



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Análisis de la construcción de la información deportiva.
La televisación del torneo de Primera División del fútbol argentino
Patricia Viale, Julieta Sampaoli, Sebastián Palma y Gonzalo Annuasi
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 2, diciembre 2017
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Análisis de la construcción de la información deportiva. La televisación del torneo de Primera División del fútbol argentino

Patricia Viale
Julieta Sampaoli
Sebastián Palma
Gonzalo Annuasi

julietasampaoli@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

La presente ponencia se enmarca en el proyecto bienal de investigación y desarrollo "Comunicación, Periodismo y Deporte. Análisis de la construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos". En este contexto, se propone indagar sobre la construcción, selección y jerarquización de la información que realizaron cinco diarios seleccionados de repercusión nacional en su versión digital con relación a los cambios ocurridos sobre los derechos de televisación del campeonato de fútbol argentino de Primera División en 2017.

Desde 2009, los derechos de televisación de la máxima categoría del fútbol argentino pertenecían al Estado Nacional. Ese año, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner decidió firmar contrato con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) para transmitir este deporte de manera gratuita y abierta a través del programa Fútbol para Todos (FPT). FPT transmitió todos los partidos de Primera División (y algunos de Primera B Nacional en algunos períodos) desde agosto de 2009 hasta junio de 2017. Dependía de la Secretaría de Comunicación Pública de la

Jefatura de Gabinete de Ministros y se televisaba por canales de aire de alcance nacional o, desde 2013, en su versión web para todo el mundo, de manera de asegurar el libre acceso a todos los habitantes del país. La producción de las transmisiones estaba a cargo de la productora La Corte.

A comienzos de 2016, con la asunción de Mauricio Macri a la presidencia en diciembre de 2015, FPT fue modificado estructuralmente. El programa quedó a cargo del empresario Fernando Marín y la producción en manos de la histórica productora Torneos y Competencias. La AFA, tras un período de varios conflictos internos, que incluyó la asfixia financiera a algunos clubes e incluso una escandalosa elección de autoridades, rescindió su contrato con el Estado nacional y en abril de 2017 cedió los derechos de televisación de la Primera División de fútbol argentino (Superliga) a las compañías *FSLA Holding L.L.C.* (cadena *Fox*) y *Turner Broadcasting System Latin America INC.* Desde entonces la firma y los términos de ese contrato fueron tema central en las agendas informativas en los principales medios de todo el país. Una aproximación sobre cómo fue su tratamiento es el abordaje que el presente trabajo busca analizar.

La decisión del gobierno de Mauricio Macri de generar un nuevo convenio de derechos de televisación, que finalmente concretaron *Fox* y *Turner*, significó un evidente cambio de paradigma en las transmisiones. Estas empresas transmitieron todos los partidos de la Superliga en dos señales de televisión por cable (*Fox Sports* y *TNT Sports*) sin costo adicional hasta el 30 de septiembre de 2017. A partir de esa fecha, quienes quieran acceder a la televisación de los encuentros desde sus casas deben abonar una diferencia aproximada de \$300 por el pack que se suma al monto que los televidentes pagan a las cableoperadoras por el servicio básico. El 'pack fútbol' se transmite en HD y permite al usuario ver la totalidad de partidos de cada jornada. Por el momento no se presentaron opciones de compra de paquetes por una menor cantidad de encuentros, ni variedad de transmisiones vía web.

La producción de dichas transmisiones continúa a cargo de *Torneos y Competencias*, la misma empresa que había adquirido los derechos de televisación del fútbol argentino en 1991 y que mantuvo dicho vínculo con la AFA hasta 2009. *TyC*, además, es propietaria junto con el *Grupo Clarín* del canal *TyC Sports* y maneja la programación de las señales *TyC Sports*, *Fox Sports*, y *DirecTV*. Asimismo, produce en forma exclusiva la Copa Libertadores, la Copa Sudamericana, la Copa Argentina, el Torneo de Verano y los amistosos de la Selección Argentina. Esta compañía también posee los derechos de televisación del fútbol argentino en el extranjero. En otras palabras, todas las transmisiones de fútbol en las que participan equipos argentino de Primera están producidas por la misma empresa, lo transmitirán dos canales de acceso restringido y podrán acceder sólo quienes puedan pagar el abono

de televisión más el adicional, lo que en su conjunto equivale a más del 10% de un salario mínimo vital y móvil.

