



TRABAJO DE INTEGRACIÓN FINAL: TESINA

***“El Show del Fútbol”*: Análisis de su comportamiento**

Autor:

André Figueroa

Profesores:

Alejandro Di Giacomo

Rosaura Audi

Año:

2013

Índice

Introducción.....	1
1. Marco Teórico.....	4
2. Desarrollo Periodístico de “El Show del Fútbol”	6
3. Análisis del objeto de estudio.....	27
3.1. Responsabilidad Comunicativa.....	33
3.2. Producto Periodístico.....	38
4. Conclusiones.....	44
Bibliografía.....	48

Introducción

El propósito de esta tesis es analizar la práctica periodística del programa de televisión “El show del Fútbol”, transmitido por *América TV* todos los domingos de 23 a 1. El mismo es conducido por Alejandro Fantino y sus panelistas son: Juan Carlos Pasman, Roberto Leto, Nicolás Distasio, Paulo Vilouta, Oscar Ruggeri, Carlos Tapia, Carlos Stroker y Daniel Fava.

En el 2009, fue premiado con el Martín Fierro al *Mejor programa deportivo*, superando a los también nominados “Carburando” y “Fútbol de Primera”, ambos de Canal 13. Asimismo, Fantino fue galardonado por la *Mejor labor en conducción*. Pero ésta no es la única distinción que ha tenido Fantino a lo largo de su carrera, *Mejor labor en radio*, *Mejor labor en cable*, *Mejor labor en conducción de programas deportivos*, han sido varios de los reconocimientos que él ha recibido por parte de los premios Martín Fierro en sus 18 años de carrera.

Sin embargo, el desempeño periodístico, ya sea radial o televisivo, que ha realizado el conductor del programa a analizar, ha sido siempre un blanco para la crítica. Y “El show del fútbol” no es la excepción. Ya sea por la calidad informativa, propiamente periodística, que utiliza para confrontar sus temas de análisis; por las formas de expresión, incitantes a causar más polémicas de las que ya tienen sus temas a tratar. Por el uso del lenguaje que emplea él y todas las personas que participan en dicho espacio televisivo. Además, por enfocarse más en las controversias y escándalos extra futbolísticos que en el propio desarrollo deportivo de los equipos argentinos.

Para realizar este estudio se analizarán detalladamente tres programas, en ellos se puntualizará sobre los casos en donde se exponga la tergiversación de hechos noticiosos, la mezcla de la crítica prejuiciosa con la opinión y la información. Será menester detenerse en varios puntos mediante los cuales se podrá determinar si se está incurriendo en prácticas incorrectas al realizar el trabajo periodístico.

Entre dichos puntos se tratará con profundidad la forma como se difunde el contenido a través del discurso. Se determinará si existe ética al tratar y opinar acerca de los acontecimientos informativos.

En primera instancia, se realizará una descripción del programa y de su desarrollo con base en el *Modelo del Speaking* de Dell Hymes, en el que se estudia con detenimiento los principales aspectos del discurso, las interacciones y discusiones que se pueden generar en la situación social donde se desarrollan.

A su vez, este modelo aborda la *Finalidad del mensaje*, la cual está compuesta por dos fases. La primera, *objetivos-intenciones*, estudia el propósito que subyace en el mensaje que se comunica. La segunda fase, *objetivos-resultados*, se refiere a lo que se logra con la comunicación.

Al describir los elementos del evento, se buscará una recomposición para determinar cuáles fueron los elementos que dominaron y se impusieron sobre los demás.

Periodistas y productores de otros canales de televisión también darán a conocer su punto de vista con respecto a “El show del Fútbol”. Éstas críticas, basadas en la experiencia de su trabajo dentro de los medios de comunicación, permitirán tener una mejor comprensión acerca de lo que, para ellos, es hacer periodismo y cómo consideran el desempeño del espacio televisivo a estudiar, teniendo en cuenta que los entrevistados también compiten por tener una mayor audiencia.

Eduardo Bongiovanni y Magali Repetti, productores de “SDF”, contarán cuáles son los propósitos del programa y las herramientas que utilizan para que éste consiga mayor audiencia y compita con los demás espacios deportivos en la televisión.

Johan Gómez, productor de “*Balón Dividido*” de *ESPN*, dará su opinión acerca del programa de que se ha tomado como objeto de estudio y también manifestará su punto de vista acerca de cómo se deberían tratar los temas polémicos en los medios.

Aldo Proietto, Diego Latorre y Juan “Tano” Fazzini, periodistas de “*Fox Sports: Radio del Plata*”, también harán sus críticas sobre “*El Show del Fútbol*”. Opinarán sobre el programa y analizarán si su práctica es buena o mala.

A su vez, los panelistas del programa de estudio, Carlos Stroker, Nicolás Distasio, Roberto Leto, Oscar Ruggeri y Paulo Vilouta, harán declaraciones acerca de

cómo desarrollan sus respectivas funciones y cómo consideran ellos mismos el espacio televisivo del que forman parte.

Para sustentar el análisis del discurso, este trabajo se valdrá del texto titulado *El imperio retórico*, de Chaïm Perelman.

Se evaluará, dentro del discurso de Fantino, la teoría de la argumentación concebida como una nueva retórica o una nueva dialéctica que “cubre todo el campo del discurso que busca persuadir o convencer, cualquiera sea el auditorio al cual se dirige y cualquiera sea la materia a la cual versa” (Chaïm Perelman, 1977, p. 24).

El texto de John Langer llamado “*La televisión sensacionalista*” servirá para respaldar las hipótesis acerca del uso premeditado de la polémica sobredimensionada y la tendencia de producir sensación en la forma que se presentan las noticias para causar mayor impacto por medio de las peleas, el show mediático, las discusiones y el drama, dejando la información acerca del acontecimiento en sí para un segundo plano.

“La utilización de un ‘guión dramático’ es especialmente evidente en las noticias televisivas, donde la presión por ganar audiencia tiene como resultado que las distinciones entre noticia y entretenimiento se diluyan de manera preocupante. Postman y Powers (1992) son incluso más cáusticos al sugerir una analogía entre las noticias televisivas y los tenderetes de carnaval: ambos utilizan todo tipo de ‘tentaciones’ para obtener una ‘reacción emocional inmediata y amplia’, con el fin de mantener a la gente bajo la carpa (electrónica)” (John Langer, 1998, p. 14).

El objetivo de esta tesis es evaluar las herramientas periodísticas utilizadas en el programa “*El Show del Fútbol*” para definir si su práctica es correcta o incorrecta.

1. Marco Teórico

En la elaboración de este trabajo se utilizó, como una de las principales fuentes de apoyo, el *Modelo del Speaking* de Dell Hymes. Éste método se implementó para describir y evaluar los tiempos de interacción entre el conductor y los panelistas de *“El Show del Fútbol”*, las formas de discurso empleadas por los mismos y los debates generados en el desarrollo del programa.

El modelo se basa en ocho puntos de análisis.

- 1) **Ambiente y Escena:** El ambiente se refiere al tiempo y lugar del acto del habla, y en general, a las circunstancias físicas. La escena es el “ambiente psicológico” o “definición cultural” que incluye como característica el registro de formalidad y sentido lúdico o solemne.
- 2) **Participantes:** (Habla y audiencia). La audiencia se puede fragmentar en destinatarios y oyentes. Es decir, el hablante puede tocar un tema específico, dirigido hacia el sector “A” de la audiencia (destinatario), y eso no impide al sector “B” escuchar también dicha narración y ser solamente oyentes pasivos.
- 3) **Clave:** Establecen el tono y la manera del habla. Considerando la forma en la cual el hablante se expresa. Aquellas instancias pueden ser graciosas, irónicas o serias.
- 4) **Instrumentalidades:** Son las formas y estilos del habla. Es decir, hablar en un registro casual con muchos rasgos dialectales o usar un registro más formal, con formas gramaticalmente “normativas” o cuidadas.
- 5) **Fines:** Aluden a los objetivos, propósitos y fines que se quiere alcanzar con respecto a la manera en la que se transmite el mensaje.
- 6) **Secuencia de actos:** Forma y organización del evento. Puede realizarse una aparente secuencia estructurada con interrupciones cooperativas.
- 7) **Normas:** Comprende las normas de interacción y las de interpretación. Las primeras tienen que ver con los mecanismos de regulación interaccional o “rituales”. Cómo dirigir la palabra, cuándo interrumpir a alguien, la duración de los turnos al hablar, etcétera. Las segundas involucran todo el sistema de creencias de una comunidad, que son transmitidas y recibidas ajustándose al sistema de representaciones y costumbres socioculturales. Las normas se relacionan con las formas de interacción propias del acto del habla.

- 8) **Género:** Se refiere al género propio del acto del habla. Ya sea esta una conversación o una entrevista. Muchas veces se observan actos de habla plurigéneros.

Hymes Dell. *Functions of Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania. 1974.

Recuperado de: <http://culturizatemundo.blogspot.com.ar/2009/10/s-p-e-a-k-i-n-gel-modelo-de-hymesparte-1.html>

Otro de los textos empleados para sustentar este análisis es el de John Langer, *“La televisión sensacionalista: El periodismo popular y las ‘otras noticias’”*, 1998. Este aborda los mecanismos utilizados por los medios de comunicación para atraer al público por medio de la dramatización de los hechos noticiosos, el exceso de la polémica en la manera de divulgar los mensajes y el sensacionalismo como principal herramienta para obtener más *rating*.

Estos métodos periodísticos, según Langer, son utilizados “en el negocio del entretenimiento para aumentar la audiencia por razones comerciales, no periodísticas [...] Son un producto mercantil regulado por encargados de marketing que en esta ‘competición’ dejan de lado las responsabilidades periodísticas y la integridad”¹.

En cuanto a las observaciones de la oratoria y del discurso de los integrantes del programa, se utilizó el texto *“El imperio retórico: Retórica y argumentación”*, de Chaïm Perelman, para fundamentar el análisis de las expresiones y los mensajes emitidos con el fin de persuadir a los televidentes.

2. Desarrollo Periodístico de “El Show del Fútbol”

¹ Texto de John Langer: *“La televisión sensacionalista: El periodismo popular y las otras noticias”*. (1998)

El 23 de agosto de 2009 se emitió por primera vez en la pantalla de *América TV* el programa deportivo “El Show del Fútbol”, o conocido también únicamente por sus siglas “SDF”, conducido por Alejandro Fantino. El mismo sigue siendo transmitido en la actualidad de manera ininterrumpida todos los domingos de 23 a 1. En aproximadamente una hora y cuarenta y cinco minutos de desarrollo –el resto del tiempo de duración es destinado a los espacios publicitarios– se expone lo más destacado de la última jornada del Campeonato Nacional de Fútbol Argentino, tanto en la parte futbolística como en la extra futbolística.

La apertura se caracteriza por emitir un compacto de imágenes y audios con lo más relevante que haya ocurrido en la fecha. Al término del mismo, Fantino da la bienvenida al programa e inicia puntualizando un tema en particular para entrar en discusión posteriormente con sus panelistas.

