



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

IDENTIDAD Y GLORIA: “EL DIEGO DE LA GENTE”

Narrativas audiovisuales en torno al fallecimiento y velorio de

Diego Armando Maradona

Juan Martin Vilallonga

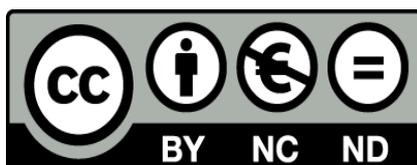
Giuliano Contursi

Cita sugerida del Trabajo Final:

Vilallonga, Juan Martin; Y Contursi, Giuliano. (2021). “Identidad y gloria: el Diego de la gente. Narrativas audiovisuales en torno al fallecimiento y velorio de Diego Armando Maradona”. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





Identidad y gloria: “El Diego de la gente”

Narrativas audiovisuales en torno al fallecimiento y velorio de Diego

Armando Maradona

Trabajo Final de la Licenciatura en Comunicación Social

Autores:

Juan Martin Vilallonga y Giuliano Contursi

Directora: Dra. Vanina Ramé

Co-directora: Dra. María Alaniz

Córdoba, noviembre de 2021

Agradecimientos:

A nuestras profesoras Vanina y Maria, directora y co-directora respectivamente, que nos brindaron el puntapié inicial para la realización de este trabajo, y también por el entusiasmo, la completa disposición y el compromiso que asumieron con este proyecto.

A nuestras familias, nuestros/as allegados/as y amigos/as que estuvieron cerca, nos motivaron, y que fueron una constante inspiración en tiempos difíciles y extraños como los representados por la pandemia.

Por último, y para nada menos importante, a la Universidad Nacional pública y gratuita que entre todos construimos como sociedad; y a los/as profesores/as y directivos de esta carrera (sin olvidarnos de cada persona que integra esta Facultad de Comunicación), que guiaron nuestro aprendizaje y crecimiento cotidiano durante todos estos años.

ÍNDICE

Abstract	4
1. Tema De Investigación	6
1.1 Introducción	6
1.2 Antecedentes	8
1.3 Objetivos	10
2. Marco Conceptual	12
2.1 Paradigma Construcccionista	12
2.2 Construcción Mediática	12
2.3 Idolatría/Misticismo	17
2.4 Relatos y Decisiones Enunciativas	22
2.6 Configuraciones Identitarias	26
3. Marco Metodológico	32
3.1 Desarrollo de las categorías de análisis establecidas	33
3.1.1 Primera categoría: “Maradona como deportista distinguido”	34
3.1.2 Segunda categoría: “Maradona como sujeto político”	35
3.1.3 Tercer categoría: “Maradona como personaje controversial”	37
3.2 Proceso de selección de las narrativas audiovisuales	38
3.2.1 Inicio del proceso: selección de días y canales de TV nacional	38
3.2.2 Limitación de las instancias enunciativas	39
3.2.3 Distinción y ordenamiento de las narrativas por categorías	40
3.2.4 Elaboración del mapeo temático	41
3.2.5 Selección de fragmentos audiovisuales para el desarrollo de la investigación	42
3.2.6 Realización de las Fichas Técnicas	43
3.3 Metodología del desarrollo	45
4. Desarrollo / Análisis	48

4.1 Análisis por categorías	52
4.1.1 Categoría 1: Maradona como futbolista distinguido	52
4.1.2 Categoría 2: Maradona como sujeto político	69
4.1.3 Categoría 3: Maradona como personaje controversial	79
5. Conclusión	86
Referencias Bibliográficas	94
Anexos	98

Abstract

Tras la muerte de uno de los ídolos populares más relevantes de la historia argentina, este trabajo final analiza la relación de identificación e idolatría de muchos/as de los/as argentinos/as con Diego Armando Maradona. La investigación de carácter cualitativo-descriptivo analiza la cobertura mediática de El Trece, América, Telefé, La TV Pública y El 9 los días de la muerte y velorio de Maradona, el 25 y 26 de noviembre de 2020.

El estudio se sustenta en los insumos conceptuales del construccionismo propuestos por los sociólogos Peter L. Berger y Thomas Luckmann. A su vez, el objeto de análisis se centra en las enunciaciones de las narrativas audiovisuales seleccionadas. En este sentido es pertinente tomamos los postulados de autores/as como Emilie Benveniste y Kerbrat Orecchioni en el plano de la enunciación, y de André Gaudreault y Francois Jost en lo referido a los estudios del relato audiovisual.

En lo referente a las identificaciones con las representaciones mediáticas, consideramos los aportes de Gabriela Cicalese, Paul Ricoeur y Grajeda, como así también las definiciones de Hugo Bauzá y Peter Berger al respecto de los conceptos que rodean la imagen de los mitos y los héroes.

El análisis metodológico se enmarca en la propuesta de Vanina Ramé mediante la cual se realiza un minucioso análisis enunciativo de las coberturas mediáticas realizadas en vivo. El estudio narrativo concluye en la identificación de tres categorías centrales que permiten representar los atributos fuertemente identificados a la figura de Diego Maradona como deportista distinguido, sujeto político y personaje controversial.



CAPÍTULO 1

1. Tema De Investigación

Análisis enunciativo acerca de las representaciones audiovisuales en torno al fallecimiento y velorio de Diego Armando Maradona.

1.1 Introducción

“En una villa nació...”¹ comienza una de las canciones más icónicas que retratan la vida de Diego Armando Maradona. En Villa Fiorito, un barrio de bajos recursos de la Ciudad de Buenos Aires, se forjó uno de los talentos que con el tiempo alcanzaría una fama y reconocimiento inconmensurable a nivel mundial. Con orígenes muy humildes, “Pelusa” logró catapultarse a lo más alto a través de su inaudita capacidad para jugar al fútbol, llegando a ser considerado uno de los mejores futbolistas de la historia, sino el mejor. De “Cebollita” a campeón mundial, de no tener nada a tenerlo todo, así se resume la vida de una de las personas más reconocidas de nuestra cultura.

Pero Maradona fue mucho más que un gran jugador de fútbol. “El Diego” -como lo identifican muchos/as protagonistas de las narrativas trabajadas- fue una figura masculina modelo para la época, fue un líder carismático dentro del campo de juego y, fuera de él, un personaje con mucha influencia y visibilidad mediática. También se lo reconoce como una de las personas más humildes y generosas, alguien que no se olvidó de dónde vino y, a su vez, fue quien dio que hablar a partir de su temperamental forma de ser, sumado a sus adicciones a las drogas y sus denuncias por violencia de género, entre otras cosas. Todas estas características engloban una representación de Maradona que es engendrada desde los medios de comunicación. Y a eso nos referimos cuando hablamos de Diego, a esa imagen mediática creada sobre su figura, a ese personaje que, desde diferentes aristas, logró imponerse como uno de los ídolos populares más grandes de nuestro país.

A su vez, todo aquello que rodea al ídolo se ve reflejado de alguna manera en un pueblo que se identifica profundamente con él. Nuestro trabajo surge de la inusitada

¹ “La mano de Dios”: Canción de Rodrigo Bueno sobre Diego Armando Maradona.

presencia masiva de personas durante el funeral de Maradona en torno al velorio como rito ceremonial que encarna determinadas creencias culturales de un mito popular.

Teniendo en cuenta esta cercana relación entre la gente y su ídolo, desarrollamos este trabajo recurriendo a las coberturas mediáticas los días del fallecimiento y del velorio de Maradona ya que, en un año en que la pandemia del coronavirus Covid-19 causó millones de muertes y signó una nueva manera de vivir en todo el mundo, esta muerte en particular trascendió lo privado e irrumpió en la escena pública, generando una multitudinaria movilización fuertemente criticada por algunos sectores de la sociedad. Esto tiene que ver, en gran medida, con decisiones políticas gubernamentales en torno a la pandemia, a los aislamientos y a las cuarentenas que se venían aplicando hasta ese momento con rigurosa determinación, pero que fue visiblemente interrumpida ante la sorpresiva noticia del fallecimiento de un ícono de nuestra cultura contemporánea como lo es Diego Armando Maradona.

El Gobierno Nacional en ese entonces decidió dar lugar al Funeral de Estado que se llevó a cabo el día 26 de noviembre en la Casa Rosada, con el fin de que el pueblo pudiera despedir a su ídolo. Nos interesó especialmente analizar el hecho de que cerca de un millón de personas hayan acudido al lugar más allá de la excepcional coyuntura: considerando los riesgos a la salud que un velorio de semejante envergadura conllevaba, sumado a la vigencia de un DNU presidencial (el Decreto 297/2020) establecido desde el 19 de marzo del 2020 que disponía una cuarentena estricta en todo el territorio nacional con fin de frenar la circulación del Covid-19. Sin embargo, ninguno de estos protocolos sanitarios que se venían aplicando hasta el momento fue una barrera para que millones de personas se hicieran presente en Casa Rosada para despedir y poder dar su “último adiós” al futbolista argentino.

A partir de este hecho, analizamos 40 fragmentos audiovisuales que seleccionamos del día de su muerte y el día posterior, cuando todas las pantallas ocuparon programaciones enteras enfocándose en ello. Estos fragmentos fueron elegidos de los canales de la TV nacional El Trece, América, Telefe, La TV Pública y El 9.

1.2 Antecedentes

- Ramé Vanina (2021). Tesis de Doctorado: *Rastreo de rasgos identitarios formativos de egresadas/os latinoamericanas/os a través de trabajos finales audiovisuales realizados en las carreras de Comunicación Social. Estudio comparativo entre la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, y la Universidad del Valle Cali, Colombia (2010-2015)*. Estudios Sociales de América Latina. Centro de Estudios Avanzados. UNC. Línea de investigación: Comunicación y Cultura.

Se trata de una tesis doctoral que estudia la comunicación vinculada al ámbito educativo de nivel universitario. Si bien aborda un tema ajeno a este trabajo final; nos resultó útil tomar como referencia la metodología aplicada a la enunciación filmica y trabajamos mediante el instrumento de análisis de “fichaje” junto a categorías e indicadores específicos a las narrativas audiovisuales como dispositivos de configuraciones identitarias.

- Perez Dacuña, Esteban Ignacio. (2017). *Fútbol: ¿En la cancha se ven los ídolos?* (Tesis de maestría en periodismo). Universidad de San Andrés.

Esta investigación académica busca describir y analizar suplementos de los diarios Clarín y La Nación durante el Mundial de fútbol de Brasil 2014, para establecer constantes y variables en la construcción de dos futbolistas de la Selección Argentina de Fútbol: Lionel Messi y Javier Mascherano. Se analizan en el trabajo tanto la estructura informativa (crónicas, entrevistas, infografías, noticias, estadísticas) como opinativa (análisis, editoriales, opiniones), para interpretar los significados de la figura del ídolo en la prensa gráfica deportiva. También intenta identificar los criterios de noticiabilidad privilegiados por cada uno de los suplementos en la construcción de atributos sobre la figura de ídolos deportivos y distinguirla con la del resto de los jugadores del plantel.

Nos servimos de este trabajo porque podemos comparar y estudiar cómo los medios gráficos también aportan a la construcción de representaciones sobre la figura del ídolo deportivo mediante diferentes mecanismos. Nos interesan los conocimientos que refieren a la utilización de elementos del campo de las representaciones sociales, de elementos periodísticos y del tratamiento teórico para la construcción de la figura del ídolo. Esto, además de aportar elementos relacionados al fútbol como significante de la identidad nacional, en general, y a los atributos personales y deportivos, en particular.

- Gajnaj, Ezequiel. (2007). *Medios y construcción de imagen*. (Trabajo final de graduación) Universidad Empresarial Siglo 21.

En este trabajo se analiza el contenido del discurso que fue presentado por el medio Canal 13 de Argentina en la temporada del programa “La Noche del 10”, conducido por Diego Maradona. El mismo Maradona es el objeto de estudio, como así también su imagen como personaje mediático que interactúa en la sociedad, y cuyas acciones son noticia constantemente. Éste estudio se llevará a cabo con el apoyo teórico de la lingüística y la semiótica. Las mismas, ayudarán a identificar los contenidos y a desmembrar los tópicos recurrentes que se hacen presentes alrededor del personaje de Maradona y de los demás actores que intervienen.

Nos interesa este trabajo porque intenta interpretar la forma en que Maradona es enunciado por los medios, las estructuras discursivas que lo enmarcan y hacen del futbolista un producto terminado para el consumo mediático. Un consumo que desde luego es pasivo y no diferencia los detalles que hacen de Maradona el personaje que es emitido. Además recuperamos nociones que remiten principalmente al medio audiovisual, cosa que el trabajo anteriormente mencionado no contempla.

1.3 Objetivos

- Objetivo General
 - Analizar la representación identitaria construida por 5 medios audiovisuales de la televisión argentina en torno a las coberturas realizadas el día de la muerte y del velorio de Diego Armando Maradona.

- Objetivos Específicos
 - Recopilar las narrativas audiovisuales de El Trece, América, Telefe, La TV Pública y El 9 de los días de la muerte y velorio de Maradona (25 y 26 de noviembre de 2020).
 - Interpretar las enunciaciones filmicas seleccionadas como configuraciones identitarias de Maradona en base a tres categorías: deportista distinguido, sujeto político y personaje controversial.
 - Reconocer y diferenciar en los fragmentos delimitados, características y temáticas que las personas representadas en videos identifican con Maradona.



CAPÍTULO 2

2. Marco Conceptual

Nuestro trabajo reflexiona sobre diversos aspectos de la construcción mediática, en torno al fallecimiento de Diego Armando Maradona y a la cobertura que diferentes canales de la televisión Argentina realizaron sobre este hecho particular. En base a esto, pudimos identificar cómo en las diferentes transmisiones se mencionan con insistencia, y desde diferentes puntos de vista, aspectos sobre este personaje tan representativo de nuestra cultura contemporánea.

2.1 Paradigma Construcccionista

Para desarrollar nuestra investigación decidimos partir de una óptica constructcionista, desarrollada inicialmente por Peter L. Berger y Thomas Luckmann. Desde el constructivismo social y la sociología del conocimiento, sabemos que la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por las personas y que ésta les provee del significado subjetivo de un mundo coherente (Berger y Luckmann, 1968, p. 36). El mundo de la vida cotidiana no sólo se establece como realidad por miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas, sino que es un mundo que se origina en los pensamientos y acciones de las personas y que está sustentado como real. En esa línea de sentido, asumimos que todo relato es construido y que todo hecho narrativo implica un proceso de representación determinado.

2.2 Construcción Mediática

Sobre la noción de discursos mediáticos, a la que haremos referencia en los siguientes apartados, debemos entender no únicamente el aspecto estrictamente lingüístico que representan las enunciaciones o los relatos orales de los/as protagonistas en las narrativas audiovisuales, sino a la totalidad de componentes y elementos que hacen al discurso audiovisual, como lo son la musicalización, la elección de planos o los componentes gráficos entre otros tantos.

El análisis se centró en analizar la construcción mediática y la representación de las identidades expresadas en diferentes medios de comunicación; específicamente, por los canales elegidos (El Trece, TV Pública, El 9, Telefé, América) de la televisión argentina los días 25 y 26 de noviembre de 2020, referidos a la muerte de Maradona.

Nos interesa la manera en la que los medios reflejaron los acontecimientos durante esos días y cómo los fueron hilvanando y relacionando para construir una imagen de Diego Maradona fuertemente enraizada con atributos culturales y generalizados de la identidad nacional. Para este análisis nos resultan imprescindibles algunas reflexiones de autores/as sobre construcción mediática.

Para el teórico belga-canadiense Marc Angenot el *Discurso Social* es “todo lo que se dice y se escribe en un estado de sociedad, todo lo que se imprime, todo lo que se habla públicamente o se representa hoy en los medios electrónicos” (Angenot, 2010, p. 21). Este Discurso Social está constituido por los géneros y los repertorios de tópicos que organizan aquello que es susceptible de ser enunciado en una sociedad particular. Este pensador, concibe al discurso como un hecho históricamente situado y acentuado a partir de determinada evaluación social. En esta línea de sentidos, el Discurso Social implica una mirada totalizadora de un complejo entramado de voces que dan cuenta de “lo enunciable y lo decible” en una instancia específica de la historia.

En cuanto a la construcción y a los discursos mediáticos, rescatamos también algunas reflexiones del especialista y teórico de medios español Jesús Marín-Barbero, que sirven de guía para este primer apartado.

Este discurso mediático coincide en tiempo y espacio, virtualmente, con nuestro aquí-ahora, confundiéndose el tiempo real del individuo con el tiempo discursivo mediático. Se establece una continuidad discursiva en la representación de un

mundo mediatizado, irreal, ficcional. Los MMC responden así, a un hacer ver la realidad, en su equivalencia en imágenes, historias del mundo filtrado y reinterpretado en la producción de estos discursos espectaculares. Es así como esa equivalencia historia del mundo / imágenes de los discursos mediáticos es lo que el telespectador consume "...un mundo hecho a la imagen de la

mercancía... (Martín-Barbero, 2002, p. 208)

También el investigador y periodista colombiano, Omar Rincón, al respecto, en su texto *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento* (2006), desarrolla varios conceptos interesantes que decidimos incorporar, para así completar y comprender de manera más cabal las enunciaciones filmicas escogidas en nuestro trabajo.

Para Rincón, “significar” es un acto político y la mejor táctica para llevar a cabo la significación es “produciendo sentido” mediante la narración. Al respecto de los medios de comunicación, argumenta que la fluidez efímera y fragmentaria de las narrativas mediáticas “es el paisaje simbólico más habitado, el que más genera sentidos para la vida y el que más interviene los modos que toma el sentido colectivo”; y tiene un potencial enorme para comprender cómo estamos produciendo y viviendo las identidades, las culturas y las sensibilidades (Rincón, 2006, p. 12).

Los medios de comunicación de masas, para generar intervención social, deben contar de nuevo la vida desde lo emocional, fabular desde el entretenimiento. “Por eso, nuestra sociedad habita la estetización y la narrativización de la experiencia desde y en los universos frágiles de los medios de comunicación”, se replantea Rincón.

Para Alberto Abruzzese y Andrea Miconi (2002) la comunicación es un modo de producir sentido social, de afirmar o transformar percepciones y representaciones, de conectar con promesas de futuro y de buscar formas narrativas del mundo. De esta manera,

los medios de comunicación han construido sus propias culturas, o modos de significar, vincular y ritualizar el mundo de la vida.