En “La construcción de la noticia deportiva en los principales diarios nacionales”, proyecto de investigación ejecutado y desarrollado durante el período 2014-2015, que permitió la recopilación de datos para la realización del proyecto actual, sobre la muestra evaluada, se concluyó que la mayor parte de la información deportiva publicada por los medios gráficos seleccionados era sobre fútbol. Siendo, entonces, el deporte sobre el cual los medios generan mayor cantidad de información y contenido en materia deportiva cabe preguntarse: ¿Qué sentidos produjeron en los medios gráficos sobre los cambios en la televisación del fútbol argentino? ¿Qué construcción de la noticia presentaron con relación a esta temática? ¿Cómo debe ser transmitido el fútbol según los diarios elegidos? ¿Qué jerarquización de la noticia realizaron durante la presentación de este nuevo modo de transmisión de los encuentros de la máxima categoría del fútbol argentino?

Tratamiento de la temática elegida

Para el análisis de la selección y construcción de la información publicada se eligieron los portales de los diarios *El Tribuno* de Salta, *La Voz* de Córdoba, *La Capital* de Mar del Plata, *La Capital* de Rosario y *Los Andes* de Mendoza, que son parte del material de estudio trabajado en el proyecto de investigación en el que se enmarca esta ponencia. El período de seguimiento fue el transcurrido entre la rescisión del contrato entre la AFA y el Estado Nacional, el 24 de febrero, y el comienzo del torneo de Primera División, el 25 de agosto.

En cuanto al seguimiento de la noticia, cabe destacar que todos los medios elegidos publicaron información referida a:

- La rescisión del contrato entre el Estado Nacional y la AFA.
- Los rumores que circularon alrededor de las empresas que presentaron sus proyectos (y otras interesadas) para adquirir los derechos de televisación de la Superliga.
- Los posibles nombres de los integrantes del staff de cada una de las señales, *Fox Sports* y *TNT Sports*, muchos meses antes de que empezaran a transmitir el fútbol argentino.

La rescisión del contrato con FPT estuvo relacionada, en marzo de 2017, con la necesidad de saldar la deuda que los clubes mantenían con los futbolistas en pos de garantizar el comienzo del torneo de Primera División. Al respecto los portales seleccionados trataron este tema:

➤ *El Tribuno* de Salta publicó un artículo titulado "El Gobierno hizo oficial el millonario depósito para la rescisión de Fútbol Para Todos"¹ en el cual aclaró que "El pago por la rescisión del contrato de Fútbol Para Todos se oficializó en medio de incertidumbre sobre la reanudación del torneo de Primera División en vista de que Futbolistas Argentinos Agremiados (FAA) llamó a una huelga hasta tanto no se cancelen deudas salariales que mantienen los clubes con los planteles de todas las categorías." El medio se encargó de manifestar la relación claramente notoria entre la rescisión del contrato y la solución del problema que debió enfrentar la AFA para que pudiera comenzar el campeonato.

➤ *La Voz*, además de informar sobre el hecho de la rescisión del contrato, decidió focalizarse en las consecuencias de dicha medida en los clubes de Córdoba que participan del torneo de Primera: Talleres y Belgrano. El diario cordobés no cuestionó que el Gobierno desembolsara \$350.000.000 para que comenzara el torneo y priorizó dar a conocer las sumas que recibiría cada club².

➤ Un tratamiento similar realizó *La Capital* de Rosario al publicar una nota sobre Newell's Old Boys y Rosario Central.³ Este medio ya venía anunciando la rescisión desde diciembre, algo que se puede ver en la nota "Fútbol Para Todos y una muerte anunciada"⁴.

➤ *La Capital* de Mar del Plata, a diferencia de los anteriores, agregó una publicación donde cuestionó la cadena de sucesos y opinó: "El mundo al revés. El Estado es el que debe imponer las condiciones y no tener que "pedir por favor" que se garantice la gratuidad por 'el mayor tiempo posible'. Sobre todo si quien está al frente de la administración del Estado dijo en campaña electoral que el Fútbol para Todos iba a seguir y que no estaba en discusión la gratuidad de los partidos por televisión, una de las tantas cuestiones que prometió y no cumplió ante las preguntas de Daniel Scioli, más incisivas, por cierto, que la de la mayoría de los periodistas que tuvieron la oportunidad de formular las suyas en ese tiempo"⁵.