A medida que transcurre el programa se evalúan y se discuten asuntos como la contienda por el liderato en el certamen, las situaciones comprometedoras por las que atraviesan los planteles que están peleando por no descender, jugadas polémicas, decisiones arbitrales que llevan a la controversia para definir si fue o no correcto su desempeño, la participación de los equipos *más grandes* para quienes “SDF” dispone de periodistas especializados para realizar el análisis de su funcionamiento, Nicolás Distasio y Roberto Leto están encargados del manejo de información de River Plate y Boca Juniors respectivamente. A su vez, se habla sin censura alguna acerca de inconvenientes internos que pudiesen tener los clubes, las instituciones de árbitros federados o la AFA (Asociación de Fútbol Argentino).

Eduardo Bongiovanni, productor de “El Show del Fútbol”, destaca que “todo lo que es polémico evidentemente a la gente le gusta [...] es el morbo de la gente”². También admitió: “Nosotros le hacemos hincapié en la parte de los errores y en lo ‘más grave’. Ojalá no pasara pero es así, la gente es lo que más compra como para ver. Por

² Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

eso buscamos hasta el más mínimo detalle. A veces cuando uno dice ‘esto no va a explotar’ y explota, es lo más visto y la gente se engancha con eso”³.

Basándose en el *Modelo del Speaking* de Dell Hymes se hará una descripción más profunda, la cual servirá para exhibir las prácticas en la tarea periodística y fallas estéticas en la forma en que se presenta la información o se manifiesta la opinión sobre algún tema en particular. A continuación, se detallarán momentos en el desarrollo del programa tomando específicamente tres de ellos: 21 y 28 de abril y 5 de mayo del presente año.

1) **Ambiente y Escena**

El “ambiente” corresponde al tiempo y al lugar en donde se producen los hechos. En la actualidad la inmediatez de la información juega un papel crucial en todos los espacios noticiosos, haciendo de la tecnología la razón principal de la transformación en la plataforma laboral de los periodistas hoy en día.

La globalización permite que, en el lugar en donde haya acceso a internet, se pueda estar informado en tiempo real. De esta manera el comunicador se ve obligado a hacer de su profesión un trabajo constante y casi sin descanso, puesto que ya no es necesario esperar hasta la hora en la que esté programado salir el noticiero al aire para empezar a comunicar hechos. Las redes sociales son utilizadas como una herramienta para mantener a la audiencia informada en todo momento. Incluso, sirve como nexo para mantener un contacto continuo entre el periodista y su audiencia. Es común que los programas de televisión, al igual que los diferentes medios de comunicación, tengan cuentas en *Twitter* o *Facebook* y estén permanentemente en conexión con su público. “El Show del Fútbol” no es la excepción. Valiéndose de estos instrumentos tecnológicos, al hacer públicas sus cuentas (@Show_Del_Futbol; @fantinofantino; @pviloutaoficial; @TotiPasman; @rdfava; @NicoDistasio_; @robertoleto; @OscarRuggeri y @CarlosStroker), interactúan con la gente que ve el programa, haciendo preguntas, consultando información sobre los temas que están hablando y hasta recriminando sus

³ Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

opiniones durante el desarrollo del programa, desviándose de lo noticioso y generando polémicas extra periodísticas.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**
Fantino: Le pido, por favor, a los *tuiteros* que están escribiendo (...) Si me pueden ayudar, ¿en qué partido metió la pata Pablo Díaz? [00.42]
Fantino: Acá me dicen que Silvio Truco fue, entre otras cosas, en el *Twitter* que para eso sirve, ¿no? Silvio Truco tuvo un problema bastante grande en cancha de Banfield por parte de las hinchadas de Huracán, había cobrado un penal insólito, me dicen... [00.46]
- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**
Fantino: Les pregunto a ustedes del otro lado (televidentes) tu acérrimo rival, tu clásico de toda la vida se está por ir a la “B” y vos por entrar a la *Sudamericana*, ¿tienen que entregarle los puntos? [00:01]
Fantino: He descubierto con muchísima sorpresa que en el *Twitter* hay muchos fanáticos del Barcelona. Porque tocar a Piqué es como tocar a la Escarapela Nacional. [23:36]
- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**
Fantino: Hoy me cansé, pero me cansé de rebotar... Está bien, es una red social, es una herramienta de tantas... Un montón, que para mí, boludos, porque un tipo que piensa esto es un boludo, diciendo que Tigre había ido para atrás... Tigre no fue atrás, de ninguna manera. Le ganó bien Independiente hoy a Tigre, le ganó del primer minuto hasta el último. Y si (Federico) Santander erró el gol es porque es un burro, no porque erró al arco, ¡porque es un burro! Porque es malo, por algo lo echaron de Racing. [23:10]

La “escena” está ligada a una identificación cultural del medio en donde se está, incluyendo características de formalidad y respeto al momento de referirse a los temas a tratar en el programa –este estudio se refiere específicamente a una identificación cultural meramente deportiva–. Siendo Argentina un país con una enorme tradición futbolística, los cuadros pasionales por esta disciplina no sólo se demuestran dentro de un estadio, también se trasladan a las actividades de la vida cotidiana y son comunes las charlas, bromas, discusiones y hasta peleas cuando se trata de defender al equipo del cual se es hincha o al jugador de quien se tiene un gusto particular por su desempeño dentro, e incluso fuera, de las canchas. Paulo Vilouta afirmó: “Acá la

tendencia en la Argentina es 'gano la pulseada' [...] Y a veces uno discutiendo también aprende y forma valores, pero acá siempre es la idea de la destrucción. Entonces las discusiones son más tensas"⁴. Y justamente esta pasión por defender un punto de vista, generalmente, provoca que se deje de lado el respeto y la formalidad en el habla y cambiar de manera brusca al lenguaje burdo y grosero.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Fantino: Lo digo públicamente, yo tengo un especial respeto por Marconi⁵ porque laburó acá y es un tipo que aprecio, que es buena gente y me parece un tipo inteligente. Marconi es un buen abogado, un tipo pillo para dirigir. Ahora, Guillermo, yo creo, creo, que hacés mal en sacar a tus árbitros y no dejar dirigir a Independiente. [23:47]

Fantino: Vamos a poner los testículos sobre la mesa...

Ruggeri: ¿Ponemos los testículos sobre la mesa? La fecha no se tendría que haber jugado. [23:22]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Vilouta: El hincha de Racing quiere ganar este semestre de una sola forma que es que Independiente descienda (...) Aunque los jugadores de Racing, lógicamente que son profesionales, digan "nosotros vamos a salir a ganar", yo estoy convencido, sin usar las palabras de (Daniel) Fava: "los van a matar", los van a presionar porque vivimos en un mundo donde hay en el fútbol mucha violencia. [23:52]

Fantino: ¿Te pasó alguna vez, como jugador, tener que hacerte el boludo?

Ruggeri: No...

Vilouta: ¡Qué milagro!

4 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

5 Guillermo Marconi. Titular del Sindicato de Árbitros Deportivos de la República Argentina (SADRA).

Ruggeri: ¡No, de verdad! Lo saco recagando al tipo que me venía a decir “hay que perder”, lo sacaba recagando, ¡no me importaba nada! [00:11]

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Stroker: Éste es el primer clásico que tiene cinco árbitros. Hubo cinco árbitros adentro de la cancha, el quinto árbitro fue (Diego) Ceballos⁶ (...) Casi se lesiona (Germán) Delfino⁷, si Delfino queda afuera y no dirige el cuarto árbitro como dice la AFA, sino el quinto que era Ceballos. Ahí está el error de la Asociación de Fútbol Argentino. [23:44]

Fantino: Yo creo que es una AFA mafiosa, creo que es una AFA medieval, lo vengo diciendo desde hace un montón de tiempo. Estas son costumbres “Grondonianas” y hasta que no limpiemos toda esta mugre, toda esta mierda de AFA, esto va a seguir... [23:15]

Fantino: Acuérdense, le van a hacer un monumento. Todos esos chupa culo de Grondona le van a hacer un monumento frente de la AFA [23:30]

2) **Participantes**

Los “participantes” originales en la interacción informativa son el hablante y su audiencia, pero estos últimos usualmente se subdividen en *destinatarios* y *oyentes*. Cuando en el programa se analizan temas específicos, ya sea con respecto a un jugador en particular –identificado por la afición con el equipo al que pertenece– o al funcionamiento y rendimiento de un club, los hinchas o simpatizantes del objeto de conversación son los destinatarios, aquellas personas a quienes va dirigido directamente el mensaje. Sin embargo, eso no condiciona a que la audiencia que en ese preciso momento está sintonizando el programa, y no tiene un gusto a fin con el jugador en cuestión o no sea fanático del club que se está hablando, sea parte del relato informándose de los sucesos noticiosos como simples oyentes.

6 Diego Ceballos. Árbitro de la Primera División del Fútbol Argentino.

7 Germán Delfino. Árbitro de la Primera División del Fútbol Argentino.

El contenido de lo que se habla puede ser meramente informativo, bromas, presunciones, acusaciones, entre otras.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Pasman: Yo creo en la honestidad de Racing...

Fantino: Está bien, vos crees pero... le van a entregar los puntos (a Quilmes). [23:52]

Fava: Vos no me podés decir a mí que no te argumenté claramente por qué digo que el “Tecla” (Ernesto) Farías⁸ no puede jugar de titular en Independiente.

Fantino: ¡Ah! Pero, ¿por qué no puede jugar de titular?

Fava: ¡Porque no hace un gol! [00:16]

El asunto de debate o crítica también puede estar dirigido a una persona específicamente. Haciendo de aquella a quien va dirigida la comunicación el destinatario, y al resto de la audiencia, los oyentes.

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Fantino: Ojo con los aduladores, Grondona. Es la peor calaña que puede haber... En el Japón Feudal mataban a los aduladores cuando eras un emperador y venía un tipo y te chupaba mucho las medias, o te adulaba o te golpeaba tres veces el hombro; lo cortaban en medio. Lo decapitaban. [23:13]

La participación de Nicolás Distasio y Roberto Leto –periodistas especializados de River Plate y Boca Juniors, respectivamente– clarifican la diferencia entre las audiencias, como se había señalado anteriormente. Dado que sus informes, opiniones y análisis son dirigidos directamente hacia “sus” televidentes, quienes comparten su simpatía por el mismo club.

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Distasio: Los jugadores, ustedes que salieron a la cancha, tenían la oportunidad de devolverle algo de orgullo a la gente de River, algo de alegría, de felicidad, y jugaron un partido lamentable, ¡lamentable! (...) A mí realmente me decepcionó (...) Tenían la gran chance hoy de volverlo loco a Boca, que es el peor Boca de los últimos treinta años y que va último en el campeonato. [00:02]

⁸ Ernesto Farías. Futbolista argentino, jugador del Club Atlético Independiente de Avellaneda en la temporada 2013.

