

# La producción y la circulación de la información deportiva

### Resumen

A casi tres años del acuerdo firmado entre la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y el Gobierno Nacional para la transmisión de los partidos del torneo de Primera División, y luego de la aprobación de la ley de Financiamiento del Deporte Olímpico, de la creación de los programas "Fútbol para Todos", "Deporte para Todos" y "Automovilismo para todos", la presente ponencia propone una mirada crítica sobre los medios que producen y por los cuales circula la información deportiva, con la intención de diseñar los lineamientos generales del escenario de esta especialización del periodismo. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reconoce el derecho al acceso a los bienes culturales de todos los ciudadanos, amparada en pactos internacionales y en la Constitución Nacional. Y en ese marco le otorga un lugar central al deporte. Es por ello que ante el cambio de paradigma con que se aborda al deporte desde el Estado, es necesario indagar, en primer lugar, cuáles son los medios, públicos, privados o de organizaciones sin fines de lucro, por los que transita la información deportiva. Esta aproximación al periodismo deportivo será fundamental para avanzar en un trabajo de investigación más amplio que indague sobre el desarrollo de las dimensiones política, social y cultural del deporte en la producción de noticias. El desarrollo de este "mapa del periodismo deportivo" es un primer paso indispensable para conducir a una lectura crítica sobre sus agendas y sus rutinas de producción.

### Palabras clave

Periodismo deportivo - información - escenario - medios de comunicación - derechos de la comunicación

### Sebastián Palma

palma@perio.unlp.edu.ar

Licenciado en Comunicación Social, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Docente e Investigador FPyCS, UNLP. Profesor Adjunto del Taller de Análisis de la Información y miembro del Centro de Estudios y Observación de Medios (CEOM), FPyCS, UNLP.

Artículo:

Recibido: 29/05/2012

Aceptado: 01/07/2012

### Abstract

*Approximately three years ago, the Argentine Football Association (AFA) and the National Government signed an agreement for the transmission of all matches from First Division, and after the approval of the Olympic Sports Funding Law, the creation of "Football for All", "Sport for all" and "Racing for all" programs, this paper proposes a critical eye on the media that produce and makes sport information circulate, with the main purpose of designing the general guidelines of this specialization of journalism's scenario.*

*The Law on Audiovisual Communication Services recognizes the right of access to cultural property of all citizens, protected by international treaties as well as the National Constitution. In this framework, it gives a central place to sport. For this reason, in the face of the paradigm shift from which the State approaches sport, it is necessary, first, to research which are the public and private media, or nonprofit organizations, through which the sports information runs.*

*This approach to sports journalism will be essential to advance a broader research project that investigates the development of the political, social and cultural development of sport in news production. The development of this "map of sports journalism" is a requisit to advance on a critical reading of the agendas and the production routines.*

### Key words

*Sports journalism - information - scenario - media - right of communication*

### Gonzalo Annuasi

gannuasi@hotmail.com

Licenciado en Comunicación Social, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Docente e Investigador FPyCS, UNLP. Jefe de Trabajos Prácticos del Taller de Análisis de la Información y miembro del Centro de Estudios y Observación de Medios (CEOM), FPyCS, UNLP.

por **Sebastián Palma**  
y **Gonzalo Annuasi**

La presente ponencia se propone dar el primer paso para la construcción del mapa del periodismo deportivo en la Argentina, detectar los medios gráficos, radiofónicos y audiovisuales que producen y por medio de los cuales circula la información deportiva en el ámbito de La Plata y Gran La Plata.<sup>1</sup> La fundación de la revista *El Gráfico* en 1919 y del ciclo "La oral deportiva", que se emite ininterrumpidamente desde 1933 por radio *Rivadavia*, representan dos huellas que evidencian la histórica relación entre los medios masivos de comunicación y el deporte.

Sin embargo, a pesar de éstos y otros tantos ejemplos que podrían mencionarse, muy poco se ha avanzado en la delimitación del escenario del periodismo deportivo.

Sin duda, conforman un antecedente las investigaciones realizadas en el marco del Taller de Análisis de la Información de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, que han dado cuenta en los últimos 15 años del mapa de los medios de comunicación en la Argentina, haciendo foco en las alianzas nacionales e internacionales que conforman y conformaron los multi-medios de información.

En la actualidad, desde distintos sectores académicos, políticos y sociales se ha avanzado en la elaboración de mapas de la comunicación; incluso la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) establece en sus articulados la creación de un registro anual de medios audiovisuales y productoras de contenidos.

En octubre se cumplirán tres años de la sanción de la LSCA, que reconoce el derecho al acceso a los bienes culturales de todos los ciudadanos, amparada en pactos internacionales y en la Constitución Nacional, y en ese marco le otorga un lugar central al deporte. Es por ello que es necesario indagar cuáles son los medios gráficos, radiofónicos y audiovisuales, públicos, privados o de organizaciones sin fines de lucro, por los que circula la información deportiva.

Ante el cambio de paradigma con que se aborda al deporte desde el Estado, es importante recordar que “el reconocimiento como capital estratégico de los medios y de las industrias culturales como protagonistas ineludibles en la conformación de los imaginarios colectivos, implica comprender, también, que las disputas que se produzcan por el control de ese patrimonio serán definitivas en la composición de los escenarios sociales” (Palma y Piovani, 2008).