Las estéticas mediáticas producen un gusto socialmente legitimado que viene determinado por la lógica del entretenimiento que se hace espectáculo, pensamiento light, actitud *new age* y política *reality*. Los medios se identifican con lo estético porque, además de difundir información, producen consenso, instauración e intensificación de un lenguaje común en lo social (...) y esa función es estética, el placer estético que produce constatar la pertenencia a un grupo unido por la capacidad de apreciar la belleza. Una estética que existe en la medida en que es comunicación. El sentimiento estético significa descubrir su condición de deseo, de derecho a la belleza, de aspiración de las masas. (Abruzzese y Miconi, 2002, p. 167)

Los medios de comunicación, con su producción de cultura mediática y de significados colectivos de carácter público, son los nuevos territorios por los cuales se produce el sentido de las sociedades actuales. En palabras de Abruzzese y Miconi (2002), los medios habitan el instante y generan nuevos ejercicios de poder cada vez más productivos, móviles y efímeros, pero efectivos; nuevas promesas de subjetividad para imaginar individuos pseudoactivos en la producción de su yo; nuevos símbolos que se establecen como realidad más allá de lo vívido; nuevas presencias históricas que elevan la diversidad de experiencias a marcas de autoridad. Las culturas mediáticas generalizan en la sociedad un gusto, una sensación individual de placer, un procedimiento colectivo, que expresa una sensación de pertenecer a algo y de compartirlo con otros. (p. 164)

Ahí radica uno de los valores cruciales y determinantes del discurso mediático: nos hace miembros de la misma comunidad de referentes colectivos mediante estrategias discursivas. En el contenido de las programaciones en torno al fallecimiento de Maradona

se ve claramente esa necesidad de hacer creer que todos son parte de ese acontecimiento popular, de esa manifestación cultural de emociones que, sin embargo, refiere a un objeto específico dentro de una sociedad. Ya desde un inicio Rincón nos habla de una televisión que, en su interpelación, como referente prioritario de cultura emocional, establece cierta complicidad entre productores y audiencias, a la vez que asegura que la televisión es nuestro referente más importante en la actualidad, y para sostenerlo recurre al sociólogo español Manuel Castells.

Los medios de comunicación, y sobre todo los medios audiovisuales de nuestra cultura, son sin duda el material básico de los procesos de comunicación. Vivimos en su entorno y la mayoría de nuestros estímulos simbólicos proceden de ellos. (...) El poder real, como Eco y Postman también han sostenido, es que (la televisión) crea el marco para todos los procesos que se pretenden comunicar a la sociedad en general, de la política a los negocios, incluidos los deportes y el arte. La televisión formula el lenguaje de la comunicación social. (Castells, 1999, p. 368)

También el concepto de “estética” es sumamente importante para Rincón dentro de la construcción mediática. La estética debe poder comprender y valorar todas las prácticas creativas de la sociedad, más allá del ámbito plástico, y los medios son una de las principales fuentes de representación y alimento simbólico de las sociedades urbanas en la actualidad.

Rincón rescata a su vez las nociones de Calabrese (1987), quien se sitúa en una posición interpretativa y busca desvelar lo que llama “un carácter, una cualidad, una contraseña general” que comprende “el inconsciente individual, el inconsciente colectivo, el inconsciente de la obra” y que se constituye en “la mentalidad común u horizonte compartido del gusto” que marca las obras creativas de nuestro tiempo. Esa misma afectividad común que conecta obras y experiencias creativas construye el gusto de la

época, en conflicto con otros gustos, y se expresa en las marcas de estilo, motivo, tipo o gusto recurrentes de las relaciones insospechadas, de las uniones inéditas, de las redes inimaginadas. Para Calabrese (1987, p. 47), la estética actual se caracteriza por la preeminencia de valores como la repetición, la velocidad, el exceso, lo monstruoso, el shock. Estos componentes son claramente visibles en la televisión actual y, por ende, también en diferentes etapas del análisis del presente trabajo. Cada uno de estos elementos es percible en menor o mayor medida dentro de las narrativas audiovisuales de canales seleccionados sobre la muerte de Maradona.

En palabras de Rincón (2006), se habla entonces de una estética mediática, donde lo audiovisual es el modo sobresaliente para decir las cosas, el que informa a mayor escala y el que deja atrás cuestionamientos de otros tiempos. El sonido y la imagen se combinan para decir aquí y ahora, para informar, cohesionar y materializar la dimensión de nuestras sociedades y ofrecer la información como nuevo valor. Las estéticas mediáticas como expresión, representación, máquina semiótica y palimpsesto cultural pretenden convertir las marcas que las constituyen (repetición, velocidad, fragmento, exceso, inestabilidad, shock) en discursos que significan nuestro tiempo. Estas estéticas mediáticas son, sobre todo, mercado y narración; producción industrial de los sentimientos y las experiencias de vida.

2.3 Idolatría/Misticismo

Esta idea o concepción es sumamente abarcativa y compleja. Tanto así que excede lo deportivo para inmiscuirse entre los pliegues más privados de su vida. En este sentido intentaremos recuperar algunas nociones al respecto de la idolatría que nos ayuden a encaminar nuestro análisis.

Para Peter Berger, “la figura del ídolo, como la idolatría en general, es tan antigua como la historia del hombre; y se ha convertido, siguiendo ciertos contextos o culturas, en ejemplos para la sociedad que reproduce sus valores y comportamientos. Ídolos han existido siempre, porque la naturaleza humana necesita de un marco de referencia para su definitiva construcción” (Berger, 1967). En cierto sentido, las idolatrías son las marcas que

nos redefinen valoraciones de cada época. Son fundamentales y recurrentes las menciones sobre ciertos momentos por parte de los/as protagonistas, para entender cuándo y cómo se constituyó la idolatría hacia Maradona y la consecuente identificación de parte de la sociedad con un ídolo que trasciende lo futbolístico.

Gabriela Cicalese nos habla de que en las historias de vida existe una identificación con épocas, edades, etapas, lugares reales, lugares simbólicos. “Aun cuando en distintos ámbitos las personas despliegan distintos posicionamientos y ocupan distintos roles, el diseño de las “etapas” implica una identificación con aquellos estados de mayor esplendor” (Cicalese, 2010). Esta idea del tiempo pareciera conformar un elemento común alrededor de la noción de idolatría. Y lo es, justamente, porque los valores y las creencias sobre la sociedad no siempre son las mismas. Las nociones sobre esclavitud, libertades o derechos sociales no son las mismas de hace un tiempo hasta ahora. Esas nociones cambian con el transcurso de los ciclos. Los ídolos, próceres o mitos de la cultura popular no son ajenos a estas transformaciones sociales.

En nuestro país, el devenir del siglo XX y los albores del XXI reflejaron momentos de alta conflictividad social. Esta época estuvo caracterizada por los últimos años del terrorismo de Estado que azotaron al país, por la Guerra de Malvinas, y otras complicaciones de índole socioeconómica. Entre ese torbellino, la figura de Maradona cobró relevancia en más de una ocasión. En los diferentes medios, la hazaña maradoniana del mundial de México no solo es un bálsamo sobre la herida bélica, sino que directamente pareciera conformar un capítulo más dentro de la recordada causa Malvinas. Y esto es, en gran medida, porque cuando hablamos de deporte en Argentina -y de fútbol en particular- también estamos hablando de cultura y sociedad.

Luego de este suceso Maradona se erigió como uno de los referentes populares en nuestro país, y continuó agrandando su figura con el pasar de los años. “A cada generación le gusta reconocerse y encontrar su identidad en una gran figura mitológica o legendaria que reinterpreta en función de los problemas del momento”, menciona Lipovetsky (1996, p. 49), en uno de sus textos. Maradona era en ese momento, no quien solucionaba las

problemáticas nacionales, aunque así lo hacía parecer dándole gloria y alegría a un pueblo oprimido, sufrido y golpeado por una herida bélica que al día de hoy pareciera no haber cerrado.

Otra definición que puede ajustarse al tema que venimos desarrollando la proponen Moscoso Sánchez y Pérez Flores (2012) para adentrarnos en el concepto de “mito”, término con el cual muchas veces se asocia en las narrativas a la figura de Maradona. Los autores consideran que los ídolos deportivos son los héroes míticos de nuestros tiempos. Ellos advierten que en el terreno deportivo pueden encontrarse distintos tipos de ídolos, quienes se diferencian por la moralidad que predominaba en cada época y las funciones sociales, políticas y económicas, que ejercían en la sociedad.

Por la importancia histórica de este deporte en nuestro país -sumado al negocio y al movimiento monetario y publicitario generado sobre el mismo que lo ha dotado de una sobredimensionada visibilidad en todo el mundo- los futbolistas en general, y no solamente hablamos de Diego, se presentan como nuevos dioses, o mejor dicho nuevos héroes que, vencedores o vencidos, sobreviven a su tiempo en la medida en que son capaces de insertarse en el discurso mitológico que los envuelve. La ciencia del mito puede resultar válida para dar cuenta del camino que lleva a un futbolista del terreno de juego a una suerte de Olimpo contemporáneo. Resulta difícil negar que el hincha sigue a su equipo con un fervor catártico quizá semejante al que experimentaban los griegos frente a sus dioses.

Siguiendo esta misma línea, también podríamos mencionar cómo los protagonistas de la mitología griega eran figuras falibles porque la fidelidad a ese sistema de creencias estaba basada en el juego de espejo con sus adoradores humanos. No por nada Diego parece reunir la irascibilidad de Zeus, con el ansia vengativa de su consorte Hera. Son principalmente esas dos caras las que se enlazan en su identificación popular: el triunfo de Argentina frente a Inglaterra, revancha deportiva del campo de batalla malvinense.

Roland Barthes define el mito contemporáneo como una piedra de Sísifo que el hombre (en este caso Maradona) está condenado a cargar sobre sus hombros, como “una

demanda incesante, infatigable, una exigencia insidiosa e inflexible de que todos los hombres se reconozcan en esa imagen eterna y sin embargo situada en el tiempo que se formó de ellos en un momento dado” (2009, p. 211). Podríamos reflejar esta metáfora en aquellos momentos en que Diego debía “ponerse al hombro” el seleccionado nacional, porque todo un país confiaba en que él sería quien llevaría al equipo a la gloria.

Habiendo justificado el aspecto mítico de la figura de Maradona, podemos ver que el mote de “héroe” no sólo se representa en su pasado como futbolista, sino que aplica a su persona y su forma de vida. En su trabajo, García Cames afirma que el héroe cumple la misión de perpetuarse en sus hazañas. Y a esto podríamos agregar la cita del periodista mexicano Juan Villoro: “En el fútbol el heroísmo no tiene que ver con quienes disponen de habilidades excepcionales sino con quienes, siendo endebles, superan una formidable adversidad” (Villoro 2006, p. 128).

Mientras las peripecias de los dioses se traducen en mitos antropomórficos con un carácter más o menos escandaloso, el héroe queda fijado en el inconsciente colectivo como un hombre que aspira a trascender mediante sus actos. Los héroes, en la tradición, se erigen como el primer paso para alcanzar la divinización del hombre. Superan a los hombres en poderío, fuerza y audacia, pero comparten con ellos la condición de mortales. (García Gual, 2013, p. 170)

Este héroe no precisa de la virtud, tan solo necesita la victoria. Si arrojamos a Maradona, como menciona García Cames, fuera de una cancha de fútbol, nos encontraremos con un personaje desprovisto de todo atributo loable. Maradona es así un héroe extremadamente humano y, tal vez por ello, más heroico. Sus debilidades son incontables, asumidas incluso por la mayoría de sus adoradores/as, y eso contribuye a la conformación de esta figura heroica. “Es el más humano de los dioses, porque está manchado de barro humano”, menciona al respecto el escritor uruguayo Eduardo Galeano, en una de las narrativas seleccionadas de nuestro trabajo (Ficha 130A). Así pareciera que el

héroe clásico conmueve, no por lo que posee de divino, sino por lo que tiene de mortal. Esa condición de efímero es la que aproxima a Maradona y lo hace sentir cerca de las personas.

El filósofo argentino Hugo Bauzá argumenta en *El mito del héroe: morfología y semántica de la figura heroica* que “el héroe es el que sabe decir que no”. La transgresión es condición necesaria para la construcción hacia la posteridad. Pareciera ser lo que eleva a la persona por encima del establishment histórico-político que pretende coaccionar. Al respecto, Bauzá agrega: “El héroe, por medio de la transgresión pone de manifiesto su acción dirigida a cancelar los límites y fronteras, y salirse en consecuencia del marco socio-cultural”. Siendo así, construimos una figura de Maradona gracias a una memoria colectiva dotada de una sobreidealización.

La personalidad de Diego, contradictoria desde antaño, representa la construcción más acabada de un héroe dentro de una cancha de fútbol, pero también fuera de ella, más allá de los exabruptos de su vida privada. En su tiempo se dieron todos los condicionantes, desde la pobreza padecida en la infancia hasta sus méritos en el terreno de juego, para que pudiera ser consagrado como una figura con atributos míticos. Un gol que parece redimir a todo un país después de una humillante derrota militar se fija a través de la narración épica como una aventura que merece la pena ser recordada “hasta el final de los tiempos” (Casciari, 2013, p. 49).

Así pues, Hugo Bauzá considera que “lo que el mundo antiguo -y el moderno- más ha valorado en los héroes es el móvil ético de su acción, fundado éste en un principio de solidaridad y justicia social, y es por esa circunstancia que los han tomado como modelo y han tratado, en consecuencia, de emular sus acciones”. Dado que Bauzá advierte que “los héroes tienen en común el hecho de ser transgresores, de encaminar sus acciones a traspasar el umbral de lo prohibido, de ir más allá de los límites impuestos por la sociedad”, es capaz de exponer cómo éstos héroes “participan también de la circunstancia promisorio de estar regidos por la ilusión -por lo general de naturaleza utópica- de querer ordenar un mundo desarmónico y de lanzarse para ello -en todos los casos de manera absolutamente

convencida- a una aventura que en el fondo constituye un viaje hacia lo ignoto” (1998, p. 5-6).

2.4 Relatos y Decisiones Enunciativas

Identificamos el sentido del discurso como el valor semántico de los enunciados considerados como hechos históricos, es decir, en tanto son producidos por una persona en un momento y lugar determinado. El sentido no es generalizable, es siempre un valor particular que depende de la situación de enunciación.

Esto es importante porque determina que el contenido de los discursos mediáticos representados por los canales seleccionados tiene, como es esperable, una finalidad específica. Nada de lo que se dice, nada de lo que se expresa y nada de lo que se muestra es azaroso. Ni siquiera lo que sucede en los móviles en vivo que se desarrollan a lo largo de las programaciones, ya que de manera deliberada se eligen locaciones geográficas donde la gente se reúne a despedir a su ídolo. Es esperable entonces, que las expresiones y comentarios que allí se rescaten tengan un contenido que haga a la construcción pensada con anterioridad por el medio en cuestión.

Todo relato implica un ordenamiento temporal de los acontecimientos de la historia y una perspectiva desde la cual está contada. Desde las lecturas de André Gaudreault y François Jost (1995) y Ximena Triquell (2012), entendemos que los relatos asumen un punto de vista cognitivo que permiten regular la información que el enunciador elige suministrar al espectador, a fin de contar la historia. El relato es una instancia enunciativa: dado que *se habla* es necesario que *alguien hable* (Metz, 1972, citado en Triquell, 2012, p. 35). Este *alguien que cuenta* siempre está presente en los relatos debido a que detrás de ellos hay alguien que seleccionó o bien, ordenó el discurso (Triquell, 2012, p. 35).

Esta posición analítica nos permite distinguir algunas cuestiones que tienen que ver con la elección de los temas tratados por los canales tomados como corpus, y con la diversidad de elementos que complementan el relato audiovisual para retratar tanto la programación del día previo al funeral -cuando los medios conocen la noticia del

fallecimiento de Maradona- como la programación y la cobertura del velorio en Casa Rosada el 26 de noviembre de 2020.

En palabras de la investigadora Ximena Triquell: “Hablamos de enunciación al asumir que un texto narrativo, un relato, siempre es algo enunciado por alguien para alguien. Enunciación de la que solo han quedado marcas en los textos; marcas en la forma de unas subjetividades construidas” (Triquell, 2012, p. 79). El lingüista francés Émile Benveniste lo expresaba de esta manera:

La enunciación es este poner a funcionar la lengua por un acto individual de utilización (...) es el acto mismo de producir un enunciado y no el texto del enunciado lo que es nuestro objeto. Este acto se debe al locutor que moviliza la lengua por su cuenta (...). Debe considerársela como hecho del locutor, que toma la lengua por instrumento y en los caracteres lingüísticos que marcan esta relación. (Benveniste, 1979, p. 83)

También Bajtin señalaba que los enunciados son portadores de ecos apenas perceptibles de otras voces; y aluden a discursos ajenos de modo semioculto o implícito. Este juego intertextual apela, particularmente en sus formas menos explícitas, a la competencia cultural e ideológica de los receptores que les permite percibirlo. Las marcas de la enunciación nos permiten atender los modos en que se manifiestan los sujetos hablantes. En la situación de enunciación, se ponen en escena tanto las experiencias como las perspectivas del mundo de quien expresa algo. Estas estrategias desplegadas son aprehensibles en el proceso narrativo.

Analizamos el modo en que aparecían algunos rastros acerca de determinadas decisiones realizativas y que, a modo de *huellas enunciativas* (Verón, 1987), se hacían presentes en las narrativas audiovisuales. En ese sentido, tomamos como referencia el análisis metodológico propuesto por la Dra. Vanina Ramé² y manipulamos los productos

² El análisis metodológico se encuentra explicado en detalle en el capítulo Marco Metodológico.

audiovisuales con la intención de reconstruir el sistema productivo que le dio origen a partir de las huellas que hallamos en el producto (Verón, 1987, p. 124).

En el presente trabajo desarrollamos narrativas audiovisuales de un hecho concreto y que posteriormente agrupamos, mediante un proceso de selección, en 3 categorías diferentes anteriormente mencionadas (deportista distinguido, sujeto político y personaje controversial). Siguiendo a Rossana Reguillo, entendemos la narrativa como:

(...) un relato a través del cual, los actores articulan instituciones, valores, creencias, objetos, en un tiempo y en un espacio, a través de unos códigos y de unos soportes materiales. Estos negociarán con y a partir de esas condiciones de producción y elaborarán un determinado relato producto de sus propias subjetividades (...) pero en cuya expresión, pueden encontrarse las huellas de sus anclajes intersubjetivos generacionales (...). En la narrativa quedan inscritas las marcas y las huellas de lo social. (Reguillo, 2000, p. 10-12)

Requena menciona en sus escritos que en el relato no hay un acontecimiento bruto u objetivo, sino que todo acontecimiento está necesariamente ligado, al menos, a un personaje. O dicho en otros términos: “En un nivel de análisis propiamente narrativo el personaje puede ser definido como un acontecimiento (o una serie de ellos) ligado a un punto de vista (o a varios, en la medida en que, por estar inscrito en el tiempo, el personaje es susceptible de una serie de transformaciones). Esto es claramente aprehensible en las narrativas elegidas. La figura de Maradona es en muchos casos el “acontecimiento” en sí.

Parafraseando a Ricoeur, Omar Rincón menciona que la narración es una forma para convertirnos a nosotros y a los otros en historias que nos devuelven en forma de experiencia a la vida cotidiana. Por medio del discurso, la televisión se comprende como una “máquina de contar historias” y como referente prioritario de cultura emocional, en su interpelación establece una complicidad entre productores y audiencias, ya que lo que se comparte son

los modos de narrar y la lógica del entretenimiento. Los medios de comunicación reproducen y socializan las tendencias estéticas y los modos del gusto y del sentir que conforman el instante simbólico más generalizado de la actualidad social.