Leto: Para el hincha de Boca. Primero, Boca no estaba último y para Boca era un partido muy especial (...) El hincha de Boca se quedó contento. Le ganó al campeón del mundo el día miércoles y le empató al campeón del Nacional B en la cancha de Boca. [00:003]

3) **Clave**

Establece el ímpetu del acto del habla de los periodistas. En este punto se manifiestan las formas en las cuales se expresan, tanto el conductor como los panelistas, para referirse a una información o para aludir a un tema en particular. En el desarrollo del programa existe una variación constante, cambiando de tonos, vocablos y semblantes serios, graciosos, irónicos y sarcásticos de manera repetitiva para mantener la expectativa en la audiencia. El propósito de hacer que prevalezca la idea de que éste espacio televisivo es un show, con la fluidez y el dinamismo que el mismo debe caracterizarse, se cumple reiteradamente en cada discusión, informe y crítica que se realiza.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Fantino: Vamos a empezar hablando de “Miguelito” Brindisi y de su nuevo Independiente... ¿Nuevo Independiente? Sumando las edades de los jugadores que puso llegan a la edad de la momia de Tutankamón (...) ¿A qué vino Brindisi? ¿A salvar a Independiente o a armar la base de la B?

[23:10]

Fantino: Un hombre que viene haciendo las cosas como para ser el próximo “Toti” Pasman en el mundial que viene.

Fava: O sea, ¡la voy a tener adentro!

Pasman: Mal no te va a ir, porque de los otros que dijeron la misma frase se mataron cuatro. Entonces, ¿quién la tiene adentro? [23:24]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Fantino: ¿Le das libre mañana a tus jugadores? Pero, ¿a quién le ganaron? ¿Al Borussia Dortmund en Alemania tenés que jugar en quince días un partido por la *Champions*? Te recuerdo, Miguel Brindisi, que estás peleando el descenso. [23:12]

Fantino: Yo te voy a explicar por qué juega (Juan Román Riquelme)...

Porque es un tipo que nació para jugar la *Libertadores* contra los brasileños y aún lesionado...Es como el *Cid Campeador* cuando lo ponían

muerto encima de los caballos (...) Él tiene que entrar así, enyesado; lo ven los brasileros y se asustan. [00:18]

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Fantino: Si vos vas con un barco de carga y te mandás cerca de Somalia hoy, si te viene un barco medio alumbrado, un poco oxidado, con cinco morenos arriba con una *AK-47*, ¿quiénes son? ¡Piratas! ¡Estás hasta las bolas!... Si viene el mismo barco con cinco morenos y una *AK-47*, estás por un mar en frente de Los Ángeles, en Malibú ponele... Están filmando una película de Hollywood. No puede haber un pirata ahí. [23:18]

Fantino: Pará, pará... Lo estoy entrenando como un *Samurái*... Soy un maestro *Jedi*, soy tu *Obi-Wan Kenobi*, mostrame lo que sabés. ¡Vamos *Luke!* ¡Vamos *Luke!* ¡Come on, *Luke Skywalker!*

Fava: Cuando vos discutís con Pasman, tenés que dejarlo hablar, nada más, y listo...

Pasman: ¿Qué te falta para ser como yo? Te falta experiencia...

Fava: Un libro. ¡Y que la tenga adentro como vos! [00:21]

4) **Instrumentalidades**

Corresponde a los estilos del habla empleados en el programa. Siendo “El Show del Fútbol” un espacio televisivo de origen argentino, cuyos productores, conductor y panelistas son argentinos, y los telespectadores a quienes se dirigen también son oriundos del mismo lugar geográfico –en su gran mayoría dado que es emitido por un canal de aire– utilizan un lenguaje con muchos rasgos dialectales propios de este país, sin tener preocupaciones por la falta de entendimiento al mencionarlos.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Vilouta: Alejandro, si te parece seguimos discutiendo el tema... Si Racing le da los puntos a Quilmes es una reverenda pelotudez. [23:52]

Leto: No digás pavadas, no digás pavadas... Hablá con fundamentos.

Hablás giladas y ya no aguanto... [00:31]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Fantino: Estamos hablando de algo concreto y ustedes se hacen los boludos... (Refiriéndose a Fava) No te puedo bancar, lo que dijiste es una barbaridad, pero hay algo que sí quiero referir que lo has dicho envalentonado y te has equivocado en la manera, cuando dice: “los van a matar a todos”, es lo que se dice no enfáticamente que van a ir con armas,

sino que, lo que es vos dijiste (a Vilouta), conceptualmente, metafóricamente... [23:57]

5) **Fines**

Son los propósitos u objetivos que se desean conseguir para obtener un resultado. Siendo éste un espacio televisivo, de forma directa está sujeto al *rating*, es decir, el número que indica la cantidad de personas que están viendo en ese momento un determinado programa de televisión.

En los tres programas tomados de “SDF” como objeto de estudio, siempre estuvieron arriba de los cuatro puntos, lo cual es bueno para un canal de aire. Aldo Proietto, periodista de larga experiencia en los medios de comunicación y actualmente panelista en *Fox Sports Radio del Plata*, señaló: “A mí, personalmente, no me gusta (“El Show del Fútbol”), pero su rating es bueno. Marcan arriba de cuatro y a veces arriba de cinco, lo cual, para este canal, que es un canal de segundo orden, si bien es abierto es de segundo orden, y (alcanzar esas cifras) a esa hora es bueno. Quiere decir que hay muchas personas que lo ven... Allá ellos”⁹.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

⁹ Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

20:59				Impacto 9	1.0			
21:32	La Cornisa	5.3	↑					
21:36						Todos Juntos 2013	11.4	
22:13								Periodismo para todos
22:14				Seis en el Siete a las 8:00	3.8			30.1
23:01	El show del fútbol	4.5	↑			Bajada de línea	2.3	↑
23:24				Fútbol permitido	1.2			
23:52						Glee	5.7	↑
00:03				Argentina por Argentinos	1.4			
00:05								Resto del mundo
00:57						Congreso empresarial	1.9	↑

- Programa #2 (28 de abril de 2013):**

22:07						Cine de del domingo: Hombre en llamas	11.3	↑
22:13								Periodismo para todos
22:15				Seis en el Siete a las 8:00	3.7			22.7
23:00						Bajada de línea	3.1	↑
23:01	El show del fútbol	4.7	↑					
23:28				Fútbol permitido	1.6			
23:54								Resto del mundo
00:02				Argentina por Argentinos	1.1			7.1
00:20						Glee	5.1	↓
00:55				Visión 7 (D)	1.1			Tasadores Argentinos
								2.3

- Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

21:08					Cine Telefe	16.1 ↑	
21:31	La Cornisa	7.1 ↑					
22:13							Periodismo para todos 20.7 ↓
22:38					Cine Telefe	9.5 ↑	
22:47			Seis en el Siete a las 8:00	3.4 ↓			
23:00	El show del fútbol	5.4 ↑			Bajada de línea	2.4 ↓	
23:51			Fútbol permitido	2.3 ↑			
23:52							Resto del mundo 7.2 ↑
00:03					Argentina por Argentinos	1.6 ↑	
00:34					Glee	4.8 ↓	
00:46							Tasadores 2.5

Recuperado de: <http://television.com.ar/ratings/?rdate=2013-04-21>

Otro de los resultados óptimos que ha logrado el programa ha sido la obtención del *Martín Fierro al Mejor Programa Deportivo* de la televisión en 2009.

El más grande “mérito” realizado para alcanzar estos resultados ha sido la continuidad del formato que posee el programa, que más allá de informar sobre los acontecimientos deportivos en el Campeonato Argentino de Fútbol, priorizan el entretenimiento con discusiones, controversias y altercados ligados con el ámbito deportivo, pero con el fin de causar sensación para atraer más audiencia.

Bongiovanni, en su posición de productor y organizador del armado del programa, manifiesta: “Pasa que (cuando sale al aire “SDF”) los partidos ya los vio todo el mundo y antes los partidos solo los veías a la noche con los goles. Ya acá llega la noche y vos lo que querés es la polémica [...] Yo creo que este programa está delineado, por eso el “Show” del fútbol, va más allá de lo que son los goles o los resultados”¹⁰. Tanto por parte de la producción como de los periodistas, se llega a un consenso previo para “montar una escena” y llevarla, si es posible, al máximo de su exageración en cada discusión y debate. Distasio, quien por lo general es uno de los

¹⁰ Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

panelistas que siempre es parte, o incluso genera, muchas de las peleas con sus compañeros, y en especial con Leto por ser simpatizante del clásico rival de River Plate, admite que el programa es “cien por ciento un show”, y además reconoce: “De hecho hasta muchas de las actitudes nuestras las potenciamos. Yo también trabajo en otro canal, en otra radio, y no mantengo el mismo estilo. Justamente sé que acá hay que armar un personaje y potenciarlo mucho más”¹¹.

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Ruggeri: Habla Juan (Castro), y no habla nadie, después corta Juan y hablás vos (Fantino). Después de que hablás vos, hablo yo... ¿Y sabés qué? Del otro lado están durmiendo dos horas antes del programa. [00:33]

6) **Secuencia de Actos**

Es la manera en la que está organizado el desarrollo de las actividades en el espacio televisivo durante el tiempo en el que se encuentran al aire. En medio de los análisis que usualmente realizan se disparan temas polémicos, de manera intencional, para generar más discusiones a partir del mismo, es ahí cuando entran todos en el debate sin respetar los tiempos de habla de sus compañeros, haciendo de dicho momento un caos en donde se hace difícil escuchar de manera clara lo que están diciendo. Distasio confirma: “Sí, tienen un poco de show las peleas, los gritos, los enojos. Todo es espontáneo; las broncas son reales, las peleas son sinceras. Después, obviamente, se termina el programa y nos calmamos, pero en el medio del programa eso no se puede pautar ni dominar porque somos todos periodistas sanguíneos y explotamos ante cualquier comentario”¹². Más allá de que lo que se diga en ese determinado momento pueda ser natural, el juego de imposiciones para ver quién tiene la razón o quién dice la declaración más fuerte, está planificado y aprobado. Aquello es parte del show, del espectáculo que vende el programa, por ende está premeditado y

¹¹ Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

¹² Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

habilitado para que ocurran ese tipo de secuencias estructuradas con interrupciones cooperativas. Magali Repetti, quien es también productora de SDF, ratifica: “Todo lo que sale está en la rutina, está pactado para que se hable. Es más, hay temas demás por si se llegan a quedar sin temas [...] Es la idea, de lo contrario ¿con qué rellenas? ¿Qué color le metés?”¹³.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Leto: Riquelme se ha desgarrado. Un desgarro de tres milímetros...

Distasio: Y.. ¡Olvidate!

Leto: ...De la pierna izquierda

Fantino: Entonces no juega contra Corinthians...

Tapia: No creo que llegue...

Leto: Quiero explicar eso. El partido del primero de mayo contra

Corinthians no lo va a jugar, y tampoco va a jugar el cinco de mayo con

River...

Fantino: ¿Realmente lo decís ahora?

Ruggeri: No, y lo dice así...

Leto: Si lo quise decir antes y vos...

Pasman: ¿Qué estás durmiendo la siesta vos como Bianchi? [00:27]

Distasio: ¡Hay que empezar a sumar puntos dijiste!

Leto: Porque Boca no puede estar en la posición que está...

Distasio: ¡Ah, bueno! Por eso. Hay que empezar a sumar puntos...