La mencionada ley es muy clara en este sentido en su artículo 77: “Derecho de acceso. Se garantiza el derecho al acceso universal a través de los servicios de comunicación audiovisual, a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos, de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad”.

A pesar de que en los últimos años ha sido garantizado el derecho a los acontecimientos deportivos

relevantes, al menos para gran parte de la población (el desafío aún en marcha que encaró el Estado Nacional con la *Televisión Digital Abierta* es alcanzar a toda la población con la cobertura), sería interesante indagar sobre los procesos de selección y jerarquización para la construcción de la información deportiva,<sup>2</sup> como síntesis estructurada y estructurante de los procesos de significación y producción de sentidos del deporte como hecho cultural en la sociedad actual.

Pero antes de investigar cuáles son las noticias deportivas, qué elementos las constituyen, cuál es el tratamiento que reciben en los distintos medios de comunicación, cuáles y cómo son las rutinas de producción y cuáles los usos culturales en el seno de la sociedad, interesa determinar el escenario, el mapa del periodismo deportivo en condiciones de señalar las agendas de la información de esta especialidad.

Lalinde Posada (1992) expresa que “los medios de comunicación son el lugar donde se produce la realidad de las sociedades industriales contemporáneas. [...] Las noticias como formas de conocimiento tienen la capacidad de imponer el orden del día, en tanto que los acontecimientos difundidos por los medios suelen ser los acontecimientos a los que el público presta mayor atención. [...] Los medios nos dicen de lo que debemos ocuparnos en la medida en que nos suministran elementos que son estructurados para lograr una imagen de la realidad”.

### Alcances y limitaciones

Esta ponencia se propone avanzar en la elaboración del escenario de producción y circulación de las noticias deportivas, como un primer paso necesario –no definitivo–

hacia la configuración del mapa de la comunicación deportiva en el país.

Aclaraciones:

- Esta investigación intenta detectar los medios gráficos, radiofónicos y audiovisuales que producen y a través de los cuales circula la información deportiva en la ciudad de La Plata y el Gran la Plata.
- El equipo de trabajo decidió la elaboración futura del escenario del periodismo deportivo en Internet, que no ha sido considerado para esta ponencia.
- Para avanzar en la elaboración del mapa del periodismo deportivo, se tomó la definición de incluir en el mismo no sólo a los canales, las radios y los medios gráficos dedicados exclusivamente al deporte, sino a aquellos que por su trascendencia y/o historia en la producción de información o transmisión de eventos deportivos hayan resultado insoslayables a la hora de establecer por dónde circula la información de esta especialidad.

### Medios audiovisuales

Canales deportivos por suscripción

Entre la semana del 13 al 19 de junio de 2011 el equipo de trabajo realizó un análisis cuantitativo de la grilla de programación de *TyC Sports*, *Fox Sports*, *ESPN* y *ESPN+*. En este apartado, y de acuerdo los objetivos de este proceso, se reproducen parte de los resultados alcanzados entonces (Palma y Annasi, 2011):

*TyC Sports* se autodefine como “el primer y único canal argentino dedicado 24 horas exclusivamente a deportes”.<sup>3</sup> Creado en 1994, es una de las señales insignia del Grupo Clarín, el principal *holding* mediático

de la Argentina, que posee el 50% del paquete accionario.<sup>4</sup> Fue uno de los principales beneficiarios de la privatización y monopolización de las transmisiones del fútbol argentino durante más de una década. La mayoría de sus programas son producción de “Torneos y Competencias”.

*Fox Sports* es el canal internacional de deportes de la cadena televisiva norteamericana *Fox*, perteneciente a *News Corporation*, multimédios de Rupert Murdoch.<sup>5</sup> Sin embargo, gran parte de los programas que se emiten en la Argentina, al igual que en *TyC Sports*, son producidos por “Torneos y Competencias”.

*ESPN* y *ESPN+* son canales pertenecientes a *Walt Disney Corporation*<sup>6</sup> y, si bien comparten producciones, *ESPN+* posee más programación local.

Partiendo de la grilla de programación pautaada en los sitios web oficiales de cada una de las señales, puede establecerse que entre los cuatro canales sobre los que se focalizó el presente estudio se relevaron las 642 horas de programación, emitidas durante la semana del 13 al 19 de junio de 2011.<sup>7</sup> De ellas, 241 horas (equivalente al 37%) fueron destinadas exclusivamente al fútbol, 146,5 (22%) se dedicaron a la emisión de noticieros de las señales y 57 horas (9%) a programas tipo magazine.

Entre los deportes que pueden individualizarse, se observan el automovilismo con el 5% de la programación, rugby 5%, golf 4% y tenis 4%. El básquet tuvo una cobertura de 5 horas (0,7%), apenas superado por el turf, al que le asignaron 6 horas de programación (0,9%) entre los cuatro canales deportivos.

La cobertura de otras disciplinas deportivas (como atletismo, polo, boxeo, *handball*, *futsal*, surf, deportes extremos, motociclismo o slalom) representó el 10% de las horas transmitidas.