Por otro lado, cuando hablamos de representación audiovisual, estamos hablando de imagen y sonido entrelazados en relatos. En este sentido tomamos la unidad de una narrativa audiovisual para referirnos a nuestro objeto de trabajo. Conocemos el mundo y lo interpretamos a partir de los marcos simbólicos que ellas ofrecen. Todo proceso de narración, además, implica una actividad creativa que involucra las acciones de observar, registrar y expresar, proceso que se asume desde una mirada particular. Analizamos las producciones audiovisuales porque necesariamente están estructuradas por una narración y todo acto de narrar implica elecciones que responden a una determinada perspectiva desde la cual adoptar decisiones.

Es por esto que rescatamos para nuestro estudio las reflexiones de Gaudreault y Jost (1995) quienes afirman: “No hay relato sin instancia relatora” (p. 47). Se trata de la instancia enunciativa: el enunciador es una instancia abstracta que nos permite analizar las opciones tomadas en la construcción del relato audiovisual. Esto comprende, por ejemplo, monólogos desarrollados por periodistas que están preparados previamente por la producción del canal, para dirigir un mensaje específico. Así también como diferentes elementos y componentes gráficos, elecciones geográficas para los móviles en vivo y hasta la elección de figuras de reconocimiento público para hablar de ciertos temas referidos a la muerte de Maradona.

Señalan Gaudreault y Jost que habría una definición *amplia*, pertinente a lo filmico, y una “restringida” a lo lingüístico. La definición amplia designa por enunciación a las relaciones que se tejen entre el enunciado y los diferentes elementos constitutivos del cuadro enunciativo: los protagonistas del discurso (emisor y destinatario/s) y la situación de comunicación. Y en un sentido restringido, la enunciación remite a las “huellas lingüísticas de la presencia del locutor en el seno del enunciado” (Gaudreault y Jost, 1995, p. 48)

En el plano audiovisual, Gaudreault y Jost (1995) nos ofrecen un marco de análisis enunciativo sobre las narrativas audiovisuales que hemos escogido. A partir de sus lecturas, definimos a la enunciación como aquellos fenómenos subjetivos del lenguaje.

Las huellas que remiten a la entrada del enunciador; entre las que podemos mencionar: el subrayado del primer plano, el descenso del punto de vista por debajo del nivel de los ojos, la representación de una parte del cuerpo, la sombra de un personaje, la materialización en la imagen de un visor, el temblor de la cámara, la mirada a cámara. (Gaudreault y Jost, 1995, p. 50).

2.6 Configuraciones Identitarias

A partir de la lectura de Gabriela Cicalese (2010), consideramos que hay dos modos básicos de plantear la identidad: por un lado, la *mirada esencialista* en la que cada quien *es* de una vez y para siempre y, por otro, la *concepción constructivista*, en la que la persona nunca llega a *ser* definitivamente, sino que *está* sumergida en un proceso permanente y constante de construcción y cambio. Es precisamente esta segunda concepción constructivista de la identidad la que nos interesa para la realización de nuestro trabajo.

Entendemos que la identidad se construye en la relación del sujeto con su entorno y con los otros. Por lo tanto, la identidad no es algo dado ni es fija. No es la suma de características sociales, psicológicas y/o culturales. La identidad es una construcción que supone alienación y creación al mismo tiempo; necesarios para darle certezas al sujeto, sobre el reconocimiento con el mundo que lo rodea.

La investigadora y psicóloga social mexicana, Beatriz Ramirez Grajeda, supone que la identidad es resultado de una síntesis de imágenes, convocatorias, soluciones de compromiso, negociaciones psíquicas que a partir de un esfuerzo de sentido: nomina, clasifica, distingue, reconoce, interpreta, interpela, crea sentido a las cosas del mundo brindándole al yo un lugar para sí. “Es una necesaria construcción de sentido que permite la

ilusión de permanencia y continuidad necesarias para lograr vínculos con los otros, con los que se cree lograr acuerdos y empatías. Sin esa ilusión de sentido no habría yo” (Grajeda, 2017, p. 203).

En este sentido, la identidad no viene dada desde fuera, sino que las demás personas y el entorno son vitales para su construcción. Y es por este mismo motivo que su construcción es permanente. Sin embargo, esta tampoco es la misma para todos los miembros de un colectivo (Mucchielli, 2002). La identidad es individual, pero también colectiva. Se construye en la interacción. La identidad es efímera porque en nuestras interpretaciones del mundo aquello que nos permite clasificar o designar cambia constantemente.

Esto significa que la identidad se construye en la alteridad, precisamente porque el resto de nuestras conexiones sociales juegan un rol principal. Entonces, el colectivo permite que el sujeto exista y que construya su identidad. Esto acontece porque los *otros* han estado presentes incluso antes del lenguaje, están presentes durante toda la trayectoria vital del sujeto. Ellos están presentes como figuras significativas, como referentes culturales, como mitos, como figuras de poder, etc. (De la Torre, 2001). Es por eso que la identidad se construye en y a través de las pertenencias, en los colectivos por los cuales circula el sujeto.

La sociedad en su conjunto constituye un campo de producción identitaria que genera aperturas o restringe las posibilidades de acción de cada sujeto. Las personas en conjunto definen las posibilidades de enriquecimiento de su identidad, y mientras más experiencias se compartan con los otros, mayor es la expansión de la identidad. Al respecto, Cicalese agrega:

Es cierto que el aprendizaje que hemos tenido en la interacción con otros y con la cultura en su conjunto, condiciona quienes somos hoy. Y qué relaciones, mandatos y creencias de hoy condicionarán posteriores construcciones de nosotros mismos. (...) Pero, a la vez, hay valores y saberes que hacen que los

cambios definitivos no sean infinitos y tengan siempre un límite. Se piensa y se sueña dentro de los propios límites que nos propone nuestra cultura y nuestra época. (Cicalese, 2010, p. 10)

Siguiendo las ideas del filósofo y antropólogo francés Paul Ricoeur de que la vida sólo puede estructurarse mediante la narración, entendemos como identidad a aquella producción narrativa, dinámica y constante; una actividad en sentido propio que se construye e interpreta mediante la capacidad del narrar. Porque la narración permite la organización en tiempo y espacio, articulando el pasado y la proyección futura. Estas narrativas posibilitan procesos de autoconocimiento y configuran nuevos atributos identitarios.

En nuestra perspectiva, el papel del lenguaje es nodal, porque en la construcción (narrativa) de una identidad, lo intertextual y lo dialógico coexisten entre el espacio social y el tiempo singular. El antropólogo catalán Joan Josep Pujadas describe esto mismo al afirmar que “toda narración biográfica es, a la vez, una voz singular e idiosincrásica y un diálogo polifónico en donde se insertan los elementos definidores de una realidad social más amplia” (1996, p. 288).

La identidad es, en este sentido, la resultante del conjunto de narraciones que circulan en torno al sujeto. Es a través de las narrativas que el sujeto expresa su identidad a los otros. En la tarea de construcción de su identidad, el sujeto participa de un sistema de relaciones donde se construye a partir de lo que es y en las interacciones que establece. En esta gestión de sí mismo, en las elecciones sucesivas e inacabadas, se construye el sujeto. Pero antes de integrarlos adecúa esos elementos, los evalúa, los acomoda con el fin de salvaguardar la coherencia y la singularidad de su identidad (Bajoit, 1997).

El sujeto se ve envuelto por una temporalidad histórica de la cual tiene noticia eventualmente, pero ella aparece activa en las palabras, en los modos de hacer y

de ser, que son condición y testimonio necesarios para referirse al mundo y son y se imbrican en el tiempo transformacional, corto, episódico o del acontecimiento del sujeto. El sujeto está en un mundo de vínculos, situaciones, tiempos, espacios, en los que tiene que crearse y creerse en la contención de un nombre, de un cuerpo, de una historia, de ahí que la palabra, sea siempre testimonio de un tiempo y posibilidad de construcción de otro (Grajeda, 2017, p. 205).

En este sentido, podemos referirnos al concepto de *identidad narrativa* de Ricoeur como “aquella identidad que el sujeto humano alcanza por la mediación de la función narrativa” (Ricoeur, 1999). Este autor también subraya otro concepto que creemos interesante para el desarrollo de nuestro trabajo, como lo es el de *identidad personal*. Ésta “sólo puede articularse en la dimensión temporal de la existencia humana” y es tal a través de la mediación simbólica de las narraciones (Ricoeur, 1995, p. 107). Mediante la narración, los/as protagonistas expresan sus opiniones acerca de Maradona frente a las cámaras, y teniendo en cuenta estas definiciones, podemos entender que en los diferentes relatos coexisten marcas de rasgos representativos en el futbolista que son identificadas con atributos propios de la cultura nacional. En los medios, se mencionan y comparan algunas de las formas y maneras de actuar, y se rescatan como valores positivos; y en algunas otras se separan y despegan de comportamientos que se evalúan con connotaciones negativas.

Siguiendo esta misma línea, Gabriela Cicalese plantea que la construcción identitaria es un posicionamiento personal en diálogo con lo colectivo que se traduce en una narración y en tanto narración es un relato, una construcción discursiva que está pensada para decírsela a otro/a (Cicalese, 2010). En estos relatos podemos ver, semiológicamente, huellas de la experiencia de vida de las personas en el discurso que realiza la persona cuando es interpelada por su propia identidad.

La construcción identitaria necesita, además, de la reflexividad. “(...) La identidad del yo no es algo meramente dado como resultado de las continuidades del sistema de

acción individual, sino algo que ha de ser creado y mantenido habitualmente en las actividades reflejas del individuo” (Giddens, 1997, p. 72). Según Bruner, la identidad (el yo) se define en función de los significados que le son otorgados, pero también de las prácticas (1991, p. 115). Por ello, la identidad no puede construirse si no entra en acción esta capacidad de reflexión. La reflexividad es, según Bruner, “(...) Nuestra capacidad de volvernos al pasado y alterar el presente en función de él, o de alterar el pasado en función del presente” (1991, p. 109).

Entonces, la reflexividad es siempre interpretación y reinterpretación. Se trata de la acción de autorreflexión o desarrollo de la autoconciencia, como lo nomina Gergen (2006). Se trata de una acción interpretativa que opera independientemente de la capacidad cognitiva, la capacidad discursiva y del territorio en que se encuentre el sujeto. Lo que se pone en juego es su capacidad de significar y resignificar del sujeto. La idea de una identidad nacional es igualmente una construcción imaginaria que esfuerza un sentido pretendido social.



CAPÍTULO 3

3. Marco Metodológico

El trabajo comenzó en diciembre de 2020, dos semanas tras la muerte de Diego Armando Maradona. En aquel entonces, partiendo de una idea inicial de estudiar cómo los medios habían realizado sus respectivas coberturas del acontecimiento, se decidió trabajar con material perteneciente a la TV nacional. Debido a que ya habían transcurrido varios días desde el hecho, se decidió comenzar a recolectar videos pertenecientes a dichas coberturas desde la plataforma de YouTube.

En el momento de recabar los videos, se estableció un primer recorte: se decidió trabajar con algunos de aquellos canales correspondientes a la TV nacional que poseyeran más antigüedad. **El 13, América, El 9, Telefé** y la **TV Pública** fueron los elegidos; todos ellos presentes desde la década del 60 en las pantallas argentinas, exceptuando la TV Pública (ex Canal 7 y ATC), cuyos inicios datan del año 1951.

Tras dicho recorte, se recabaron todos los videos de los días 25 y 26 de noviembre de 2020 referidos a nuestra temática, la muerte de Maradona, de cada uno de los canales de YouTube de los medios seleccionados. Cabe mencionar que dicha recolección se llevó a cabo el mes de diciembre del 2020, ya que, si cualquier persona ingresa a los canales de YouTube de estos medios en la actualidad, muchos de los videos que se recolectaron pueden no aparecer, más allá de seguir presentes en la plataforma.

De los cinco canales de YouTube de los medios elegidos, fueron recabados 173 videos del día de la muerte de Maradona y su día posterior. Estas diversas narrativas audiovisuales conforman nuestro universo de análisis inicial.

A partir de estas enunciaciones filmicas se decidió apuntar hacia la realización de un análisis de los distintos aspectos identitarios que vinculan a la gente con la figura de Maradona. Es decir, el rumbo del trabajo viró con respecto a sus inicios: el objetivo se convirtió, entonces, en analizar la representación identitaria construida por medios

audiovisuales de la televisión argentina en torno a la imagen de Diego, específicamente el día de su muerte y su velorio.

De esta manera, el trabajo se enfocó en aquellos aspectos vinculares con los que parte de la población nacional se identifica con el ídolo a quien acudió a despedir y que, a su vez, entendemos conforman una forma de ser que le pertenece a la población argentina, al menos a una parte de ella.

A su vez, se discriminan en esta investigación ciertos *tópicos* los cuales conforman diversos aspectos de la identidad que hacen a la diferenciación en detalle de los distintos caracteres que unen a un ídolo, que excede lo deportivo, con la población que fue a despedirlo. Estos tópicos responden a fenómenos/rasgos que hacen a esta identificación y que se encuentran, por lo general, reconocidos reiteradamente en las narrativas audiovisuales analizadas.

Por otra parte, y teniendo en cuenta el inmenso abanico de posibilidades para significar y caracterizar a Maradona, decidimos generalizar y definir tres categorías que, a nuestro parecer, condensan sus rasgos más identificables para el análisis y desarrollo de nuestro trabajo. Estas son:

- 1) Maradona como deportista distinguido.
- 2) Maradona como sujeto político.
- 3) Maradona como personaje controversial.

3.1 Desarrollo de las categorías de análisis establecidas

Elaboramos tres categorías de análisis (Maradona como deportista distinguido, como sujeto político y como personaje controversial) con el fin de delimitar nuestro trabajo y enfocarlo en tres aspectos que consideramos fundamentales al observar las diversas

facetas que puede significar Maradona para la población argentina, de acuerdo a la imagen del ídolo formada por los medios de comunicación a lo largo de los años.

Su figura deportiva, como el mejor jugador de todos los tiempos; sus actitudes políticas, consideradas a partir de sus acciones, como también hablando partidariamente; y los aspectos moralmente *negativos* que conforman la figura de Maradona en los medios, configuran motivos de idolatría e identificación que conectan a la gente con quien los representó en el mundo, tanto de la mejor como de la peor manera. Y todos estos aspectos, positivos y negativos, sumados a los logros deportivos conseguidos en un particular y complicado contexto para Argentina, son los que constituyen las distintas aristas de la identificación entre el ídolo y parte de los/as argentinos/as.

Cabe mencionar que, al referirnos a Maradona, hacemos referencia a una representación creada mediáticamente alrededor de la persona con todas las diversas significaciones que puede acaparar. Por eso muchas veces se lo referencia como “figura” o “personaje”, aludiendo a la imagen creada en torno a su persona.

3.1.1 Primera categoría: “Maradona como deportista distinguido”

La primera categoría tiene que ver con la idolatría generada por la gente hacia Diego como jugador de fútbol. Por sus logros deportivos, por su don para el juego, por ser el mejor futbolista del mundo y ganar dos títulos con la selección argentina, entre ellos un Mundial, entre otros logros importantes, “Pelusa” fue protagonista de muchas de las alegrías populares que rodean a este deporte a nivel nacional.

Esta alegría generada en todo un país, y sobre todo el despertar de profundos sentimientos y pasiones en las clases populares, de acuerdo a ciertas construcciones mediáticas, constituyen a Diego como un héroe deportivo nacional.

Su comportamiento dentro del campo de juego, específicamente con la camiseta de la Selección Argentina, siempre estuvo dotado de un patriotismo único. Ejemplos como

aquel partido contra Brasil en el Mundial de Italia '90, donde jugó más allá de tener el tobillo destrozado (sumado a que creó la jugada para el gol de Caniggia con el que Argentina accedió a cuartos de final); los insultos a los hinchas italianos cuando silbaron el Himno Nacional Argentino, el “gol del siglo” y “la mano de Dios” a los ingleses, entre otras hazañas, generaron una fuerte cercanía, idolatría e identificación del pueblo argentino para con quien, quizás posteriormente al Mundial del '86, se convirtió en uno de los mayores ídolos nacionales a la altura, y quizás superando, a personalidades como Gardel o Fangio.

Cabe destacar la importancia que este deporte tiene en nuestras tierras. En consecuencia, su consagración futbolística lo elevaría a un altar de glorificación a tal punto, no de compararlo con Dios, sino de personificarlo como la deidad en sí. Es así que, mediante este deporte, se convirtió en un símbolo nacional y en el representante más importante que tuvo el país en la época a nivel internacional.

A su vez, debido a la vasta fama que adquirió por su destreza en el campo de juego, los argentinos fueron reconocidos en cada rincón del mundo debido a Maradona. A través de testimonios recogidos de ciertas narraciones televisivas, podemos confirmar con cuánto orgullo la gente era reconocida como “argentina/o” en cualquier parte del globo terráqueo gracias a Diego Maradona.

3.1.2 Segunda categoría: “Maradona como sujeto político”

La segunda categoría, por su parte, hace referencia a las actitudes políticas de Maradona como elemento identitario de muchos/as argentinos/as. Muchas veces destacado, otras criticado por dichas actitudes, lo cierto es que a través del fútbol y el reconocimiento adquirido a nivel mundial se convirtió en una persona con una marcada incidencia a partir de sus dichos tanto a nivel nacional como internacional.

Son de público conocimiento todas sus declaraciones contra gente poderosa de la política y del fútbol nacional e internacional, como también sus contradictorias palabras en torno a temas de diversa índole. Lo cierto, tal como lo afirma la gente que fue a despedirlo en su velorio masivo, es que Diego siempre estuvo del lado de los más humildes, más allá de no haber sido “un ejemplo” para la sociedad, moralmente hablando. Él mismo lo ha dicho en su autobiografía y frente a la prensa: “siempre digo que no soy ni quiero ser (un) ejemplo”.

Diego fue constituido como un padre modelo, fue quien mantuvo su relación de noviazgo desde su adolescencia, cuando no tenía nada, hasta cuando alcanzó su pico de fama y ya poseía millones en el banco; fue quien, dentro de un campo de juego, dio visibilidad a un equipo pobre del sur discriminado de Italia, convirtiéndose en una suerte de embajador de los más necesitados, peleando contra los ricos del norte. Sumado a ello, era una personalidad que sabía cómo manejarse con la prensa. Definido por muchos periodistas como un “showman”, Maradona sabía cómo hacer llegar sus mensajes y denuncias a través de los medios de comunicación.

También debemos mencionar su compromiso y acercamiento hacia causas populares, como, por ejemplo, su apoyo a la búsqueda de hijos y nietos desaparecidos por Madres y Abuelas de Plaza de Mayo. Consideramos fundamentales aspectos de esta índole para enmarcar esta categoría, la de un “Maradona político”.

Entendemos, a su vez, que su vasta fama agudiza los juicios de valor con los que se miden sus acciones, sobre todo con la exposición mediática que posee su figura. Cualquier comportamiento se acrecienta, se agranda, se agrava o polemiza debido a tal exposición, por tratarse de Maradona. Y sobre todo aquellos comportamientos *negativos*.