Leto: Pero no lo digo por el descenso...

Distasio: ¿Y por qué lo decís?

Leto: ¿Sabés que pasa? Muchos se olvidan, y no fue una campaña buena

porque no jugó bien el equipo. (Julio Cesar) Falcioni...

Distasio: Pero no está más Facioni ¡Lo echaron!

Leto: ¿Me dejás terminar de hablar?

Distasio: Es que ya sé lo que vas a decir...

Leto: Si sabés lo que voy a decir, ¡entonces decilo vos! [00:30]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

(Juan) Castro: El fútbol argentino está muy mal, ¡se pueden matar! Se

corre mucho, se juega poco...

Pasman: ¿A qué te referís?

Castro: Nosotros en España hemos aprendido...

Ruggeri: Juan, por Dios... Ustedes son más aburridos...

(Se vuelve inentendible la discusión) [00:27]

¹³ Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**
 Fantino: ¿Qué te dio pena de River hoy?
 Distasio: El segundo tiempo de River... Una vergüenza...
 Fantino: Pero, ¿qué te dio vergüenza?
 Distasio: La actitud de River que no cruzó la mitad de la cancha, de no atacar...
 Fantino: ¡Boludo! Le estás dando la razón a Leto...
 Distasio: ¡No! No hablo de cagón, hablo de limitaciones. Él (Leto) habla de cagón, él le vende humo a la gente de Boca. [23:42]

7) **Normas**

Se refiere a las normas de interacción entre el conductor y los panelistas, y a la interpretación de la audiencia con respecto a determinados mensajes.

La primera corresponde a los mecanismos de regulación interaccional durante el desenvolvimiento del programa. Es decir, como Fantino administra los tiempos para dirigir la palabra a uno de sus compañeros; cuando permite que hayan interrupciones continuas con el fin de generar más discusiones o detener las mismas para que lo que desean comunicar llegue a los televidentes con más claridad. Asimismo, la duración de los turnos que tiene cada persona para desarrollar su opinión sin tener que limitarse por lo extenso que sea.

Distasio lo denomina de la siguiente manera: “Es el principal animador del programa. En su rol de conductor sabe cómo manejanos, cómo explotar lo mejor de cada uno [...] Y es bravo también porque obviamente sabe hacia dónde apuntar, sabe cómo apretar, sabe de qué manera encender el programa y que explote algún tema en especial. Y uno sabe que corre ese ‘riesgo’ porque Alejandro es punzante, va a fondo y no se guarda nada”¹⁴. Es característico de “SDF” que las peleas sean sobredimensionadas para producir más sensacionalismo, principalmente por la incentivación e incitación en la dinámica impuesta por Fantino.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**
 Vilouta: Vos sabés que Riquelme es el dueño de Boca...
 Tapia: Pero, ¿por qué decís que decidió Riquelme?
 Viluota: Porque manda Riquelme...
 Tapia: Leto, ¿le podés explicar?

¹⁴ Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

Leto: Cuando voy a hablar yo me cortó... Espero que el conductor me deje hablar...

Fantino: Hablá, hablá Leto... Roberto, hoy es una "batalla desenfrenada", hagan lo que quieran muchachos. [00:26]

Fantino: Leto, contale a la gente cómo sería el equipo para enfrentar al Corinthians.

Leto: Para mí, Boca tiene que cambiar el sistema para este partido.

Fantino: Bueno, pero decíme quiénes jugarían.

Leto: Tiene que volver Ribair Rodríguez, fundamentalmente, no está, está lesionado...

Ruggeri: ¿Qué tiene?

Leto: Un desgarró... Para el partido de...

Fantino: Roberto, ¿me escuchás a mí solamente? ¿Me escuchás? Sino no se entiende nada, porque "loco" no se te entiende... ¿Quiénes vuelven que estaban lesionados? [00:29]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Vilouta: (A los técnicos) ¡Laburen más! Jueguen con un equipo miércoles y domingo. Sino no rendís el miércoles y no te garantiza el resultado porque por guardar...

Distasio: ¡Vos hablás con el diario del lunes!

Vilouta: Yo no hablo con el diario del lunes...

Tapia: Yo te escuché en la semana...

Distasio: Si se lesiona (Álvarez) Balanta, se lesiona (Rogelio) Funes Mori, si se lesiona (Manuel) Lanzini...

Fantino: ¡Pará, pará! Pegado a esto voy a hablar de Independiente. Me confirma Fava, y me tranquilizo, ¿el miércoles entrenan un turno? [23:47]

Fava: ¿Vos lo viste a este (Américo Rubén) Gallego?

Pasman: Labura bien el "Tolo", labura bien...

Vilouta: ¡Y se tuvo que ir, ah! A las once de la mañana se terminaba...

Fantino: ¡De a uno chicos! No se entiende... Aguantá, freme un segundo "Toti", por favor. Vamos a ver a Independiente, pero antes quiero ver cómo viene la tabla. [23:48]

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Ruggeri: Si vos sos un boludito que me dice "te voy a dar una guita", y si yo quiero ganar... Y si la querés dar, dale...

Distasio: Alguna vez juntaste vos para darle a otro... El boludito entonces fuiste vos, porque una vez vos juntaste plata por ganar, Independiente contra Gimnasia...

Pasman: ¿A (Javier) Mazzoni¹⁵?
Vilouta: ¿Le pusieron plata ustedes?
Fantino: ¡Pará, pará, pará! ¿Le pusieron plata a Independiente?
Ruggeri: Pero para ganar... [00:29]

La “interpretación” se relaciona directamente con la lectura que hacen los televidentes del programa, de acuerdo con las costumbres socioculturales y deportivas a las que están sujetos. Vilouta afirma: “El fútbol es una pasión. No es la vida ni la muerte para nadie pero la gente se lo toma como vida o muerte. Tiene la cuota del show porque es un espectáculo el fútbol, y merecería ser así, más allá de que en la Argentina se lo dramatiza demasiado”¹⁶. Ser directo, no tener inhibiciones ni censura en el contenido de lo que se comunica, no libera de responsabilidad por el resultado que se manifieste en las personas. Referirse a temas delicados e incitar a la violencia es un error ético efectuado por cualquier periodista que incurra en esta mala práctica.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

Fantino: ¿Podemos poner la imagen de Silvio Trucco?¹⁷ ¿Tenés una foto de Truco? ¿La podemos congelar, se puede? Que por lo menos la gente lo conozca en la calle (...) Que por lo menos sientan que cuando se mandan una macana sufran lo mismo que sufre el “Tecla” Farías, lo que sufre (Federico) Mancuello, o lo mismo que sufre el presidente (Javier) Cantero... [23:37]

Fantino: ¡Ésta no me la banco! Tenés que caerle a trompadas, tenés que saltar y reventarlo... Escuchame, ¿te vas a bancar? Sos un árbitro y viene un tipo a darte una trompada... En esta sí lo banco. [23:55]

- **Programa #2 (28 de abril de 2013):**

Fantino: Contestame esto. ¿Qué es más importante para el hincha de Racing? ¿Entrar a la *Sudamericana* o que se vaya a la “B” Independiente?

15 Javier Mazzoni. Ex futbolista argentino, jugó en el Club Atlético Independiente de Avellaneda entre 1994 y 1997.

16 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

17 Silvio Trucco. Árbitro de la Primera División del Fútbol Argentino.

Pasman: Para el hincha, que Independiente se vaya a la “B”. Ahora, para los jugadores y (Luis) Zubeldía¹⁸, está la *Sudamericana*, porque sino a

Zubeldia le dan una patada en el traste y a los jugadores también.

Fantino: No dijiste nada “Toti”... ¿Tenés ganas de laburar? O vení a

AméricaTV a pedir otro programa de deportes... ¡Acá hay que pner

huevos hermano! Mirá cómo se responde...

Fava: Si los jugadores de Racing le ganan a Quilmes, los matan a todos

Vilouta: ¡Qué lindo mensaje! [23:51]

Fava: Cuido mis palabras “Toti”, así no te ofendo... Si los jugadores de Racing le ganan a Quilmes se arma un lío, pero si los hinchas se llegan a enterar que cobraron plata de Independiente para ganarle a Quilmes, los van a matar a todos.

Pasman: ¿Te digo la verdad? Cada vez me preocupa más escucharte.

Estamos en un momento en donde los barras bravas de Independiente van a apretar a los jugadores, tienen que defenderlos un policía, y vos estás diciendo que los van a matar a todos, como fomentándolo, como aprobándolo, como permitiéndolo... ¡Bajá un cambio! [00:12]

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Vilouta: Oscar (Ruggeri), perdón. Una cosa es el hincha de la calle que pueda desear una cosa, y otra cosa son los barras bravas. No nos olvidemos que ayer murió un chico de los barra bravas de Racing. No nos olvidemos que hay un chico que murió en la sede de Racing... Entonces, no es fácil ir contra la mafia de los barras bravas. [00:25]

8) **Género**

Corresponde a los diferentes géneros propios en la forma de sostener una conversación. No se puede encasillar al programa en el manejo de uno específicamente por el dinamismo con el que se efectúa, en donde pasan de una conversación o charla a una discusión, o a comunicar algo de manera en que el conductor sea un entrevistador y uno de sus panelistas el entrevistado.

- **Programa #1 (21 de abril de 2013):**

18 Luis Zubeldía. Entrenador de Racing Club de Avellaneda en la temporada 2013.

Fava: ¿Tenés que hablar conmigo? Yo te argumento, ¡vos no tenés argumentos para decir las cosas!

Tapia: ¿Por qué?

Fava: ¡Hace treinta partidos que no mete un gol Farías!

Tapia: ¿Y? ¿Eso qué tiene que ver?

Fava: ¿Cómo “qué tiene que ver”?

Tapia: Yo, en lugar de Brindisi Farías juega en mi equipo. [00:05]

- **Programa #3 (5 de mayo de 2013):**

Fantino: ¿Vos fuiste a ver el otro día a (Josep) Guardiola¹⁹?

Pasman: Sí, señor.

Fantino: Bien. ¿Saliste solito caminando?

Pasman: Me fui solito.

Fantino: ¿Te encontraste con (Gabriel) Heinze²⁰ a la salida?

Pasman: Me lo encontré solo. Le fui a hablar y hablamos de hombre a hombre.

Fantino: ¿Cómo fue la charla? La verdad “Toti”.

Pasman: Me acerqué y le dije: “Gabriel, ¿cómo te va? Quiero tomar un café con vos

Fantino: “¿Quiero tomar un café con vos?”

Pasman: Y él me dijo: “Bueno, pero lo voy a hacer por no ser resentido pero vos sos un hache de pe”. [00:37]

En los tres programas tomados para hacer el análisis se exponen de forma constante la exageración de la polémica, desviándose de la labor comunicativa para entrar en debates y peleas burdas que no corresponden a la información deportiva, sino meramente a un show mediático para obtener mejores puntos en el *rating*. El sensacionalismo para atraer audiencia es utilizado sin medida, sin censura, abordando temas que incitan a la violencia con la justificación de que “SDF” es un programa que “va adelante”, aunque ello no implica que dejen de lado la responsabilidad ante la gente que los ve desde sus casas. Las presunciones no hacen sino exhibir la falta de objetividad para abordar un tema, o referirse a una persona; matizando un poco con el humor y la ironía lo fuerte de sus comentarios.