Lo nuevo: un canal deportivo público

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció, durante el lanzamiento del canal *Tecnópolis TV* de la *Televisión Digital Abierta (TDA)*, que en breve comenzará a transmitir la señal deportiva pública *DeportTV*, que actualmente opera en modo de prueba. Está previsto que *DeportTV* transmita los Juegos Olímpicos de Londres, además del previsible lugar que tendrán los programas Fútbol, Deportes y Automovilismo para todos. Aunque el resto de la programación aún es una incógnita, lo cierto es que en la página de *TDA*<sup>8</sup> el logo de *GolTV* ya le dejó lugar al del nuevo canal deportivo propiedad del Estado.

Sin lugar en la grilla de *TDA*, no está claro cuál será la plataforma de transmisión de *GolTV*, canal que se dedica plenamente al fútbol, que pertenece a Tenfield, una sociedad anónima uruguaya fundada *ad hoc* en 1998 por Francisco Casal, Enzo Francescoli y Nelson Gutiérrez.

Hasta abril de 2012, *GolTV* transmitió partidos de la primera y segunda categoría del fútbol argentino en diferido, lo que se sumó a diferentes transmisiones internacionales, fundamentalmente de las ligas europeas.

Programas en canales genéricos

En este apartado podrán observarse los programas destacados del

periodismo deportivo de los cinco canales con cobertura en la zona de La Plata y Gran La Plata y de la señal *360 TV*, que se emite por 2504 de *TDA*. En todos los casos, el detalle de contenidos deportivos corresponde a la programación vigente en la semana del 15 al 21 de abril de 2012.

*360 TV* (Claudio Villaruel y Bernarda Llorente): “Las reglas del juego” (lunes a viernes de 14 a 15 horas).

*Canal 13* (Grupo Clarín): “Copa Libertadores” (sólo los partidos de Boca Juniors), “Carburando” (domingos de 11 a 14.15 horas) y segmentos deportivos en noticieros.

*Telefe* (Grupo Telefónica): “Mundo Boca” (domingos de 00.30 a 1 hora) y segmentos deportivos en noticieros.

*TV Pública* (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado): “Automovilismo para todos” (domingos de 11 a 14 horas), “Fútbol para todos”, “Elegante sport” (sin horario estipulado), transmisiones de los seleccionados argentinos de hockey; “Programa dedicado a la gimnasia artística”; “Aventura Sur” (deportes de nieve); “Londres 2012” y segmentos deportivos en noticieros.

*América 2* (Multimedios América):<sup>9</sup> “Fútbol para todos” (sin horario fijo), “El Ascenso” (domingos a las 11 horas), “Show del fútbol” (domingos a las 23 horas) y segmentos deportivos en noticieros.

*Canal 9* (del empresario mexicano Ángel González): transmisiones de “Fútbol para Todos” y segmentos deportivos en noticieros.

## Emisoras radiofónicas deportivas y genéricas

Al igual que con las señales audiovisuales señaladas en el apartado anterior, en este punto serán mencionadas la emisoras radiofónicas genéricas y las deportivas, con cobertura en el área metropolitana y en la región de La Plata y Gran La Plata. Se destacan fundamentalmente por las mediciones de audiencia como así también por su trayectoria dentro del periodismo deportivo en sus emisiones/programaciones.

*Radio 10, AM 710* (Grupo Hadad):<sup>10</sup> si bien la radio no suele darle trascendencia a la actividad deportiva (no posee programa específico ni realiza transmisiones deportivas), el programa “Hora Pico” (Actualidad, de lunes a viernes de 12 a 15 horas), con la conducción de Alejandro Fantino en dupla con Gastón Recondo, trata desde algunos segmentos eventuales la información vinculada al fútbol.

*Radio Mitre, AM 790* (Grupo Clarín): “El show del Superclásico” (lunes a viernes de 00.00 a 1.30 y domingos de 13 a 15 horas) con la conducción de Roberto Leto y Atilio Costa; transmisión de los partidos que juegan River y Boca durante el fin de semana y durante la semana (se realiza la cobertura de los partidos que ante una eventualidad disputen estos equipos en torneos nacionales o internacionales). La transmisión suele comenzar dos horas antes del inicio del cotejo. En todos los programas referidos a política e información general (que son la mayoría en la emisora) hay un columnista deportivo: Gustavo Grabia acompaña a Jorge Lanata y Horacio Pagani asiste a Chiche Geblung, por mencionar algunos.

*Radio Continental, AM 590* (Grupo Prisa): “Competencia” (Víctor Hugo Morales, lunes a viernes de 19 a 21 horas); “Por deporte” (Víctor Hugo Morales y Matías Canillán, sábados de 13 a 15 horas); “Tirando Paredes” (Román lutch, sábados de 15 a 18 horas); “Fútbol de los sábados”, “El gran domingo” y “Fútbol Continental, del equipo “Competencia” de Víctor Hugo Morales, dedicados a la transmisión de los partidos de fútbol más importantes de los torneos locales, internacionales y de la selección Argentina.