➤ Por su parte, *Los Andes* presentó la información haciendo foco en el rápido paso del fútbol en manos públicas al fútbol en manos privadas.

En cuanto a la información publicada respecto a la contratación de las empresas *Fox* y *Turner*, entre el período, se encontró que:

➤ *El Tribuno* de Salta informó, en marzo, sobre los beneficios del nuevo contrato entre *Fox*, *Turner* y la AFA⁶. Asimismo, en julio, publicó una nota sobre la

opinión de Hernán Lombardi, titular del Sistema Nacional de Medios Públicos, quien definió como de "madurez" la decisión de rescindir el contrato de Fútbol para Todos⁷.

Este medio también publicó información referida al precio que los televidentes deberán pagar para poder ver fútbol en sus casas, haciendo hincapié en que a los \$300 del pack fútbol deben agregarle otros gastos no incluidos en el costo del servicio básico de TV por cable⁸. En un informe especial titulado "Aún es escaso el interés de los salteños por el nuevo pack fútbol"⁹, el diario da a conocer que, si bien muchos salteños consultaron a las empresas que prestan servicios de cable por los costos del pack fútbol, la gran mayoría no pareció interesado en contratarlo, mientras que los que sí demostraron verdadero interés fueron los dueños de cafeterías y bares.

Al respecto, unos días después publicaron la nota: "Los hinchas se preparan para volver a los bares a ver fútbol por TV pago"¹⁰, que hace referencia a lo necesario de la vuelta del público a los bares para ver fútbol, por la cantidad de cierres de restaurantes en la Ciudad de Buenos Aires. La noticia menciona a los bares y restaurantes de Capital Federal ya que el artículo toma como fuente al portal Ambito.com.

En otra línea de publicaciones, el portal de *El Tribuno* publicó un artículo, con origen en Télam, donde explica las contradicciones entre el contrato de *Fox Turner* con la AFA y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, subrayando sobre la posibilidad de conflictos en caso de no garantizar la gratuidad del producto¹¹.

El estricto control sobre las redes sociales, los castigos por la reproducción de imágenes y videos en vivo¹², y la posibilidad de ver fútbol gratis por TDA hasta fin de año, también fueron tema presentes en la agenda del diario salteño.

➤ *La Capital* de Rosario, trabajó el tema en su suplemento *Ovación*. En marzo, informó sobre las distintas ofertas que la AFA recibió para adquirir los derechos de televisación, aclarando que una de las grandes ventajas de la sociedad *Fox-Turner* no era la económica: "*Fox -Turner* —realizó una oferta menor que *ESPN*— se hará cargo del juicio que el Grupo Clarín le había iniciado a la AFA y eso es un punto a favor"¹³.

Una vez oficializada la elección de *Fox-Turner* el suplemento del diario rosarino realizó un "acotado sondeo en las calles" sobre la noticia. Al respecto publicó: "La mayoría dijo que 'no' lo pagará, argumentando distintas razones: porque es un gusto 'caro' para estos tiempos, porque es "injusto" y finalmente ya no es para todos. O porque pueden prescindir de ver cómo gira la redonda desde el sillón de la casa y en todo caso prefieren invertir ese dinero en ir a la cancha.

También la mayoría de los encuestados sabía ayer cuál de las tres empresas (las

estadounidenses *Fox-Turner* y *ESPN* y la española *MediaPro*) que habían presentado ofertas se quedó con el negocio. Y criticaron la promesa no cumplida de Macri¹⁴. El periódico no da a conocer la cantidad de encuestados, ni aporta otro dato específico sobre los mismos. Sin embargo, en la nota presenta dos temas que se pueden resaltar: la promesa no cumplida por Mauricio Macri y la preferencia de utilizar el dinero en ir a la cancha y no en ver el encuentro a través de una pantalla. Al igual que *El Tribuno*, *La Capital* de Rosario informó sobre los distintos 'packs' que las cableoperadoras ofrecerían a sus usuarios y la restricción en la difusión de los eventos más importantes de la Superliga, como por ejemplo los goles, por redes sociales o por otras señales de TV hasta el domingo a las 23hs, comparando dicha limitación con la que reinaba antes de 2009: "Ese esquema limitado regía antes de la creación de Fútbol para Todos (FpT) cuando los goles de la fecha recién podían pasarse libremente después de la emisión del programa Fútbol de Primera los domingos por la noche por Canal 13"¹⁵.