19 Josep Guardiola. Ex futbolista español, actual entrenador de Bayern Múnich de Alemania en la temporada 2013.

20 Gabriel Heinze. Futbolista argentino, jugador del Club Atlético Newell's Old Boys de Rosario en la temporada 2013.

Pero cada uno de los participantes de este show, tiene su característica particular, su aporte o cuota de entretenimiento para consolidar un solo producto. Tanto Tapia como Ruggeri, en su calidad de ex jugadores, son quienes hacen referencia a las sensaciones propias de un deportista dentro y fuera del campo de juego. Vuelcan sus experiencias como futbolistas para comparar y debatir temas actuales, siempre sobredimensionando sus reacciones cuando hay desacuerdos con los periodistas. “Tapia y yo hicimos vestuarios y sabemos cómo se cocinan las cosas por dentro. Por eso los peleamos a los periodistas, como no saben entonces se enojan”²¹, sostiene Ruggeri.

Vilouta es quien más entra en discusión con los anteriormente mencionados, pero de entre todos los que están en la mesa, es el más prudente. Siempre fundamentando con hechos, datos y estadísticas lo que expone cuando presenta sus informes o cuando entra en el cambio de opiniones con los demás. “Ya nos conocemos desde hace mucho tiempo. Pensamos distinto pero esto es fútbol, no es el descubrimiento de una vacuna contra una enfermedad terminal, así que como empieza termina. Cada uno sabe hasta qué punto va y por donde va. Cuando uno tiene que defender una idea tiene que utilizar argumentos, pero dentro de eso; cuando yo saco un argumento a nivel personal destruyo a una persona, y no tiene sentido”²², manifiesta Vilouta.

Pasman, como lo denominan sus compañeros, es el “amigo del campeón”. Con opiniones cambiantes entre un programa y otro, pareciendo quedar bien con las personas a quienes critica. Sin embargo, cuando Fantino lo provoca hace declaraciones fuertes entrando en el juego de las discusiones sensacionalistas. Con quien más pelea es con Fava, quien tampoco tiene medida en sus palabras cuando es incitado por el conductor a llevar el ambiente del show a un tono más enérgico.

Stroker, quien en este año se vinculó a “SDF”, aporta con investigaciones de actualidad y situaciones que se relacionan con lo que sucede alrededor del fútbol, ya sea con inconvenientes arbitrales, manejos económicos de los equipos, y demás

²¹ Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

²² Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

entidades deportivas. No se ve involucrado en los escándalos fabricados por sus compañeros, simplemente se remite a presentar sus informes. “Yo doy la información y después no digo: ‘Éste es culpable y éste es inocente’ [...] No es mi intención juzgar a nadie. Lo que hago es, cuando tengo la información, la doy, y punto. Y a partir de ahí, cada uno haga lo que quiera”²³, aclara.

Distasio y Leto son los periodistas partidarios. El primero de River Plate y el segundo de Boca Juniors. Manejan noticias de las internas de sus planteles, dando primicias y revelando cosas que los otros panelistas toman para iniciar los debates. Se caracterizan por armar riñas entre ellos por defender los “intereses” de sus clubes, la mayoría de veces llevando la controversia al extremo y exasperándose al defender sus respectivos puntos de vista. “La palabra ‘show’ abarca el hecho de engancharse, de no ser correlativo, de que no sea algo puramente y exclusivamente periodístico, de tener gritos e informes. Y con un conductor que hace que el programa sea un show”²⁴, sostiene Leto.

Y finalmente Fantino, quien es el conductor de “El Show del Fútbol, es el organizador y coordinador de todo lo que sucede en el desarrollo del mismo. Siempre yendo de frente y sin censura en sus palabras, arremete contra quien sea necesario para crear escándalos y discutirlos con sus panelistas. El manejo de los tiempos pasa por sus manos, permitiendo hablar a quien él considere que fuese necesario en determinado momento y dejando pasar por alto las interrupciones cuando el programa precisa de una “escena de pelea”. En ocasiones hace las veces de controlador de sus compañeros y en otras es un incitador buscando sobredimensionar las disputas que se originan por analizar determinados temas, en su mayoría, extra futbolísticos. “Todo es muy polémico con un Fantino que conduce con mucha vehemencia”²⁵, afirma Leto. El manejo del está programa canalizado para que todas sus piezas armen sean parte de

23 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

24 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

25 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

un gran show. Lo dirige en su totalidad el conductor, consiguiendo el mayor alcance de audiencia por las controversias y los altercados, más no por la calidad periodística que propone dicho espacio televisivo.

3. Análisis del objeto de estudio

Conforme pasa el tiempo la televisión aumenta la oferta de “vender” su producto hacia el público a cualquier manera, aun cuando tenga que incurrir en el escándalo y el sensacionalismo para conseguirlo. Éste es un camino que difícilmente pueda enderezarse, ya que con el transcurso de los años se reproducen cada vez más los programas que únicamente buscan ganar audiencia y marcar altos puntos en el *rating*, desinteresándose por el contenido periodístico que emitan a la sociedad.

Los medios locales también incurren en estas prácticas televisivas; el fenómeno comercial se ha apoderado de la forma de hacer noticias, modificando estilos,

imponiendo tendencias, construyendo intereses distintos en las personas que reciben el producto. Según afirma Juan “Tano” Fazzini, periodista italiano con gran trayectoria en los medios de comunicación nacionales y actualmente panelista en Fox Sports Radio del Plata: “Hace quince años no estaban (estos programas), y dentro de diez más vamos a ver cómo estarán [...] La Argentina sufre un proceso retrógrado, en vez de progresar, retrocede. Perdimos calidad, para ser lapidario, perdimos rigor en las cosas [...] La sociedad argentina perdió rigor; perder rigor es perder calidad, perder calidad es perder cultura, perder cultura es perder educación”²⁶.

Lo que plantea Fazzini es que el problema radica en la falta de formación en la sociedad. Existen falencias tanto para realizar programas con buen contenido periodístico –por parte de los comunicadores– como para “exigir” calidad informativa y no “aceptar” todo lo que provenga de la pantalla chica –por parte del público. En términos generales, ya no hay un interés civil por aprender y nutrirse de conocimiento cada vez que el telespectador prende su televisor. En cambio, lo que se busca es entretenimiento y distracción. “La ‘tele’ es un producto muy masivo, es lo que más vende, lo que más fácil entra y se capta más [...] Eso marca un grado de desculturalización que no sé cuándo se va a detener. Es un problema nacional, general, cultural y social; es un progresivo deterioro en el aspecto cultural”²⁷.

En concordancia con el análisis que realiza el “Tano”, Aldo Proietto sostiene que existen desaciertos en la forma de producir los contenidos en los espacios televisivos. “En la Argentina hay algunas desviaciones, sin duda. Hay programas de una polémica bastarda, absurda y cruel, que no tienen por qué serlo. Yo felizmente no participo de eso y tampoco los veo, por una cuestión de higiene mental”²⁸, manifiesta.

26 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

27 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

28 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

John Langer, en la décimo sexta página de su texto “La televisión sensacionalista”, menciona lo siguiente con respecto a la tarea que tienen tanto los que producen el contenido como los que lo receptan: “De acuerdo con Clemens, estamos ‘adormecidos por los valores del entretenimiento que suelen reemplazar a los valores de las noticias’, y ‘estamos satisfactoriamente confundidos’. Las diversas manifestaciones del lamento por las noticias televisivas surgen de lo que se entiende como la relación fundamental que debe existir entre periodismo y el buen funcionamiento de la democracia liberal. La democracia liberal, continúa esa argumentación, necesita que los ciudadanos estén informados y que puedan tomar decisiones razonables basándose en el tipo de información que disponen”.

En las personas encargadas de producir el contenido informativo, es decir, los productores, recae gran parte de la culpabilidad por éste retroceso. Fazzini menciona que caer en estas falencias para ganar más rating “no es responsabilidad de cada periodista, es más bien de los productores, los que conducen los medios”²⁹. Y también afirma: “El periodista, lamentablemente, en el afán de trabajar, baja, y una vez que está adentro la ‘tele’ te chupa, te capta, te obliga. Cuando uno empieza en esto, que más que profesión es una vocación, uno trata de trabajar, y como, lamentablemente, hay más postulantes que medios, hay que aceptar cosas que a lo mejor no están dentro de la mente del periodista... No creo que ninguno que estudie haga cursos de sensacionalismo, una vez que están adentro los llevan a eso”³⁰.

Si bien es cierto que los periodistas también juegan un papel importante en la decisión de hacer o no lo que le digan los productores, es acertado también que estos últimos son quienes arman el formato del programa y tienen la última palabra de lo que va a salir al aire. Fazzini complementa la idea: “Está la libertad de elegir. Por dura que sea una dictadura para una sociedad, en lo íntimo de la mente de cada ser humano gobierna la idea de cada uno y no lo que le imponen los demás, aunque de la boca para afuera aparente la obligación de alinearse a una forma de ser [...] Pero los productores

29 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

30 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

buscan eso; cuando un tema está exacerbándose, ellos te dicen por interno ‘seguí con ese tema que está marcando bien’ (en el rating)”³¹.

Lo cual coincide con las declaraciones de Bongiovanni, quien confirma: “Todo lo que es polémico evidentemente le gusta a la gente [...] es el morbo de la gente. Nosotros (en “El Show del Fútbol”) le hacemos hincapié en la parte de los errores y en lo más grave, entre comillas, ojalá no pasara pero es así, la gente es lo que más compra como para ver. Por eso buscamos hasta el más mínimo detalle. A veces cuando uno dice ‘esto no va a explotar’ y explota, es lo más visto y la gente se engancha con eso”³².

La “excusa” para conseguir más público por medio del sensacionalismo, según el propio Bongiovanni, es que cuando se emite “SDF”, “los partidos ya los vio todo el mundo y antes los partidos solo los veías a la noche con los goles. Ya acá llega la noche y vos lo que querés es la polémica [...] Yo creo que este programa está delineado, por es el ‘Show’ del fútbol, va más allá de lo que son los goles o los resultados”³³.

Cada vez más pierde valor la esencia del programa, que es el fútbol y, consecuentemente, su análisis meramente deportivo. En vez de aquello, el enfoque principal está destinado a los escándalos y las peleas generadas para ganar audiencia. “Éstos ‘asuntos’ se propagan de manera más elaborada, llegando a lo que a los encargados de las cadenas de televisión les gusta señalar como ‘programación

31 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

32 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

33 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

realista', y los críticos prefieren denominar como 'televisión sensacionalista'" (John Langer, 1998, p. 16).