*Radio la Red, AM 910* (Multimedios América): es la radio del área metropolitana más importante dedicada a la información deportiva. Si bien en su grilla de programación cuenta con programas de información general, es la única emisora que propone variantes, como producciones destinadas a otras disciplinas (básquet, boxeo o automovilismo). Además posee en su programación regular programas partidarios de cuatro equipos: Independiente, River, Boca y San Lorenzo. También cuenta en su grilla con el Programa “Ciudad Goti K”, magazine de información general, política y deportes con la conducción de Jorge Rial (lunes a viernes de 9 a 12 horas).

*Radio del Plata, AM 1030* (Grupo Electroingeniería): “Fox Sports en AM *Del Plata*” (con Sebastián Vignolo, de lunes a Viernes de 19 a 21 horas), que se emite en dúplex con el canal de cable *Fox Sports*, y “Fox Sports en AM *Del Plata*” (sábados y domingos de 15 a 21 horas, con Sebastián Vignolo, Enrique Macaya Márquez y Diego “El Chavo” Fucks) con las transmisiones de los partidos del fin de semana. Es importante mencionar que la emisora posea columnas deportivas en los magazines de información general de los horarios centrales.

*Radio Nacional, AM 870* (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado): “Pasión Nacional” (con Roberto Perfumo, lunes a viernes de 17 a 18 horas).

*Radio Rivadavia, AM 630* (Radioemisora Cultura SA):<sup>11</sup> “La Oral Deportiva”<sup>12</sup>, “ESPN Radio en Rivadavia” (con Enrique Sacco, de lunes a viernes de 14 a 15 y de 19 a 21 horas); “ESPN radio en Rivadavia” (sábados de 18 a 23 horas) y “La oral deportiva” (domingos de 14 a 22 horas) con la transmisión de los partidos de fútbol más importantes de la fecha.

## Medios deportivos, suplementos y espacios destacados

En este apartado serán mencionados los medios gráficos especializados o con suplementos deportivos, de distribución en puntos de ventas en la región de La Plata y Gran La Plata. Del mismo modo, serán señalados los medios audiovisuales específicos y citados otros que poseen espacios dedicados al deporte, en ambos casos con cobertura en el área delimitada. Quedan afuera de esta nómina aquellos diarios o revistas que llegan a los lectores a través de otros formatos.

En La Plata, existen tres diarios informativos de interés general que poseen suplementos deportivos: los diarios *El Día* y *El Plata*, propiedad de Raúl Kraiselburd, y el diario *Hoy* propiedad de Marcelo Balcedo (Grupo Red 92), hijo de Myriam Renee Chávez de Balcedo, quien sigue siendo determinante en las decisiones de la empresa.

En cuanto a las revistas deportivas que se distribuyen en la ciudad es posible encontrar material gráfico que aborda distintas disciplinas. Las revistas *El Gráfico* y *Un Caño*, que se enfocan en distintos deportes;

*Tiki Tiki*, que se dedica específicamente al fútbol; *Animal* y *Dinastía Heroica*, que son publicaciones relacionadas a Estudiantes; *Ginasiá*, que aborda temas de Gimnasia; y, por último, *Corsa*, *Crono TC*, *Solo TC* y *Campeones*, dedicadas al automovilismo.

*El Gráfico* es producida por la editorial Revista Deportiva SA, *Animals* por Watergate Producciones SH; *Tiki Tik*, por Arte Gráfico Editorial Argentino SA (Grupo Clarín). Por su parte, *Sólo TC* es propiedad de Rudoni Elena Beatriz; *Corsa* pertenece al ex empresario y ex piloto Alejandro Urtubey, hermano del actual gobernador de la provincia de Salta, *Dinastía Heroica* pertenece al club Estudiantes<sup>33</sup>; y *Ginasiá* es publicada por el grupo de comunicación Mundo Lobo.

Es importante destacar que, si bien *La Plata Televisora SA* contó con participación accionaria del grupo de Raúl Kraiselburd hasta 2008, cuando vendió el último 30% al Grupo Clarín, el canal local continúa con presencia del multimédios *El Día* en la producción de contenidos. Situación similar ocurre con el canal de aire *Open TV*, aunque en este caso el vínculo sería puramente comercial. Ambos canales cuentan en su programación con espacios dedicados al deporte, principalmente al fútbol.

Por otro lado, en las frecuencias de AM y de FM de *Radio Provincia de Buenos Aires* y de *Radio Universidad Nacional de La Plata*, también hay espacio para el deporte, tanto para las transmisiones de los partidos de Gimnasia y Estudiantes, como para programas que cubren al acontecer del fútbol y de distintas disciplinas. La oferta es similar en distintas emisoras con cobertura en la ciudad y en la región.

Un apartado merecen las dos emisoras deportivas con cobertura

en la ciudad de La Plata y alrededores, que están dedicadas casi con exclusividad al fútbol: *FM La Redonda* 100.3, de Raúl Kraiselburd y *Radio Gol*, del Grupo Red 92 de Marcelo Balcedo.