Esta categoría engloba características que llevan a Diego a ser uno de los personajes más importantes para el pueblo argentino: fue quien salió de una villa y a través de su

esfuerzo no sólo logró triunfar futbolísticamente, sino llevar a la Selección Nacional y a todo un país a la gloria; fue quien nunca se olvidó de los desposeídos, de sus orígenes en Villa Fiorito donde la comida escaseaba; fue quien representó una figura *ideal* masculina del hombre argentino por su forma de ser; fue también quien enfrentó a los poderosos del mundo, desde sus ataques a los dirigentes de AFA y FIFA o desde sus dichos contra personas representantes de oligarquías o altas jerarquías. En esta categoría se visibiliza con gran facilidad la irreverencia, rebeldía, desparpajo y combativa frontalidad que caracterizan su personalidad.

Desde este punto de vista, Diego dejó siempre en claro su posicionamiento político como peronista y/o de izquierda, incluso diciendo en una oportunidad que era “Cristinista hasta los huevos” (La Voz del Interior, 2016, Redacción La Voz, [Maradona criticó a Macri y dijo ser “cristinista” hasta los huevos](#)). Es conocida su admiración por Fidel Castro, con quien se reunió en un par de ocasiones, hecho que habla mucho acerca de su posicionamiento ideológico. El “Che” Guevara fue uno de sus referentes también, conjuntamente con su apego y apoyo a Hugo Chávez aquella vez que, en el año 2005, fueron a Mar del Plata en tren a proclamarse en contra del proyecto de George W. Bush de crear un ALCA para todo el continente americano (El Litoral, 2020, [El día que Diego acompañó a Hugo Chávez para "echar" a George Bush](#)).

Pero con “político” no queremos referir solamente a la posición ideológica que adoptaba Maradona, sino a la “acción humana que impacta necesariamente en varios niveles de la realidad” ya que, según la definición de política de Eduardo Andrade, “el hombre es un ser político en todas las esferas de su vida social” (Dora María Tamayo Jiménez, 2012). Es a este *ser político* al que queremos referirnos cuando analizamos las diversas narrativas, ya que algunos de sus comportamientos y algunas de sus más picantes declaraciones a la prensa son de nuestro interés a la hora de desarrollar esta categoría.

De este accionar político también surge la identificación de los sectores populares, de los sectores más vulnerables para con él, quienes, más allá de idolatrar y deificar su persona debido a sus proezas futbolísticas, se movilizaron con sus opiniones y valoraron positivamente su actitud de rebeldía.

3.1.3 Tercer categoría: “Maradona como personaje controversial”

La tercera categoría también presenta un componente identitario ligado a la vida privada de Diego, esa vida privada agitada y pasional que conforma al personaje controversial que representa su faceta más oscura. Sin ahondar en aspectos psicológicos, esta categoría pretende describir cómo la vida de Maradona y su personalidad, con todos los excesos y exabruptos que lo caracterizaron, constituyen también esta relación vincular entre las personas que lo idolatran y el ídolo.

Se podría trazar un paralelismo entre los diversos comportamientos y episodios de la vida personal de Diego Maradona con ciertos prejuicios o ideales acerca del modo de ser de muchos/as argentinos/as. La pasión, la euforia, la rebeldía, incluso ciertos episodios de violencia que tuvo en su vida, son factores que aparecen en esta tercera categoría como parte de este componente identitario.

Por ende, esta categoría se explaya acerca de las actitudes valoradas como “negativas” que tuvo Maradona. A su vez, se identifican ciertos prejuicios que el mundo tiene sobre el/la argentino/a y, por qué no, que el/la argentino/a tiene consigo mismo/a.

Las denuncias por violencia de género, entre otros hechos calamitosos, son aspectos que, si bien no consideramos meramente identitarios, reconocen atributos negativos que “humanizan” a este ídolo que comete errores, como todo ser humano y que, de esta manera, lo hacen ser uno más. Este aspecto es, consecuentemente, lo que lleva a que el pueblo argentino lo perciba más cercano a su propia identidad.

3.2 Proceso de selección de las narrativas audiovisuales

3.2.1 Inicio del proceso: selección de días y canales de TV nacional

El proceso de selección de las narrativas audiovisuales comenzó en el mes de diciembre, dos semanas tras el hecho que oficia como nuestro objeto de estudio. El mismo fue realizado a partir de la búsqueda de coberturas de 5 medios elegidos: América, TV Pública, El 9, Telefé y El Trece. A través de los canales de YouTube de cada uno, se registraron todos los videos pertinentes de los días 25 y 26 de noviembre de 2020 respectivamente, canal por canal.

Cabe aclarar que todas estas narrativas audiovisuales datan de coberturas en vivo del hecho que, como ya sabemos, no solo tuvo una marcada incidencia en la sociedad argentina, sino que generó que, al menos los canales elegidos, dedicaran gran parte, sino toda su programación, a hablar de ello. Dichas narrativas, al momento de su registro, fueron discriminadas de acuerdo a su canal perteneciente. Además, se les otorgó un número de referencia, es decir, se los codificó con la finalidad de una organización más eficaz del proceso investigativo y para, además, orientarnos en futuras revisiones ([Anexo 1](#)).

3.2.2 Limitación de las instancias enunciativas

Las instancias enunciativas a analizar se limitaron a la cobertura de los cinco canales elegidos desde el momento en que se confirmó la muerte de Maradona hasta horas después de su velorio más íntimo, su “último adiós” en el cementerio de Bella Vista, el día 26 de noviembre de 2020.

Consideramos que la masiva asistencia a su velorio en Casa Rosada, en plena pandemia y con todos los riesgos a la salud que ello conlleva, sumado a un DNU presidencial (el Decreto 297/2020) que impedía la circulación con fines sanitarios, incita a considerar este asunto como de suma relevancia. En un año con tantas muertes ocasionadas

por el coronavirus Covid-19, nos es llamativo que este deceso en particular haya generado semejante movilización y pesar en los argentinos, tratándose de la muerte que generó más conmoción en el año 2020.

Entendemos que se trata de uno de los Funerales de Estado con más concurrencia de la historia argentina, sino el más concurrido. Podríamos compararlo con otros velatorios de grandes personalidades de Argentina a los que asistió la gente en masa, como los de Hipólito Yrigoyen (en 1933), Carlos Gardel (en 1936), Eva María Duarte (en 1952), Juan Domingo Perón (en 1974), Raúl Alfonsín (en 2009), Roberto Sánchez, más conocido como “Sandro” (en 2010) o Néstor Kirchner (también en 2010). No podríamos afirmar si el Funeral de Estado de Maradona fue más imponente o menos que alguno de ellos debido a que sucedieron en diferentes épocas, en diversos contextos (bajo gobiernos de facto, por ejemplo), pero sí podemos afirmar que fue uno de los más concurridos.

Con respecto a este aspecto, la asistencia de la población, e incluso en pandemia, supera a muchos de ellos. Su masividad fue mucho mayor que en los velorios de Gardel, al cual asistieron 30.000 personas aproximadamente, el de Alfonsín, al que concurrieron alrededor de 80.000, el de Sandro, que contó con 100.000 (Infobae, 2020, Adrián Pignatelli, [Del respeto al descontrol: cómo fueron las despedidas de los argentinos más populares](#)), o los 200.000 de Yrigoyen o Perón (Perfil, 2020, Héctor Velázquez, [El adiós a Maradona se suma a los funerales más impactantes de Argentina](#)). Basándonos en los videos recabados, los medios de comunicación estimaron cerca de un millón de personas en el velatorio de Maradona, el cual podría acercarse, en asistencias, por ejemplo, al de Eva Duarte por el que pasaron “millones”, aunque habría que tener en cuenta que su funeral duró 15 días, contra las aproximadamente 9 horas que duró el de Diego.

Cabe destacar, a la hora de realizar nuestro análisis, que es un factor circunstancial a tener en cuenta la presencia del peronismo en el Gobierno Nacional del año 2020 en que ocurre este hecho, gobierno precedido por Alberto Fernández. Al poseer una ideología de

tinte popular, Fernández permitió la realización de esta masiva despedida del gran ídolo deportivo nacional pese a los riesgos que ello conllevaba para la salud pública, considerando la importancia que tuvo Maradona para el pueblo y cómo se identificaron los sectores populares con él.

Sumado a ello, el gobierno tuvo, a su vez, que lidiar en ese momento con los dichos y el descontento de la oposición, que no perdonó la realización de un evento de tal masividad en dicha coyuntura y los acusó de utilizar con fines políticos la muerte de Maradona (Radio Mitre, 2020, Laura Di Marco, [La utilización política de la muerte de Diego Maradona](#)).

3.2.3 Distinción y ordenamiento de las narrativas por categorías

Tras el establecimiento de las categorías de análisis mencionadas, se llevó a cabo un primer recorte en el cual se escogió aquellas narrativas consideradas como las más pertinentes para el desarrollo de esta investigación. De esta manera, el número inicial de 173 registros, considerado como el universo de análisis del cual partimos, fue acotado. Sumado a esto, este primer proceso también consistió en discriminar cada una de estas narrativas elegidas de acuerdo a las categorías de análisis establecidas.

Cabe destacar que la duración de estas narrativas son disímiles: algunos de los videos recabados duran sólo 27 segundos, por ejemplo, y otros duran horas. Por ello, en este primer recorte, algunas narrativas son discriminadas en más de una categoría (sobre todo aquellos videos de larga duración) y algunas otras son descartadas. Este descarte obedece a nuestros fines analíticos: aquellas que entendemos no abarcan ninguna de las tres categorías elaboradas, quedan fuera de consideración para nuestro trabajo.

En consecuencia, se realizaron 2 cuadros ([Cuadro Nro. 1 y Cuadro Nro. 2](#)) en los cuales se ubicó, en el primero de ellos, cada uno de los videos elegidos por su contenido en

su/s categoría/s perteneciente/s y, en el segundo, aquellos videos que quedaron fuera de nuestra consideración por no responder a ninguna de las 3 categorías en cuestión.

3.2.4 Elaboración del mapeo temático

Para la realización de esta elección más precisa de las narrativas que finalmente forman parte de nuestro mapeo temático, desintegramos poco a poco la generalidad de nuestro universo de análisis inicial. Para dicha segmentación, nos basamos en algunos de los recursos narrativos utilizados por los diversos medios escogidos para cubrir y presentar las noticias e informaciones referidas a la muerte de Maradona. De estos diversos recursos que se pueden utilizar a la hora de cubrir un hecho, nos enfocamos en 3 de ellos.

El primero es la presentación u opinión de los/as propios/as conductores/as del programa, como también de periodistas o personalidades del mundo del fútbol o del espectáculo que se refieren a la figura de Maradona desde sus propias perspectivas. Los mismos utilizan sus recuerdos y sus experiencias para recrear una imagen de Maradona.

El segundo recurso es el uso de imágenes de archivos, que pueden estar conformadas por fotos y/o videos de Diego en diferentes situaciones y lugares geográficos, representando alguna forma de su personalidad, y/o su talento con la pelota. Otras imágenes alusivas a Diego Maradona también forman parte de este recurso: cuando, por ejemplo, uno de los medios elegidos decide poner en cuadro camisetas de fútbol, tatuajes, remeras firmadas por él o remeras con su figura o su cara, etc.

El tercer recurso es la entrevista. Con fines analíticos, discriminamos dos tipos de entrevistas que son de nuestro interés: aquellas realizadas a personalidades de la farándula, del deporte y/o famosos/as, y las entrevistas a gente de la sociedad civil, no reconocidas públicamente (vecinos de Villa Fiorito, transeúntes en la fila del velatorio, ciudadanos en general). Esta última modalidad es la que más nos interesa, ya que nuestra investigación se dirige a la identificación que algunos/as argentinos/as tienen con Diego. Son de nuestro

interés las sensaciones y los relatos de los ciudadanos por fuera de los medios de comunicación que contemplan líneas editoriales según intereses particulares. Esto creemos conforma fielmente una noción del vínculo creado entre estas personas que van a despedir a su ídolo y Maradona.

Más allá de estos tres caracteres enfocados, por tratarse de un análisis audiovisual, lo dicho en las entrevistas es uno más de estos recursos que utilizaremos para el desarrollo de nuestro trabajo. Son de nuestro interés, además, rótulos, gráficos, planos utilizados, zócalos, imágenes y videos de archivo, entre otros.

3.2.5 Selección de fragmentos audiovisuales para el desarrollo de la investigación

Tras la primera acotación, se realizó un segundo proceso de recorte. El mismo consiste en la elección de diversos fragmentos correspondientes a las distintas narrativas audiovisuales, de acuerdo a nuestros objetivos y categorías establecidas: de los videos del Cuadro Nro. 1, se tomaron “partes” de algunos de los videos seleccionados, las cuales consideramos más relevantes a nuestro propósito.

Con tal fin fue elaborado el [Cuadro Nro. 3](#) en el cual aparecen cada uno de los fragmentos que consideramos pueden sernos útiles para el desarrollo de nuestro análisis y también para la elaboración en detalle de cada una de las categorías. Estos fragmentos se ordenan, entonces, por canal, con su número de codificación correspondiente, especificando su minutado.

Sin embargo, vale aclarar que en cada una de los fragmentos seleccionados no aparece abarcada puramente una categoría en particular. Es decir, en ocasiones se presentan elementos correspondientes a alguna de las otras dos categorías establecidas. Entendemos que ello ocurre ya que las tres categorías responden a elementos identitarios que se encuentran por encima de las mismas. Más allá de ello, creemos que esta característica no

entorpece más complementa aquellos aspectos que queremos destacar de cada uno de estos fragmentos.

3.2.6 Realización de las Fichas Técnicas

Tras la segunda acotación, procedemos a la realización de un tercer proceso de selección. Elegimos, del Cuadro Nro. 3, 40 fragmentos de variada duración que consideramos sirven para el preciso desarrollo de cada una de las categorías de análisis elaboradas. A su vez, cada una de estas enunciaciones aporta diferentes características narrativas, visuales, sonoras y gráficas para la elaboración de diversas aristas o “tópicos” en cuestión.

Estos fragmentos se encuentran en el [Anexo 2](#) junto con los Cuadros Nro 1, 2 y 3, en la pestaña “Fragmentos seleccionados para el desarrollo”.

Para dicha elección se tienen en cuenta diversos rasgos, temáticas o recursos que mencionamos a continuación a fin de orientarnos en la elección de cada uno de los fragmentos del Cuadro Nro. 3. Con ello se apunta a evitar la repetitividad de algunos de estos recursos que no suman o entorpecen nuestros fines analíticos. De esta manera, muchos de los fragmentos que consideramos de mayor relevancia para nuestro trabajo fueron discriminados de acuerdo a:

- Recursos narrativos: compilados alusivos a Maradona realizados por la producción de cada canal, coberturas en la vía pública y entrevistas a personas que van a despedir a Maradona.
- Recursos visuales: exposición de tapas de diarios internacionales y/o muestra de la masiva asistencia de la gente a las diversas conmemoraciones de Diego.
- Recursos sonoros: Canciones de cancha y/o canciones de artistas reconocidos con una marcada alusión a Maradona.

- Discursos relevantes: declaraciones de personalidades del mundo de la política y el espectáculo o jugadores de fútbol famosos.

Además de esta distinción, se recurrió a realizar una diferenciación por temáticas o aspectos considerados relevantes que hacen a un elemento distintivo en cada uno de los fragmentos seleccionados. Fueron diferenciados, de esta manera, fragmentos correspondientes a entrevistas/coberturas en calle, a compilados realizados por la producción del canal correspondiente, a palabras u opiniones de periodistas, a declaraciones de personalidades/famosos, canciones alusivas a Maradona, tapas de diarios de todo el mundo, palabras del Presidente de la Nación, Alberto Fernández, y a una alusión a la masividad que convocó el funeral.

A partir de estas consideraciones, de los 109 fragmentos del Cuadro Nro. 3, se realizó un descarte de muchas de estas narrativas con el fin de evitar la repetitividad de ciertos aspectos, como también para hacer foco en aquellas características que consideramos más pertinentes para el trabajo.

De esta manera, se seleccionaron 40 fragmentos y se elaboró de cada uno de ellos su respectiva ficha a fin de detallar aspectos técnicos, discursivos, visuales, sonoros y enunciativos ([Anexo 3](#)). Dichas fichas dan cuenta de la categoría preponderante que los diversos segmentos representan, sus datos formales y la dimensión enunciativa de los mismos. Esto responde a una selección final, más acotada y precisa de fragmentos que nos permiten un exhaustivo y más preciso desarrollo del trabajo.

Estos 40 fragmentos seleccionados comprenden una duración entre los 39” y los 9’ 30”. Los mismos se encuentran codificados respetando la numeración del video del que fueron sustraídos. Por ejemplo, si el fragmento fue seleccionado del VIDEO 102, recibirá el nombre de “Fragmento 102”.

Cabe mencionar que, en muchos casos, se seleccionan dos o más fragmentos de un mismo video. En esos casos, la codificación de fragmentos sacados de un mismo video se diferencia con letras en mayúscula y en orden cronológico. Por ejemplo, si hay dos fragmentos seleccionados del VIDEO 2, se diferencian como “Fragmento 2A” y “Fragmento 2B”, siempre respetando el mencionado orden temporal de principio a fin, por lo cual el Fragmento 2A aparecerá antes que el 2B en su video de origen.

En cuanto a la cantidad de fragmentos por categoría, se reparten en: 28 fragmentos seleccionados en la Categoría 1 “Maradona como deportista distinguido”, 17 en la Categoría 2 “Maradona como sujeto político” y 5 en la Categoría 3 “Maradona como personaje controversial. Estas cantidades se presentan asimétricas entre una categoría y otra con un propósito: observar y describir con cuánta frecuencia los medios recaen sobre uno u otro aspecto del ídolo. Por esto evitamos el encasillamiento en cuanto a cantidades e hicimos foco sobre aspectos a resaltar de nuestro interés en el día de la muerte y el día del velorio de uno de los máximos ídolos argentinos.

Cabe destacar nuevamente que, más allá de esta minuciosa selección, cada ficha presenta, por lo general, elementos de otras categorías. Como mencionamos, si bien se estableció en cada uno de los fragmentos una categoría preponderante, ninguna de estas narrativas las representa de manera pura por responder todas ellas a elementos identitarios que van más allá de nuestras discriminaciones analíticas.

3.3 Metodología del desarrollo

El desarrollo de nuestro trabajo consiste en el análisis de los diversos fragmentos narrativos seleccionados, y por ello, consecuentemente, también de las fichas elaboradas a partir de los mismos. A su vez, se establecen relaciones entre las categorías dispuestas, junto a los aspectos identitarios que vinculan a muchos/as argentinos/as con Maradona, y lo visto en las diversas enunciaciones filmicas.

De esta manera se elaboran y describen diversas formas de identificación de la gente con Maradona. Para ello, en nuestro análisis dispusimos de diversos “tópicos”, los cuales refieren a diferentes formas en que los medios muestran la relación de la gente con el ídolo: experiencias personales cercanas a Diego, el sentimiento de pérdida de un familiar, la admiración de su talento futbolístico, compilados u homenajes realizados por la producción de una canal, entre otras características que se detallan en el apartado de Desarrollo/Análisis.



