradona, que lo devuelve imaginariamente a sus épocas de juventud, por lucir esbelto y en forma. Sin embargo, en *Clarín* parecería que esa transformación física se traslada también al plano psíquico y emocional, generando la sensación de que nos encontramos ante una persona más lúcida e inteligente. Desde el diario se insinúa la idea de que entre cuerpo y mente se produce una armonía tal, que le otorga un equilibrio capaz de propagarse y ser interpretado por otros como un símbolo de unión y conciliación. Por su lado, *Infobae* reconoce las transformaciones relativas a su salud e imagen, pero estas no parecerían extenderse más allá del orden físico y estético. En cuanto a su personalidad, parecería no presentar cambios significativos en relación a su etapa previa a la de conductor televisivo. El medio se enfoca en encontrar indicios que lo llevan a sugerir que

¹⁶⁴ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona versus Julio César”. 14/11/2005.

continúa caracterizándose por poseer una personalidad controvertida, capaz de generar disensos en cada tema o situación en la que se ve involucrado.

La representación del entorno.

Otro elemento que consideramos importante para entender la construcción discursiva de un “nuevo Maradona” es la referencia constante que hacen ambos diarios al entorno que rodea al exjugador. En otros momentos de su vida, los problemas personales que sufrió fueron asociados a la influencia de compañías nocivas que lo llevaron a una vida nocturna, a dilapidar sus ganancias económicas, y a caer en el descontrol de las adicciones. Ese pasado que parece haber quedado atrás, contrasta con una actualidad conformada por un nuevo entorno donde el protagonismo ahora lo tienen sus padres, sus hermanos, sus hijas y su exmujer, Claudia Villafañe. Este círculo familiar aparenta ser uno de los principales factores responsables de mantenerlo contenido, querido y alejado de los excesos, permitiendo que Maradona se sienta una persona plena y feliz. En diversas declaraciones realizadas al diario *Clarín*, él mismo expresa la importancia de este cambio y de la influencia del entorno familiar que ahora lo acompaña con mayor cercanía y frecuencia.

“Estoy en la misma casa, la misma habitación (...), el mismo amor de mi vieja y de mi viejo. Yo me fui de acá sin droga y hoy estoy sin droga”, admite sobre su vuelta a la casita de la calle Cantilo, en Devoto, la que había dejado después del Mundial de España para irse al Barcelona.¹⁶⁵

“Es mi primer cumpleaños lúcido”, sintetizó esos cambios el astro. “Podés tener diez palos verdes, pero perderte una fiesta del colegio de Dalma o de Giannina es mucho más que el dinero. Hoy necesito levantarme cada día y ver a mis hijas”, concluyó.¹⁶⁶

“Hoy estoy bien porque mi droga son mis hijas”, dice y agrega que desde hace un año y medio “estoy limpio”, tal como se preguntó y se respondió en ese inédito reportaje a sí mismo que se hizo en TV.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

¹⁶⁶ Diario Clarín, sección espectáculos. “¡La noche del equilibrista! Diego Maradona festejó su cumpleaños en el programa de Majul”. 31/10/2005.

¹⁶⁷ Diario Clarín, sección deportes. “Diego, a los 45 la vida le da revancha”. 30/10/2005.

En estas citas puede observarse un juego discursivo entre los significantes *acercamiento*, *alejamiento*, *familia* y *drogas*, que argumentativamente permite generar la siguiente idea: el acercamiento a su familia significó un alejamiento de las drogas.

En concordancia con las declaraciones del propio Maradona, *Clarín* también reconoce la presencia del contexto familiar como un pilar fundamental para que el exfutbolista pueda llevar adelante *La noche del 10*. En una nota realizada tras la cobertura del último programa, pone de manifiesto el papel jugado por la familia a lo largo de todo el ciclo.

Maradona sabe (...) que un hombre sólo parado en la cancha no gana el partido. Que hay que saber rodearse para que la pelota vuelva redonda. (...) se la ingenió para tener a mano a sus afectos durante los 13 programas. Así, resolvió parar adelante a sus padres, la Tota y don Diego, que todos los lunes, junto al resto de la familia, ocuparon las dos primeras filas de la tribuna. Al costado puso a su amigo Sergio Goycochea, en el rol de coconductor y en la silenciosa actitud de la incondicionalidad. Y atrás, sus chicas. Por un lado, sus hijas, Dalma y Gianinna, que se repartían en tareas de producción, pero, fundamentalmente, en cuanto corrida fuera necesaria para ayudar al padre. Y completando ese triángulo, Claudia Villafañe, su ex mujer, una especie de referente permanente, permanentemente al pie del cañón para acompañar a Diego detrás de cámara.¹⁶⁸

En este parágrafo, apelando a la complicidad del enunciatario que conoce el lenguaje futbolístico (“*un hombre sólo parado en la cancha no gana el partido*”, “*hay que saber rodearse para que la pelota vuelva redonda*”), se construye una metáfora que pone en comparación al entorno del conductor con un equipo de fútbol, basándose en la premisa que indica que en el fútbol, como deporte de equipo, no basta con los arrestos individuales. La importancia que se le da al rol de estas compañías queda fortalecido, en el plano de la enunciación, por el empleo de significantes como “*incondicionalidad*”, “*ayudar*”, “*referente*” y “*acompañar*”.

La idea de un Maradona cercano a su familia también se realza en aquellas notas que cubren las diferentes actividades realizadas por el exjugador. En este sentido, tanto en la llegada al estudio antes del primer programa, en su participación en el programa de baile de la televisión

¹⁶⁸ Diario Clarín, sección espectáculos. “Me sentí tan cómodo como en el living de casa”. 09/11/2005.

italiana o en la subasta de las obras que se presentaron en *La noche del 10*, la mención de la compañía familiar es recurrente y contribuye a generar la idea de una relación afectiva muy estrecha.

*Cuatro horas antes del gran debut, **la camioneta de los Maradona** llegó a los estudios de Central Park (en Martínez), **con Diego, Claudia y Gianinna a bordo.***¹⁶⁹

*(...) provocó una ovación en todos los presentes, **incluyendo a Dalma, a Claudia y a su hermano Lalo, que alentaban desde la primera fila.***¹⁷⁰ [Maradona en el programa italiano de baile: Ballando con le Stelle (bailando con las estrellas)]

*El miércoles en el Malba, con Jorge Guinzburg como anfitrión, se realizó la subasta de las diez obras creadas por diez prestigiosos artistas en homenaje a Diego Maradona, que se presentaron en La noche del 10. (...) **Diego estuvo durante la subasta con sus hijas, Dalma y Gianinna, y su ex esposa, Claudia Villafañe.***¹⁷¹

*Las del fin de semana también parecieron ser la noche del 10, ya que Diego Maradona las aprovechó para divertirse en familia. (...) **El viernes, Maradona estuvo con su hija mayor, Dalma, en la inauguración del restaurante de una pareja de amigos íntimos, en el barrio de San Telmo. El sábado, fue con su hermano Lalo a la función de El champán las pone mimosas** -espectáculo de Gerardo Sofovich, con Silvina Luna y Nazarena Vélez-, y luego volvió al restaurante de sus amigos, hasta la madrugada de ayer.*¹⁷²

La referencia a las actividades realizadas durante el tiempo libre, dan cuenta, por un lado, del alejamiento de las fiestas y las noches en discotecas, reemplazadas por salidas familiares como lo son una cena, una subasta de caridad o una función teatral. Por otro lado, la constante mención de compañía de su círculo familiar más íntimo, genera el efecto de estar frente a un sujeto colectivo cerrado, compacto, el cual es denominado como “*Los Maradona*”, en el cual se incluye a Claudia Villafañe, pese a estar divorciada del otrora capitán del seleccionado argentino de fútbol.

¹⁶⁹ Diario Clarín, sección sociedad. “Toda la intimidad del ensayo”. 16/08/2005.

¹⁷⁰ Diario Clarín, sección espectáculos. “El Diez baila para la RAI”. 20/09/2005.

¹⁷¹ Diario Clarín, sección espectáculos. “Y el último round será con Mike Tyson”. 04/11/2005.

¹⁷² Diario Clarín, sección espectáculos. “Las otras noches del 10”. 22/08/2005.

Los columnistas de *Clarín* también manifiestan su alegría y apoyan este nuevo entorno de Maradona. Es el caso de Jorge Guinzburg, quien desde del suplemento *Zona* pone énfasis en plasmar la felicidad que le produce ser testigo de este cambio en su compañía, y que refuerza la idea planteada por el medio:

*Por eso estoy así, tan contento, eufórico. Porque lo quiero a Diego y me hace feliz verlo bien, pleno, sonriendo, conectado con sus afectos, cerca de toda su familia.*¹⁷³

En *Infobae*, al igual que en *Clarín*, también puede notarse que la construcción discursiva del “nuevo Maradona” tiene al entorno como uno de los principales aspectos a considerar. Es recurrente en las notas la mención a la constante compañía de su familia: padres, hermanos, hijas y exmujer. Las amistades y relaciones del pasado son reemplazadas por sus lazos de sangre más cercanos.

*Su familia siguió el debut desde el costado del inmenso estudio. La Tota y Don Diego no pararon de llorar al igual que Lalo, el hermano menor.*¹⁷⁴

*Maradona pasó un cumpleaños en familia, rodeado de sus afectos y para el gran festejo, él mismo se dedicará su programa de televisión.*¹⁷⁵

La familia de “El Diez” fue la más divertida. [En el cumpleaños de Maradona] *Giannina, Dalma y Claudia Villafañe no dejaron de bailar en el medio de la pista. Don Diego y Doña Tota, los padres del homenajeado, también estuvieron presentes en el mega evento.*¹⁷⁶

En estas citas puede observarse cómo el tratamiento que el medio le da al entorno familiar es más emocional y sentimental, rasgo que lo asemeja a *Clarín*. Sin embargo, no siempre la mención de los familiares se da de igual manera en *Infobae*. Es el caso de Claudia Villafañe, la cual es incluida por *Infobae* como parte del círculo familiar más íntimo, su presentación es

¹⁷³ Diario Clarín, suplemento zona. “Junto con el Diego”. 21/08/2005.

¹⁷⁴ Diario Infobae, sección espectáculos. “La gran noche de Diego Maradona”. 16/08/2005.

¹⁷⁵ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los 45 años del Diez”. 31/10/2005.

¹⁷⁶ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los invitados al cumple VIP de Maradona”. 03/11/2005.

diferente: mientras *Clarín* se hace eco de las muestras de amor que Maradona le dedica en el programa, en *Infobae* los intentos por reconquistarla tienen otra lectura, ya que aparecen banalizados y se los interpreta como una estrategia del show televisivo para cautivar a su audiencia. Así lo indica expresamente la nota “*Buscar rating con ex parejas*”, donde se analizan diferentes programas que, según el medio, utilizan cuestiones amorosas para buscar rating.