El caso de *FM La Redonda*, cuenta con programación regular mayoritariamente dedicada al deporte. Si bien las mañanas están cubiertas por programas tipo magazine, desde el mediodía y hasta las 21 horas la programación hace hincapié en el fútbol y, en menor medida, en el automovilismo. La primera noche y varias franjas horarias de los fines de semana, se destinan a programas partidarios, fundamentalmente de Gimnasia y Estudiantes. La radio, además de transmitir los partidos de los dos principales equipos de fútbol de la ciudad, cubre la actualidad deportiva de Cambaceres y Villa San Carlos.

Por otro lado, *Radio Gol* limitó recientemente su programación a las transmisiones de fútbol y a flashes informativos vinculados a temáticas deportivas, tras un abrupto cambio en su grilla diaria.

Finalmente, con apenas un mes de vida al momento de redactar esta ponencia, es necesario mencionar *DDL*, *El Deportivo del lunes*, un semanario de distribución gratuita, con una tirada de 6 mil ejemplares, que se distribuye los días lunes. Es una producción del grupo propietario de *FM Cielo*, netamente dedicada a Estudiantes y Gimnasia, con un diseño innovador: de un lado está la tapa de un club con sus doce páginas y para leer sobre la otra institución hay que darlo vuelta y girarlo. De ese modo, se ve la tapa del otro club y sus doce páginas. En su mayoría las páginas reflejan la información futbolística de los equipos, la vida institucional,

de los deportes *amateurs* y de las inferiores de los clubes. Y por último cuenta con notas que vinculan el fútbol con el cine y con el rock, en la búsqueda de una mirada cultural del deporte.

Diarios destacados de distribución nacional

A fin de establecer los criterios de circulación de la información deportiva en la prensa gráfica de tirada diaria, se optó por realizar un análisis minucioso del espacio que los principales matutinos de distribución nacional, con fuerte penetración en el área metropolitana, le dedican al deporte.

Así, se tomó la edición del lunes 9 de abril de los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Crónica*, *Popular*, *Página/12* y *Tiempo Argentino*, donde se estableció la proporción de información deportiva de cada ejemplar, como así también cuáles fueron las prioridades informativas en materia deportiva. Es de destacar que ese fin de semana, a la agenda habitual, se sumaron como evento especial los cuartos de final de la Copa Davis.

*La Nación* (SA La Nación): el centenario matutino porteño presentó un 24% de su edición destinada al suplemento deportivo, en formato tabloide, saliendo del tradicional sábana de la primera sección (cuadro 1). El fútbol ocupó el 48% del suplemento (cuadro 2), mientras que el tenis ocupó el 27% (ocho páginas en sección especial); automovilismo el 8%; golf, básquet y *turf* el 4% y una página destinada a polideportivo (vóley, polo, boxeo, básquet, remo, rugby, ajedrez y esquí).

*Clarín* (Grupo Clarín): el diario de mayor tirada del país destinó el 32%

de su edición a la información deportiva, organizada en una sección independiente del cuerpo central (cuadro 3). El 54% de la información fue referida a fútbol, el 26% a tenis y el 9% a automovilismo, entre las principales (imagen 4).

*Crónica* (Héctor Ricardo García): el diario *Crónica* destinó el 50% de su publicación a temáticas deportivas (cuadro 5). Esta proporción resulta atípica tanto en otros medios como en ediciones de otros días de la semana. Puntualmente, dedicó el 51% al fútbol, 21% al tenis, 9% al automovilismo, 9% al turf (cuadro 6). Es de destacar que en esta sección se incorpora una página destinada a juegos y otra al Loto.

*Popular* (Fascetto-Kraiselburd):

El medio destinó el 50% de su edición a las temáticas deportivas separadas en un suplemento (cuadro 7), donde el fútbol ocupó el 58%, el tenis 19%, y el automovilismo y el turf el 9%, entre los principales (cuadro 8).

*Página/12* (La Página SA): el suplemento deportivo *Libero* es el más sintético de los relevados. Con ocho páginas, representó el 20% de la edición del lunes (cuadro 9), y es el único matutino donde el tenis tuvo un mayor

desarrollo que el fútbol (52% y 32% respectivamente). El automovilismo también ocupó un lugar destacado con el 10% del espacio (cuadro 10).

*Tiempo Argentino* (Grupo Veintitrés):<sup>14</sup>

Es el que presentó una menor proporción de información deportiva, con el 17%, y el único que no le dedicó un suplemento (cuadro 11). Todo el desarrollo fue dentro del cuerpo central del matutino. En sus 12 páginas, destinó el 54% al fútbol, 21% al tenis y 17% al automovilismo, entre las principales disciplinas desarrolladas (cuadro 12).

El *Diario Deportivo Olé*: propiedad del Grupo Clarín, *Olé* está presente en el mercado editorial desde 1996. Desde entonces, se constituyó como el único diario deportivo del país y cuenta con un promedio de ventas estimado en 47 mil ejemplares.<sup>15</sup>

Sin embargo, la noción de información deportiva mantiene los lineamientos generales que pudieron visualizarse en los criterios de selección informativa de los suplementos deportivos. En el gráfico 1, se observan los criterios de distribución de la información deportiva de la edición del 4 de abril.