CAPÍTULO 4

4. Desarrollo / Análisis

Este trabajo tiene el propósito de analizar la construcción mediática realizada en torno al Funeral de Estado de un reconocido deportista argentino como Diego Armando Maradona. Y cuando se menciona “deportista”, se hace referencia a un FUTBOLISTA. Es inevitable caracterizar a este hecho como un hecho histórico: por su magnitud y masividad, por llevarse a cabo en la Casa de Gobierno, por la asistencia de, aproximadamente, un millón de personas a la despedida, por suceder ni más ni menos que durante una PANDEMIA, sumado a otros condimentos que hicieron de este suceso objeto de nuestro interés investigativo.

Es la primera vez en la historia del país que un personaje relacionado al mundo del fútbol recibe semejante homenaje y despedida. Si bien otros deportistas como Fangio u otras personalidades destacadas por fuera del mundo de la política (Gardel, por ejemplo) han recibido los mismos honores que Maradona, en cuanto a ser velados en Casa Rosada, este funeral en particular se destaca por sobre los demás. Se destaca por los motivos mencionados en el anterior párrafo, pero lo hace, mayormente, por lo que significó Maradona para los/as argentinos/as y también para gran parte del mundo, de acuerdo a lo mostrado por los medios de comunicación analizados. “El Diego”, como mucha gente en los fragmentos seleccionados lo nombra, generó una idolatría y una identificación en y con la gente sin precedentes. A partir de su talento, desde muy joven logró que hinchas de otros clubes fueran a ver partidos de Argentinos Juniors solamente porque jugaba él. Lo mismo sucedió con su época en Napoli, en la que mucha gente en Argentina sintonizaba el único canal que transmitía un partido de la liga italiana el día domingo para, con suerte, verlo a Maradona desplegando su magia.

Pero esta idolatría e identificación van más allá de lo futbolístico, como en muchos fragmentos se destaca. Su defensa a los más humildes, el no olvidar sus raíces y enfrentar a los poderosos, sumado a una personalidad que hacía a la gente sentir que él era uno más, incrementaron ese amor incondicional por parte de sus admiradores.

Más allá de esto, y retomando el aspecto futbolístico, se destaca el momento, el contexto en que Maradona logró conseguir su más valioso título internacional con la Selección Argentina: el Mundial de México '86.

Entre los años 1976 y 1983 el país estuvo bajo el mando del dictatorial y sangriento régimen que se autodenominó “Proceso de Reorganización Nacional”. En aquella época las políticas neoliberales, el endeudamiento del país, sumado a la violación de los Derechos Humanos y desaparición de personas llevadas a cabo por las fuerzas militares, ponían a todo un país en una pésima situación.

Como condimento extra, en el mes de abril de 1982 el presidente de facto del momento (Leopoldo Fortunato Galtieri) decide declarar la Guerra a Gran Bretaña por las Islas Malvinas. Esta guerra fue peleada por el bando nacional, mayormente, con chicos muy jóvenes. Finalmente, la derrota de Argentina terminaría dejando un saldo de alrededor de 650 soldados caídos y terminaría por diluir al régimen militar. Posteriormente, en 1983, la democracia sería restaurada.

El Mundial de 1986 se transformaba en un hecho emblemático porque, además de ser la competición futbolística más importante, enfrentaba a los dos bandos nuevamente. Esta vez, en “el partido más geopolítico de la historia del fútbol”, como lo define en su carta el Presidente de Francia (Fragmento 135), Maradona sería crucial para definir esta “venganza”, en términos futbolísticos.

Al grito de “¡Vamos! ¡Que estos hijos de p... nos mataron a nuestros pibes!” (Maradona, 2000), comenzaría arengando a sus compañeros en un partido histórico por afano. En este encuentro Maradona convirtió dos tantos. El primero de ellos, con la mano. Aquel gol que fuera bautizado luego como “La mano de Dios”. El segundo, “el gol del siglo”, fue una obra de arte en la que gambeteó a 7 ingleses para convertir lo que hasta la actualidad muchos consideran el mejor gol de la historia.

Argentina eliminó de ese Mundial a los ingleses, en cuartos de final, por 2-1 y acabó consiguiendo el título. Todo un país, volviendo a tener en cuenta el contexto mencionado, nunca se olvidaría de ello.

A causa de ello, “Artista”, “genio”, “ídolo”, “crack”, “el más grande”, son algunos de los elogios que recibe Diego el día de su muerte y el día posterior, en su masivo funeral. Aquel día, algunos de los que lo recordaron, declararon sentir la muerte de un “familiar” cercano. Otros/as declararon muerto a Dios, simbolizado como “D10S” por muchos medios nacionales e internacionales, en referencia también al emblemático número de camiseta que vestía tanto en los clubes donde jugó como en la Selección Argentina. Esta divinidad otorgada a un ser humano que jugaba al deporte más popular del mundo, predica acerca de la idolatría generada a partir del fútbol de Maradona.

Mucha gente explica este fenómeno en torno al ídolo, la divinización, como una consecuencia de todas las alegrías otorgadas a través de sus logros futbolísticos. En algunas ocasiones en Napoli y, muchas otras veces, en la Selección Argentina.

Tanto en la alegría como en la tristeza, en el festejo y el llanto del velorio, Maradona logró unir a los/as argentinos/as de opiniones y pasiones enfrentadas. Esto se explica en la gloria unánime que le otorgó a un país, haciendo festejar a una sociedad entera, con todas sus diferencias, al unísono. Y esto es lo que intentan demostrar los medios aludidos en nuestra investigación a partir de entrevistas a transeúntes y famosos/as, móviles en vivo y compilados emotivos, entre otros recursos.

Como se mencionó, el ídolo argentino logró fundar una identificación de la gente para con él, lo cual consideramos es clave para entender este fenómeno acontecido el 25 de noviembre de 2020. Muchas personas, sobre todo muchos/as argentinos/as, hicieron suyos aspectos de lo que representaba la figura de Diego a nivel nacional (una figura constituida a partir de los medios de comunicación). Más allá de lo meramente deportivo, sus pasiones, su rebeldía, su controversialidad, su temperamento, actitudes y comportamientos, además de su origen humilde, sembraron una relación recíproca entre el ídolo y la gente. Es por esto que el día de su velorio, entrevistados/as y periodistas sintieron la pérdida de un ser

querido, de una divinidad o de una persona fundamental para sus vidas y para la de todo un pueblo.

Entonces, analizamos a partir de la cobertura mediática de 5 medios televisivos elegidos (El Trece, Telefé, América, El 9 y La TV Pública), la relación entre la gente y Maradona, poniendo el foco en el día de su fallecimiento y el día posterior, en su masivo velorio en Casa Rosada, y centrándonos en elementos o *tópicos* que aluden a una identificación generada entre ambas partes.

Teniendo en cuenta lo dicho por Alabarces (1998), no sólo el fútbol, sino el deporte en general, se presenta como uno de los principales productores de identidades. El contexto en el que se produce el mayor logro obtenido por Maradona (Mundial '86) también aparece como un condimento infaltable a la hora de explicar este proceso identitario. Además, retomando a Lipovestky, Diego, además de significar esa *venganza* contra los británicos, era quien solucionaba las problemáticas nacionales (Lipovestky, 1996:49). O al menos las hacía olvidar por un tiempo.

La identificación con Maradona, además, alude a una cercanía del ídolo con la gente. Sus orígenes humildes, su sencillez, su rebeldía, sus múltiples defectos y debilidades, sumados a sus declaraciones siempre en representación de los desfavorecidos, constituyen este “Dios sucio”, tal como lo nombra el escritor Eduardo Galeano en uno de los fragmentos analizados, que lo acercan más a la gente y lo conforman como “el más humano de los Dioses”.

Por eso comprendemos que este proceso de identificación es fundamental para analizar esta relación en la que los medios hacen tanto hincapié. Este ídolo popular llega a representar un sinnúmero de características que son significativas para la sociedad argentina como lo son la rebeldía, la humildad, gloria, unión, talento, adicción a las drogas, fuerte temperamento, excesos verbales y físicos, liderazgo, etc. Por ello, con fines meramente investigativos, recurrimos a la elaboración de 3 categorías de análisis para abordar los aspectos que, a nuestro criterio, representan de mejor manera la figura de este

mítico jugador: Maradona como deportista distinguido, como sujeto político y como personaje controversial.

Estas tres categorías, a su vez, ayudan a la discriminación de diversos tópicos que se vislumbran dentro de ellas y que constituyen a un análisis más completo de nuestro objeto de estudio, a saber, los fragmentos de videos seleccionados a partir de nuestro universo de análisis.

4.1 Análisis por categorías

Para un análisis más exhaustivo, como ya se mencionó, recurrimos a diferenciar diversos “tópicos” dentro de cada una de las 3 categorías elaboradas. Los mismos responden a diversas aristas que consideramos relevantes a la hora de estudiar el hecho y de esclarecer la relación de identificación de la gente con el ídolo: experiencias personales cercanas al ídolo, el sentimiento de pérdida de un familiar, la admiración a su talento futbolístico, compilados u homenajes realizados por la producción de una canal, entre otras características o rasgos que se detallan a continuación.

Cabe destacar que el desarrollo de cada una de las categorías responde a un minucioso desmenuzamiento de cada uno de los fragmentos elegidos, teniendo en cuenta que en estos no se presenta puramente lo “propio” de cada categoría de manera explícita, sino que puede haber elementos entremezclados que correspondan a otras de las categorías.

4.1.1 Categoría 1: Maradona como futbolista distinguido

La idolatría generada por la gente para con Maradona se da, entre otras cosas, de la mano de sus logros deportivos. Diego ha sido reconocido por importantes figuras del deporte y diversas personalidades ajenas a la disciplina, no sólo en Argentina, sino también en el mundo, como “el mejor futbolista de la historia”. Su talento y su carisma dentro del campo de juego fueron las causas de ello.

Nápoles se transforma en la referencia internacional de este fenómeno. Los 7 años que jugó allí Maradona generaron una inmensa idolatría por parte de los hinchas del club

napolitano. A su vez, su desempeño en Europa fue lo que lo catapultó a ser una de las personas más famosas del planeta. Ello llevó consigo el hecho de que Maradona se convirtiera en un símbolo nacional, en un sinónimo de “Argentina” en el mundo.

El día de su velorio, la gente, los “hinchas”, como muchos medios los catalogan, van a despedir a su ídolo deportivo a Casa Rosada.

A continuación, se detallan diversos tópicos identificados en las diversas narrativas audiovisuales correspondientes a la Categoría en cuestión:

❖ *El más grande (futbolista)*

“Diego es el más grande” y frases similares se repiten en incontables ocasiones, haciendo alusión a su magnitud en el mundo del fútbol, dentro del campo de juego. El Maradona futbolista fue fruto de admiración de miles/millones de argentinos/as y de gran parte del mundo del fútbol alrededor del globo terráqueo.

Esta característica va de la mano con un recibimiento de gloria y alegría por parte de todo un país. Sus logros deportivos se le agradecen y, a su vez, generan esta admiración y valorización de Maradona como futbolista.

Según lo mostrado por los medios analizados, este tópico se presenta como uno de los más abarcativos de la Categoría 1, ya que representa un pensar/sentir bastante generalizado por parte de los/as entrevistados/as en las calles, periodistas y personalidades del mundo del fútbol, la política y el espectáculo. En los diversos fragmentos que se enumeran a continuación, los actores sociales mencionados coinciden en que Maradona es el futbolista “más grande” que hubo en cuanto a talento, carisma, liderazgo y éxito, entre otras características propias del “Diego jugador”. Esto se ve reflejado con diversas frases alusivas a ello.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 2A: “Se fue el mejor de los nuestros”.
- Fragmento 6: “Vengo a despedir al más grande”.
- Fragmento 14A: “Para mí fue el más grande...”.
- Fragmento 34: “...lo más grande futbolísticamente”.
- Fragmento 60: “Aguante Diego, es lo más grande del mundo”; “El auténtico representante del fútbol argentino”.
- Fragmento 102B: “Se fue un grande”; “Él siempre fue el mejor”; “El Diego es lo más grande que hay”; “Es el más grande que hay”; “Es lo más grande que hay el Diego, loco”; “Se nos fue el más grande que hay”.
- Fragmento 111: “Diego ha sido inmenso”, palabra de Alberto Fernández.
- Fragmento 117: “Es el más grande de los nuestros”.
- Fragmento 135: “Genio del fútbol”, frase presente en la carta de Macron.
- Fragmento 157: “Para mí (Diego) representa un ídolo, el número uno, todo. Para el fútbol argentino y para el deporte”; “Es lo máximo”.
- 168E: “El mejor de todos, el mejor capitán de todos, el más líder de todos...”.
- 169: “Toda esta gente está unida por el mismo amor a un grande, a Diego Armando Maradona”.
- 173A: “...se nos fue un grande, se nos fue el Diego”.

Este tópico, al ser de un carácter y un sentir tan generalizado, de acuerdo a lo mostrado por los medios de comunicación, también se puede identificar en fragmentos catalogados dentro de la Categoría 2. Por ejemplo, en el fragmento 27, dispuesto dentro de la Categoría 2 por su contenido discursivo, Rial menciona que “se murió el jugador más grande de la historia del fútbol”.

❖ *Quien unió a los/as argentinos/as*

Entre los logros de Maradona en la Selección Argentina se pueden mencionar el Mundial juvenil del año '79, el Mundial de México '86 y la Copa América del '93. Estos tres éxitos de su carrera, entre otros logros fuera del seleccionado, sirvieron a Diego para unir a todo un país, tal como lo expresan muchos/as entrevistados/as y periodistas en los fragmentos de los videos analizados. Esta "unión" a la que se hace referencia es un punto a destacar, ya que cuenta con dos aristas relevantes: por un lado, una arista política/ideológica y por otro, una arista futbolística a nivel de clubes en Argentina. Este fenómeno de unidad significa una difuminación entre las barreras que separan, en nuestro país, a peronistas y anti-peronistas, a "izquierda" y "derecha", como a hinchas de Boca y de River, de Independiente y de Racing, etc.

La primera arista alude a una unión de quienes piensan de manera distinta, de quienes se posicionan ideológicamente en dos polos opuestos, a saber, en el peronismo o el radicalismo/anti-peronismo, en la "izquierda" o "la derecha", o simplemente de un lado u otro de la famosa "grieta", concepto que se ha instaurado en los medios argentinos en la última década. La gente, sin importar lo que piense el de al lado, festeja y llora al unísono.

Lo mismo ocurre con la segunda arista, en la que el día del velorio, no hay diferencias entre el llanto y las penas de hinchas de cualquier club, incluso de archirrivaes: Boca y River, por ejemplo, clubes cuyos hinchas se abrazan entre sí desconsolados (imagen que se expone en el Fragmento 170).

Sumado a ello, se visualizan en la mayoría de los fragmentos personas con camisetas de Argentina, lo cual entendemos, simboliza una unidad de hinchas de distintos clubes. A su vez, mucha gente viste camisetas de diferentes clubes como San Lorenzo, River, Boca, Independiente, Racing, Tigre o Defensa y Justicia, entre otros, y conviven pacíficamente en las distintas movilizaciones generadas en los alrededores de Plaza de Mayo y Casa Rosada.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 2A: “Diego rompe una barrera ideológica, la grieta...”; “Maradona no tiene un club, es de todos y rompe toda barrera...”; “Está acá un solo pueblo por él”.
- Fragmento 34: “..vos fijate que la mayor cantidad de camisetas son las celestes y blancas, las de Argentina. Diego engloba todo, hayas sido de Boca, pero engloba todo, todo el sentimiento futbolero argentino”.
- Fragmento 72: “Fue el único argentino que nos unió. Todos dejábamos todo para ver a Diego y a la Selección...” y “Cuando veo que la grieta se metió ahí... ¡Qué mal te tuvo que haber tratado la vida para putear a un tipo así!, ¿eh? ... Porque le podés cuestionar un montón de cosas. Ahora, este tipo nos unió de verdad...”.
- Fragmento 102B: “Acá no hay camisetas, porque el Diego es lo más grande que hay...”.
- Fragmento 168A: “Diego fue más que fútbol, Diego fue unitre, emocionarte, fue hacerte enojar y hacerte entristecer...”.
- Fragmento 168E: “Como hincha de River e hincha del fútbol... bueno, traspasa todo...”.
- Fragmento 169: “Acá hay distintos estratos sociales, diversidad de opiniones, de sentimientos y pasiones, pero toda esta gente está unida por el mismo amor a un grande, a Diego Armando Maradona”.
- Fragmento 170: “En realidad saltó la grieta, la grieta del fútbol”; “Este hincha de River llorando desconsolado en el pecho de un hincha de Boca, supongo que

debe ser su padre o da la impresión de que es un familiar, pero es la imagen que un poco engloba y encierra lo que significa Maradona para nosotros”.

❖ *El artista*

Por su talento futbolístico y las maravillas que supo inventar dentro del campo de juego, Maradona pasó a ser catalogado como un “artista” del deporte en cuestión. Fruto del asombro generado en los ojos ajenos, periodistas y diversas personalidades del fútbol y el espectáculo se refieren a él con este mote.

Otro punto a mencionar dentro de este tópico es la generación de arte a través de la inspiración generada por Maradona. Se visualizan en diversos fragmentos, murales en su honor como imágenes alusivas al ídolo en diversas partes del mundo, sobre todo en Argentina.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 14A: “Para mí fue el más grande, el tipo que hacía arte dentro de una cancha... llevó ese arte a su máxima expresión”.
- Fragmento 60: “Siempre le digo a mis hijos que pueden ver a Messi, a Ronaldo, pero Maradona era un genio, era un artista en la cancha”.
- Fragmento 102I: “...Y no le agradece solamente que fue el más maravilloso artista de este arte popular que es el fútbol, sino también le agradece haber elegido a los débiles para su lucha...”.
- Fragmento 135: “Un bailarín con tacos, no realmente un atleta sino un artista”, así lo describe en una carta el presidente de Francia, Macron.
- Fragmento 157: “...Alguien que comenzó a jugar al fútbol y se transformó en un artista y también fue generando arte de otros”.

❖ *El que otorgó alegría a todo un país*

La idolatría de la gente para con Maradona viene de la mano de sus logros deportivos, sobre todo de los títulos obtenidos con el Seleccionado Nacional. El Mundial del '86, teniendo como condimento la “venganza” contra los ingleses que le habían quitado las Islas Malvinas a Argentina 3 años atrás, dejando un saldo de aproximadamente 650 jóvenes soldados argentinos muertos, actuó como impulso en esa relación de amor hacia Diego. Con su maravillosa actuación contra Inglaterra en aquella competición, donde convirtió “el gol del siglo” y el gol con la mano más tarde bautizado como “la mano de Dios”, Maradona generó una enorme alegría en todos/as los/as argentinos/as.