La otra novela se la puede ver todos los lunes en el programa “La noche del Diez”. Allí Maradona trata, por todos los medios, de volver a conquistar a su ex mujer Claudia Villafañe. Como será de reiterativo que todos los invitados le preguntan lo mismo: “¿Ya aflojó la Claudia?” y la respuesta de Diego es: “Tengo menos posibilidades que Tiro Federal”.¹⁷⁷

Al hablar de “novela” se genera la idea, en la instancia de la enunciación, de que se trata de una situación “guionada” o ficticia, carente de credibilidad y de espontaneidad (“*Como será de reiterativo...*”).

Hasta aquí hemos señalado entre ambos medios más similitudes que diferencias en el tratamiento discursivo que le dan al entono y en la importancia del núcleo familiar para entender el nuevo estilo de vida de Maradona. Sin embargo, hay una diferencia sustancial en lo que cada publicación considera como “familia”. Mientras que en *Clarín* el significante “familia” se limita a sus hijas, exmujer, padres, hermanos y sobrinos, *Infobae* va más allá, y también incluye al hijo italiano, Diego Maradona Jr., producto de la relación que Diego Armando Maradona tuvo con la italiana Cristiana Sinagra. *Infobae* destina una amplia cobertura a todos los dichos y conflictos suscitados con su hijo y la madre del mismo. Este tema prácticamente no es tratado por *Clarín*, que sólo realiza pequeñas y esporádicas menciones. En este sentido, podríamos entender que *Infobae* le adjudica al significante “familia” un significado distinto, ya que, además de interpretarse como armonía, contención y equilibrio, también posee una carga de conflicto y distanciamiento.

La introducción en los medios de la “familia italiana”, se suscita a raíz de las declaraciones realizadas por Maradona durante el segundo programa de *La noche del 10* donde manifestó

¹⁷⁷ Diario Infobae, sección espectáculos. “Buscar rating con ex parejas”. 30/09/2005.

que su sobrino Thiago es *“el hijo varón que nunca tuvo”*¹⁷⁸. Esta frase motivó la reacción de Diego Maradona Jr. que dio inicio a la polémica, de la que rápidamente *Clarín* e *Infobae* se hicieron eco, reproduciendo tanto las declaraciones de Diego Maradona, como las de su hijo y de Cristiana Sinagra. *Clarín* toma el tema con cierta distancia, apelando a las citas de los protagonistas para darle a la noticia un contexto de objetividad:

*Las aseveraciones de Maradona sobre que su sobrino Thiago, de 7 años, es el “hijo varón que nunca tuvo” repercutieron en Italia. Cristiana Sinagra, la madre de Diego Armando Jr., dijo que el astro “no es una persona sana; hasta hace dos meses estábamos en contacto y ahora dice que no tiene un hijo”.*¹⁷⁹

En el plano de la enunciación, sin embargo, se logra atenuar las palabras expresadas por Sinagra en relación a Maradona (*“no es una persona sana”*), ya que antes de citarla, se antepone un adjetivo positivo (*“el astro”*) para hacer referencia a él. De esta forma, podría entenderse que desde el discurso se busca un equilibrio que no atente contra la imagen pública de Maradona. Por otro lado, una vez publicada dicha nota, *Clarín* se abstuvo en el transcurso de la semana de dar a conocer nuevos acontecimientos vinculados a este conflicto.

Por su parte *Infobae*, desde los mismos titulares, apela a los adjetivos para darle un tono polémico a la cobertura del hecho, como se observa en el caso de la nota *“Las duras palabras”*¹⁸⁰ del hijo de Maradona:

*Diego Armando Maradona hijo calificó el miércoles de “loco” a su padre por haber negado su paternidad.*¹⁸¹

*“Pienso que se trata de una persona que no es sana de mente”, declaró Cristiana Sinagra.*¹⁸²

¹⁷⁸ “Sinagra fue consultada después de que Maradona, en la segunda emisión de *“La Noche del 10”*, destacó su amor por su sobrino Thiago, de 7 años, a quien citó como *“el hijo varón que nunca tuvo”*. Diario La Nación, sección Deportiva. “El enojo de Sinagra”. 23/08/2005.

¹⁷⁹ Diario Clarín, sección deportes. “Sobre un hijo varón”. 24/08/2005.

¹⁸⁰ La utilización de negrita nos pertenece.

¹⁸¹ Diario Infobae, sección deportes. “Las duras palabras del hijo de Maradona”. 25/08/2005.

¹⁸² Diario Infobae, sección deportes. “Las duras palabras del hijo de Maradona”. 25/08/2005.

En esta nota, el conductor aparece calificado como una persona “*que no es sana de mente*” y “*loco*”, significantes que se contraponen mucho a la caracterización del “nuevo Maradona” realizada por *Clarín*. El mismo día, *Infobae* también publicó las palabras expresadas por Maradona en la tercera emisión de *La noche del 10*, donde se exploya en relación al tema:

“Tuve una semana muy difícil. Sobre mi hijo italiano: aceptar no es reconocer. Quiero decir que estoy pagando con dinero mis equivocaciones pasadas. Un juez puede hacerme pagar con dinero pero no decidir sobre mi amor. Mi verdadero amor se llama Dalma y Gianina. (...) Hay algunos periodistas que no les gusta verme bien y lo lamento por ellos”.

*(...) Minutos más tarde, sus hijas lo sorprendieron con un video clip que emocionó de tal manera al astro que lo hizo llorar. (...) Maradona abrazó a sus hijas y recalcó “ustedes son las únicas”, en relación con las declaraciones que hizo sobre su hijo italiano. (...) **El Maradona contestatario volvió para los que lo extrañaban con ese estilo.***¹⁸³

La última oración tiene trascendencia a nivel enunciativo, ya que se deja entrever la opinión del medio: la existencia de un “*Maradona contestatario*” que “*volvió*”. Este pensamiento está en concordancia con lo expuesto anteriormente: *Infobae* interpreta que hay un nuevo estilo en la conducta de Maradona, pero que, sin embargo, aquellos rasgos más controvertidos, que lo caracterizaron en su pasado, no han sido erradicados sino que conviven en él. Es decir, Maradona sigue siendo un personaje ligado a los conflictos y a los enfrentamientos.

Para reforzar esta idea que el medio sostiene, se cubre el tema con suma minuciosidad, publicando cada declaración generada por alguno de los protagonistas, y dándole así mayor relevancia a los dichos de Diego Maradona Jr. y de Cristiana Sinagra. El eje de esta saga de noticias gira en torno al conflicto, y ya desde los titulares se busca poner énfasis en la controversia, ligando a Maradona (padre) con las posibles acciones legales que le iniciará su hijo, o reproduciendo las declaraciones más incisivas sobre su persona. A continuación reproducimos los títulos de las noticias publicadas por *Infobae* en relación al tema:

Las duras palabras del hijo de Maradona. (25/08/2005).

Cristiana Sinagra comparó a Maradona con Satanás. (31/08/2005).

¹⁸³ Diario *Infobae*, sección espectáculos. “Maradona habló sobre su hijo italiano”. 25/08/2005.

El hijo italiano de Maradona le hará juicio a su padre. (31/08/2005).

Maradona, duramente criticado. (10/09/2005).

El hijo de Maradona culpa al entorno de Dalma y Gianina. (11/09/2005).

Puede observarse en los titulares la carga enunciativa que llevan impresos, la cual se caracteriza por el empleo de adjetivos que realzan el efecto de sentido (*“duras”, “duramente”*). A su vez, la figura de Maradona aparece siempre ligada a significantes de corte negativo (*“Satanás”, “juicio”, “culpa”, “criticado”*). Esta estrategia discursiva se complementa con los cuerpos de las notas, donde principalmente se hace énfasis en aquellas afirmaciones que aluden críticamente a Maradona.

*“Iniciaré una acción legal por daños morales y falta de apoyo, de afecto y de sentimientos de **un hombre pequeño y sin corazón. Quizá la droga lo hizo un malvado**”, aseguró Diego Maradona Junior desde Italia luego de que ayer su padre haya afirmado “aceptar no significa reconocer”, en referencia a la paternidad del muchacho.*¹⁸⁴

*Diego junior, el hijo italiano de Diego Maradona, señaló: “**Mi padre es un hombre sin valores cristianos ni moral; él inició la guerra y yo, como buen revolucionario, la continuaré más fuerte que él**”.*¹⁸⁵

*“**No creo que mi padre sea una mala persona, pero creo que la droga lo ha hecho así, lo ha transformado**”, afirmó el joven en respuesta a las últimas declaraciones del ex astro del fútbol, en las que no lo reconoce como hijo (...) y anunció que le va a iniciar acciones judiciales por “daño moral”.*¹⁸⁶

*Cristiana Sinagra, la madre del hijo napolitano de Diego Maradona, volvió a expresar su enojo por las declaraciones del astro respecto a su hijo y muy furiosa disparó: “**Este hombre es el diablo, Satanás**”.*¹⁸⁷

Todas estas expresiones negativas de Maradona Jr. y de Sinagra que *Infobae* reproduce, generan un contraste muy significativo respecto a aquellas otras cuestiones que lo muestran ligado a un entorno que lo mantiene alejado de los conflictos.

¹⁸⁴ Diario Infobae, sección deportes. “El hijo italiano de Maradona le hará juicio a su padre”. 31/08/2005.

¹⁸⁵ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona, duramente criticado”. 10/09/2005.

¹⁸⁶ Diario Infobae, sección deportes. “El hijo de Maradona culpa al entorno de Dalma y Gianina”. 11/09/2005.

¹⁸⁷ Diario Infobae, sección deportes. “Cristiana Sinagra comparó a Maradona con Satanás”. 31/08/2005.

Por su parte, *Clarín* opta por limitarse a tratar el tema con mayor distancia, evitando reproducir todas las expresiones provenientes del entorno italiano que cuestionan y critican el proceder de Maradona. No obstante, se aborda este conflicto suscitado en *La noche del 10*, aunque de una manera mucho más sintética y directa, y se le pone fin una vez que el propio Diego Maradona realiza su descargo en la apertura del cuarto programa:

*“Les pido a los argentinos 2 ó 3 minutos de silencio para aclarar cosas que tengo el deber de aclarar por mis hijas. Aceptar no es reconocer. Tengo dos hijas con mi amor de toda la vida y estoy pagando con dinero equivocaciones pasadas, pero un juez no puede decidir mi amor. Mis amores se llaman Dalma y Giannina, nada más”. **Crudo, excesivo si se quiere,** Diego Maradona arrancó así su programa, **saliendo al cruce de la exposición mediática que, durante la semana, había tenido Diego Maradona Jr.,** el hijo italiano del “10”, próximo a cumplir los 19 años. Pocas horas después, el muchacho -también futbolista- se declaró dispuesto a iniciar acciones legales por daños morales y desatención contra su padre, a quien conoció personalmente en mayo de 2003. “Basta de maldades gratuitas. Con un hombre pequeño y sin corazón no se puede hablar de afecto y de sentimientos”, abundó Diego Jr.”¹⁸⁸*

La nota principalmente se enfoca en reproducir las explicaciones públicas realizadas por Maradona ante las cámaras de su show televisivo, a la vez que menciona la respuesta de Diego Jr. Entre ambas declaraciones se filtra la voz del enunciador, quien califica a Maradona de “*crudo, excesivo si se quiere*”, pero a la vez, se deja entrever que esa reacción es consecuencia de la “*exposición mediática que, durante la semana, había tenido Diego Maradona Jr.*”, lo cual genera el efecto enunciativo de que Maradona no quiso generar esta polémica, sino que se vio envuelto en la misma, y podría interpretarse, según el diario, que su “crudeza” tuvo como objetivo poner fin a la misma.