Estas confrontaciones exceden lo futbolístico y provocan el interés de parte de la gente que los ve. Y eso no se desliga de los cambios que han venido ocurriendo en la televisión argentina, porque se potencian los temas extra deportivos para darle paso a la polémica sobredimensionada. "Antes eran mucho menos los medios. Hoy hay una gran cantidad y, por más que se piense que es una emisora muy pequeña, un canal que por ahí es muy chico (*AméricaTV*), hoy todo se recicla, se refrita y se pasa por medio de internet, o de cables informativos, y por ahí se dijo una frase fuera de contexto y a nosotros nos va a venir bien [...] También forma parte con lo que es la farándula, hay más show en todo [...] El tema tampoco es tan acartonado porque, seamos sinceros, la gente a la noche no espera eso; el que vio los goles, no viene a ver los goles con nosotros, viene a ver un poco más [...] y eso hace que el hincha que está con bronca lo vea con más agresividad y el que está contento se ría de la desgracia ajena"³⁴, afirma Bongiovanni.

Aún se puede desarrollar y construir con educación, dentro del ámbito periodístico, una profesión responsable. Uno de los comunicadores que está de acuerdo con esta propuesta es Diego Latorre, quien fue jugador de fútbol y militó en equipos como Boca Juniors, Racing Club de Avellaneda, Rosario Central, Fiorentina de Italia, Tenerife de España y Cruz Azul de México, entre otros; actualmente se desempeña como comentarista en la cadena Fox Sports y forma parte del espacio radial y televisivo Fox Sports Radio del Plata y argumenta: "Hay que recuperar la honradez, que es la esencia del periodismo y veo que se está distorsionando, se está yendo para cualquier lado. Cualquier disparate se dice en los programas de televisión"³⁵.

34 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

35 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

Pero para tener un criterio objetivo y ser arbitrario en el manejo de información hay que hacer énfasis en el estudio, ahí radica el cambio y la respuesta a la problemática que presenta hoy en día la pantalla chica. “Es primordial que las escuelas de periodismo puedan inculcarle al periodista, por vocación, no por opción, no porque ve en el periodismo una ruta para acercarse a la fama, a la farándula o al exhibicionismo; sino que verdaderamente tenga el periodismo adentro, como vocación y pueda entender que este modelo que se está ejerciendo es totalmente destructivo para el propio sentido que tiene la profesión [...] Los jóvenes, los chicos que vienen de abajo y aprendiendo, se están empapando de esas maniobras periodísticas que tiene varias finalidades, una de ellas es que estamos idealizando un mundo creyendo que divertimos, pasarla bien y demás, es el eje central de una transmisión o de un programa televisivo, y no es así, no es la parte central”³⁶, sostiene Latorre.

La labor comunicativa viene adjunta con una carga social, porque como figura pública se debe ser cuidadoso en la información y, sobre todo, en la opinión que se divulga a las personas. Para ello es fundamental nutrirse con el mayor de los conocimientos y no focalizarse en temas estéticos. “Yo ya me jubilé, y si de algo me arrepiento es de cuánto me faltó aprender. Hoy mis colegas jóvenes con la ‘tele’ buscan más una buena ropa, una sonrisa, una corbata, un buen maquillaje antes que el aspecto formativo. Aparte la ‘tele’ te lanza muy rápido [...] Cuando yo empecé, para que me dejaran escribir pasaron dos años y medio, y acá hay chicos que en dos meses ya se creen periodistas. Uno tiene la vocación de ser periodista, pero no se recibe nunca de periodista, siempre tiene más que aprender”³⁷, señala Fazzini.

Valiéndose de este planteamiento, el productor del programa deportivo “Balón Dividido” de la cadena ESPN, Johan Gómez, oriundo de Colombia, sostiene que “el periodista tiene que ser íntegro ante su público, no dejarse llevar por los gustos

36 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

37 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

personales ni los ideales propios al emitir su mensaje en la comunicación”³⁸. El educar y culturizar por medio de la televisión es una tarea a la que debe comprometerse toda persona que está frente a un micrófono, una cámara o difunde sus pensamientos a través de la prensa escrita. “Existe gente del medio que suele humillar a otras personas cuando se impone su punto de vista. Pero tiene que prevalecer la imparcialidad los para que los aficionados (en caso de referirse a la audiencia deportiva) asimilen de forma correcta la victoria y la derrota de la misma manera”³⁹, enfatiza Gómez.

“Convertirse en periodista no es un simple proceso de aprendizaje respecto a las estructuras institucionales, trabajo rutinario o grupos igualitarios y expectativas editoriales [...] Las formas de la historia en sí mismas son un agente socializador organizativo”, enfatiza John Langer en la página 62 de su texto “La Televisión sensacionalista”⁴⁰.

38 Entrevista realizada por el autor el 2 de mayo de 2013.

39 Entrevista realizada por el autor el 2 de mayo de 2013.

40 Texto de John Langer: *“La televisión sensacionalista: El periodismo popular y las otras noticias”*. (1998)

3.1. Responsabilidad Comunicativa

Una de las consignas que debe tener cualquier espacio televisivo es la responsabilidad ante su público. Según Fazzini los medios “han perdido calidad en el producto que propagan a la gente en la búsqueda desmedida de puntos altos en el *rating*”, priorizando el divertimento, el espectáculo y el show “antes de fomentar la educación y la cultura”⁴¹.

Latorre enfatiza: “Es un tema preocupante porque el periodismo debe promover la decencia, en primer lugar, y también es un factor importante que el receptor del mensaje se cultive, se instruya, que aprenda y se eduque con lo que ve y escucha. Estamos frivolizando demasiado el ambiente del periodismo y creo que eso es muy peligroso, muy nocivo crecer con esa ‘educación’”⁴².

41 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

42 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

Se está dejando de lado la comunicación, que es el objetivo de los medios, propiamente comunicativos, para dar paso a la farándula y a los escándalos mediáticos. Este contenido está libre de cualquier mensaje intelectual o culturalmente enriquecedor, no permite a la persona que está del otro lado interactuar racionalmente con lo que se está proyectando en la televisión. Por el contrario, se está contribuyendo para que cada vez sea menor el aprendizaje impidiendo la capacidad de tener un criterio formado.

“Yo me niego terminantemente a manipular de tal manera la información. Nosotros opinamos, informamos o comentamos lo que vemos y sabemos por conocimiento, mas no lo que están queriendo escuchar del otro lado. Lastimosamente eso existió, existe y va a existir por los programas sensacionalistas”⁴³, acentúa Fazzini.

Poco tiene que ver que la línea general del programa sea enfocada hacia el deporte, específicamente hacia el fútbol en el caso de “SDF”. Aquello no lo libera de la responsabilidad periodística por más que la intención principal sea vender un show mediático. “¿Por qué va a estar afuera el periodismo deportivo de lo que la gente tiene que escuchar? Más que ser riguroso, hay que dejarle algo a la gente, algo bueno. Yo noto que cada vez hay menos gente que quiere aprender, porque cada vez hay menos gente que quiere enseñar –declara Fazzini–. Hace dos años y medio fuimos a Sudáfrica, al Mundial. Yo les preguntaba a mis compañeros: ‘¿Cuántos kilómetros cuadrados tiene Sudáfrica? ¿Cuántos kilómetros de cable de alta tensión tienen para poblar el país?’, esas son cosas que hacen al periodismo. A los chicos les interesaba si España había entrenado por la mañana y por la tarde, o si Holanda tenía conflictos con el número diez, cosas que son importantes, pero son secundarias. Y dirán ‘fueron para eso ustedes’... ¡No, yo fui para todo! Yo fui para llevar conmigo a la gente que nos estaba escuchando acá y no pudo ir [...] Siempre hay gente que está recibiendo información, y a lo mejor, dentro de esa gente que recibe están algunos a los que les interesa aprender”⁴⁴.

43 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

44 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

Pero la mayoría de comunicadores perdieron ese deseo de transmitir a la gente lo que acontece en determinada población para nutrir de conocimiento a la sociedad. Los productores, en conjunto con su equipo de trabajo, incluyendo a los periodistas, han restringido el acceso a dicha información estableciendo formatos que potencian el drama y no imparten la cultura.

“En el negocio del entretenimiento, las noticias televisivas, como cualquier otro producto de la televisión, tratan de hacer aumentar la audiencia por razones comerciales, no periodísticas. Las noticias televisivas son, principalmente, un producto mercantil regulado por encargados de marketing que en esta ‘competición’ dejan de lado las responsabilidades periodísticas y la integridad” (John Langer, 1998, p. 12).

Lejos de llevar a cabo la premisa de educar a su audiencia, “El Show del Fútbol” incentiva al exabrupto y a las agresiones con los comentarios vertidos en su programa. Pese a que los productores argumenten lo contrario: “Además de mostrar los fracasos económicos comerciales (de los clubes), se incluyen los problemas deportivo [...] Y no hay que incitar a la violencia, pero sí donde se hacen mal las cosas hay que mostrarlo y acentuarlo para que la gente lo sepa, porque toda la vida se taparon esas cosas”⁴⁵, afirma Bongiovanni. Dicha idea la complementa Repetti al sostener que “el rating es muy importante y hay muchos temas que ‘rinden’ para eso, después originarán los problemas, aunque se intenta obviamente no buscar problemas, nadie quiere buscar problemas ni armarlos”⁴⁶.

Sin embargo, está evidenciado lo contrario en el capítulo anterior de este trabajo cuando en el análisis del segundo programa, emitido el 28 de abril de 2013, se mencionó lo siguiente:

Fava: Cuido mis palabras “Toti”, así no te ofendo... Si los jugadores de Racing le ganan a Quilmes se arma un lío, pero si los hinchas se llegan a

45 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril.

46 Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

enterar que cobraron plata de Independiente para ganarle a Quilmes, los van a matar a todos.

Pasman: ¿Te digo la verdad? Cada vez me preocupa más escucharte. Estamos en un momento en donde los barras bravas de Independiente van a apretar a los jugadores, tienen que defenderlos un policía, y vos estás diciendo que los van a matar a todos, como fomentándolo, como aprobándolo, como permitiéndolo... ¡Bajá un cambio! [00:12]

Todo se produjo en medio de una crisis institucional y deportiva del Club Atlético Independiente de Avellaneda, debido a que en la presente campaña está ubicado en las últimas posiciones, peleando por no descender. Ante dicha situación, los “barras bravas” del equipo constantemente arriban a las instalaciones de su escuadra para increpar a los jugadores, cuerpo técnico y dirigentes.

“Independiente no tiene un instante de paz en su infierno de promedio escaso y de barras agazapados. Las escenas se suceden semana a semana, día a día, rato a rato. Lo de ayer sirve de perfecto y maldito ejemplo: primero, antes de la práctica de la tarde en Ezeiza, lo apretaron a Luciano Leguizamón; luego, el incomodante *Bebote* –ex líder de la barra brava– invitó a marchar a las 19 hacia la sede de la Avenida Mitre para ofrecer quejas (...) La primera escena sucedió en la puerta del campo de entrenamiento de la AFA en Ezeiza. Detuvieron el auto que manejaba Leguizamón. Parecía que era para pedirle un autógrafo. Fue para casi todo lo contrario. Lo insultaron, lo increparon, le gritaron. Palabras más, palabras menos, le dijeron: ‘Nos van a mandar a la B y los vamos a matar a todos’”.