Más allá de esto, toda la alegría, la felicidad otorgada a un pueblo que sufría las consecuencias de haber estado oprimido por una dictadura militar durante 8 años, no vienen de la mano solamente de aquel Mundial. Más allá de sus títulos, Diego hacía feliz a las personas, argentinas o no, dentro del campo de fútbol, donde los hinchas disfrutaban de ver jugar al “más grande”. Ello trae consigo la admiración y el amor de todos/as los/as hinchas argentinos/as que el día de su deceso y durante su velorio lo lloraron.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 28: “Qué feliz nos hizo, loco. Íbamos a la selección porque nos gustaba, porque era la selección, pero íbamos porque iba este (Maradona)”.
- Fragmento 60: “No caigo todavía. La felicidad que dio este hombre es increíble”.
- Fragmento 72: “Diego, en toda su vida, en sus 40 años de carrera... todo lo que nos dio fueron alegrías”.
- Fragmento 111: “Qué argentino de bien le puede recriminar algo a Diego, si todo lo que hizo fue darnos alegrías” y “Nos llenó de gloria y alegría. El

momento de más gloria lo tuvimos con Diego”, palabras del Presidente argentino, Alberto Fernández.

- Fragmento 155: “El fútbol es el lugar que más alegrías le ha dado al pueblo argentino en estos últimos tiempos, y Maradona es esa persona que llevó alegría”.
- Fragmento 168A: “Por eso Diego tiene ese romance eterno con el pueblo, porque le dio alegría y en una situación de venganza bien entendida, de venganza con una pelota”.

❖ *El “familiar” que se fue, el recuerdo cercano*

De acuerdo a las narrativas mediáticas analizadas, los días del deceso y del velorio de Maradona se acompañaron de un profundo pesar en las personas que se acercaron al Obelisco y a Plaza de Mayo a llorar y recordar a su ídolo. Muchos/as entrevistados/as expresan en los fragmentos analizados el sentir la pérdida de un familiar, de un pariente o alguien muy cercano. A su vez, algunos/as periodistas también hacen alusión al tópico en cuestión.

Esta idolatría e identificación con Maradona conlleva una cercanía hacia Diego. Muchas personas manifiestan sentirlo como un ser cercano, como un amigo o un pariente y así lo demuestran. Otras, cuentan anécdotas en torno a diversos momentos de sus vidas en el que Maradona se asoma como un recuerdo o expresan cuán importante fue el ídolo popular en sus vidas.

Diego estuvo tan presente en los medios de comunicación, que muchas personas asocian alguna etapa o algún hecho de su vida a algún momento encabezado por él, como el día de su despedida del fútbol en la Bombonera, el gol a los ingleses, el día que consiguió el Mundial del ‘86, etc.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 60: “Le saqué esta foto a mi hijo... el día de la despedida. Tiene 20 años mi hijo hoy y es un recuerdo hermoso porque él lo miraba con tanta atención, porque lloraba y era el día de “la pelota no se mancha” ... y me quedó el recuerdo...”; “Esta manifestación popular tiene que ver con las emociones personales de cada uno que vio atravesadas en su vida por lo que generó Maradona”.
- Fragmento 102B: “Yo soy de Carraza, lo voy a extrañar mucho...”; “Y bueno, como le decía a tu colega, ... se nos fue como un ser querido nuestro”.
- Fragmento 155: “Por ahí alguien decía: se nos murió a todos el mismo familiar, que es una frase muy linda que se ha viralizado. Yo no sé si se lo puede comparar con un familiar, pero sí es un poco de cada uno”.
- Fragmento 157: “Es lo máximo, en el sentido de que hice una toda una vida personal alrededor a su vida, y hoy le vengo a agradecerle todo lo que me inspiró, a nivel personal y todo lo que nos dio a los argentinos”.
- Fragmento 168A: “Este momento, ¿sabés dónde lo vi, dónde lo escuché? Estaba en la habitación del Hospital Francés porque mi mamá estaba muy mal, internada, tenía cáncer. Estábamos con ella mirando esto, y nos pusimos a llorar... Esto, “la pelota no se mancha”. Mi mamá murió cinco meses después... Mirá si Maradona no tiene que ver con la historia de uno... Era mi vieja muriéndose y los dos juntos mirando esto en el Hospital Francés...”.

❖ *Fenómeno masivo*

La muerte de Maradona tuvo como consecuencia la movilización de miles y miles de personas tanto el día de su deceso como el día del velorio en Casa Rosada. En los diversos fragmentos analizados se identifican lugares geográficos donde se destaca la presencia de multitudes que despiden, cantan y lloran a su máximo ídolo.

El country de Tigre, donde se produce el deceso, la Morgue de San Fernando, la casa velatoria en barrio La Paternal, el Obelisco, Plaza de Mayo, la Bombonera y otras locaciones, son algunos de los lugares que los medios muestran en donde la gente se aglomera para despedir a Maradona.

Esta masividad, en cuanto a concurrencia, versa acerca del amor y la idolatría de un gran número de gente para con su ídolo. Se visibiliza en algunos fragmentos que no se trata solo de argentinos/as yendo a despedir a su ídolo, sino que se encuentra gente de otros países en la despedida del día 26 de noviembre, sin contar los altares y distintos lugares de despedida que se transmiten desde Nápoles, otro sitio emblemático si hablamos de Maradona.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 72: “Hay una cola en este momento, una fila de gente que llega frente a Canal 13. Deben ser 2 kilómetros más o menos de Casa Rosada...”.
- Fragmento 102C. Los zócalos de esta narrativa expresan: “Varias cuerdas de cola para despedir a Diego” y “Una multitud despide a Diego en Casa Rosada”.
- Fragmento 102H. Los zócalos de esta narrativa dicen: “Peregrinación de hinchas para despedir a Diego” y “Miles de personas hacen fila para decirle adiós a Diego”. Otras frases alusivas al tópico: “Esa fila parece interminable y, la verdad, no sé si podés calcular aproximadamente... la gente que está allí”.
- Fragmento 102I: Uno de los zócalos del programa expresa: “Maradona inmortal: miles de personas despiden al 10”.
- Fragmento 169: “Esto lo supera todo, Marisa, sin dudas este instante será historia. Se me pone la piel de gallina. 25 años trabajando en periodismo, jamás vi nada igual, y sólo Diego Armando Maradona ha podido convocar a esta verdadera marea humana. Me atrevo a hablar de un millón de personas...”; “Si

miramos en dirección hacia Belgrano, hay unos 2 kilómetros de cola. Pero la cola es muy ancha”.

Además de esto, en el Fragmento 124A, si bien no hace alusión verbalmente a la masividad, se muestran diversos lugares repletos de gente: La Bombonera, el Obelisco, La Boca y la morgue de San Fernando.

También en los Fragmentos 124B, 128, 157, 168D, 168E y 173A se transmiten imágenes alusivas a la gran cantidad de gente presente, ya sea en La Bombonera, el Obelisco o alrededores de Plaza de Mayo.

❖ *D10S (Dios y 10)*

La idolatría generada hacia Maradona fue tan inmensa, a tal punto que mucha gente lo empezó a deificar. La fe puesta en un deportista del cual se esperaban títulos, se transformó en una fe religiosa, a tal punto que fue creada una “iglesia maradoniana”. En diversos fragmentos se hace alusión a esta característica y, periodistas o diversas personalidades, se refieren a Maradona como “Dios humano”, un “Dios lleno de barro” o un “Dios sucio”, como lo expresa Eduardo Galeano en el Fragmento 130A.

Muchos/as entrevistados/as hablan de Diego como “Dios”, incluso muchos medios titulan con la palabra “AD10S” haciendo alusión a la deidad y al emblemático número que vestía en su camiseta.

También se debe destacar que muchos zócalos de distintos medios anuncian la “peregrinación” de hinchas hacia Casa Rosada para despedir a su ídolo, con lo que este concepto conlleva en materia de religión.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 6. El compilado realizado por la producción de El 13 muestra al chico que va de rodillas hasta Casa Rosada y dice: “Para mí Diego es Dios. Y con esas palabras digo todo: ante Dios de rodillas”.
- Fragmento 14A. El primer Zócalo de esta narrativa dice: “El último AD10S a Maradona”.
- Fragmento 102D. Entrevista al chico que peregrina de rodillas hacia Casa Rosada. El entrevistado dice: “... Decidí venir de rodillas desde la 9 de julio, no por promesa, sino porque es Dios... y ante Dios, de rodillas” y “... Vengo de rodillas con tan solo decir que es Dios, porque para mí es Dios, y yo creo que para todos es Dios y para el mundo es Dios, porque hoy no llora Argentina, llora el mundo”.
- Fragmento 102H. Uno de los zócalos de esta narrativa anuncia: “Peregrinación de hinchas para despedir a Diego”.
- Fragmento 117: “Diego es el más humano de los Dioses. Es el más grande de los nuestros”.
- Fragmento 124A. Se divisa un gráfico en el margen derecho de la pantalla con Maradona levantando la Copa del Mundo y la inscripción debajo: “AD10S”. Igualmente ocurre en los fragmentos 124B y otros de la TV Pública.
- Fragmento 128. Se reproduce la representativa canción en homenaje a Maradona “La mano de Dios” y el zócalo de la narrativa expone el título de dicha canción.
- Fragmento 168B. En las tapas de diarios que se muestran, uno de los medios (Diario L’equipe) titula “Dios ha muerto”; el Periodico de España titula “aDios”; y Mundo Deportivo pone “AD10S”.

❖ *El ídolo (comparaciones)*

Creemos que este aspecto engloba a muchos otros, ya que son diversas las características que llevaron a Maradona a ser el máximo ídolo deportivo de los/as argentinos/as, al margen de lo meramente futbolístico.

Este tópico pretende focalizar en aquellas menciones por parte de entrevistados/as y/o periodistas que nombran a Diego como su ídolo, y a ciertas comparaciones que se generan en los distintos fragmentos de Maradona con otras personalidades destacadas.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 2A. Un zócalo de esta narrativa anuncia: “Murió el gran ídolo argentino”.
- Fragmento 14A. “Ahora, más allá de ser el mejor jugador, es el ídolo más grande que dio el mundo del deporte. Por algo pasa todo esto que está pasando, ¿no? No recuerdo otro deportista despedido de esta manera”.
- Fragmento 102B: “Se fue un grande, se fue Maradona, se fue mi ídolo...”, “Seguimos de cerca este peregrinar de gente que ya ha visto o ya ha despedido a su ídolo y que lo expresa de una manera muy sentida, muy profunda”.
- Fragmento 111: “Es horrible pensar en su ausencia física, pero Maradona va a ser una persona imborrable en la memoria colectiva, como los grandes ídolos que ha tenido la Argentina en otros órdenes”.
- Fragmento 155: “Hay una generación que difícilmente pueda reemplazar y generar un ídolo como Maradona. Y más que un ídolo, un referente”.
- Fragmento 157: “Para mí (Diego) representa un ídolo, el número uno, todo”.

- Fragmento 168E: “Ojalá las generaciones que vienen aprendan a cuidar a nuestros ídolos que fueron muchos”.
- Fragmento 173C: “En cuanto a lo que significa para nosotros en particular, el ídolo, el mito, la leyenda hace que un pueblo crea que lo que hace esa persona somos capaces de hacerlo todos”.

❖ *El inmortal/el mito*

El fallecimiento de Maradona es tomado por muchos/as entrevistados/as, periodistas, y diversas personalidades como un fenómeno meramente físico. Según diversas narrativas, Diego sigue vivo en la memoria de la gente que no olvida cuán feliz los hizo. Las alegrías generadas, y la divinidad otorgadas al ídolo lo vuelven un personaje inmortal.

Retomando a Moscoso Sánchez y Pérez Flores (2012), los ídolos deportivos son los héroes míticos de nuestros tiempos. Esto desemboca en la creación de un “mito” que trasciende el plano de la vida y pasa, por lo tanto, a la eternidad en la memoria colectiva, no solo argentina, sino del mundo.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 6: “Vengo a despedir al más grande. Y va a ser inmortal para toda la vida”; “Muere el que se olvida y al Diego no lo vamos a olvidar nunca... Por siempre en nuestros corazones”.
- Fragmento 60: “Lo que enterrarán allá es el cuerpo de Maradona... pero lo que va a quedar vivo en todos nosotros”.
- Fragmento 102I. Uno de los zócalos de la narrativa anuncia: “Maradona inmortal: miles de personas despiden al 10”.
- Fragmento 111: “Diego va a ser uno de esos personajes que nunca se mueren, porque a esto también hay que entenderlo, porque ha sido inmenso”; “Es

imposible pensar que Maradona se ha ido. Y no se va a ir, porque en la memoria colectiva va a estar muy presente. Es horrible pensar en su ausencia física, pero Maradona va a ser una persona imborrable en la memoria colectiva, como los grandes ídolos que ha tenido la Argentina en otros órdenes”.

- Fragmento 173A: “Nunca nadie se va a olvidar de Diego Maradona, es eterno”.

❖ *Canciones alusivas/Canciones de cancha*

Como en otro tópico anterior se menciona, Maradona hizo arte dentro de una cancha, pero también inspiró algunas obras artísticas. Murales, pintadas, imágenes creativas, y muchas canciones fueron fruto de esta inspiración.

En el ámbito musical, pero más alejado de esta parte meramente artística, muchas personas dedican algunas canciones de cancha a su ídolo. Estas se escuchan en muchos fragmentos, a veces como parte del sonido ambiente, otras veces porque la transmisión pretende poner el foco en ellas, lo cual lleva a generar un “ambiente” de cancha que se destaca. Como consecuencia, ciertas narrativas hablan de “hinchas” que van a despedir a Diego, otorgando a los presentes un carácter distintivo ligado a lo futbolístico.

Los fragmentos más destacados en los que se identifican canciones alusivas a Maradona son los siguientes:

- Fragmento 60. Se escuchan de fondo cánticos: “Olé, olé olé, Diego, Diego”. Uno de los periodistas manifiesta: “Parece la previa de un partido esto”.
- Fragmento 102C. Suena Life is Life como parte del emblemático video reproducido por la producción de Telefe, en el que Diego realiza el famoso precalentamiento. Si bien no es un tema en alusión a Maradona explícitamente, la canción está muy ligada a esta reconocida acción.
- Fragmento 102H. Durante el móvil del canal, el canto ensordecedor de los presentes expresa: “Dale, Diego de mi vida, vos sos la alegría, de mi corazón”.

- Fragmento 124A. Se escucha al inicio de esta narrativa: “Olé, olé olé, Diego, Diego”. También se escucha detrás de los aplausos de los/as periodistas del estudio diversos cánticos, los cuales aluden al ambiente de cancha que generan los/as presentes: “Vale 20 palos verdes, se llama Maradona, y todas las gallinas...”, “Y ya lo ve, y ya lo ve, el que no salta es un inglés”, “Dale, Diego de mi vida, vos sos la alegría, de mi corazón”, “Porque no importa lo que digan estos p... periodistas la p... Oh Oh Oh Oh, hay que alentar a Maradó”.
- Fragmento 124B. El movilero del canal realiza una crónica describiendo el ambiente de cancha en el Obelisco. Suenan cánticos de fondo indistinguibles.
- Fragmento 168. Se reproduce un video de Maradona cantando una de las canciones más famosas dedicadas a su persona: “La mano de Dios”.
- Fragmento 157. En un compacto realizado por la producción del canal, se escucha una versión instrumental de “La mano de Dios”.

El Fragmento 102B, en uno de sus zócalos, anuncia: “La emoción de los hinchas que despidieron a Diego”, en alusión a este carácter de “futbolero/a” de los/as presentes.

Este ambiente de cancha se da a menudo en los vídeos analizados, por esta razón, este tópico aparece también en fragmentos de la Categoría 2. Por ejemplo, en el Fragmento 1, donde se oye a los presentes cantar “Diego no se murió (bis)... Diego vive en el pueblo la p...”.

❖ *Archivos/homenajes de la producción de los canales*

Con una finalidad emotiva y para evocar al recuerdo, la producción de varios canales decide, a partir de imágenes de archivo y ciertas melodías alusivas a Maradona, rendir homenaje al jugador con la realización de un video.

En diversos programas se transmiten compilados que entremezclan momentos emblemáticos de Maradona, fotos con su familia u otras personalidades, gente en la calle agradeciendo a su ídolo por las alegrías generadas, música, entre otros elementos.

Se identifican diversos compilados en los siguientes fragmentos de la Categoría 1, cada uno de los cuales se detalla en su respectiva ficha:

- Fragmento 6
- Fragmento 72
- Fragmento 102C
- Fragmento 124A
- Fragmento 157
- Fragmento 168C
- Fragmento 173A

❖ *Patriotismo empedernido*

Es de público conocimiento cuánto Maradona quería a su país y todos los sacrificios que hizo durante su carrera para jugar con la camiseta del seleccionado nacional, del cual se convertiría en un estandarte. En su autobiografía Yo soy el Diego, se describen viajes de miles de kilómetros para jugar con su país al día siguiente, jugar lesionado o infiltrarse para poder estar cuando su tobillo se lo quería impedir, como algunas de las acciones que Diego realizó para poder vestir los colores de su país.

Todo esto trajo a consecuencia el reconocimiento de su compromiso con el país. Esto explica la múltiple presencia de banderas, camisetas y diversos símbolos con los colores que representan a Argentina en los diferentes lugares que los medios muestran, en donde se aglomera la gente para conmemorar a Maradona. Este fenómeno se demuestra en

diversos fragmentos en los que periodistas, personalidades y entrevistados/as destacan este patriotismo que encarnaba su máximo ídolo.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 1:

- Fragmento 14A: “Maradona era exageradamente argentino...”.
- Fragmento 28: “La imagen para mí de Diego es puteando en el San Ciro... cuando puteaban nuestro Himno. Y esperó que llegara la cámara... y rajó la puteada que nos identificó a todos... Yo me quedo con ese Maradona, el del tobillo hecho pedazos, que jugó igual y no lo podían parar...”.
- Fragmento 60: “Pero Maradona va a quedar prendado en los argentinos que lo vieron y los que no lo vieron jugar. Porque esos gestos, ese amor que tenía por la Selección Argentina es lo que hacen que hoy, seguramente, el pueblo no duerma...”; “Maradona fue el auténtico representante del futbolista argentino”.
- Fragmento 72: “Todos dejábamos todo para ver a Diego y a la Selección, porque Diego era la Selección”; “En el único lugar donde siempre estuvo bien fue en la Selección, porque era uno de los pocos argentinos que de verdad amaba a su país...”.
- Fragmento 168E: “Y sí, por ser generacional de él, porque es el argentino más argentino de todos, por todo lo que nos dio...”; “El mejor de todos, el mejor capitán de todos, el más líder de todos. Era único, el más argentino de todos. Nos puso hace 30 o 40 años, siendo un país subdesarrollado, ahí arriba. Argentina es Diego, Diego es Argentina... lo va a ser toda la vida...”.

4.1.2 Categoría 2: Maradona como sujeto político

La idolatría e identificación de la gente para con su ídolo también va de la mano de ciertas características extra futbolísticas. Estas características tienen que ver con un Maradona humano, con aquel que se mostraba frente a las cámaras como uno más,

humilde, con un carácter fuerte, “sin pelos en la lengua”, transmitiendo rebeldía y poniéndose siempre del lado de los más desfavorecidos. Y es eso lo que lo convierte, en su momento de esplendor, en un héroe para muchos/as argentinos/as.