En síntesis, mientras que para *Clarín*, el vínculo con su nuevo entorno compuesto principalmente por su familia, es un importante factor para generar tranquilidad y armonía en el nuevo estilo de vida del conductor de *La noche del 10*; para *Infobae*, que también reconoce este cambio en las compañías, y que tampoco niega la influencia y la cercanía familiar,

¹⁸⁸ Diario Clarín, sección espectáculos. “Diego Jr. promete demandarlo”. 31/08/2005.

pareciera postular que las mismas no son suficientes para despegar a Maradona de los conflictos que lo caracterizaron en el pasado.

La representación del rol social.

Maradona y la participación en eventos públicos.

Otro aspecto que caracteriza al “nuevo Maradona”, y desde donde se construye discursivamente su identidad, es su actividad pública y su participación constante en diversos eventos sociales; lo que podríamos denominar “rol social”. En contraste con su etapa previa de reclusión casi absoluta en Cuba, su labor en televisión, además de darle un alto nivel de exposición, le devolvió a Diego un rol activo en la sociedad argentina, rol que había perdido en los últimos tiempos. Este hecho no escapa a los diarios analizados, los que reproducen las frecuentes apariciones públicas del excapitán del seleccionado argentino. El significativo cambio en su personalidad descrito en los apartados anteriores, lo posicionó nuevamente en un lugar de interés para los más diversos ámbitos, los que durante esta etapa pugnar por su presencia: el deporte, el espectáculo, la beneficencia, el mundo empresarial, y hasta la política, lo tuvieron desempeñando un papel de relevancia. A continuación, haremos una breve reseña de algunas de las apariciones de Maradona en diferentes eventos públicos, y la forma en que ambos medios las resignificaron.

Los eventos culturales no escaparon a la nutrida agenda “maradoniana”. Algunos ejemplos son los recitales de dos de las bandas de rock más populares del momento (*Los Piojos* y *Bersuit Vergarabat*), y una subasta benéfica realizada en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba). Así da cuenta de ellos el diario *Clarín*:

Si algo tiene de constante el recital piojoso, es la intención-homenaje. La primera, al menos, se presiente desde un comienzo, cuando las grandes pantallas a los costados del escenario enfocan a Diego Maradona, alegre y con camisita blanca, mientras la banda de Andrés Ciro toca Desde lejos no se ve. (...) Minutos después (clip de goles

maradonianos mediante), **el Diego será el dueño de la escena**, haciendo jueguitos con el cantante.¹⁸⁹ [Asistencia al festival musical Pepsi Music]

Y para no ser menos que Los Piojos, [Los Bersuit Vergarabat] **también contaron con la visita de Diego Maradona al que le dedicaron el tema “El Baile de la Gambeta”**.¹⁹⁰ [Asistencia al festival musical Pepsi Music]

El miércoles en el Malba, con Jorge Guinzburg como anfitrión, **se realizó la subasta de las diez obras creadas por diez prestigiosos artistas en homenaje a Diego Maradona**, que se presentaron en La noche del 10. En total se recaudaron 856 mil pesos, que serán donados a diez instituciones que ayudan a los niños en el país.¹⁹¹

Un patrón discursivo que se observa en las tres notas es la idea de “homenaje”. En línea con el programa *La noche del 10*, podría entenderse que también este tipo de eventos son ocasiones propicias para reivindicar socialmente a Diego Maradona. En este caso, dos temas de rock nacional, y diez obras realizadas por artistas plásticos inspiradas en él funcionan como una especie de tributo popular. Cada exposición pública es tomada por el diario para posicionarlo nuevamente en un lugar de plena vigencia en la sociedad argentina. Aparece representado no como una personalidad del pasado a quien se venera con el recuerdo, sino que es una figura vigente, admirada, reconocida y homenajeada en la actualidad. En cada evento al que concurre se lo muestra como el principal centro de atención para el público, que no puede resistirse a rendirle tributo:

Aunque resulte extraño, la cancha de River tuvo como invitado especial a Diego Maradona (...) -que ocupó un lugar en el palco y **fue ovacionado por los hinchas cuando advirtieron su presencia**- (...).¹⁹² [Presenciando un partido del seleccionado argentino de fútbol]

Alguien en la platea lo ubicó y a partir de ese momento **todas las miradas fueron para ese sector del estadio**. Y, aunque en la cancha ya había juego, **todos los aplausos fueron para Diego**. Sobre el final, **Valeria Mazza y sus hijos le fueron a dar un beso**. (...) Pese a la derrota se fue feliz: **Agustín Pichot le regaló su remera** y él se retiró del

¹⁸⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “Jueguitos, homenajes y rock and roll”. 09/10/2005.

¹⁹⁰ Diario Clarín, sección la ciudad. “Bersuit, en otra noche multitudinaria en Obras”. 09/10/2005.

¹⁹¹ Diario Clarín, sección espectáculos. “Exitosa subasta a beneficio”. 04/11/2005.

¹⁹² Diario Clarín, sección deportes. “Un Diego Monumental”. 10/10/2005.

*estadio con la 9 puesta.*¹⁹³ [Presenciando un partido de Los Pumas, el seleccionado argentino de rugby]

El mismo medio también reproduce otras de sus apariciones públicas: una de ellas alude a una visita realizada al nuevo estadio de Argentinos Juniors (que justamente lleva como nombre “Diego Armando Maradona”), el club que lo viera nacer como futbolista, y la otra, a la concurrida celebración de su cumpleaños número 45.

*La noche de Paternal fue testigo de **la visita de Diego Armando Maradona a su casa. Entre tantas cámaras y glamour que lo rodean últimamente**, el diez se tomó un tiempito y opinó para la TV exclusivamente de lo que más sabe: el fútbol.*¹⁹⁴ [Visita al estadio de Argentinos Juniors]

***Maradona sopló 45 velitas y el sábado a la noche empezaron los festejos (...). Hubo un desfile constante de famosos en Ribera Este:** Susana Giménez llegó acompañada de Jorge Rama y Adrián Suar se encontró con Araceli González, aunque cada uno llegó y se fue por su lado. También estuvieron Valeria Mazza con Alejandro Gravier, Emir Kusturica y el actor mexicano Benicio del Toro (que participa en el filme del director bosnio sobre el 10), y hasta el plantel de Boca.*¹⁹⁵

En la primera cita se hace referencia al permanente seguimiento de las cámaras (puede inducirse que son tanto cámaras de televisión como fotográficas), que tienen correlación con el interés que Maradona suscita en los medios y en la opinión pública. A su vez, se menciona también el “*glamour*” que “*últimamente*” rodea al exjugador. Esta característica también es propia del “nuevo Maradona” forjado desde su programa de televisión, donde se lo ve con una imagen sumamente *aggiornada*, cuidada, pulcra, y rodeado de importantes artistas y/o personalidades, en una gran puesta en escena. Sus anteriores apariciones públicas, caracterizadas por su obesidad y su adicción a las drogas, distaban mucho de poder calificarse como glamorosas. En línea con esta misma idea, la nota que narra los festejos de su cumpleaños, proporciona una extensa lista de personajes famosos del deporte y el espectáculo argentino, e incluso del plano internacional. En palabras del diario, fue “*un desfile constante de*

¹⁹³ Diario Clarín, sección deportes. “La tarde en la que Diego fue hincha Puma”. 06/11/2005.

¹⁹⁴ Diario Clarín, sección deportes. “El tour de Diego hizo escala en La Paternal”. 03/09/2005.

¹⁹⁵ Diario Clarín, sección espectáculos. “Nadie se quiso perder el cumpleaños de Diego”. 01/11/2005.

famosos” que quisieron formar parte del festejo, situación opuesta a los cumpleaños previos, los cuales se celebraron solo en compañía del entorno más íntimo y privado.

La cobertura que realiza *Infobae* sobre la actividad pública de Maradona, no es tan vasta como la de *Clarín*, pero aún así se pueden detectar varios ejemplos que ponen de manifiesto el rol social que desempeña. Uno de ellos es la nota que narra la asistencia a la subasta benéfica realizada en el MALBA.

Diez obras en homenaje al ex futbolista argentino Diego Maradona, realizadas por reconocidos artistas plásticos, fueron subastadas anoche en el Museo de Arte Latinoamericano (Malba) de Buenos Aires para ayudar a niños pobres.(...) El dinero recaudado por cada una de las obras, que contienen la firma de Maradona será destinado a diez instituciones de ayuda a chicos de bajos recursos.¹⁹⁶

Nuevamente se hace presente la idea del homenaje y el tributo que le brindan los artistas, con sus obras, al exjugador. Por otro lado, se resalta el fin de dicha subasta, la cual tiene un carácter benéfico. De esta forma el diario expresa la contribución que el exjugador de fútbol brinda a los sectores más carecientes de la sociedad, con los que él se identifica por su propio origen. Este hecho puede relacionarse directamente con otros similares suscitados en *La noche del 10*, en los que prima también el carácter benéfico.

La fiesta de cumpleaños también fue representada por *Infobae*. El relato del evento es muy similar al realizado por *Clarín*, focalizado en enumerar la vasta presencia de reconocidos invitados:

El sábado Diego Maradona festejó a lo grande. La cita fue en el salón Terrazas del Este en el complejo Punta Carrasco y hubo alrededor de 250 invitados. (...) Según la revista Gente, Susana Giménez arribó a las diez de la noche junto a su novio, Jorge Rama. La pareja se sentó a la misma mesa que Valeria Mazza y Alejandro Gravier. (...) Según trascendió, Adrián Suar y Araceli González llegaron a la fiesta por separado y se fueron juntos. (...) Florencia Peña y su pareja, Mariano Otero, dialogaron con Guillermo

¹⁹⁶ Diario Infobae, sección deportes. “Se subastaron en el Malba obras de arte en homenaje a Maradona”. 03/11/2005.

*Francella y su mujer. (...) El reconocido actor Benicio del Toro le dio el toque internacional a la fiesta. Entre los amigos futbolistas de Diego, estuvieron Diego Cagna, Rolando Schiavi, el Pocho Insúa, Martín Palermo y Guillermo Barros Schelotto.*¹⁹⁷

La nota se asemeja a las crónicas de la sección espectáculos, y se centra en develar los pormenores de los invitados, en su mayoría artistas y figuras del deporte. En este contexto, Maradona aparece como el foco capaz de generar tal heterogénea convocatoria. Pero además, su potencial para despertar interés traspasa los límites del deporte y el espectáculo, por lo que también fue convocado como orador en el ámbito empresarial.