Recuperado de: http://www.clarin.com/deportes/Hinchas-Independiente-apretaron-Leguizamon_0_899310175.html

El propósito de llegar a la gente con una polémica desmesurada, creando y propagando el caos en el ambiente futbolístico, fue realizado sin ningún tipo de censura. Aun cuando se haya intentado corregir lo que se dijo en el programa, y no precisamente por la misma persona que emitió dicho comentario, el mensaje fue enviado hacia el público sin filtro ni ética periodística.

La Organización de los Estados Americanos (OEA), de la cual es miembro Argentina, promueve en sus haberes promover la democracia, fortalecer la paz y la seguridad en los países que conforman dicha entidad. La misma establece en sus códigos de ética:

“Normas de conducta profesional destinadas a los profesionales de los medios de comunicación en relación con la recopilación o comunicación de noticias. Estos códigos han sido desarrollados por un alto número de asociaciones de periodistas y de medios de comunicación tanto a nivel interno como internacional. Los mismos han sido creados con el fin de convertirse en pautas voluntarias de conducta, que pueden ser adoptados por un medio de comunicación en particular o periodistas en general. Muchos medios de comunicación escriben sus propios códigos de conducta o ética, los cuales suelen hacerse cumplir a través de contratos de empleo. En algunos medios de comunicación, los manuales de estilo u otro tipo de reglamentaciones son en realidad códigos de ética que pueden someter a un periodista a sanciones de trabajo. Algunos medios de comunicación publican sus códigos para hacerlos más accesibles al público e incrementar la ‘presión moral’ en procura de su observancia.”

Recuperado de: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Etica/ETICA%20EN%20LOS%20MEDIOS%20DE%20DIFUSION.pdf>

No obstante, la producción de “SDF”, cuyo propósito mediático está fuera de las normativas éticas estipuladas por la OEA, no considera las sugerencias acerca de los códigos de ética que se debería aplicar.

“De acuerdo con Clemens, ‘estamos adormecidos por los valores del entretenimiento que suelen remplazar a los valores de las noticias’, y ‘estamos satisfactoriamente confundidos’” (John Langer, 198, p. 13).

Justamente esa mezcla de valores, como los denomina Clemens, los que desarman intelectualmente a los telespectadores e incentivan, aún más, a una sociedad que de por sí toma de forma muy personal todos los “agravios” cometidos hacia su club.

Y nada de las cosas que se dice en los medios de comunicación está fuera del contexto social, todo repercute en la población de forma positiva o negativa. “Si lo que la sociedad requiere o se quiere alimentar, fuese de cultura, ‘El Show del Fútbol’ tendría otro camino, otra orientación, estaría yendo hacia otros carriles [...] Va por ahí porque les va muy bien en el rating”⁴⁷, afirma Fazzini.

47 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

Aun cuando incurren en una mala práctica periodística al fomentar la violencia entre la sociedad, lo cual es penado por la *Regulación Gubernamental del contenido del material periodístico compatible con la Convención Americana sobre Derechos Humanos*, la misma que indica en su artículo 13.5

"Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional."

3.2. Producto Periodístico

Como se había marcado anteriormente, en la búsqueda por conseguir más audiencia se alude al sensacionalismo y a la exageración de la polémica en los temas a debatir dentro de "El Show del Fútbol". Una de las herramientas utilizadas para lograr este objetivo es la dramatización del contenido que se emite al público. Los periodistas que participan de este espacio televisivo crean un personaje de sí mismos, enérgicos y controvertidos, para que el eje principal gire por las peleas y no por la información.

Al respecto, Fazzini señala: "Yo los conozco a todos (los integrantes de "SDF"), sé que para ese programa se visten mentalmente de una determinada manera. Al principio me extrañaba, y ahora me acostumbré. Por ahí los veo cinco minutos y luego

los quito porque se exceden en las disputas verbales, hablan todos juntos [...] Y es lo que sirve según ellos. Insisto, para mi forma de verlo no tiene que ser así”⁴⁸.

Fundamentando lo antes mencionado, Distasio confirma que el método principal que usan para mantener la atención de los telespectadores, e incluso conseguir más, es por medio del drama. No queda ninguna duda cuando el afirma: “Muchas de las actitudes nuestras las potenciamos. Yo también trabajo en otro canal, en otra radio, y no mantengo el mismo estilo. Justamente sé que acá hay que armar un personaje y potenciarlo mucho más”⁴⁹.

Se deja de lado el aspecto deportivo para generar discusiones burdas que no conciernen al análisis de lo ocurrido en los partidos de fútbol, o a lo que gira en torno del mismo dentro de los parámetros de dicha disciplina, el propósito es vender su producto televisivo aunque éste sea únicamente un espacio en donde el escándalo mediático prima por encima de todo.

“Lo importante es que se mantenga el programa. Apuntar a la polémica es lo que le gusta a la gente, y eso ha alcanzado para mantenerse durante cinco años... En un canal como América que no es uno de los líderes y tiene un puntaje alto en las mediciones (de rating), cualquier tipo que esté dentro del mundo de la televisión dice que (“SDF”) es un programa vistoso, sino te cambian a los tres meses”⁵⁰, manifiesta Leto.

Dicha práctica les ha dado buenos resultados, pero a costa de exhibir ante la sociedad un contenido carente de calidad. “La utilización formularia de un ‘guión dramático’ es especialmente evidente en las noticias televisivas, donde la presión por

48 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

49 Entrevista realizada por el autor el 14 de abril de 2013.

50 Entrevista realizada por el autor el 21 de abril de 2013.

ganar audiencia tiene como resultado que las distinciones entre noticia y entretenimiento se diluyan de manera preocupante” (John Langer, 1998, p. 14).

Los exabruptos y el sensacionalismo desmedido como parte principal del show, desvían a los periodistas de su labor comunicativa y degrada su profesionalismo al montar un personaje que lo induce a comportarse de una determinada manera. “Motivo de la discusión y la polémica ‘porque sí’, sin un objeto de análisis puntual, conduce a que se lleguen a decir cosas de las que uno no siente, no sabe o no está de acuerdo; simplemente para generar esa contraposición y que el programa, entre comillas, sea más interesante porque hay debate, y el debate no puede ser uniforme, entonces tienen que haber dos posturas antagónicas”⁵¹, señala Latorre.

Cada vez son menos los espacios dentro del programa en donde se ponen en disertación temas con un tono serio, respetuoso y con fines meramente informativos. Se opaca el interés en examinar las noticias futbolísticas por las múltiples peleas que surgen de forma repetitiva. Fazzini sostiene: “Tiene demasiada polémica. Los partidos más que analizarlos, se los polemiza. Pero marcan bien en el rating, y el productor con su equipo de trabajo les pide que se peleen más todavía”⁵².

Todas las personas que componen el programa son responsables de las prácticas periodísticas incorrectas en las que incurre “SDF”. Lo correcto, según Gómez, es “alcanzar los mayores puntos de rating a partir de la buena calidad informativa, mas no a través de la polémica barata”⁵³.

“Bennett detecta una caprichosa tendencia que aún va más allá del periodismo contemporáneo, lo que hace aparecer una injustificada ‘preocupación por el drama’, un desafortunado excedente de las convenciones sobre el personaje de noticias utilizado

51 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

52 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

53 Entrevista realizada por el autor el 2 de mayo de 2013.

principalmente en historias que se podría definir como irrelevantes” (John Langer, 1998, p. 14).

El camino para realizar una buena labor en el ámbito del periodismo, acorde con las declaraciones de Latorre es: “Hacer un buen producto, serio, honesto, con contenido y buenas ideas. Lo que pasa es que para tener ideas hay que tener creatividad, para tener creatividad hay que tener talento, y para tener talento hay que trabajar para que éste aparezca, interesarse para que el talento fluya. El discurso de ‘darle al público lo que quiere’ es erróneo, porque cuando hay un buen programa con buenos periodistas que opinan bien y saben de lo que hablan, y fundamentalmente son honestos, la gente lo consume mucho más”⁵⁴.

Lejos de acrecentar los problemas ya existentes en el ámbito futbolístico, y social, alimentándolos con más polémica y dramatizando los acontecimientos noticiosos, según Fazzini, habría que “infundir al público el interés por sintonizar programas que rescaten los valores y la cultura”⁵⁵.

“Lo verdaderamente trascendente es informar, opinar responsablemente para que se genere un debate serio y hacer pensar a la gente. Esa es la verdadera finalidad, aunque el destino que está corriendo el periodista va por otro lado”⁵⁶, destaca Latorre.

Mientras programas como “El Show del Fútbol” sigan haciendo de la televisión un medio para alcanzar la fama, provocar violencia y peleas entre ellos mismos y entre la sociedad, dejando de lado la comunicación y asumiendo el papel de entretenedores que toman como excusa los inconvenientes deportivos para llegar a los telespectadores ofreciendo un show burdo y culturalmente paupérrimo, seguirá en

54 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

55 Entrevista realizada por el autor el 6 de mayo de 2013.

56 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

decadencia el propósito formativo y educativo que ha sido pieza clave para el desarrollo y la perduración de esta profesión.

“La intransigencia que los periodistas televisivos muestran a la hora de sustituir estos reportajes en sus boletines, puede estar motivada por valores informativos basados en consideraciones comerciales que promueven el drama, las sensaciones fuertes y el impacto visual con la intención de crear una audiencia y hacerla crecer” (John Langer, 1998, p. 17).

No obstante, dentro de los medios de comunicación aún se mantiene la premisa de que estas tácticas comerciales utilizadas para vender un determinado producto en la pantalla chica no son las más apropiadas.

“El impacto por el impacto mismo, muere en poco tiempo. El impacto tiene que ser exhibido con fundamentos, la polémica con un sentido íntegro y el debate debe ser formal. Porque la discusión estúpida, estéril, con insultos y demás, no conduce absolutamente a nada”⁵⁷, argumenta Proietto.

El fútbol, que es el objeto de análisis en “SDF”, tiene diversos ángulos por donde crear puntos de discusión y abordarlos sin caer en la exageración, ni en el amarillismo, ni hacer daño verbalmente a nadie, ni incitar a la gente a violentar. Gómez sostiene que “este deporte se vende por sí solo, y no es necesario vincularlo con otros aspectos que manchan y alteran su desenvolvimiento natural”⁵⁸.

Cuando Fantino, o cualquiera de sus panelistas, exponen ante los televidentes un tema para debatirlo, siempre se genera una sobredimensión del problema a tratar, provocando más interés entre las personas. En la mayoría de esos casos no es únicamente el contenido del mensaje que se distorsiona para, sino también la forma en que se dicen las cosas complementa la intención del programa de ser sensacionalista. Aquello influye tanto en la audiencia como en el desarrollo del deporte en sí.

57 Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

58 Entrevista realizada por el autor el 2 de mayo de 2013.

“Afecta directamente al fútbol. Crea una conciencia, un morbo que predispone a la gente de determinada manera que el futbolista termina contagiándose. Y ya no hay tolerancia porque la gente forma una opinión por supuestos y eso no contribuye para nada al espíritu deportivo. Hay muy poca gente en el medio que siente pasión por el juego, no por el entorno, sino por el juego”⁵⁹, enfatiza Latorre.