Este héroe no necesita de la virtud, tan solo necesita la victoria. Maradona, como menciona García Cames, fuera de una cancha de fútbol, se convierte en un personaje desprovisto de todo atributo loable. Maradona es así un héroe extremadamente humano y, tal vez por ello, más heroico. Sus debilidades son incontables, asumidas incluso por la mayoría de sus adoradores/as, y eso contribuye a la conformación de esta figura heroica.

Y es esta condición humana, sumada a sus posicionamientos ideológicos, políticos, más sus orígenes humildes, lo que lo acercan y hacen identificar aún más a la gente con su ídolo deportivo.

A continuación, se detallan diversos tópicos identificados en las diversas narrativas audiovisuales correspondientes a la Categoría en cuestión:

❖ *Humildad, sencillez, generosidad*

Este tópico engloba tres características que se destacan en algunos fragmentos acerca de la personalidad y ciertas acciones de Maradona. Periodistas y entrevistados/as destacan su humildad, su sencillez y su generosidad a través de sus palabras. Algunos/as de los/as testigos, cuentan conocerlo personalmente y versan sus impresiones en primera persona. Por otro lado, gente entrevistada por los móviles de los distintos canales hablan de tales características.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 2:

- Fragmento 1: “Yo tengo un comedor acá en La Boca... en el cual Diego donó 100 pares de zapatillas... De vez en cuando nos mandaba arroz, fideos y eran cosas que hacía “El master” sin que nadie sepa nada. Él no quería contarlo, pero

es hora que la gente sepa qué clase de argentino teníamos y qué clase de argentino se nos fue con Dios...”.

- Fragmento 14B: “Yo, indignada, lo odiaba antes de verlo. Nunca lo había visto en mi vida. Entré a la casa y se me cayó la bombacha, lo amé... Entramos a su living... en Segurola y Habana, todo pintado de celeste, todo lleno de fotos, de él, de Claudia y de las chicas... Claudia planchaba... ¿Te acordás que planchó todo el tiempo en el living?”, expresa Yanina Latorre, destacando que, con todo el dinero que tenían, ellos/as mismos/as en su casa se encargaban de los quehaceres domésticos.
- Fragmento 54: “¿Vos sabes lo que es que venga la madre de tu hijo que se acaba de morir a los tres años... y que te diga “está Diego”? Y yo no entendía nada y me acuerdo que me dijo algo como “me voy a dormir a la camioneta, cuando despiertes la primera cara que vas a ver va a ser la mía”. Y cuando desperté, apareció...”, cuenta “El profe” Córdoba acerca de cuando Maradona asistió al funeral de su hijo.
- Fragmento 102F: “Dalma había ingresado a la novela con un personaje y ahí tuvimos la posibilidad de conocerlo. Ahí tuve la posibilidad de ir a verlo a Segurola y Habana, ese lugar tan emblemático donde vivió. Y recuerdo que yo estaba muy nervioso esperándolo bajar, y escucho que él bajaba por la escalera diciendo “Echaaarri, Echaaarri”. Y recuerdo que cuando bajó los últimos dos escalones patinó y cayó arriba mío... Y el primer encuentro que tuve con Diego fue un terrible abrazo donde recuerdo esa piel tersa, ese perfume tan lindo y esa calidad humana que la tuvo hasta los últimos días”.

En el Fragmento 102I, que se encuentra catalogado dentro de la categoría 1, Víctor Hugo Morales habla de la personalidad de Maradona, lo cual ayuda a complementar el tópico en cuestión. El periodista, entre sus frases más destacadas, describe: “Diego era un tipo verdaderamente muy gracioso, muy inspirado, de una manera de hablar en la que había gratitud a la vida, dulzura, firmeza en sus convicciones y en sus conceptos...”; “Pensar que

estuvimos en Brasil con 40 o más muchachos de la TV Pública que habían ido a hacer sus tareas, y él tenía una actitud con el que tira los cables, con el que lleva la cámara, con el que ponía la luz, con el productor... personas que lo rodeaban todo el tiempo. Cada día, todos le pedían algo, cada uno, y su manera tan amable de ser, nunca el fastidio, nunca el enojo, todo lo contrario de lo que uno podría sospechar de Diego...”; “Diego en todos los detalles respeta a la otra persona... cuando firma un autógrafo, la dedicatoria que hace, no es esa firma que hacen los famosos... No, Diego tomaba el papel, le preguntaba el nombre y ponía “A Claudio, Diego, y el número 10” ... Y yo decía “qué paciencia, qué bien, qué humildad la que tiene”.

❖ *Rebeldía: el enfrentamiento a los poderosos*

Muchos/as entrevistados/as se hacen eco de esta actitud siempre presente en Maradona. Se rescata en los diversos fragmentos la lucha por las “causas justas” y por siempre estar del lado de los desfavorecidos. Esto genera una cercanía aún mayor del ídolo futbolístico con aquellas personas que se sienten representadas por su lucha y sus declaraciones en los medios de comunicación.

Esta postura es destacada por periodistas y entrevistados/as que aluden en muchos casos sentirse representados/as por ese accionar y se lo agradecen.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 2:

- Fragmento 61: “Y en esa vida no sé cuánto tuvo de felicidad comparada con la felicidad que tuvo en una cancha de fútbol, más allá de su gran amor Claudia, de sus hijas... Pero con una vida muy luchada, muy sufrida. Por eso tenía mucho que ver con la rebelión, con enfrentarse a los poderes, con declaraciones que siempre marcaban un dividir las aguas... Eso lo hizo todavía más emblemático, más personaje, más popular...”.

- Fragmento 67: “Diego siempre estuvo del lado de la igualdad y del lado de los indefensos... Y Diego demostró que, con humildad, se puede estar siempre del lado de los trabajadores”.
- Fragmento 102A: “Sabemos lo que significa Diego Maradona para el pueblo, bah, lo que dice todo el mundo, que además de ser un excelente jugador de fútbol, nunca se vendió, nunca olvidó sus orígenes y siempre cuestionó las instituciones. Digo, fue quien le dijo al Vaticano que tenían una cúpula de oro para alimentar a la gente”.
- Fragmento 167: “Diego significa empatía por el más débil, enfrentar al poderoso, siempre luchar por los menos reconocidos...”.

❖ *Su postura ideológica*

Este tópico va de la mano con el tópico anterior y representa uno más de los aspectos que unía a Maradona con los/as argentinos/as. Pero, esta vez, no con todos/as ellos/as, sino con el sector más bajo de la sociedad, con el pueblo. Esta faceta es destacada, a su vez, por diversos líderes mundiales que, por fuera del fútbol, remarcan su compromiso por las causas populares. Uno de ellos es “Lula” Da Silva.

Muchos/as periodistas y entrevistados/as destacan que Diego nunca olvidó sus orígenes, ni siquiera teniendo todo el dinero y la fama del mundo. En su faceta político-partidaria, Maradona fue coherente con ello. Él se ubicaba del lado de los trabajadores, de la *izquierda* y más específicamente, admiraba profundamente a líderes políticos como Fidel Castro, Hugo Chávez y el “Ché” Guevara. Con respecto a Castro, se dio la casualidad de que tanto Maradona como él fallecieron el mismo día del año (25 de noviembre) pero con 4 años de diferencia.

En Argentina Maradona se identificó con el Peronismo o, más tarde, con el Kirchnerismo. En diversos fragmentos, personas que se hacen presentes en algunos de los lugares representativos en que se despide a Maradona (y que los medios muestran desde sus móviles), destacan y festejan su postura ideológica. Por supuesto, para mucha gente que

piensa de distinta manera, esto se presenta como un “defecto” de Diego y los medios se hacen eco al respecto.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 2:

- Fragmento 27: “Muere el mismo día que muere Fidel Castro, uno de sus amigos, que lo llevó a putearse con medio mundo...”.
- Fragmento 67: “Diego demostró que, con humildad, se puede estar siempre del lado de los trabajadores”.
- Fragmento 94: “Es un tipo que, además de ser un gran artista del fútbol, fue un tipo comprometido”, declara una entrevistada que viste una remera con la inscripción “Soy peronista...”.
- Fragmento 102G: “Y se acercó el propio Presidente al ataúd y colocó esta camiseta que estamos viendo de Argentinos Jrs., el club donde debutó Diego Maradona... Se persignó el Presidente y continuó: dos pañuelos blancos (colocó). Uno en representación de las Madres, y otro en representación de las Abuelas de Plaza de Mayo”.
- Fragmento 105B: “Su amor por el Che, ¿No? Y su amor por Fidel Castro... Paulo, vos que lo conociste tanto a Diego, sabés lo que significó su paso por Cuba. Tenía una sola razón, más allá de la especialidad médica por la cual se fue a someter. Era porque estaba Fidel Castro... y fijate que caprichoso que es el destino, que los une en una misma fecha...”; “Y con respecto a su posición política... creo que en esto no dudaba. Cuba fue algo muy importante para él...”.
- Fragmento 168D: “¡Hasta la victoria siempre!, Diego”, frase de un entrevistado en la cola hacia Casa Rosada el día del velorio, en clara referencia a un slogan asociado al kirchnerismo.

- Fragmento 173B: “Maradona además de ser un gran futbolista, Maradona era un gran político. Maradona hablaba de política, hablaba de soberanía, hablaba de América Latina, hablaba en defensa de los pobres, hablaba en defensa de la vida. Maradona tenía un palpito para casi todas las cosas que ocurrían en el mundo y que perjudicaban al pueblo trabajador, al pueblo humilde”; “...pocas veces vi a un hombre, a un jugador de fútbol, parar de jugar y no parar. Porque Maradona paró, pero continuó jugando. Continuó jugando en pensamiento, continuó jugando en sus opiniones políticas, en sus críticas, y continuó jugando para el pueblo pobre del mundo entero”.

❖ *Sus orígenes*

Desde pequeño, Maradona vivió en el humilde barrio de Villa Fiorito. En su autobiografía cuenta las dificultades económicas que azotaban, no sólo a su familia, sino a todo el vecindario. Sin tener dinero y, muchas veces, sin tener siquiera para comer, Diego vivió su infancia junto a su padre, su madre y hermanos/as.

Estos orígenes humildes se constituyen como sus raíces, algo que lo acercan al pueblo, a esa parte de la sociedad que se identifica con él. Muchos/as entrevistados/as, periodistas y ciertas personalidades mencionan este aspecto y recalcan que, incluso habiendo logrado ser uno de los hombres más famosos y ricos del mundo, nunca se olvidó de dónde salió.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 2:

- Fragmento 1: “Maradona donaba las zapatillas, recibía el agradecimiento de los chiquitos y lloraba porque se acordaba cuando era pibe y no tenía calzado”.
- Fragmento 67: “Diego, a diferencia de otros desclasados, nunca se olvidó de sus orígenes, ni aun viviendo en Dubai, ni siendo uno de los tipos, por ahí, más

poderosos, importantes, famosos, ricos del mundo, se olvidó de Villa Fiorito ni de los sectores populares...”.

- Fragmento 94: “... fue un tipo comprometido, fue un tipo que jamás se olvidó de donde vino...”.
- Fragmento 102A: “Sabemos lo que significa Diego Maradona para el pueblo, bah, lo que dice todo el mundo, que además de ser un excelente jugador de fútbol, nunca se vendió, nunca olvidó sus orígenes y siempre cuestionó las instituciones”.
- Fragmento 102F: “No sé si una misma persona puede conjugar esa extraordinaria capacidad técnica con la pelota, ese atleta incomparable, con un tipo con un enorme sentido de la clase en la que salió. Diego se codeó con reyes, se codeó con grandes mandatarios del mundo, con las fortunas más grandes, sin embargo, cuando tuvo que defender, decidió recordar siempre el lugar donde había nacido...”.

Algunos de los fragmentos catalogados en la Categoría 1, también presentan elementos discursivos que aluden a este tópico. Por ejemplo, el Fragmento 173A, en el que una entrevistada proclama: “Más allá de todo, lamentablemente, Diego es el pueblo y esto es el pueblo, esto es él... todos nosotros”.

❖ *El personaje influyente en el habla hispana*

Los medios de comunicación contribuyeron a conformar una imagen de Maradona tal, que todo lo que decía o hacía el jugador, era un acontecimiento que merecía ser divulgado. Su personalidad, la autoridad que le otorgaba ser el mejor jugador del mundo, su característico liderazgo y sus picantes y/o humorísticas declaraciones, le daban a Diego una llegada especial, mediante las cámaras, hacia la gente.

Sus dichos en los medios tuvieron una marcada influencia, al punto de instaurar ciertas frases en la sociedad argentina: “la pelota no se mancha”, “se te escapó la tortuga” y

tantas otras frases, adquirieron un particular significado en el lenguaje de los/as argentinos/as. Es decir, como menciona un periodista, se creó un micro-lenguaje maradoniano del que los medios se hacen eco.

En el Fragmento 102E, tres periodistas conversan sobre esta característica. Algunas de las palabras más destacadas de esta narrativa: “Diego nos cambió el lenguaje. Diego nos hizo hablar de otra manera. Lo lamento por la Real Academia Española...”; “Fue el personaje de habla hispana más influyente entre los mortales, los hombres de a pie. “La pelota no se mancha” uno la utiliza en cuántas definiciones de tu vida cotidiana... en un montón”; Erica Fontana agrega una de las frases famosas de Maradona: “Me cortaron las piernas”; “...O sea, hay un micro-idioma maradoniano que todos usamos todos los días y que no tiene discusión. Si yo te considero un perdedor y yo te digo “4 de copas”, después de eso no hay más nada... y cuando uno siente la frustración y decís “me cortaron las piernas”, después de eso no hay nada...”.

❖ *El símbolo nacional*

Por su virtud en el juego, su talento y su carisma, Maradona comenzó a ser reconocido en todo el mundo. “Era más famoso que el Papa”, se menciona a modo de ejemplo en uno de los fragmentos analizados (Fragmento 95, correspondiente a la Categoría 3).

Diego, de esta manera, comenzó a resonar como un sinónimo de “Argentina” en vastos países del mundo. Muchos/as entrevistados/as y periodistas mencionan que en el planeta las personas reconocen nuestro país por Maradona y también mencionan al ídolo como un símbolo nacional, el auténtico representante de los/as argentinos/as y también de “la argentinidad”. Este último aspecto aborda un carácter actitudinal con el que muchos/as argentinos/as se identifican, por lo cual se sienten aún más identificados por Maradona en el exterior.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 2:

- Fragmento 94: “Maradona es... un representante de la argentinidad”; “El Diego es un símbolo de la argentinidad”.
- Fragmento 130B: “Veo muchos con la camiseta de Argentina, recordando a Maradona, y qué mejor que cantando el himno”.
- Fragmento 165: “Patriotismo, no me hablen de política, patriotismo era Diego Armando Maradona...”; “En los fines de ‘80, fines de los ‘90... vos decías dónde vivías y no tenían ni idea. Mencionabas a Maradona y ahí reconocían tu procedencia...”.
- Fragmento 168D: “...es Argentina, Diego. Vine a darle las gracias”.

Como mencionamos, ninguno de los fragmentos analizados representa pura y exclusivamente a una de las 3 categorías de análisis propuestas. Por esta razón también encontramos elementos discursivos referidos al tópico en cuestión en varios fragmentos catalogados dentro de la Categoría 1:

- Fragmento 157: “Cuando te preguntaban de dónde eras, y decías Argentina, por supuesto, lo primero que te decían era Maradona”.
- Fragmento 168A: “Fue la persona más conocida en el mundo sin redes sociales. En cada rincón... más inhóspito, más perdido en el mundo, decías Maradona y te contestaban “Argentina”.
- Fragmento 168E: “Era único, el más argentino de todos. Nos puso hace 30 o 40 años, siendo un país subdesarrollado, ahí arriba. Argentina es Diego, Diego es Argentina...”.
- Fragmento 173A: “Vas afuera del mundo y este chabón te representa como no lo hace nadie, porque es el argentino hecho carne”.

4.1.3 Categoría 3: Maradona como personaje controversial

Esta categoría aborda los aspectos “negativos” de Maradona que, consideramos, también conforman parte de la representación de algunos/as de los/as argentinos/as con su ídolo. Son de público conocimiento, a partir de la irrupción de los medios en la vida privada del jugador, los problemas de Maradona con las adicciones a drogas y alcohol, además del no reconocimiento de sus hijos, en su momento, entre otras cosas.

La categoría en cuestión se centra en estos aspectos moralmente considerados como “negativos”, pero la decisión de los canales analizados, en el día del fallecimiento de Diego, fue poner el foco en aspectos “positivos” del ídolo. De esta manera, las transmisiones se abocaron a los mejores y más gratos recuerdos hacia el jugador en el día de su fallecimiento y el día posterior, en su velorio.

Por esta razón, y más allá de la importancia que decidimos otorgarles a estas características en función de ciertos rasgos identitarios entre las personas y Maradona, no muchos de los videos y fragmentos analizados pudieron ser catalogados dentro de esta categoría. Esto trae a consideración una decisión mediática de transmitir respeto y hablar “positivamente” del ídolo, que tanto defenestraron en otras ocasiones, en su despedida popular.

A continuación, se detallan diversos tópicos identificados en las diversas narrativas audiovisuales correspondientes a la Categoría en cuestión:

❖ Sus defectos, caprichos, malas actitudes y fuerte personalidad

Dentro de los aspectos moralmente considerados como negativos, podemos mencionar estas 4 características de las que algunos/as periodistas y entrevistados/as se hacen eco: defectos, caprichos, malas actitudes y fuerte personalidad.

Pero cabe destacar que todas estas personas que mencionan o aluden a estas características “negativas”, en el día de su muerte o el día posterior, proclaman no importarles las mismas (porque los aspectos positivos resaltan sobre estos) o sienten cierta

identificación con esta faceta del ídolo. De esta manera humanizan a ese “héroe” o “Dios” del que se pretendía que cada una de sus caras apuntara hacia la perfección: como cualquier humano, como se menciona, Maradona podía equivocarse.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 3:

- Fragmento 2B: “Yo no digo que seamos todos iguales a él en nuestros defectos, en sus defectos. Pero mal que mal, tenemos nuestras contradicciones, hemos amado y odiado a gente de manera absolutamente indiscriminada, necesitamos el estímulo de la contrariedad para reaccionar y tener adrenalina... pero no somos Maradona”.
- Fragmento 95. Conversación entre Susana Giménez y German Paoloski:
 - “A veces siento que somos todos como culpables de no haberlo ayudado... pero tampoco se dejaba ayudar... No se dejaba manejar”.
 - “Una personalidad fuerte”.
 - “Y siendo quien es, todavía más fuerte. Porque imagínate de un chico humilde, que salía de un barrio, de jugar en un potrero y transformarse en el hombre más importante de la Tierra...”.
- Fragmento 105A: “Así de intratable como era en la cancha, lo era también en su vida personal... no es que tuvo un problema con este entorno en particular ahora, Diego se viene metiendo en problemas pero por cuestiones de su enfermedad, de su exposición, de su presión y todo lo que sabemos”.
- Fragmento 130A: “Es como nosotros, pecadores, mentiroso, fanfarrón, todos los defectos humanos que quieras imaginar... Porque es el más humano de los Dioses, y por eso muchísima gente del mundo se reconoce en él”.