*El ex futbolista argentino **Diego Maradona**, recientemente devenido en presentador de televisión, **ha sumado una nueva actividad a su currículum: ahora ofrece charlas a empresarios** interesados en conocer sus experiencias personales.*¹⁹⁸

En estas líneas se menciona una actividad del pasado más lejano (“*exjugador*”), otra de un pasado reciente que continúa en el presente (“*presentador de televisión*”), y una nueva, que es la de orador. En el plano de la enunciación, se sugiere la idea de un Maradona hiperactivo y “todoterreno” que no para de incrementar actividades en su currículum.

La repercusión pública de Maradona trascendió las fronteras de los medios de comunicación argentinos, para despertar interés en gran cantidad de medios de todas partes del mundo, ya sea para realizarle una entrevista o para que tenga alguna participación ante las cámaras. De estas múltiples invitaciones, la que cobró mayor trascendencia fue la realizada por la cadena italiana de televisión, RAI, que lo tuvo dentro del *staff* de participantes de su *reality show*: *Ballando con le Stelle* (Bailando con las estrellas), donde diversas personalidades tuvieron que realizar coreografías de distintos estilos de baile. *Clarín* realizó una exhaustiva cobertura de este hecho, siguiendo minuciosamente cada una de sus participaciones en dicho programa:

Si algo le faltaba al Diez era participar en un reality y, para colmo, poner a prueba su capacidad de soltura en el baile. (...) Enseguida levantó a su pareja de baile por los

¹⁹⁷ Diario Infobae, sección espectáculos. “Los invitados al cumple VIP de Maradona”. 01/11/2005.

¹⁹⁸ Diario Infobae, sección deportes. “Diego Maradona les enseña a los empresarios”. 01/10/2005.

*aires, la siguió prolijamente en sus movimientos y provocó una ovación en todos los presentes.*¹⁹⁹

*Esta vez no colgó los botines sino los zapatos de baile: Maradona abandonó el reality de la RAI Ballando con le stelle. Después de tres dignas coreografías, decidió terminar con los agotadores viajes semanales y pidió disculpas a los italianos.*²⁰⁰

En las últimas notas, se formula la idea de que para este Maradona “no hay límites”, ya que es capaz de lucirse en cualquier actividad que se proponga realizar (“Si algo le faltaba al Diez”, “para colmo, poner a prueba su capacidad de soltura en el baile”, “tres dignas coreografías”). A su vez, nuevamente se hace presente la admiración y el reconocimiento que despierta en el público (“provocó una ovación en todos los presentes”). Dos días después de haber anunciado el alejamiento del show italiano, *Clarín* devela que la verdadera razón del abandono radica en un problema de larga data que Maradona mantiene con el fisco italiano, el cual podría embargarle el cachet que cobra por participar en el programa:

*Aparentemente se acabaron para Diego Armando Maradona los bailes por televisión en Italia, que habían renovado su condición de ídolo en la península. La culpa es del Fisco, que le exige pagar una cuenta enorme de impuestos a las ganancias atrasados, por 31 millones de euros (casi 109 millones de pesos).*²⁰¹

De esta noticia consideramos dos aspectos a destacar. Por un lado, se le adjudica nuevamente la condición de “ídolo”, ya no solo para la sociedad argentina, sino también para la italiana. Es decir, su reivindicación pública trasciende las fronteras del territorio nacional. Por otra parte, se genera la sensación de que Maradona no es el responsable de esta situación, ya que como indica expresamente el diario, “la culpa es del Fisco”.

En el caso de *Infobae*, la participación de Maradona en el programa de la televisión italiana, no denota mayor trascendencia, ya que hay una única referencia en el medio. Ahora bien, esta se da en un contexto muy disímil al de *Clarín*, puesto que la única mención se proclama a través

¹⁹⁹ Diario Clarín, sección espectáculos. “El Diez baila para la RAI”. 20/09/2005.

²⁰⁰ Diario Clarín, sección espectáculos. “Telones y pantallas”. 11/10/2005.

²⁰¹ Diario Clarín, sección sociedad. “El Fisco italiano le reclama a Diego Maradona 109 millones de pesos”. 13/10/2005.

de una especie de “denuncia” realizada por Cristiana Sinagra, quien hizo pública la suma que el exjugador cobraría por participar del show:

*La madre de Diego junior, Cristiana Sinagra, señaló que sabe que **el astro cobrará 150 mil euros por participar del programa “Bailando con las estrellas”**, que se emite por la RAI, con la conducción de la show woman Milly Carlucci.*²⁰²

Lejos de ratificar su condición de ídolo en el país europeo, o hacer hincapié en sus habilidades para la danza, *Infobae* elige una vez más colocarse en el papel de revelador de verdades ocultas, al reproducir los dichos de Sinagra. Similar estrategia a la descrita anteriormente, en lo que respecta a hacer públicos los *cachets* de los invitados de *La noche del 10*, adopta *Infobae*. Así, en relación con los honorarios para contar con los servicios de Maradona en algún evento público, afirma:

*Hace poco un empresario de una disco de la Ciudad de Buenos Aires quiso contar con la presencia de Diego Maradona en uno de sus boliches para la apertura de la nueva temporada. Cuando se comunicó con la gente que maneja los asuntos del ex astro del fútbol, le comunicaron que **para que Diego pasara por el lugar tenía que desembolsar 15 mil dólares**. La cifra se multiplica por diez cuando a Maradona lo requieren para una entrevista gráfica o televisiva.*²⁰³

*La única decepción para Julio César y los 35.000 espectadores fue la ausencia de Maradona, que había anunciado hace semanas que iba a estar junto a su “gran amigo Julio César”, pero que a último momento **exigió el pago de 200.000 dólares para jugar**, según explicaron los organizadores, que desistieron de su presencia.*²⁰⁴

Al publicar estos trascendidos, el medio construye a Maradona como un personaje que es sinónimo de éxito, ya que su presencia es solicitada en tanto garantiza un interés público masivo, pero, a su vez, deja entrever que el principal beneficiario del rédito económico que genera su fama, es él mismo. De esta forma, puede interpretarse que Maradona es en sí mismo, un “producto” comercializable, una mercancía. Haciendo esta lectura, puede entenderse, por ejemplo, que Maradona no asista al partido homenaje de quien considera “un

²⁰² Diario Infobae, sección deportes. “Maradona, duramente criticado”. 10/09/2005.

²⁰³ Diario Infobae, sección espectáculos. “¿Cuánto cobra Maradona?”. 31/10/2005.

²⁰⁴ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona versus Julio César”. 14/11/2005.

gran amigo”: no obtenía ninguna contraprestación por su presencia. Diferente es la lectura que hace *Clarín* del aspecto comercial vinculado a la imagen de Diego. Según esta publicación, al igual que *La noche del 10*, Maradona también puede ser entendido como una fuente inagotable de éxito (económico y de audiencia). Si bien, asimismo, puede ser concebido como una marca o mercancía, la diferencia está en que lo que se resalta es el beneficio que otros obtienen de ella, a la vez que se omite el rédito personal que esto acarrea. En este contexto, pueden detectarse varios artículos donde se declara el interés de grandes empresas por contar con su imagen, o el uso que hacen de ella como estrategia publicitaria. Tal como se lo representa en este medio, Diego aparece como una figura de interés público, capaz de convertirse en la cara visible de una campaña de publicidad que garantiza rédito económico y también prestigio.

*Finalmente, la marca de Santiago Saez, Ona Saez, festeja sus 15 años en la moda con la campaña Yo amo Argentina, protagonizada una vez más por Diego Maradona.*²⁰⁵

*En los pocos días que lleva en Buenos Aires, Andre Dang [product manager de la tienda inglesa Harrods] comenzó a obsesionarse con que sea Diego Maradona quien inaugure la semana de productos argentinos en Harrods.*²⁰⁶

*IWT Argentina desarrolló para Ford cápsulas para los días siguientes al programa La Noche del 10, con una selección de los momentos más emotivos de “el Diego”, que se emitirán hasta noviembre de este año.*²⁰⁷

Maradona en Boca Juniors y en la Selección Argentina.

El ámbito del fútbol no podía quedar al margen, y también demostró un gran interés por reclutarlo para que ocupe un cargo activo. Las principales propuestas surgieron de las dos instituciones con las que Diego siempre se sintió más identificado: Boca Juniors y la Selección Argentina. Para el primer caso, se le ofreció el puesto de asesor del Consejo de Fútbol de Boca (con el cargo de Vicepresidente del Fútbol Profesional) que aceptó y ejerció durante tres meses. *Clarín* le brinda un amplio seguimiento a las intervenciones de Maradona en su cargo dirigencial, destacando su influencia positiva en el plantel y en el club.

²⁰⁵ Diario Clarín, suplemento mujer. “Diseñadores argentinos”. 13/09/2005.

²⁰⁶ Diario Clarín, sección el país. “Harrod's vino de compras”. 20/10/2005.

²⁰⁷ Diario Clarín, suplemento económico. “Cápsulas televisivas”. 23/10/2005.

*Arrancó en el banco, nada menos. Sentado al lado de Alfio Basile (...). Y **provocó una revolución positiva en la intimidad del plantel azul y oro. Se aclararon las diferencias que se habían generado con algunos referentes por el tema de los premios y el astro se transformó en un impulso anímico para los jugadores. Motivando a los futbolistas, aplaudiendo cada jugada, quien fuese un crack de verdad vivió un domingo histórico...***²⁰⁸

*El que apoya en las concentraciones, el que saluda en los vestuarios, el que se preocupa para que actualicen el contrato de Gago, el de ayer... **Ese es el mejor Maradona para Boca.***²⁰⁹

Nuevamente el medio gráfico representa a un Maradona generador de cohesión, mediador, dedicado y motivador; en este caso con el fin de transmitir estos valores al plantel de futbolistas de Boca. Su desempeño es calificado sin atenuantes como una “*revolución positiva*”. En sintonía con lo expresado anteriormente, también se resalta su postura equilibrada y su humildad para ejercer sus funciones. Tras la consagración de Boca en la final de la Recopa Sudamericana disputada en Manizales (Colombia), se enfatiza en la decisión de Diego de no mostrarse públicamente en los festejos del plantel, evitando llevarse el protagonismo que él, inevitablemente, genera:

Hay una saludable sensación de equilibrio que podría resumirse en la actitud que asumió Maradona en su breve estadía aquí. ¿Qué hizo Diego? Aunque sabe que nunca podrá pasar inadvertido, apenas Boca certificó la consagración, se situó en un absoluto segundo plano. Dejó que los jugadores festejasen con los hinchas. (...)
No aceptó las invitaciones de Mauricio Macri y de Alfio Basile para acercarse a la zona del delirio medido.²¹⁰

En el caso de *Infobae*, el acento está puesto en reflejar las controversias que puede ocasionar el arribo de Maradona a Boca Juniors. Se plantea una suerte de posible rivalidad entre el director técnico (Alfio Basile) y el flamante Vicepresidente del Fútbol Profesional, por el lugar que este último ocupará durante los partidos.