La mayoría de las cosas que se dicen en “SDF”, cuando se está debatiendo algo en particular, tienen un tono sarcástico e irónico para incentivar a que haya más polémica. Además de eso, se da a presuponer información para persuadir al público y seguir con la “fórmula” comercial que tiene como premisa imponer el escándalo mediático como primera herramienta de venta de su producto.

“Los acontecimientos, ya sean definidos como inconsecuentes o importantes, no pueden ser tratados aparte de las prácticas específicas de su presentación” (John Langer, 1998, p. 16).

En esa búsqueda de la incitación premeditada, induciendo con los diversos mensajes que emiten reiterativamente basados en el morbo del cual la gente se siente atraída, caen en lo que Chaïm Perelman, en su texto *“El imperio retórico”*, denominaría como *“razonamiento dialéctico”*.

“Los razonamientos dialécticos parten de lo que es aceptado, siendo su fin el hacer admitir otras tesis que son, o pueden ser, controvertidas. Se proponen, pues, persuadir o convencer: no consisten en inferencias válidas y constrictivas, sino que representan argumentos más o menos fuertes, más o menos convincentes y que jamás son puramente formales”, concepto extraído de la página 20.

“Los programas se arman a base de suposiciones, a hipótesis y no sobre certezas. Esos tipos de conjeturas que ellos hacen, deforman la noticia y después la desmienten, pero ya cuando tuvo un efecto de impacto muy peligroso para la audiencia”⁶⁰, menciona Latorre. Y para evitar estas maniobras periodísticas, es

⁵⁹ Entrevista realizada por el autor el 13 de mayo de 2013.

necesario que se compruebe todas las suposiciones que se divulgan, valiéndose de evidencias que garanticen que los hechos son veraces.

“Para estar seguros de que las tesis propugnadas por los filósofos no constituyen opiniones inciertas y falaces, sino verdades indiscutibles, sería preciso que se beneficiaran de un fundamento sólido e indiscutible, de una intuición evidente que garantice la verdad de lo que es percibido como evidente. La evidencia así concebida, no es un estado subjetivo que pueda variar de un momento a otro, de un individuo al otro; su papel, en efecto, consiste en establecer un puente entre lo que es percibido como evidente por el sujeto que conoce y la verdad de la proposición evidente que debe imponerse de la misma manera a todo ser de razón” (Chaïm Perelman, 1977, p. 25).

60 Id. Anterior.

4. Conclusiones

Esta tesis se ha encargado de recolectar y exponer el conjunto de factores que determinan que “El Show del Fútbol” procede en su labor comunicativa ejerciendo una práctica incorrecta del periodismo. Los desaciertos se ven reflejados tanto en la parte estética, en cómo se presentan los hechos noticiosos emitiendo opiniones con prejuicio para provocar el morbo entre la gente; como en la forma en la que se sostienen los debates sobredimensionando las peleas, haciendo del sensacionalismo y la polémica exagerada la herramienta clave para atraer audiencia. A su vez, en la pobre calidad del contenido informativo, y en la falta de ética por parte del conductor y sus panelistas al incitar al público a la violencia y al exabrupto.

El *Modelo del Speaking* de Dell Hymes fue fundamental para puntualizar las falencias cometidas en los tres programas que se analizaron. De forma ordenada y detallada se pudieron evidenciar las falencias cometidas por “SDF” bajo este modelo de observación. El propósito fue transcribir textualmente todos los comentarios, declaraciones, manifestaciones, argumentos y demás, en los que hayan incurrido en una mala práctica; precisando quién dijo cada enunciación y señalando el momento, la fecha y hora exacta, de cuando ocurrió. De esa manera es innegable cualquier tipo de refutación.

Parte esencial para la elaboración de este trabajo fueron las entrevistas realizadas a los protagonistas del objeto de estudio, los periodistas del programa. Ellos reconocieron que el propósito principal de dicho espacio televisivo es vender el producto de cualquier forma, y la mejor estrategia, para ellos, es el sensacionalismo. Cada uno de ellos desempeña un rol en particular, caracterizando un determinado personaje y potenciando sus actitudes, enojos y exasperaciones para generar más

polémica –de la que previamente existe al tocar temas controvertidos– y obtener puntos más altos en el rating. El eje central no pasa por evaluar el desempeño de los equipos del Torneo Argentino de Fútbol, sino en remarcar los errores cometidos por los árbitros, las comisiones y entidades deportivas, los escándalos en los que se están involucrados los jugadores, y por demás altercados que, lejos de hacer un análisis periodístico del deporte, predisponen a los televidentes a enfocarse más en los pleitos y en los alborotos que en los temas propiamente futbolísticos.

Las declaraciones de los productores de “SDF” acerca del armado, desarrollo y del objetivo del programa, convalidaron lo que habíamos planteado con anterioridad. Las ideas, desde antes de realizarse las discusiones al aire, ya están previamente establecidas por los productores, quienes buscan, sin cambiar la “fórmula comercial”, en vender el “Show” por encima de la calidad periodística. Todos los temas de confrontación están coordinados para ser abordados por Fantino y los demás panelistas, con un determinado orden priorizando siempre los asuntos en donde se puede polemizar más.

No obstante, contar con la opinión de Johan Gómez, quien es productor de “*Balón Dividido*”, un programa con un formato opuesto totalmente al que coordina Eduardo Bongiovanni, permitió comparar las herramientas y las finalidades que cada productor establece para su respectivo espacio televisivo. Mientras que “*El Show del Fútbol*” tiene como características las múltiples interrupciones en los tiempos de habla de cada panelista, el lenguaje burdo e irrespetuoso, el sensacionalismo y la riña constante; el contenido del segmento de *ESPN* tiene por premisa la organización y el orden cuando alguno de ellos tiene la palabra, su forma de dirigirse hacia los telespectadores y hacia sus compañeros es mediante un estilo formal y prima la evaluación del contenido futbolístico sin darle paso a las peleas entre ellos.

Las críticas, consejos y puntos de vista manifestados por parte de Juan “Tano” Fazzini y Aldo Proietto, panelistas de “*Fox Sports: Radio del Plata*”, fueron gravitantes para analizar los motivos por los que la televisión argentina incurre en prácticas incorrectas dentro del periodismo. Se llegó a la conclusión de que es necesario que los programas, además de cumplir su función de entretener a la gente, sean responsables

con el contenido que emiten a la gente, que también aporten con educación y cultura a su público para enriquecer sus conocimientos sociales, deportivos, políticos, y por demás ámbitos que no se toman en cuenta. Con el respaldo de una larga experiencia dentro de los medios de comunicación, sostuvieron que cuando ellos empezaron en esta profesión la televisión no tenía espacio para que la polémica sea prioridad en el producto a ofrecer a la audiencia, y que el camino se ha distorsionado por conseguir mayores puntajes en el rating.

Diego Latorre, quien también forma parte de *“Fox Sports: Radio del Plata”*, y tiene una perspectiva más amplia del fútbol porque lo jugó profesionalmente en distintos clubes del mundo, ahora en su función de comunicador, a través de este trabajo, expresa su disconformidad con la forma de hacer periodismo sensacionalista. Y expone su queja ante los jóvenes estudiantes de esta carrera para que no consideren a la misma como un camino hacia la fama, sino que debe ser una verdadera vocación, un deber social ante la gente para informar de forma veraz y arbitraria.

El texto de Chaïm Perelman, *“El imperio retórico”*, permitió fortalecer conceptos para realizar una evaluación estética-lingüística del discurso de Fantino y sus panelistas en “SDF”. A su vez, los planteamientos tomados de *“La televisión sensacionalista”*, de John Langer, reforzaron la comprensión de la actividad periodística en función al negocio que representa dentro de los medios de comunicación.

Basándose en las entrevistas y en las teorías de los textos indicados, se llegó a la conclusión de que *“El Show del Fútbol”* ejerce una mala práctica del periodismo al dejar de lado la información para emitir opiniones prejuiciosas; presuponer hechos con el fin de crear morbo entre la gente; generar escándalos, polémica sobredimensionada y controversia desmesurada para obtener mayores televidentes y mayor rating; utiliza un lenguaje burdo y carente de respeto hacia el público y hacia los periodistas que son parte de determinado debate; vender el “show” sin importar las consecuencias, sin tener responsabilidad ante la sociedad por inducir a la violencia y generar caos entre las personas; la falta de ética de sus periodistas y productores por exponer dichas herramientas anteriormente mencionadas hacia los televidentes evidencian que su propósito es ganar más sintonía sin aportar educativamente conocimiento a quienes los

ven. Sin embargo, el cambio está en los mismos protagonistas y, sobre todo, en los jóvenes que están por adentrarse en el mundo de la comunicación televisiva en corregir los errores señalados y hacer del periodismo una labor noble y respetuosa.

La tendencia a dramatizar los hechos noticiosos logran atraer la atención de más audiencia, en primera instancia, pero lo que repercute este tipo de actos es que se distorsione la realidad y se venda un producto falso, carente de calidad en su contenido.

“Necesitamos que la búsqueda de la verdad sea más importante que la búsqueda del impacto”, Ricardo Quinquela.

Bibliografía

- Hymes Dell (1974). *Functions of Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Langer Jhon (1998). *La televisión sensacionalista: El periodismo popular y las "otras noticias"*.
- Perelman Chaïm (1977). *El imperio retórico: Retórica y argumentación*.

Webgrafía

- http://www.clarin.com/deportes/Hinchas-Independiente-apretaron-Leguizamon_0_899310175.html (11 de abril de 2013)
- <http://television.com.ar/ratings/?rdate=2013-04-21> (24 de abril de 2013)
- <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Etica/ETICA%20EN%20LOS%20MEDIOS%20DE%20DIFUSION.pdf> (02 de abril de 2013)

Medios Audiovisuales

- Programa de televisión: *"El Show del Fútbol"*. (2013) América TV. Jotax Producciones. Buenos Aires, Argentina.

Entrevistas

- Bongiovanni Eduardo. Productor de *"El Show del Fútbol"*. (21 de abril de 2013).
- Distasio Nicolás. Panelista de *"El Show del Fútbol"*. (14 de abril de 2013).
- Fazzini Juan. Panelista de *"Fox Sports: Radio del Plata"*. (06 de mayo de 2013).
- Gómez Johan. Productor de *"Balón Dividido"* en ESPN. (02 de mayo de 2013).
- La Torre Diego. Panelista de *"Fox Sports: Radio del Plata"*. (13 de mayo de 2013).
- Leto Roberto. Panelista de *"El Show del Fútbol"*. (21 de abril de 2013).
- Proietto Aldo. Panelista de *"Fox Sports: Radio del Plata"*. (13 de mayo de 2013).
- Repetti Magali. Productora de *"El Show del Fútbol"*. (14 de abril de 2013).
- Ruggeri Oscar. Panelista de *"El Show del Fútbol"*. (14 de abril de 2013).
- Stroker Carlos. Panelista de *"El Show del Fútbol"*. (21 de abril de 2013).
- Vilouta Paulo. Panelista de *"El Show del Fútbol"*. (21 de abril de 2013).