Si bien el concepto “fútbol” incluye la información del fútbol local de

primera división, ascenso, torneos internacionales y fútbol internacional, la selección también está marcada por notorias diferencias, como se muestra en el gráfico 2.<sup>16</sup>

Partiendo del relevamiento desarrollado, pueden observarse tanto la polarización de la información deportiva del diario *Olé* en información sobre fútbol, como la concentración de dicha información en cinco equipos de la Ciudad de Buenos Aires.

### Aún en pocas manos

En materia de derecho al acceso a la información y a los bienes culturales, los programas “Fútbol para Todos”, “Deportes para todos” y “Automovilismo para Todos”, han significado pasos fundamentales. También podría mencionarse un efecto colateral: los pormenores de los partidos de fútbol ya no son propiedad de nadie, sino que cualquier medio de comunicación que se lo proponga puede retransmitirlos, incluso al instante.

El simple hecho de garantizar el acceso masivo y gratuito a los acontecimientos deportivos, en tanto derecho a un bien cultural, implica la apertura de nuevos procesos de significación y producción de sentidos en torno de cada uno de los

gráfico 1

Total edición	Fútbol	Tenis	Automovilismo	Básquet
36 páginas	25 páginas 69,4%	2 páginas 5,5%	1 página 2,7%	2/3 página 1,8%

gráfico 2

Total sección “fútbol”	Equipos “grandes”	Resto equipos de Primera	Fútbol Internacional	Torneos Internacionales	Ascenso B Nacional	Resto Ascenso
25 páginas	14 páginas 56%	1 página 4%	2 páginas 8%	3 páginas 12%	2 páginas 8%	3 páginas 12%

deportes, sus prácticas, las rutinas de producción de la noticia deportiva y los usos culturales de las mismas, entre otros que podrían considerarse.

Sin embargo, la producción y la circulación de la noticia deportiva, a casi tres años de la sanción de la LSCA y cuando aún resta implementar el artículo fundamental vinculado a la desconcentración de la propiedad de los medios audiovisuales –a la fecha aún debe expedirse la Suprema Corte de Justicia de la Nación– necesita ampliar su horizonte vinculado a la pluralidad de voces, sobre todo en medios que transmiten a través del espectro radioeléctrico.

Han aparecido nuevos medios, nuevos programas, nuevas disciplinas han ganado lugar en las pantallas, los micrófonos y las páginas de diarios y revistas. *DeportTV* como el primer canal público dedicado al deporte es una excelente noticia, y cuando se avance en la indagación sobre el periodismo deportivo y las nuevas tecnologías, seguramente también serán buenos los pronósticos. Por otra parte, sería importante destacar espacios como “Competencia”, de Víctor Hugo Morales, que históricamente han dado lugar a la complejidad en la producción de noticias deportivas.

Ante el entramado de medios audiovisuales y gráficos, participe necesario del secuestro de información pública (los goles) durante los 18 años del contrato –que convalidaba esta práctica– entre la AFA y *TyC Sports*, han aparecido y están apareciendo algunas alternativas que permiten vislumbrar un horizonte más plural.

Es prematuro hablar de la consolidación de ese escenario, de un

mapa con más ciudades y menos imperios. Y más precoz sería vaticinar si ese ideal de pluralidad logrará considerar de manera vital a las dimensiones política, social y cultural del deporte en los procesos de selección y jerarquización de la información para la construcción de la noticia deportiva.

## Notas

1 Colaboradores: Germán Verne, Manuel Tejo, Julieta Sampaoli, Fermín Romano, Francisco Molinari, Julieta Bertero y Maite Blanco, alumnos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP que, junto con los autores, conforman un equipo de investigación que se ha propuesto indagar sobre los procesos de selección y jerarquización para la construcción de la información deportiva. La presente ponencia, y “Perspectivas del Periodismo Deportivo en el marco de la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”, que presentaron el año pasado, forman parte de este camino.

2 “Con frecuencia cometemos el error de considerar natural a lo que creemos socialmente aceptable, moralmente deseable o estéticamente placentero. Es decir, comer, dormir, tener relaciones sexuales, usar el lenguaje [...] pero, qué comemos, cuándo dormimos, cuándo se mantienen relaciones sexuales y qué palabras se utilizan es algo que varía de acuerdo a la cultura o a la subcultura de la que se forma parte” (Barthes, 1993).

3 <http://www.tycsports.com/contenidos/institucional.html>

4 El otro 50% pertenece a la “Torneos y Competencias”, empresa de Luis Nofal, Fred Viera y el *DLJ Credit Suisse*.

5 Entre los canales pertenecientes al grupo en la Argentina pueden destacarse *CNN*, *Fox*, *The Film Zone* y *Moviesty*.

6 *Walt Disney Corporation* posee el 80% de *ESPN Inc.*, dueña de todas las señales televisivas y radiales de la cadena. El otro 20% pertenece a *The Hearst Corporation*.

7 No se tuvieron en cuenta programas infomerciales presentes en las grillas.

8 <http://www.tda.gob.ar/contenidos/home.html>

9 El Multimedia América es propiedad del empresario y diputado nacional Francisco De Narváez y del Grupo Uno, perteneciente a José Luis Manzano y Daniel Vila (quien también es presidente del Club Independiente Rivadavia de Mendoza).