²⁰⁸ Diario Clarín, sección deportes. “Diego armó una nueva revolución”. 01/08/2005.

²⁰⁹ Diario Clarín, sección deportes. “Así, aporta mucho”. 22/10/2005.

²¹⁰ Diario Clarín, sección deportes. “Intimidad de un festejo apagado”. 02/09/2005.

*Pero advirtió [Alfio Basile]: “En la Bombonera no va a poder entrar al campo. Se la va a tener que bancar en el palco”. Igual, el “Coco” aclaró que con Diego tienen “una relación de muchos años, de mucho respeto y cariño”. **Su cara en las fotos parece mostrar cierto fastidio por la presencia del “Diez”.***²¹¹

Si bien se apela a la primera fuente, y se cita textualmente al Director Técnico de Boca Juniors, quien se ocupa de explicar el lugar que asumirá Diego y de aclarar la buena relación que los une, el medio pareciera poner en duda estos dichos, tal como se expresa en la última oración, que insinúa que las declaraciones no se condicen con la realidad, y genera la idea de un conflicto latente. Para reforzar este enunciado, el medio recurre a una tercera voz, la de José Sanfilippo, quien va más allá en el análisis, y hace explícitos los motivos por los que afirma que se producirá un enfrentamiento inexorable entre ambos:

*Para José Sanfilippo, Maradona “va a ser el técnico, porque si Basile le permite gritar o dar órdenes, ¿cómo lo hace callar ahora?”. En declaraciones a Radio 10, el ex futbolista aseguró que **“se va a tener que ir Basile, o se va a armar kilombo. Diego se tendría que haber quedado con los pibes. Ese era el laburo de Maradona, no el de vicepresidente del fútbol”.** “Yo, en lugar de Basile, digo: “Esto no va más, sino me voy”. (...) Esto no lo para nadie. **A Diego no lo para nadie**”, agregó.*²¹²

Mientras que en *Clarín* Maradona es visto de manera positiva, como un referente capaz de crear cohesión, de limar asperezas y generar equilibrio en el seno del plantel de futbolistas, *Infobae* construye un perfil casi opuesto. Se lo representa como un contrincante para la principal figura de autoridad del equipo, con dificultades para aceptar reglas y respetar las estructuras de poder dentro de una institución.

Paralelamente a que ocupara sus funciones en Boca Juniors, llegaron los rumores de que Maradona podría integrar el cuerpo técnico de la Selección Argentina de fútbol. El interrogante pasaba por saber cuál sería el cargo capaz de ejercer dentro de un *staff* ya consolidado y dirigido por José Pekerman, por aquel entonces entrenador del seleccionado. Las idas y

²¹¹ Diario Infobae, sección deportes. “¿Otro conflicto en Boca?”. 02/08/2005.

²¹² Diario Infobae, sección deportes. “¿Otro conflicto en Boca?”. 02/08/2005.

vueltas previas a la reunión realizada entre Julio Grondona y Diego Maradona, fueron seguidas día a día por ambos medios, y estuvieron focalizadas principalmente en reproducir las declaraciones de ambos protagonistas. Sin embargo, pueden detectarse entre uno y otro diario diferencias en las estrategias discursivas empleadas para cubrir el hecho.

Clarín, tal como sucede con la cobertura de *La noche del 10*, pareciera construir su narración desde una posición de privilegio en lo que respecta al acceso a la información. Por momentos se da a entender que proviene desde el entorno más íntimo del exjugador:

Del lado de Maradona, que pasó casi todo el día en la casa de sus padres, en Villa Devoto, revelaron que “llamó Julio para encontrarse. Pero fue imposible. Mañana (por hoy) es el día”.²¹³

Lo dijo en la intimidad: “No voy a sumarme a la Selección”. (...) según trascendió desde su entorno, está más cerca de un “no” que de un “sí” a la Selección.²¹⁴

En otros pasajes, el efecto de “cercanía” entre el narrador y los involucrados, es aún más marcado, ya que el relato se construye desde el lugar de un testigo presencial. Los detalles que aluden al tono de la conversación (“sobró buena onda”) y la reproducción de los dichos de Grondona dirigidos a Maradona en la reunión privada que mantuvieron, pueden entenderse desde esta perspectiva.

Fueron dos reuniones. La primera de media hora, con Grondona. La segunda, de una hora, ya también con José Pekerman y su ayudante Hugo Tocalli. Sobró buena onda. Hubo hasta gestos paternales del máximo dirigente del fútbol argentino: “Mirá todo el tiempo que perdiste, Diego, por no estar bien”, le dijo Grondona al 10 en un momento del diálogo mano a mano.²¹⁵

Por su parte, *Infobae*, una vez más apela a la estrategia de comunicar las declaraciones realizadas por José Sanfilippo en *Radio 10* (radio del mismo multimedio), quien suele tener una visión crítica respecto a Maradona, y busca permanentemente posicionar los temas que lo

²¹³ Diario Clarín, sección deportes. “Sucesión de desencuentros entre Maradona y Grondona”. 03/11/2005.

²¹⁴ Diario Clarín, sección deportes. “Diego está cerca de decir no”. 10/11/2005.

²¹⁵ Diario Clarín, sección deportes. “Maradona-Grondona la cumbre de Ezeiza los dejó muy cerca”. 04/11/2005.

involucran en un contexto de debate. En esta ocasión, la opinión vertida se centra en cuestionar la capacidad de Diego, y en mostrarlo como un obstáculo para quienes trabajan en equipo con él.

*“(…) **si ahora se suma Maradona va a complicar todo mucho más**”, alertó Sanfilippo en torno al clima de la Selección nacional. (…)*

*Además, **Sanfilippo disparó contra la capacidad del astro** y afirmó que “conducir al seleccionado argentino no es lo mismo que hacerlo en su programa de televisión (La Noche del Diez), donde está rodeado de figuras artísticas”.²¹⁶*

Finalmente Maradona rechazó el ofrecimiento a formar parte del cuerpo técnico del seleccionado. Las explicaciones concedidas por ambos medios respecto a esta decisión, coinciden en líneas generales, aunque con sutiles matices discursivos que los distinguen. *Clarín* considera que la decisión se debe a que no tendría posibilidad de ejercer un cargo de importancia que le permita tomar decisiones relevantes. Esta resolución, solo podría entenderse en el contexto creado por el “nuevo Maradona”, el cual está en condiciones de asumir compromisos significativos, ya que en etapas previas la posibilidad de ejercer cargos que impliquen tanta responsabilidad, no se presentaba, y hasta era difícil imaginarla como una posibilidad concreta. Así lo afirma la nota:

*Diego reflexionó y advirtió que **no contará con margen de maniobra para decidir cuestiones importantes** y que en el Mundial tendrá mucho más para perder que para ganar.²¹⁷*

En cuanto a *Infobae*, la razón de la negativa coincide y tiene que ver con las pretensiones de Diego de ejercer un cargo de relevancia. El agregado que puede observarse entre los argumentos que brinda el medio, es que él mismo reconoce que su llegada desataría conflictos. De esta forma, una vez más el significante “Maradona” quedaría vinculado a “lo polémico”:

Diego quería un cargo desde donde pueda tomar decisiones. “No quiero ser una figura decorativa”, dijo en su primera respuesta luego de que Grondona oficializara la oferta.

²¹⁶ Diario Infobae, sección deportes. “Sanfilippo criticó duramente a Maradona y a Pekerman”. 10/11/2005.

²¹⁷ Diario Clarín, sección deportes. “Diego está cerca de decir no”. 10/11/2005.

(...) **Maradona sabía que su desembarco en el cuerpo técnico generaba polémica.**
*Sobre todo porque su figura es demasiado fuerte y excede cualquier proyecto.*²¹⁸

Maradona y la Cumbre de los pueblos.

Otro suceso, de distinta índole, y con gran trascendencia pública, lo tuvo a Maradona desempeñando un papel protagónico y de notable repercusión mediática. La realización de La cumbre de las Américas en la ciudad de Mar del Plata implicó la visita de los primeros mandatarios de todos los países de la región, incluyendo a George W. Bush, presidente en aquel entonces de los Estados Unidos de América. Uno de los principales temas a debatir fue la posible firma de un tratado de libre comercio (ALCA) entre este país y el resto de los países del continente. A modo de protesta y para manifestar la oposición a dicho tratado (y también a la presencia de Bush), se organizó, paralelamente al evento oficial, la “Cumbre de los Pueblos”, más popularmente conocida como “Contracumbre” o “Anticumbre”, la cual tuvo al presidente de Venezuela, Hugo Chávez, como principal orador, y contó con el apoyo de múltiples asociaciones políticas, organizaciones sociales, y la presencia de reconocidos artistas. Posteriormente, en el contexto de la grabación de la entrevista que le estaba realizando para *La noche del 10*, Maradona se comprometió ante el presidente cubano Fidel Castro a encabezar una marcha de repudio a Bush. A partir de esta declaración, ambos medios tomaron caminos considerablemente distintos en el abordaje periodístico, caminos a los cuales nos remitiremos a continuación.

Clarín opta por no dedicar demasiadas líneas a la participación de Maradona en la “Contracumbre”, presumiblemente para quitarle relevancia a su rol político. En primera instancia, se buscaría dejar en claro que el “verdadero” organizador de la marcha es el diputado Miguel Bonasso, mientras que el conductor de *La noche del 10* asiste en calidad de invitado junto a otras figuras.

*De hecho, recién el jueves a la noche, saldrá de Constitución hacia Mar del Plata el “Tren del Alba”, que **organiza el diputado Miguel Bonasso; y en el que se espera la***

²¹⁸ Diario Infobae, sección deportes. “Maradona le dijo no a la Selección”. 11/11/2005.

presencia de Diego Maradona, más otras personalidades que el 4, a las 7 de la mañana marcharán hacia el Estadio Mundialista, donde caben 45.000 personas.²¹⁹

Finalmente llega el día de la anunciada marcha, y Maradona viaja a Mar del Plata a bordo de un tren con varias personalidades unidas bajo una misma consigna: repudiar la presencia de George W. Bush en nuestro país. *Clarín* da cuenta de todas las instancias del viaje, en breves crónicas que comparten el mismo estilo narrativo, salpicado en este caso por expresiones metafóricas:

*El tren partirá cuando la noche ya se sienta segura de sí misma, pasadas las 23. Es un convoy de cinco vagones fabricado durante el primer peronismo, **que tiene a Diego Maradona como invitado estelar** y portaequipajes adaptados para transportar gritos y consignas contra el presidente George Bush.*²²⁰

*El "10" fue la locomotora del "Expreso del Alba", una expresión de protesta distinta, contundente e impensada.*²²¹

El relato del viaje presenta ciertos rasgos de la ficción literaria (la expresión: “*El tren partirá cuando la noche ya se sienta segura de sí misma*”), y en ocasiones recurre, como indicamos, a figuras retóricas que le aportan “color” a la narración (“*portaequipajes adaptados para transportar gritos y consignas*”, “*El '10' fue la locomotora del 'Expreso del Alba'*”). Se busca resaltar la presencia de Maradona en calidad de *invitado estelar*, ya que en sintonía con lo expresado en los párrafos previos, su sola presencia en cualquier evento de carácter masivo, independientemente del papel que le toque cumplir allí, lo convierte en la principal atracción. Desde esta perspectiva, el tratamiento que el medio le otorga a la participación de Diego en un acontecimiento netamente político, prácticamente no difiere de la cobertura de un evento deportivo o artístico, ya que lo que se privilegia siempre es la reacción que produce en sus fanáticos y el efecto emotivo que genera en ellos. Así lo refleja esta anécdota reproducida por el diario:

²¹⁹ Diario Clarín, sección el país. “Comienza hoy la contracumbre”. 01/11/2005.