En su mayoría, las notas publicadas por este medio fueron crónicas informativas. Sin embargo, en junio, el periodista Alejandro Cachari firmó una columna de opinión donde se remonta a una charla con Ricardo Schlieper, uno de los agentes de jugadores más antiguos del país y amigo del presidente de la Nación, que el suplemento *Ovación* había publicado en enero. Al respecto, el periodista rosarino analiza la relación entre el gobierno, las elecciones legislativas y la nueva televisación del fútbol donde las decisiones, de acuerdo con su mirada, no son para nada azarosas.¹⁶

La Capital de Mar del Plata también publicó notas informativas sobre la adquisición de los derechos de televisación del fútbol argentino por parte de las empresas *Fox Turner*. Entre las más destacadas está "Los goles del fútbol argentino no podrán verse hasta el domingo a la noche", publicada el 7 de agosto, donde informa sobre la difusión del torneo antes, durante y después de Fútbol Para Todos.¹⁷

Ya en marzo este diario había publicado una nota de opinión firmada por Vito Amalfitano, quien con una postura muy crítica con respecto al accionar de la AFA durante ese mes, expuso la relación entre el conflicto de ese momento (el comienzo del campeonato se vio retrasado por la deuda que existía en la mayoría de los clubes con los jugadores) y el papel que jugó el Gobierno, Fútbol Para Todos y los cambios que estarían a punto de llegar.

"Si se demoró un mes el comienzo del fútbol oficial 2017, si esta crisis la provocaron a propósito en junio del año pasado cuando interrumpieron las elecciones y extorsionaron con la demora de los pagos correspondientes a la televisación para demonizar el Fútbol para Todos, ¿por qué tanto interés ahora por apurarse a que justo este fin de semana arranque la actividad sí o sí? El Fútbol para

Todos ya no está en el Presupuesto Nacional. Pero sí los más de 2.000 millones destinados a publicidad oficial que eran los que se volcaban antes al fútbol¹⁸. También en mayo, el mismo periodista, en el marco del último Boca-River transmitido por Fútbol Para Todos, habló de “repudio popular”, ante los cambios en la televisación del fútbol, y de “promesa no cumplida”, en referencia a los compromisos de campaña que Mauricio Macri había hecho públicos antes de ganar las elecciones en 2015:

“Todo a la luz. Todo a la vista. Será la última vez que sea así absolutamente para todos en televisión abierta gratuita, salvo que en este tema también se retroceda ante el repudio popular, como en tantas otras decisiones en las que se jugó a prueba y error desde hace 17 meses. Lo cierto es que hoy por hoy fue el último domingo de clásicos continuados por televisión abierta y gratuita en Argentina. Porque, por otra promesa no cumplida, se terminó el Fútbol para Todos¹⁹.”

El diario *La Voz del Interior*, de Córdoba, concentró el tratamiento de este tema en distintas notas de carácter informativo y algunas de análisis. El 25 de julio, el periodista Daniel Guiñazú escribió un texto donde informa y reflexiona sobre los cambios que llegarían en agosto, con las primeras transmisiones a cargo de Fox Turner. Al respecto, escribió:

“La idea sigue siendo bonificar ese precio hasta noviembre para que el salto del Fútbol para Todos al fútbol arancelado no les resulte tan brusco a los hinchas en épocas preelectorales. Pero debe quedar en claro que para ello deberán adquirirse previamente los dos nuevos canales. Quienes no los compren, no podrán ver los partidos más importantes²⁰.”

El periodista habla de este cambio como “un salto que no resulte tan brusco a los hinchas en épocas preelectorales”, dejando solapadamente instalada la relación entre la demora del comienzo del fútbol pago y las necesidades electorales del gobierno.

Asimismo, el periódico cordobés, al igual que *El Tribuno*, también reprodujo la nota de *Télam* que menciona el posible conflicto que generaría el artículo 80 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual a Fox y Turner en su intención de cortar la difusión de los partidos²¹.

Finalmente, *Los Andes* de Mendoza, informó sobre el tema desde la firma del contrato entre la AFA y Fox Turner. En ese momento, publicaron distintas notas donde destacaron los beneficios que dichas empresas incorporarían en la transmisión de la máxima categoría del fútbol argentino. En este sentido, el portal mendocino escribió sobre la posibilidad de una programación multiplataforma y la comparó a la que existe en Estados Unidos con la NBA.