- 10 Durante la sistematización de datos de la presente ponencia, existieron trascendidos sobre la posible venta de todos sus medios por parte de Daniel Hadad
- 11 Propiedad del empresario Luis Cetrá.
- 12 En 1933 comenzó lo que en un primer momento se llamó solamente "Oral Deportiva", un programa de fútbol realizado en la redacción del diario *Crítica*. Edmundo Campagnale y Eduardo "Lalo" Pelicciari se consagraron como las voces futbolísticas de aquella década. N. d E.
- 13 Parte de la producción periodística está vinculada a los realizadores de la revista *Animals*.
- 14 Propiedad de Sergio Szpolsky.
- 15 Instituto Verificador de Circulaciones (IVC). Estimación a marzo de 2012.
- 16 Se consideraron equipos "grandes" a Boca Juniors, River Plate, Racing Club, Independiente y San Lorenzo.

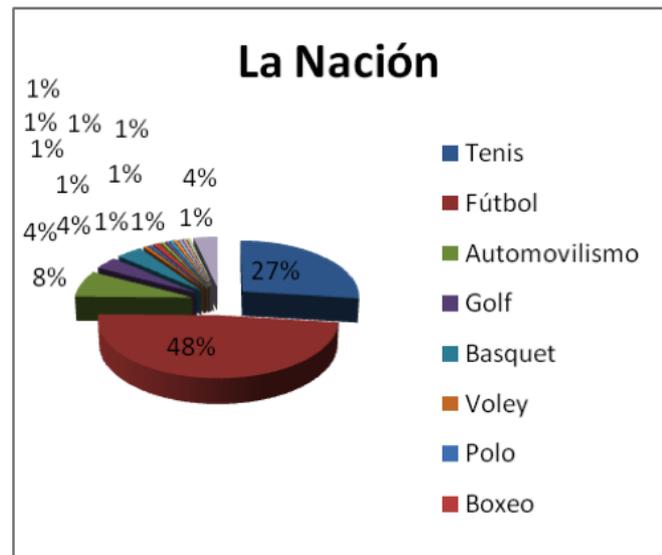
## Bibliografía

- BARTHES, Roland. "Elementos de Semiología", en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993.
- LALINDE POSADA, Ana María. "La noticia: construcción de la realidad", en *Industrias culturales, comunicación, identidad e integración latinoamericana*, México, Opción, 1992.
- PALMA, Sebastián y ANNUASI, Gonzalo. "Perspectivas del periodismo deportivo en el marco de la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual" (equipo de investigación: Francisco Molinari, Fermín Romano, Julieta Sampaoli y Manuel Tejo), ponencia presentada en XIII REDCOM, Tartagal, 18, 19 y 20 de agosto de 2011.
- PALMA, Sebastián y PIOVANI, María Verónica. "Perspectivas de la Comunicación Radiofónica", en revista *Question*, Nº 18, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, otoño de 2008,