²²⁰ Diario Clarín, sección el país. “Con Maradona, hoy sale el tren para la protesta contra Bush”. 03/11/2005.

²²¹ Diario Clarín, sección el país. “Un tren cargado de consignas y con Maradona en el centro de la escena”. 05/11/2005.

Maradona pasó a saludar por los cinco vagones, se sacó fotos con los mozos, tiró besos por la ventanilla y firmó un sólo autógrafo, en la camiseta de Boca que le acercó Rubén Cargopar, inspector general del tren. “Hace 40 años que trabajo de “chanchito”, pero este es el viaje más importante que hice en mi vida”, se emocionó.²²²

En cuanto al hecho político en sí, hay poco de análisis. A la marcha se la caracteriza como “distinta, contundente e impensada”, y, como se ve, se evitan las referencias ideológicas de la misma. El único testimonio político realizado por Maradona y publicado por *Clarín*, es alusivo al presidente Bush:

En breves declaraciones, Maradona calificó a Bush con muy duros términos.²²³

Cuando el tren enfiló rumbo al océano Atlántico, Diego Maradona ya había calificado a George W. Bush como “asesino”, “mentiroso” y “basura humana”.²²⁴

El medio se limita a calificar los dichos como “muy duros”, evitando desarrollar el tema más allá de la reproducción textual. Una vez consumada la Contracumbre, *Clarín* realiza la cobertura del discurso del presidente de Venezuela, Hugo Chávez, en la que describe la participación de Maradona, junto al mandatario caribeño.

Maradona sólo pronunció un puñado de palabras: “Argentina es digna; echemos a Bush”, dijo, pero aplaudió y festejó a Chávez en cada uno de sus ataques a George W. Bush.²²⁵

Al describir los sucesos acontecidos en el estadio mundialista de Mar del Plata, *Clarín* no niega el vínculo ideológico entre Chávez y Maradona, pero tampoco lo hace explícito ni lo enfatiza. El relato pone a Chávez en un lugar protagónico, como un abanderado del socialismo latinoamericano, mientras que Maradona queda relegado al papel de partenaire, que adhiere y apoya los dichos del líder político. La instancia enunciativa no se muestra con una “intención” marcada de analizar políticamente el comportamiento de Maradona, ni tampoco ahondar en su

²²² Diario Clarín, sección el país. “Un tren cargado de consignas y con Maradona en el centro de la escena”. 05/11/2005.

²²³ Diario Clarín, sección el país. “Diego, Evo y Kusturika, en el Tren del Alba”. 04/11/2005.

²²⁴ Diario Clarín, sección el país. “Diego, Evo y Kusturika, en el Tren del Alba”. 04/11/2005.

²²⁵ Diario Clarín, sección el país. “Aquí está la tumba del ALCA, dijo Chávez en la contracumbre”. 05/11/2005.

ideología y pensamientos, sino más bien lo contrario. Puede interpretarse, entonces, que pretende que su caracterización política pase lo más desapercibida posible para el enunciario, ya que si lo hiciera de manera más explícita, podría generar cierto rechazo en algún fragmento de la sociedad y poner en peligro la condición popular e incuestionable que en esta nueva etapa lo distingue.

Lo indicado difiere sustancialmente de la estrategia discursiva planteada por *Infobae*, en la que se puede observar la relación entre Maradona y la política de un modo más acentuado y explícito. Si traducimos este vínculo en términos cuantitativos, cabe destacar que solo en el mes de noviembre, asciende a quince el número de noticias de carácter político donde Maradona es mencionado, y de las cuales, cuatro, incluyen su apellido en el titular. Cuando el exjugador confirma la presencia en la marcha, *Infobae* se focaliza en las repercusiones, y, una vez más, recurre a las voces de terceros que presentan críticas para construir una visión sobre su accionar. En la nota *“A Maradona lo critican de todos lados por marchar contra George Bush”* se puede señalar un recurso discursivo habitual en el diario de Daniel Hadad a la hora de titular, que consiste en no nombrar al “sujeto” que realiza la acción. En este caso, es reemplazado por una expresión hiperbólica (*“de todos lados”*). Al continuar con la lectura del texto, se descubre que la referencia es, en realidad, para lo que en la nota se denomina como *“las filas progresistas”*.

Maradona empezó a recibir críticas desde las mismas filas progresistas por su promocionada marcha contra el presidente de los EE.UU. (...) El líder de la Coordinadora de Unidad Barrial (CUBa), Oscar Kuperman, manifestó que (...) “Es una marcha de repudio la nuestra, no como la payasada de Maradona y Bonasso, que es una caminata”, manifestó el líder de la organización anarquista.²²⁶

En primer lugar, es de destacar que la instancia enunciadora considera a Maradona un “progresista”, ya que al expresar que las críticas provienen de *“las mismas filas”*, da a entender que coinciden en el mismo arco ideológico. A su vez, los dichos de Kuperman, implican que hay una marcha “seria”, y otra, (la que cuenta con la participación de Maradona), que es

²²⁶ Diario Infobae, sección política. “A Maradona lo critican de todos lados por marchar contra George Bush”. 02/11/2005.

calificada de “payasada”. Las críticas publicadas por *Infobae* se multiplican en los días sucesivos y provienen de diversos ámbitos: el ganador del Premio Nobel de la Paz, Adolfo Pérez Esquivel, quien también asistiría a la “Cumbre de los Pueblos” o “Contracumbre”, del titular del Partido Obrero, Néstor Pitrola, y del presidente de México, Vicente Fox:

*Por su parte, el Premio Nobel de la Paz Adolfo Pérez Esquivel también criticó con dureza a Maradona. “Nunca participó de ninguna manifestación. Ahora si viene a apoyar, bienvenido sea, pero que participe también de los grandes problemas que viven nuestra población”, dijo.*²²⁷

*La misma visión tuvo Néstor Pitrola, titular del Partido Obrero, que acusó al periodista Miguel Bonasso de “meter las garras” y advirtió que el astro del fútbol, Diego Maradona, también es un instrumento oficialista.*²²⁸

*El presidente de México, Vicente Fox, volvió a atacar a Diego Armando Maradona, al asegurar que posee “una cabeza llena de humo” y “no tiene buen cerebro para hablar”, en relación al tono de sus críticas al ALCA y al presidente estadounidense, George W. Bush.*²²⁹

En cuanto a las palabras de Pérez Esquivel, el medio las menciona como críticas duras, siendo que el tono de sus dichos no parecieran tener esa tónica (“*si viene a apoyar, bienvenido sea*”). Por su parte, al citar al dirigente del PO, se suma un nuevo argumento para cuestionar a Maradona, que es catalogarlo como un instrumento del gobierno nacional, ya que él optó por adherirse a la marcha organizada por Miguel Bonasso, por ese entonces diputado del Frente Para la Victoria, y no por alguna de las manifestaciones organizadas por otras asociaciones políticas. Por último, el ataque de Fox, proviene desde el otro extremo del arco político, ya que su reprobación es por los agravios dirigidos al presidente George Bush. A modo de síntesis, podemos inducir que desde la instancia enunciativa, *Infobae* busca sumar voces que opinen sobre la intervención de Maradona en un acto político, pero no con una pretensión de objetividad, ya que solo se publican aquellas que concuerdan en manifestar algún tipo de crítica o desaprobación al respecto, generando el efecto de un cuestionamiento general y

²²⁷ Diario Infobae, sección política. “A Maradona lo critican de todos lados por marchar contra George Bush”. 02/11/2005.

²²⁸ Diario Infobae, sección política. “Pitrola acusó a Maradona de tomar parte del oficialismo en una marcha”. 04/11/2005.

²²⁹ Diario Infobae, sección política. “Le adjudican a Maradona “una cabeza llena de humo”. 08/11/2005.

absoluto. Otro aspecto, que diferencia a ambos medios es la relevancia del papel desempeñado por el exjugador dentro del acto de protesta. Mientras que *Clarín* lo describe como un “invitado”, *Infobae* le concede un rol más activo y relevante, poniéndolo al frente de la misma.

*La cita de honor de los anticumbristas será la marcha que esta noche encabezará por las calles de Mar del Plata Diego Maradona, junto a dirigentes políticos e indigenistas de la región y que terminará en el estadio mundialista donde hablará el siempre excéntrico y polémico Hugo Chávez.*²³⁰

*(...) la protesta en la Contracumbre que encabezaron Hugo Chávez y Diego Maradona.*²³¹

A su vez, todo lo relacionado con la “Contracumbre”, está caracterizado por el caos, la violencia, la informalidad y lo problemático, e involucra, indirectamente, a Maradona en todos estos hechos:

*La movilización causó serios problemas en el tránsito de la ciudad marplatense y las autoridades municipales debieron suspender el servicio de colectivos. (...) El más esperado de todos, Diego Maradona, partió al estadio de fútbol, tras su arribo ayer por la mañana a la estación de Mar del Plata. (...) Precisamente en la llegada del “Expreso del Alba” se vivieron escenas caóticas, cuando los fanáticos del ex jugador se mezclaron con activistas anticumbre y desbordaron a la policía.*²³²

*Tras su llegada a la estación, en tanto, se repitieron las escenas caóticas por el fervor de los hinchas de Maradona que coparon el lugar para recibir al ídolo y desbordaron a la seguridad del lugar.*²³³

De esta manera, nuevamente se refuerza en la instancia de la enunciación, la idea de que el significativo “Maradona” está siempre vinculado con todo aquello que genere disrupción y conflicto.

²³⁰ Diario Infobae, sección política. “Un día muy complicado, plagado de protestas en todo el país”. 04/11/2005.

²³¹ Diario Infobae, sección política. “Cómo vio el mundo la violencia desatada en la Argentina”. 06/11/2005.

²³² Diario Infobae, sección política. “Cómo vio el mundo la violencia desatada en la Argentina”. 06/11/2005.

²³³ Diario Infobae, sección política. “La intimidad del tren “Expreso del Alba” donde viajó Maradona”. 04/11/2005.

Una vez concluida la cobertura de la “Cumbre de los pueblos”, *Infobae* continúa con su construcción de un Maradona politizado, con el mismo estilo que las notas previas.