“La idea de Fox y Turner sería la de cobrar una suscripción de \$600 por mes por

fuera del abono del cable, el doble de lo que sería seguirlo por TV, si se tiene en cuenta que el plus para poder ver el fútbol por allí sería de unos \$300.

¿Por qué la diferencia? Ese precio superior, que duplica al otro, sería para que los operadores de cable no se vean perjudicados y los usuarios prefieran, por un tema de costos, seguir viendo los partidos en su tele.

¿Pero este sistema es costoso? Hagamos cuentas. Si se considera que la próxima temporada, cuando comienza el vínculo de AFA con la empresa de medios, tendrá a 28 equipos, los partidos por fin de semana serán 14.

Es decir, unos 56 al mes. En ese caso se estaría pagando poco más de \$10 (10,71 para ser más exactos) por encuentro, al contratar el sistema propuesto. Pero son pocos los que hoy consumen todos los partidos de Primera en una misma semana. Para comparar se puede retomar el caso NBA. Allí, contratar un partido individual tiene un costo de \$47,99. Pero cambia si se opta por paquetes de varios partidos. El más pequeño de esos packs garantiza ocho juegos a elección al mes, a \$79,99 mensual o \$479,99 anual (es decir, a diez pesos por partido)²².

En otro informe publicado a fines de julio por el mismo medio, se hace referencia a Fútbol Para Todos:

“Todavía está fresca aquella propaganda política que a partir de ese momento llegaba la televisación gratis del fútbol, bajo el rótulo de “Fútbol para Todos” y “se liberaban los goles que habían sido secuestrados por un medio dominante”.

De todas formas, tanto en ese momento como en la actualidad, existe una realidad insoslayable: nada es gratis. Había que estar suscripto a un operador de cable para tener acceso a las imágenes.

Para muchos, volverá aquella época de congregarse en la casa de algún amigo o de los bares para ver el partido ‘codificado’. Mientras tanto, los clientes, que no somos otros que los amantes de nuestro fútbol grande, evaluaremos cuánto vale meter la mano en el bolsillo para tener el pack de fútbol en casa o pagar una consumición o en algún local comercial²³.

En esta dirección, *Los Andes* realizó un informe especial²⁴ poco antes del comienzo del torneo sobre las opciones y las promociones que las distintas compañías de cable ofrecen en diferentes puntos de la provincia de Mendoza para que adquieran el decodificador y el pack para ver fútbol.

Fútbol femenino y ¿TV?

La Asociación del Fútbol Argentino celebró su primer campeonato de Primera División de fútbol femenino en 1991. Desde ese momento a la fecha la disciplina tuvo un crecimiento notorio. De ocho equipos que había a comienzos de la década

de los 90', hoy son 32 divididos en Primera A y Primera B.

A partir de 2019 aquellos clubes que no presenten un equipo de primera división de fútbol femenino y otro juvenil, no podrán disputar torneos de Conmebol (Copa Libertadores, Copa Sudamericana) según el comunicado oficial que la máxima institución del fútbol sudamericano emitió en 2016.

Los derechos de transmisión por TV del fútbol femenino aún no han sido comercializados. Desde la temporada 2017/2018 Crónica TV comenzó a transmitir en su señal de cable un partido de cada fecha. Sin embargo, a pesar del acuerdo existente de palabra, no hay un contrato que establezca una relación comercial entre el medio y la AFA.

La televisación del fútbol femenino en Argentina parece ser un tema que no está presente en la agenda de los medios. La no televisación del deporte en su rama femenina parece no despertar el interés periodístico ni comercial en ninguna de las grandes empresas mediáticas de alcance masivo. Al menos, a lo largo de las publicaciones relevadas en el tiempo de observación, el tema no tuvo siquiera una mención que lo ponga en agenda pública.

Los medios de comunicación como actores sociales, políticos, económicos y culturales, ¿por qué niegan la difusión a un deporte que crece día a día?

Claramente, resaltar y complejizar esta ausencia notoria, es uno de los desafíos del periodismo deportivo.