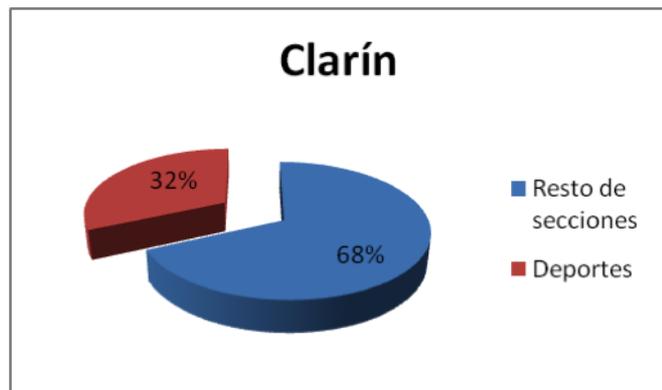
Cuadro 1



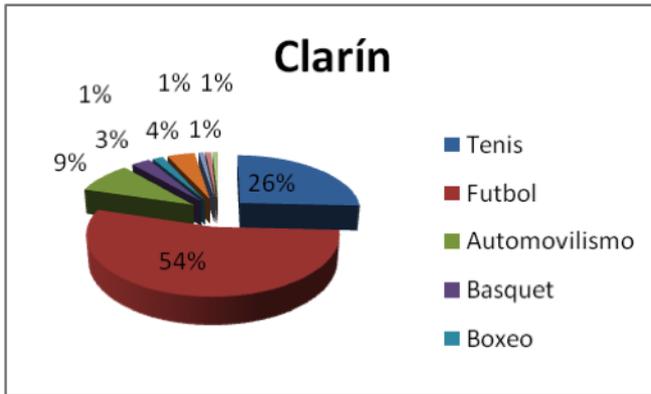
Cuadro 2



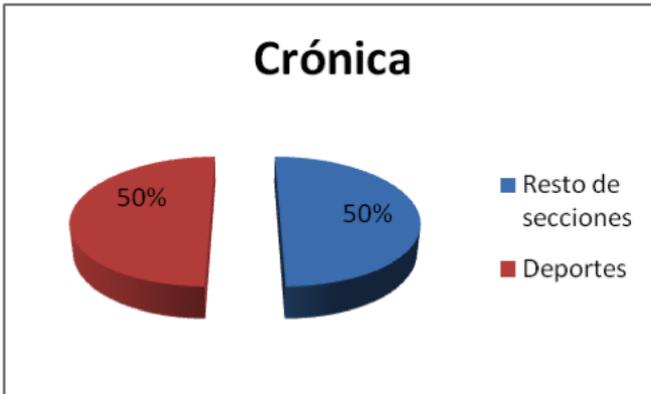
Cuadro 3



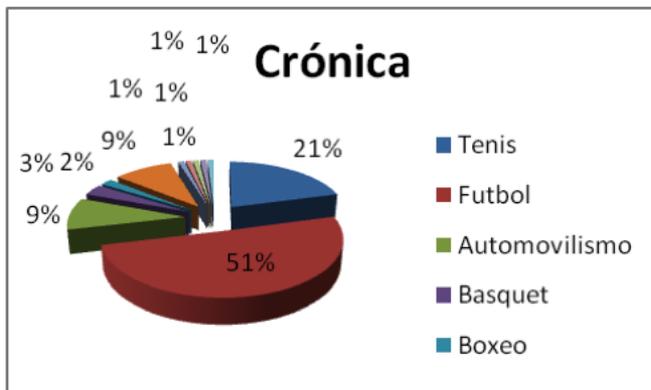
Cuadro 4



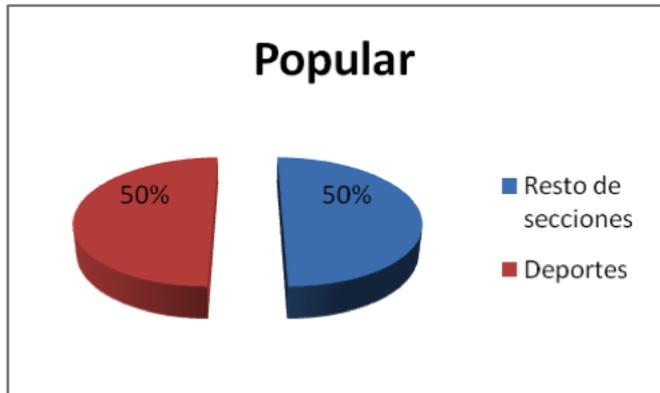
Cuadro 5



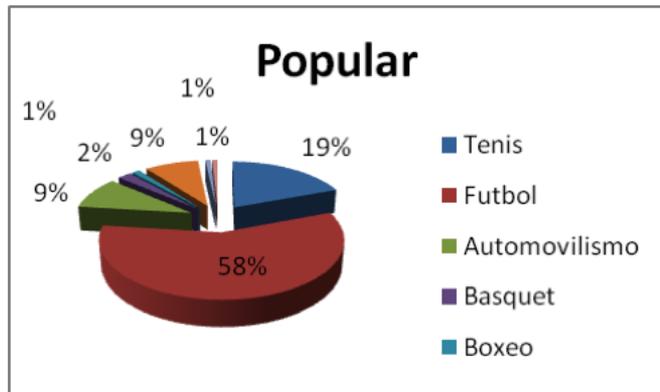
Cuadro 6



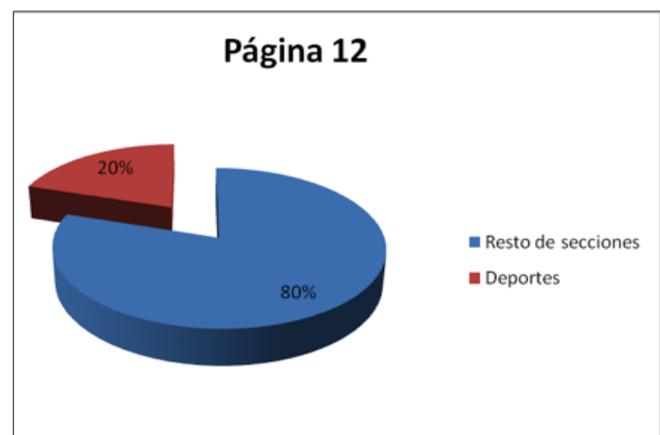
Cuadro 7



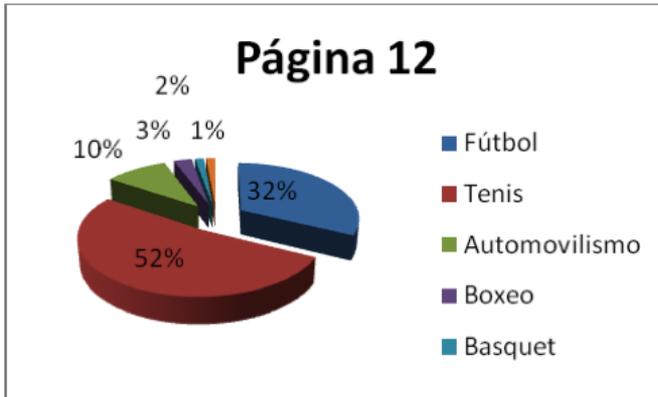
Cuadro 8



Cuadro 9



Cuadro 10



Cuadro 11



Cuadro 12