La titulada “*Ahora Maradona se ha vuelto fanático de las marchas*”, publicada dentro de la sección deportiva del diario, trata con cierta sorna su interés social y político, asemejándolo a lo que sería una moda o un hobby (“*se hizo fanático*”). A su vez, el que comience con la palabra “*ahora*”, puede interpretarse como una referencia implícita a que el medio lo considera un ser cambiante o poco constante en sus intereses. En el cuerpo de la nota se descubre a que el incipiente “fanatismo” que proclama el medio, proviene de una futura asistencia a una protesta organizada en la provincia de Entre Ríos, con el fin de evitar la instalación de dos plantas de celulosa en la vecina ciudad uruguaya de Fray Bentos.

(...) ***ahora el ex futbolista Diego Maradona viajará a Entre Ríos para apoyar las protestas que allí se realizan en rechazo a la instalación de dos papeleras en la localidad uruguaya de Fray Bentos.***²³⁴

Cabe señalar que tanto en la posible firma del tratado de libre comercio (ALCA), como en la instalación de las plantas de celulosa en las costas de Entre Ríos, *Infobae* se mostró de acuerdo con las mismas, por lo que puede interpretarse que muchas de las críticas dirigidas hacia Maradona por su posición frente a estas cuestiones, tuvieron correlación directa con la posición ideológica del diario.

A modo de conclusión, podemos interpretar que, en el plano de la enunciación, ambos medios conforman un Maradona socialmente activo, que despierta el interés permanente de la opinión pública. Por su parte, *Clarín* construye un Maradona revalorizado, como si fuera una marca que ha renovado su imagen para reinsertarse en el mercado, o un producto *multitarget* que todos quieren o deben tener. Esto queda de manifiesto en la presencia que durante los meses de emisión del programa tuvo en prácticamente todas las secciones del diario: “Espectáculos”, “La ciudad”, “Deportes”, “El país”, “Sociedad”, como así también en los suplementos “Cultura”, “Económico” y “Mujer”. Nadie queda exento de la atracción que genera, ya que es capaz de

²³⁴ Diario Infobae, sección deportes. “Ahora Maradona se ha vuelto fanático de las marchas”. 19/11/2005.

suscitar fascinación en los ámbitos más disímiles y, según la visión del medio, todo lo que lo incluya es garantía de éxito. Otro rasgo que se destaca es su carácter de figura incuestionable, que conlleva la intención enunciativa de evitar profundizar en aquellas situaciones que podrían suscitar un debate (por ejemplo, su participación en actos políticos). En el caso de *Infobae*, también se reconoce la reinserción de Diego en la agenda pública y el atractivo que genera en todos los ámbitos donde se presenta. Sin embargo, pese a rescatar este aspecto, paralelamente enfatiza sobre cuestiones que no se observan en *Clarín*. Uno de ellos, es mostrarlo siempre como un potencial elemento disruptivo, capaz de alterar y generar confrontaciones en el ámbito o situación que lo tenga involucrado. Esto sucede tanto en el momento de incluirlo dentro de un equipo de trabajo, como al convocarlo a participar de un acto político. Por otro lado, si bien el éxito y su popularidad no se ponen en tela de juicio, se coloca especial foco en hacerlo aparecer como una “mercancía” que se vende a sí misma, que siempre está en búsqueda de su propio rédito. Por último, no se lo identifica como un ser incuestionable, sino todo lo contrario. Aquello que Maradona hace despertar aprobaciones y elogios, pero también se convierte en blanco permanente de múltiples críticas y cuestionamientos, que se pone en evidencia desde todos los sectores de la opinión pública.

7. CONCLUSIONES.

En los cinco capítulos previos, hemos intentado poner en evidencia los mecanismos discursivos puestos en juego por los medios digitales seleccionados, en el proceso de reconocimiento periodístico realizado a un ciclo televisivo cuyo principal valor histórico es haber contado con un ídolo de la cultura popular argentina como conductor. A su vez, hemos trascendido el análisis que *Clarín* e *Infobae* efectuaron sobre el programa para abocarnos a observar también la manera en que Diego Maradona, en su nuevo rol de comunicador, es objeto de una resignificación que “impulsada” desde el periodismo, presenta como consecuencia social directa, según nuestro entender, su resurgimiento como ícono popular.

En el recorrido efectuado, nos detuvimos en el posicionamiento que cada medio planteó ante las diversas situaciones suscitadas por el programa y por su conductor, y destacamos las diferentes estrategias de reconocimiento empleadas, que, leídas en su instancia enunciativa, nos permitieron trazar los caminos transitados por cada medio en la construcción de sentido.

Ahora bien, consideramos que el caso elegido solo puede ser comprendido profundamente si se contempla, además, el contexto en el que está enmarcado; esto es, el mapa de medios argentino, dominado por la presencia de los grandes multimedios. En este sentido, el ejemplo de *La noche del 10* y el resurgimiento mediático de Maradona, resultan interesantes, principalmente, para observar la lógica del funcionamiento de dos de los principales grupos de medios argentinos de ese momento, el *Grupo Clarín* y el *Grupo Infobae*, y la manera en que ambos utilizan los soportes de los que disponen en busca de un fin determinado. Siguiendo esta lectura, podemos interpretar que el programa *La noche del 10* surge como una necesidad comercial de *Canal 13*, que en 2005 veía peligrar su segundo lugar en la lucha por el *rating* entre los canales abiertos, amenazado, a su vez, por el incremento de audiencia logrado por *Canal 9* con la gestión de Daniel Hadad, quien supo sumar a Marcelo Tinelli a su *staff*, el que desembarcó en el canal con su programa propio y otros de su productora *Ideas del sur*.

Entendemos que la audiencia es la plataforma con la que cuentan los canales para negociar la pauta publicitaria (costo por segundo anunciado) y los ingresos por auspiciantes, por lo que, obviamente, la batalla por el *rating* no puede sino ser entendida como una puja de intereses económicos. Dado este contexto, y ante la gran inversión que suscitó el programa conducido por Maradona, el *Grupo Clarín* puso en acción a todos sus actores para apoyar y potenciar este proyecto, y lograr que se convirtiera en la base de despegue del canal. Es, en este sentido, que el diario digital funciona como una suerte de correlato directo del programa, cuyo principal fin es no solo difundir todo lo que sucede en él, sino también marcar la propia agenda del programa (lo que se comunica en el diario es retomado por el programa, y viceversa). Hay una interrelación permanente a nivel temático entre los medios del grupo. Por su parte, *Infobae* pretende constituirse como un discurso opuesto al de *Clarín*, en relación al programa y al mismo Maradona, cosa que lleva a cabo mediante métodos muy similares a los de su competidor: los contenidos generados por *Radio 10* son retomados por el portal *Infobae.com*, y a su vez, las noticias generadas por el diario sirven para retroalimentar a la radio del grupo. Siguiendo esta lógica, más allá de las cuestiones ideológicas intrínsecas a cada medio, el descrédito y el cuestionamiento permanente a Maradona que manifiesta, debieran interpretarse como una estrategia de confrontación para desestabilizar al “caballito de batalla” de su competidor.

No debe desconocerse que el mapa de medios es dinámico, como así también lo son los intereses puestos en disputa entre los actores. Por este motivo, Maradona, como objeto de estudio, nos permite hacer un análisis, cuyos resultados se enmarcan en un momento determinado del contexto de los medios masivos y de su correlato en la sociedad argentina. En consecuencia, si efectuáramos un análisis similar en la actualidad, los resultados del mismo probablemente no se corresponderían con los del presente trabajo.

Trazando un paralelismo con el año 2013, cuando se finalizó este trabajo, nos enfrentamos con un contexto muy diferente al del período analizado. El *Grupo Infobae* ya no es el principal competidor del *Grupo Clarín*, dado que se despojó primero, de *Canal 9*, y luego, de la señal de cable *C5N* (principal competidora en el rubro del canal TN) y de *Radio 10* (que disputaba el

primer lugar de audiencia de AM con *Radio Mitre*), además de otras estaciones de FM. Solo el portal *Infobae.com* sigue perteneciendo al mismo dueño de aquel momento, el empresario Daniel Hadad, y conserva su línea periodística. Por tal motivo, no sorprende que *Infobae* continúe poniendo principal énfasis en representar el perfil más “polémico” de Maradona, dando cuenta de todas aquellas noticias que lo involucran en situaciones conflictivas:

Batista denunció a Maradona por “injurias reiteradas y difamatorias” y reclamó una condena a pagar de 20 mil pesos.²³⁵

*Diego Maradona tuvo un breve diálogo con Telefe Noticias, habló de su enojo con Susana Giménez y aclaró que ahora la relación con la diva mejoró, razón por la cual levantó la denuncia que había presentado en su contra.*²³⁶

*Uno de los abogados de Diego Maradona, el Dr. Víctor Stinfale, aseguró que la denuncia por estafa contra Alejandro Mancuso está realizada y que ahora dependerá de la Fiscalía para ver como continúa el proceso legal.*²³⁷

No obstante, alejado de la disputa por el *rating* que *Canal 9* mantenía con *Canal 13* (actualmente líder de audiencia entre los canales de aire), la construcción que *Infobae* realiza de la figura de Maradona, busca ser más moderada y “argumentativa”, haciéndolo mediante la exposición de aspectos positivos y negativos en dosis similares. Además, profundiza más en las causas de sus conflictos como personalidad pública, y recurre a las voces de “especialistas”, elementos que en su conjunto buscan componer un enunciador más analítico, reflexivo y objetivo:

*Se recuperó de una adicción a las drogas, trabaja en Dubai como embajador deportivo de la federación de fútbol, tiene una amistad con su ex mujer y un excelente vínculo tanto con sus hijas como con su nieto. Diego Maradona logró cambiar de vida por decisión propia. Pero un escándalo amoroso lo volvió a ubicar en la mira y, desde ese momento, el “Diez” está en boca de todos.*²³⁸

²³⁵ Diario Infobae, sección playfútbol. “Maradona no podrá salir del país: Batista continúa con la causa”. 11/09/2013.

²³⁶ Diario Infobae, sección teleshows. “Maradona habló de su enojo con Susana Giménez”. 05/09/2013.

²³⁷ Diario Infobae, sección playfútbol. “Maradona insiste contra Mancuso y lo acusa de estafador”. 05/09/2013.

²³⁸ Diario Infobae, sección tendencias. “Qué le pasa a Diego Maradona”. 10/09/2013.