Consideraciones finales

El fútbol es un fenómeno social y cultural de gran relevancia en Argentina. Hace unos pocos años, desde el Estado Nacional, se lo pensaba como un bien cultural y así quedó plasmado como política de Estado en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Por tal motivo nació Fútbol Para Todos, una iniciativa que contemplaba garantizar el derecho de quienes querían acceder a él. En tal sentido, Florencia Saintout, decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, cuando FPT estaba en vigencia señaló en más de una oportunidad que "el fútbol forma parte de la cultura popular y como tal es un derecho que el Estado debe garantizar. ¿Quién podría negar eso en un país donde el gran entretenimiento de las familias y los amigos es ver fútbol, escucharlo o ir a la cancha?"

La concepción que el Estado actualmente tiene del fútbol condiciona notoriamente el acceso que los interesados en ver fútbol deban afrontar. Si bien, como se mencionó en una de las notas analizadas, el actual Gobierno prometió en su campaña preelectoral la continuidad de la gratuidad de las transmisiones de fútbol, la mirada que tiene sobre este deporte y las decisiones adoptadas fueron

totalmente diferentes.

Desde junio de 2013 el público visitante está prohibido en los estadios de fútbol argentino para los torneos de ascenso y Primera División. En ese momento, Mauricio Macri, se mostró en contra de la medida: "Estuve en desacuerdo con que se elimine el (público) visitante, porque es como una resignación de que el Estado está ausente".²⁵ A pesar de la declaración emitida, el público visitante no ha vuelto a las canchas. De esta manera, el hincha que no pueda o quiera pagar en nuevo Pack Fútbol televisivo, tampoco tendrá la opción de utilizar ese dinero para ir a ver a su equipo cuando juegue fuera de su casa. Esta situación es beneficiosa para las empresas que ahora manejan las transmisiones de fútbol, ya que los hinchas que quieran ver a sus equipos en condición de visitante no tendrán otra opción que pagar.

El mercado y el fútbol desde hace décadas están vinculados y han creado un gran negocio alrededor de este deporte. Y la televisación es uno de los estandartes en este comercio.

Los cambios estructurales en AFA, con la creación de la Superliga y la rescisión del contrato de derechos televisivos con el Estado Nacional responden al cambio de paradigma en la ejecución de políticas públicas en Argentina en general, y en el fútbol en particular, desde finales de 2015.

El camino que transitaron los medios masivos de comunicación en general, y los cinco medios en particular utilizados como caso en el presente trabajo, fue de un tratamiento desbalanceado, con pocas voces críticas al cercenamiento de derechos, aunque con matices. Si bien los cinco medios se los puede considerar de proyección "local" (poseen fuerte presencia e imposición de agenda en sus zonas de influencia, pero no con proyección nacional) tuvieron un comportamiento similar, sobre todo entre *La Capital* (Rosario), *La Voz*, *Los Andes* y *El Tribuno*, donde la modificación estructural de las condiciones de acceso a uno de los fenómenos populares más importantes del país fue acompañada desde la normalidad y aceptación. Sólo en *La Capital* (Mar del Plata) se observaron voces críticas que cuestionaron la medida en relación a las promesas de la campaña electoral de 2015.

También pudo observarse que el abordaje suele estar condicionado al modo en el que influye una medida general a las instituciones deportivas de la ciudad en particular, como es el caso de *La Voz* (Córdoba) y *La Capital* (Rosario), donde la incidencia sobre Talleres, Belgrano, Newell's y Central, impactan fuertemente en la agenda y el modo de construir la información, situación ya trabajada en el proyecto de investigación "La construcción de la noticia deportiva en los principales diarios nacionales" (realizado entre 2014 y 2015).

El mundo de los clientes, claramente no es el mismo que el de los sujetos de

derecho; en la construcción de la información sobre la ruptura del contrato entre el estado Nacional y la AFA, y el acuerdo posterior con las empresas estadounidenses, se hizo evidente esa disputa cultural: una amplia mayoría de las informaciones producidas parecieran dar cuenta del beneplácito de volver a transitar ese mundo donde unos muy pocos venden y otros tantos, también pocos, compran.

El entramado del fútbol en tanto deporte popular masivo en Argentina y en gran parte del mundo, incluye dirigentes, representantes, jugadores, árbitros, medios masivos de comunicación y periodistas. Ser parte de esa trama como una pieza o parte necesaria en la elaboración de un producto, o decidir comunicar socialmente las complejidades de una práctica popular, no define sólo la postura sobre el destino de los fondos públicos, más allá de la enorme falacia sobre el gasto que ahora volvió a engrosar las arcas de la pauta oficial.

La dicotomía encierra, como en 2009, el sentido que como comunicadores ocupa el engranaje central e imprescindible de ese entramado: el pueblo, el público, el hincha. O el cliente. En definitiva, o se es parte de esa estructura que vende, o de un acontecimiento masivo y popular que es de todas y todos.

La diferencia entre comunicar para sujetos de derechos o vender líneas para clientes no es soslayable. Y quizá sea un punto de partida para repensar la comunicación deportiva hacia la consolidación definitiva de los derechos que consagra la constitución nacional y las leyes que la norman en materia de derecho a la información y al acceso a los bienes culturales.

Notas

¹ <http://www.eltribuno.info/jujuy/nota/2017-3-2-11-15-1-el-gobierno-hizo-oficial-el-millonario-deposito-para-la-rescision-de-futbol-para-todos>

² <http://mundod.lavoz.com.ar/futbol/rescision-del-futbol-para-todos-cuanto-recibiran-talleres-y-belgrano#!/>

³ <http://www.lacapital.com.ar/ovacion/la-rescision-del-contrato-futbol-todos-cuanto-recibiran-central-y-newells-n1345329.html>

⁴ <http://www.lacapital.com.ar/ovacion/futbol-todos-y-una-muerte-anunciada-n1302274.html>

⁵ <http://www.lacapitalmdp.com/verdades-y-mentiras-sobre-el-fin-del-futbol-para-todos/>

⁶ <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-3-14-7-27-0-fox-y-turner-son-los-nuevos-duenos-del-futbol-por-tv-en-argentina>

⁷ <http://www.eltribuno.info/jujuy/nota/2017-7-1-15-30-0-lombardi-y-el-final-de-futbol-para-todos>

⁸ <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-7-26-12-32-11-enterate-aca-cuanto-te-saldra-ver-futbol-argentino-por-television-a-partir-de-octubre>

⁹ <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-7-29-22-45-0-aun-es-escaso-el-interes-de-los-saltenos-por-el-nuevo-pack-futbol>

¹⁰ <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-8-3-8-41-37-los-hinchas-se-preparan-para-volver-a-los-bares-a-ver-futbol-por-tv-pago>

¹¹ <http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-8-12-23-37-46-la-ley-de-medios-complica-a-fox-y-turner>

-
- ¹²<http://www.eltribuno.info/salta/nota/2017-8-9-15-0-3-habra-un-estricto-control-en-las-redes-sociales-con-el-nuevo-sistema-para-ver-futbol-argentino>
- ¹³<http://www.lacapital.com.ar/ovacion/fumata-blanca-fox-turner-seria-la-empresa-que-televisara-el-futbol-argentino-n1356961.html>
- ¹⁴ <http://www.lacapital.com.ar/ovacion/tras-la-oficializacion-la-eleccion-fox-turner-televisarlo-habra-futbol-todos-n1357582.html>
- ¹⁵ <http://www.lacapital.com.ar/ovacion/fox-y-turner-quieren-limitar-la-difusion-los-goles-las-redes-sociales-n1448655.html>
- ¹⁶ <http://www.lacapital.com.ar/ovacion/como-se-teve-n1411447.html>
- ¹⁷ <http://www.lacapitalmdp.com/los-goles-del-futbol-argentino-no-podran-verse-hasta-el-domingo-a-la-noche/>
- ¹⁸ <http://www.lacapitalmdp.com/mamarracho/>
- ¹⁹ <http://www.lacapitalmdp.com/los-ultimos-clasicos-para-todos/>
- ²⁰ <http://mundod.lavoz.com.ar/futbol/el-juego-de-la-tv-que-se-viene-en-la-superliga>
- ²¹ <http://mundod.lavoz.com.ar/futbol/la-ley-de-servicios-audiovisual-puede-complicar-el-plan-de-fox-y-turner>
- ²² <http://www.losandes.com.ar/article/se-viene-una-programacion-con-multiples-opciones>
- ²³ <http://www.losandes.com.ar/article/a-ponerse-para-verlo-por-tv>
- ²⁴ <http://www.losandes.com.ar/article/habra-promociones-en-los-decodificadores-para-ver-futbol-argentino>
- ²⁵ <http://www.lanacion.com.ar/1823356-mauricio-macri-el-gobierno-impulsa-la-vuelta-de-los-visitantes-por-motivos-electorales>