*Para entender los mecanismos mentales y físicos que se pueden llegar a poner en juego en este tipo de casos, Infobae consultó a especialistas que, si bien no ahondaron en el “caso Maradona”, hicieron referencia a pacientes con conductas similares.*²³⁹

*Y si de hacer un **mea culpa** como sociedad se trata, quizá deberíamos evaluar si el hecho de conocer el pasado del astro del fútbol que tantas alegrías supo regalarnos con la camiseta albiceleste no genera que lo tengamos “bajo la lupa” y lo prejuzguemos, el especialista aseguró que “el estigma que le puede poner la sociedad a una persona enferma puede ser terrible para ‘reacomodarse’; muchas veces la sociedad no tolera la enfermedad mental”.*²⁴⁰

Por su parte, el Grupo Clarín ya no tiene ninguna vinculación laboral con Diego Maradona y, en consecuencia, el expresentador de *La noche del 10* ya no goza de la benigna cobertura periodística realizada por los medios del grupo durante los últimos cinco meses de 2005. Pasó de ser la figura estelar de *Canal 13* y el protagonista habitual de las secciones de *Clarín*, a ser representado como una personalidad más de la farándula argentina, capaz de interesar a la sociedad menos por su gracia y simpatía, que por sus problemas familiares, sus enfrentamientos con otros famosos, o sus controvertidas reacciones públicas:

Diego Maradona sumó un nuevo escándalo.

*Esta vez en Groove, un boliche de Palermo, donde concurrió junto a Rocío Oliva, su novia, y a Giannina, su hija. El incidente se produjo el fin de semana cuando el ex futbolista se enojó porque los dueños del local consideraron que ya era hora de cerrar. Entonces, estalló el Diez (...) “Si este boliche no me pasa media hora más de música lo hago cerrar con Guillermo Moreno. Porque Moreno está conmigo y les chupa la pija, ¿me entendés lo que te digo?”, amenazó Maradona.*²⁴¹

Maradona llegó hace unas semanas de Dubai con una novia, pero ahora se irá con otra. *El 10 terminó su relación con la joven Rocío Oliva, con la que salió algunos meses, al trascender una información que indicaba que Rocío sería una caza fortunas.*²⁴²

²³⁹ Diario Infobae, sección tendencias. “Qué le pasa a Diego Maradona”. 10/09/2013.

²⁴⁰ Diario Infobae, sección tendencias. “Qué le pasa a Diego Maradona”. 10/09/2013.

²⁴¹ Diario Clarín, sección deportes. “Maradona se enojó y amenazó con llamar a Moreno”. 04/09/2013.

²⁴² Diario Clarín, sección espectáculos. “La novela de Maradona”. 31/07/2013.

La visita de Verónica Ojeda, la ex pareja de Diego Maradona y madre de su hijo Diego Fernando, al programa de Susana Giménez irritó al futbolista y la relación quedó tensa con la diva de la televisión argentina.²⁴³

Como se observa en las citas previas, la construcción del significante Maradona ahora se articula bajo la lógica discursiva de la noticia de espectáculo, en la cual hay lugar para la crítica y la opinión sobre situaciones de índole personal. Pero los cuestionamientos van más allá del terreno de la vida privada, extendiéndose al campo político e ideológico. Aquello a lo que durante el ciclo *La noche del 10* se le restaba trascendencia y se reconocía de una manera superficial, hoy es motivo de análisis y foco de interés para el medio:

Es importante recordar que el 31 de julio Maradona y Moreno se encontraron en el despacho del secretario de Comercio Interior del Ministerio de Economía de la Nación. Si bien no trascendió el motivo de esa reunión, sí se conoció que el ex DT de la Selección mostró en la foto de un llavero con la inscripción "Massa boludo".²⁴⁴

Diego Maradona se subió a la campaña y, sin hablar, criticó a Sergio Massa. El astro futbolístico visitó al secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, y posó abrazado con él y blandiendo un llavero, mandado a hacer por Moreno, en el que se lee +a=b, b=boludo, que hace alusión al intendente de Tigre y candidato a diputado.²⁴⁵

Los grandes multimedios no solo mueven importantes cifras de dinero, sino que concentran una importante cuota de poder por su grado de influencia en la opinión pública y su capacidad de construir realidades y legitimar verdades. Por tal motivo, los objetivos de un grupo dependerán en gran medida de variables económicas, políticas y sociales; variables que se encuentran en permanente conflicto. Siguiendo este pensamiento, podemos inducir que el interés principal del *Grupo Clarín* es, actualmente, construirse como un relato contrapuesto al del Gobierno Nacional, el cual pretende ser asimilado en la mayor porción posible de la opinión pública como una "verdad" dada. Detrás de esta puja, existen múltiples motivos de conflicto entre ambos actores, de los cuales puede destacarse la Ley 26.522 de Servicios de

²⁴³ Diario Clarín, sección espectáculos. "Susana Gimenez sorprendida por la denuncia de Maradona". 29/08/2013.

²⁴⁴ Diario Clarín, sección deportes. "Maradona se enojó y amenazó con llamar a Moreno". 04/09/2013.

²⁴⁵ Diario Clarín, sección política. "Maradona se metió en la pelea por la Provincia". 01/08/2013.

Comunicación Audiovisual (más conocida como “Ley de Medios”), cuya total implementación pondría en riesgo la hegemonía del mayor grupo de medios del país. En este contexto, es comprensible que la figura de Maradona pierda interés para el grupo y solo lo recobre en la medida en que se percibe antagónica a sus fines, como cuando se presenta como vocera del discurso oficial (dada su cercana relación con el Secretario de Comercio, Guillermo Moreno). En cambio, hoy pareciera ser la figura de Jorge Lanata, conductor y periodista, quien con su programa *Periodismo para todos* (PPT) se posiciona en el centro y se constituye en el principal legitimador del relato del multimedio. Los mismos mecanismos que se pusieron en funcionamiento para erigir a Maradona en el eje de la opinión pública, hoy trabajan en pos de convertir al signifiante Lanata como portador de “la verdad”, mientras los temas tratados por el periodista en su programa se convierten en la agenda de los medios. Para lograr estos objetivos, se genera una cadena inter y metadiscursiva que circula por todos los soportes del grupo: los ejes temáticos planteados por *PPT* son retomados por el resto de los programas del canal, profundizados en el noticiero, debatidos en los programas de la señal de cable *TN*, y ampliados por *Radio Mitre* y el diario *Clarín*, en sus versiones impresa y digital. Todos los dispositivos son puestos en marcha para instalar y legitimar una “verdad”, entendiendo la misma como un campo de lucha constante donde se dirime el poder. En términos de Michel Foucault:

Existe un combate “por la verdad” o al menos “alrededor de la verdad” –una vez más entiéndase bien que por verdad no quiero decir “el conjunto de cosas verdaderas que hay que descubrir o hacer aceptar”, sino “el conjunto de reglas según las cuales se discrimina lo verdadero de lo falso y se ligan a lo verdadero efectos políticos de poder”; se entiende asimismo que no se trata de un combate “a favor” de la verdad sino en torno al estatuto de verdad y al papel económico-político que juega-.²⁴⁶

A modo de cierre, consideramos que la Ley de Medios, aún limitada a regular sólo el campo audiovisual, se muestra como un camino necesario en la búsqueda por multiplicar medios de comunicación, voces y posturas. La ley, sin ser una garantía total en la lucha por la desconcentración, al menos puede constituirse como un fuerte obstáculo para que los grupos

²⁴⁶ Foucault, Michel; *Microfísica del poder*; La Piqueta, Madrid, 1979, pág. 188.

hegemónicos (privados y públicos) instalen “verdades absolutas”, aparentemente incuestionables, con la facilidad con la que hoy las construyen.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Libros.

Alabarces, Pablo; Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina; Prometeo libros, 2002.

Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata; "Primera Plana. El nuevo discurso periodístico de la década del 60" en *Punto de Vista*, n° 22, diciembre 1984.

Ford, Aníbal y Longo Elía, Fernanda; "La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público" en *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*; 1999.

Foucault, Michel; Microfísica del poder; La Piqueta, Madrid, 1979

Gantman, Marcelo y Burgo, Andrés; Diego dijo. Las mejores 1.000 frases de toda la carrera del "10"; Distal, Buenos Aires, 2005.

Grignon, Claude y Passeron, Jean-Claude; Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura; Nueva Visión, Buenos Aires, 1991.

Guanella, Emiliano; 50 veces Diego; 2010.

Maradona, Diego; Yo soy el Diego; Planeta, Buenos Aires, 2001.

Martini, Stella; Periodismo, noticia y noticiabilidad; Norma, Colombia, 2000.

Ramos, Julio; Los cerrojos a la prensa; Amfin, Buenos Aires, agosto, 1993.

Sebreli, Juan José; Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos; Sudamericana, 2008.

Sigal, Silvia y Verón, Eliseo; Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista; Eudeba, 2003.

Steimberg, Oscar; Semiótica de los medios masivos; Atuel, Buenos Aires, 1998.

Todorov, Tzvetan; "Las categorías del relato literario" en *Análisis estructural del relato*, Tiempo contemporáneo, 1970.

Todorov, Tzvetan; *Mikhail Bakhtine, Le principe dialogique*; Éditions Du Seuil, 1981.

Winkin, Yves; "Introducción, en La nueva comunicación"; Kairós, Barcelona, 1984.

Zanoni, Leandro; Vivir en los medios; Ediciones Marea, 2006.

Diarios.

Clarín, sección espectáculos. "La novela de Maradona". 31/07/2013.

Clarín, sección política. "Maradona se metió en la pelea por la Provincia". 01/08/2013.

Clarín, sección espectáculos. "Susana Gimenez sorprendida por la denuncia de Maradona". 29/08/2013.

Clarín, sección deportes. "Maradona se enojó y amenazó con llamar a Moreno". 04/09/2013.

Clarín, sección política. "El grupo Clarín presentó su plan de adecuación voluntaria". 04/11/2013.

Cronista.com. "El Grupo Indalo se hizo cargo finalmente de las radios de Hadad, quien se despidió al aire". 11/10/2012.

Infobae, sección teleshows. "Maradona habló de su enojo con Susana Giménez". 05/09/2013.

Infobae, sección playfútbol. "Maradona insiste contra Mancuso y lo acusa de estafador". 05/09/2013.

Infobae, sección tendencias. "Qué le pasa a Diego Maradona". 10/09/2013.

Infobae, sección playfútbol. "Maradona no podrá salir del país: Batista continúa con la causa". 11/09/2013.

La Nación, sección Deportiva. "El enojo de Sinagra". 23/08/2005.

La Nación, sección política. "Daniel Hadad vendió C5N y todas sus radios a Cristóbal López". 26/04/2012.

La Nación, sección política. "La Corte puso en aprietos a los representantes del Gobierno y de Clarín". 30/08/2013.

La Nación, sección política. “La Corte Suprema declaró constitucional la ley de medios”. 29/10/2013.

Página 12. Sección el país. “Antes de fin de año”. 27/11/2013.

Revistas.

Gente. “Si algo se parece a la felicidad, es este momento”. Edición N° 2102. 01/11/2005.

Gente. “Ser el DT de la Selección argentina es el mejor regalo del mundo”. Edición N° 2259. 03/11/2008.

Sitios web.

www.alexacom.ar.

www.ivc.org.ar

grupoclarin.com.ar.

9. ANEXO.

Adjuntamos un disco compacto a modo de anexo con todas las notas periodísticas utilizadas para el corpus de este trabajo, como así también las notas de diarios y revistas que utilizamos como referencias bibliográficas. Además, material audiovisual del programa *La noche del 10*.