- Fragmento 159: “... en algún punto es una muerte anunciada, y entonces precisar el final objetivamente es para ponerle la fecha de 25 de noviembre de 2020. Pero quizás haya que ir más atrás en el tiempo. Al juego contra ese destino, contra los límites, contra los bordes, al asomarse al abismo. Al tener un corazón que, así como los amigos decían que no le cabía en el pecho, los médicos decían que ya lo tenía reducido”.

Otros fragmentos correspondientes a las Categorías 1 y 2 poseen elementos alusivos al tópico en cuestión. Por ejemplo:

- Fragmento 60: “Todos los argentinos tenemos una partecita de Maradona. Porque tenemos algún recuerdo de él o porque de alguna manera fuimos como él, como argentinos que somos, seres imperfectos...”.
- Fragmento 67: “Estoy convencido que el tiempo lo va a acomodar todo... Diego era una persona muy difícil de acomodar, pero ahora Claudia y Dalma se van a encargar de acomodar las cosas en su lugar...”.
- Fragmento 72. En un compilado realizado por la producción de América, Maradona da una definición de sí mismo: “Diego, Pelusa, Maradona, hijo de puta, bueno, normal, ignorante. Me gusta ser cómo soy”.

❖ *Las drogas*

Uno de los aspectos a los que se hace alusión en los medios, por ser también de público conocimiento, es el problema que Maradona tuvo con su adicción a la cocaína. Esto le trajo muchos problemas tanto en su época de jugador (dopings positivos y problemas fuera del campo de juego) como luego de su retiro. Inclusive, una de las etapas de su vida se basó en la internación en un centro médico de Cuba, tierra que comandaba su amigo Fidel Castro en ese entonces, donde realizó su rehabilitación.

Estas menciones son ínfimas por las razones antes comentadas: los medios de comunicación decidieron poner su foco en los aspectos positivos del ídolo en señal de respeto, en el día de su muerte y el día posterior.

Identificación de elementos discursivos relativos al tópico en cuestión, en los fragmentos de la Categoría 3:

- Fragmento 2B: “Diego no sólo que no paró nunca, sino que tuvo, solo en Barcelona, hepatitis y al mismo tiempo rotura de tobillo... Y después, la cocaína. Él mismo lo explicó, “yo soy Maradona pese a, no gracias a” ... cuánto tiempo más hubiera jugado al fútbol... si tenía un talento inconmensurable”.
- Fragmento 95: “A la única persona que no hay que perdonarle es a la única persona que, por primera vez, le dio a probar la droga”.
- Fragmento 168C, catalogado dentro de la Categoría 1. “Nunca más volvieron a vivir lo que vivieron con Diego. Desde lo deportivo y desde lo emocional, porque es como un amor fuerte que pasa por tu vida y después se va de la peor manera. Porque hay que decirlo, que también se va de la peor manera del Napoli, con el doping positivo... y, así y todo, lo aman incondicionalmente”.

Además, en el Fragmento 27, catalogado en la Categoría 2, se menciona que Diego va a internarse a Cuba, no sólo por su visita a Fidel Castro, sino para tratar sus adicciones.

❖ *El no reconocimiento de su hijo Diego Fernando*

Maradona, durante mucho tiempo, afirmó que sus únicas hijas eran Dalma y Gianina. Esta afirmación acarrea una problemática: durante mucho tiempo Diego no reconoció a otros/as de sus hijos/as, los/as cuales en algún momento concibió por fuera de su matrimonio con Claudia Villafañe.

Si bien en sus últimos años de vida intentó enmendar esta faceta, este reprochable aspecto conforma un tópico más dentro de esta Categoría 3. Creemos que conforma

también un aspecto de la sociedad argentina, en la que ocurre muchas veces este no reconocimiento de sus hijos/as por parte del hombre.

Este tópico se extrae de uno de los fragmentos catalogados dentro de la Categoría 2, el Fragmento 54. En dicha narrativa, el “Profe” Córdoba, quien conoció personalmente a Maradona, cuenta algunas anécdotas con el jugador. En dicha entrevista, remarcó en un segmento de la misma el haberle recalcado que debía hacerse cargo de su hijo: “Tengo 10 mil anécdotas con él. Como hombre, de darme el lujo de decirle “no podés dejar de reconocer a tu hijo”, por Diego Fernando”.

❖ ***“No importa que hiciste con tu vida, importa lo que hiciste con la mía”***

Este tópico refiere esta emblemática frase del escritor y humorista Roberto Fontanarrosa, la cual se cita en incontables oportunidades durante los días del deceso y el velorio de Maradona.

Esta frase hace referencia tanto a aspectos positivos como negativos del ídolo en cuestión, pero remarca la importancia del aspecto positivo sobre el negativo.

Por un lado, el “No importa que hiciste con tu vida”, significa dejar de lado estos aspectos “negativos” que analizamos en la Categoría 3: todos sus defectos, sus problemas con las adicciones, el no reconocimiento de sus hijos, las diversas situaciones de violencia y de violencia de género de las que fue acusado.

Por otra parte, “me importa lo que hiciste con mi vida”, eclipsa todo aquel aspecto negativo al que se hace referencia y pone el foco en cada uno a los que Maradona logró darle un poco de alegría y felicidad, tanto por lo que hizo dentro del campo de juego, como por haberle sacado una sonrisa con algunas de sus palabras. Y se remarca, en la citada frase, que esto es lo importante porque más allá de todas las cosas “negativas” que pudo haber hecho, esas cosas correspondían a su vida privada.

Muchos/as entrevistados/as y periodistas hacen referencia, no sólo a esta frase, sino que en sus dichos hacen alusión a aquel aspecto simbólico que la frase intenta transmitir. Los fragmentos en los que identifica este tópico:

- Fragmento 72 (Categoría 1): “¡Qué mal te tuvo que haber tratado la vida para putear a un tipo así!, ¿eh? ... Porque le podés cuestionar un montón de cosas. Ahora, este tipo nos unió de verdad...”.
- Fragmento 102A (Categoría 2): “Nosotras somos críticas de denuncias que haya podido tener... Rescatamos la figura histórica del Diego. Eso entendemos que es lo principal, con todas las críticas que pueda haber, sin negar esas cosas, pero hoy estamos acá porque es importante para el pueblo”.
- Fragmento 157 (Categoría 1): “Hoy nos quedamos con la parte positiva de Diego, que es esa pasión, ese sentir, ese amor. Se ve claramente ahí (en las imágenes). Lo que impulsa a la gente es el amor (...)”.
- Fragmento 168A (Categoría 1): “Viene a cuento una frase que ayer seguramente la escuchaste mucho y cada vez que la leo o escucho me impacta. Es esa frase que dice “No importa lo que hiciste con tu vida, lo que importa es lo que hiciste con la mía” ... Resume casi todo. Por lo menos los que crecimos de la mano de este Maradona”.



CAPÍTULO 5

5. Conclusión

El mediodía del 25 de noviembre del año 2020 una noticia sacudió las agendas mediáticas de nuestro país y de buena parte del mundo también. La noticia en cuestión era el fallecimiento de Diego Armando Maradona, uno de los más destacados y reconocidos jugadores de fútbol de todos los tiempos. La información rápidamente se difundió y recorrió diferentes plataformas y portales tanto a nivel nacional como internacional. Un día después se organizaría el multitudinario velorio en Casa Rosada, donde millones de personas se acercarían a despedir a este mítico personaje de nuestra historia y de la cultura contemporánea.

Esta masividad representada por los diferentes medios de comunicación y la continua referencia durante dos días (25 y 26 de noviembre) sobre el fallecimiento del deportista argentino en los mismos fueron, precisamente, unos de los principales motivos que llamaron nuestra atención y que resultaron, consecuentemente, en este trabajo final para la Licenciatura de la carrera de Comunicación Social.

También fue motivo de nuestro interés que el velorio del día 26 se llevara a cabo en un contexto donde miles de personas morían en todo el mundo a causa de la pandemia del coronavirus (Covid-19). Esta muerte en particular azotó las bases de una sociedad que se encontraba en planes de cuarentena para mitigar el impacto del virus, pero que, a su vez, provocó que miles de personas salieran a las calles a despedir a su ídolo. A su vez, generó que un gobierno asumiera la responsabilidad de realizar un velorio masivo en tal contexto, poniendo en juego la salud pública. Esto fue duramente criticado por parte de la sociedad y de diferentes medios, mas mucha gente lo agradeció.

Los días de su deceso y velorio, 25 y 26 de noviembre de 2020 respectivamente, los medios de comunicación argentinos le dedicaron casi la totalidad de sus programaciones al acontecimiento en cuestión. Las emisiones diarias de muchos canales de televisión, principalmente las analizadas en este trabajo, estuvieron en gran medida dedicadas a ello.

No quedan dudas, entonces, de que no hablamos de una muerte más, sino de un hecho histórico en un lugar y contexto específico.

Previamente a este hecho, muchas veces a causa del Covid-19, otras veces no, personalidades del mundo del deporte y reconocidas por gran parte del país habían fallecido ese mismo año. Ninguna de esas muertes, sin embargo, tuvo la relevancia y repercusión mediática que ocupó la muerte de Maradona. Tampoco alguna otra muerte durante este período de pandemia generó la movilización social de este acontecimiento en cuestión.

Fue a partir de este conjunto de sensaciones y sentimientos encontrados que nos surgieron preguntas sobre lo que trascendía por esos momentos: ¿Por qué tanta gente se movilizó los días de su muerte y su velorio? ¿Qué significó Diego Maradona para esas personas que se trasladaron a diferentes partes de la ciudad donde se realizaban conmemoraciones en su nombre? ¿Cómo mostraron los medios, no sólo los hechos en directo, sino el pesar y el sentir de la gente? ¿Cómo construyeron los medios, durante esos dos días tan significativos, la relación de amor entre estas personas y Maradona?

Insistimos en hablar de la construcción de los medios, tanto del hecho, como de la relación entre la gente y el ídolo, y del sentir de las personas presentes en la despedida, porque entendemos que los canales televisivos toman sus propias decisiones a la hora de cubrir un hecho. Por esto mismo se muestran, intencionalmente, lugares y locaciones geográficas representativas o espacios con fuerte contenido simbólico en donde la gente se reúne en honor a Maradona.

A partir de esto, dos semanas posteriores al acontecimiento, nos planteamos la idea de intentar recabar la mayor cantidad de minutos de emisión ofrecidos por canales nacionales en la plataforma de videos YouTube. La necesidad de obtener esta gran cantidad de minutos de emisión tuvo que ver con una postura inicial de que la programación completa durante estos dos días se vea alterada, recortada y afectada lo menos posible; y así poder dar cuenta de nuestro objeto de análisis de manera más concreta.

Para resolver nuestras inquietudes, y ya con miras hacia la realización de nuestro trabajo final, elaboramos un listado con todos los videos que contenían coberturas en vivo relacionadas al hecho. Decidimos, a su vez, trabajar con 5 de los canales con mayor antigüedad de la televisión argentina: El 13, Telefé, América, TV Pública y El 9. Es decir, de cada uno de los canales oficiales de YouTube de estos medios, recopilamos durante el mes de diciembre los 173 videos que conforman nuestro universo de análisis.

En base a estas observaciones nos planteamos analizar la representación identitaria construida por medios audiovisuales de la televisión argentina en torno a la imagen de Maradona, el día de su muerte y su velorio. Nuestro fin fue intentar describir cómo los medios narraron audiovisualmente esta relación de identificación desde muchas perspectivas, sobre las personas hacia Maradona. Por supuesto, la mayor parte de la gente representada desde los medios nacionales, son argentinos/as. De igual manera, los medios también hacen eco y visibilizan a mucha gente de otras partes del mundo que se sintió conmovida y profundamente afectada por la noticia, debido a lo que significó Maradona para el fútbol a nivel mundial.

Para esta identificación que fuimos construyendo en el transcurso de la investigación, decidimos diferenciar tres aspectos puntuales de la infinidad de menciones que se pueden hacer al respecto de los atributos que envuelven la figura de Maradona. Estos fueron visibilizados durante las emisiones televisivas. Es así que establecimos 3 categorías de análisis para hacer foco en los aspectos centrales de nuestro estudio. Estas 3 categorías referencian al ídolo deportivo (Categoría 1), al sujeto político (Categoría 2), y al personaje controversial y polémico (Categoría 3) que representan una figura de Maradona creada históricamente por los medios de comunicación.

De acuerdo a los objetivos propuestos y a la metodología planteada, discriminamos determinados fragmentos de cada emisión mediática y nos centramos en el análisis enunciativo.

Tras este proceso de delimitación y un paralelo proceso de selección de las narrativas con las que decidimos trabajar, logramos sustraer 40 fragmentos los cuales

conforman el objeto de estudio del desarrollo de nuestro trabajo. Con este recorte, pudimos describir de manera más precisa y minuciosa estas diversas características que hacen a la identificación entre la gente y Maradona.

A partir de lo observado en las narrativas seleccionadas, nuestro análisis consistió en establecer y describir las distintas relaciones encontradas entre lo elaborado conceptualmente con el contenido de cada uno de los fragmentos, de acuerdo a cada una de las categorías elaboradas.

En diferentes fragmentos observamos una clara intención de generar impacto desde los lugares del patriotismo, el reconocimiento de los orígenes humildes, el talento deportivo y la rebeldía. La alusión y mención a estos ejes es constante en las diferentes programaciones de los distintos canales a lo largo de casi 36 horas de cobertura.

Con diferentes elementos que van desde la elección de planos, elementos gráficos, musicalizaciones, locaciones geográficas, entrevistas en vivo, imágenes de archivo y relatos o comentarios de los/as mismos/as periodistas que conducen el programa, consideramos notoria la apelación principalmente a las emociones y sentimientos de los/as espectadores/as antes que a las razones. Durante el análisis de las diferentes fichas seleccionadas en el desarrollo de este trabajo pudimos identificar y dar cuenta de esto. Los diferentes medios lograron así trasladar un relato que trata sobre la búsqueda de una identidad construida en torno a Maradona, recurriendo a los recuerdos y anécdotas que exceden las experiencias personales y se enraízan en una memoria colectiva que las narrativas elegidas ayudan a reconocer.

Concluimos a partir de nuestro trabajo que la Categoría 1, con todo lo que abarca en cuanto a los logros deportivos de Diego, se presentó como la categoría preponderante. Por esta razón, la mayoría de los fragmentos seleccionados corresponden a la categoría “Maradona jugador” ya que es el aspecto que, en las diferentes coberturas mediáticas, más se destacó. Incluso muchas de las nociones sobre idolatría se desprendieron casi exclusivamente de esta.

La Categoría 2, aquella que referencia la humildad, los orígenes y demás aspectos “políticos” del jugador, fue la segunda más destacada por parte de la gente y la prensa representada en las narrativas. La continua mención sobre el enfrentamiento con los poderes, la rebeldía caracterizada en torno a su imagen y las cuestiones culturales que acercan al futbolista con su lugar de origen y su destino rodeado de los mayores lujos, pero nunca olvidando, sin embargo, su procedencia, conforman gran parte de esta categoría.

Por último, la Categoría 3 fue la menos aludida. Podemos intuir que ello responde a diversas causas: la gente evita hablar de ello y los medios se presentan en una situación de respeto por el difunto. Por ello nos encontramos ante la dificultad de catalogar a varios de los fragmentos seleccionados en esta categoría. Son también estas las razones por lo cual, de las 40 narrativas seleccionadas, sólo 5 fragmentos fueron ubicados en esta. Sin embargo, consideramos que representa aspectos fundamentales que hacen a la imagen de un Maradona imperfecto y humano. Y esto es un aspecto más a tener en cuenta a la hora de la identificación de la gente con su ídolo.

Las tres categorías de análisis trabajadas, remarcaron las expresiones más genuinas de Diego, tanto en el amor y la alegría de la gente, como así también en la tristeza por su muerte o las “críticas” a sus actitudes y formas de actuar. Porque incluso cierto desprecio desmedido y sostenido hacia él, nos lleva a pensar que la figura de Diego a nadie le es indiferente. Esta noción de que a nadie le es indiferente, refuerza todo posicionamiento alrededor de su persona. A nadie le es indiferente porque nadie puede serlo ante una figura que “desordena” lo establecido, tanto en el ámbito deportivo, en el político, y también en el privado (que deja de ser privado ante la atenta y siempre presente mirada pública y de los medios).

Consideramos que este trabajo abre nuevos interrogantes que permitirán la realización de futuras investigaciones dedicadas, por ejemplo, a la repercusión en las redes sobre este histórico hecho: ¿Cuáles fueron las repercusiones de la muerte de Maradona en diferentes redes sociales, como ser facebook, instagram y twitter? ¿Es posible aplicar la

metodología propuesta en este trabajo a canales de la televisión pública de países en los que jugó Diego, como ser Italia?

Este trabajo, desde otro punto de vista que se desprende un poco de nuestros fines investigativos, despertó un profundo interés y sentir en nosotros hacia Maradona. Por no ser contemporáneos, por no tener la suerte de verlo gambetear y por ponerse el equipo al hombro, supimos que realmente no entendíamos qué significaba “El Diego” para muchos argentinos que perdían la cordura con solo escuchar su nombre.

Y es que el recuerdo de tanta alegría desborda a cualquier argentino haya vivido y padecido los años de la Dictadura civil y militar; ni hablar de la Guerra de Malvinas, donde el presidente de facto, Leopoldo Fortunato Galtieri, tomó la decisión de avanzar por la recuperación de las Islas en un álgido momento social y político.

Tras 72 días de guerra en la más absoluta desigualdad de fuerzas y sin aliados de peso, el 14 de junio, Luciano Benjamín Menéndez firmó la rendición de las tropas argentinas. A partir de allí, durante mucho tiempo reinó un clima de profunda frustración y desengaño, tras haber sido doblemente robados: un territorio perdido y 650 jóvenes muertos (sumado a cerca de 400 suicidios en posguerra) por una desesperada manipulación por parte del gobierno militar para mantenerse en el poder.

En ese momento, uno de los más oscuros de la historia del país, aparecía un héroe vengador que le daba a Argentina su *vendetta* y otorgaba a muchos corazones una felicidad inconmensurable.

Pero caímos, al levantar la cabeza y ver más allá de la pelota y el campo de juego, que este heroísmo atravesó estadios y se metió de lleno en uno y cada uno de los hogares donde la felicidad no abundaba.

“Si yo fuera Maradona, viviría como él”, confiesa la canción de Manu Chao. Y nada más acertado, a nuestro parecer, que esa cruda confesión. Porque, más allá de sus errores, cómo negarse a otorgarle gloria y alegría a un país entero. Cómo negar el arte popular a su

pueblo o con qué autoridad podríamos contradecir sus fuertes declaraciones en pos de los humildes.

Por eso este homenaje de nuestra parte, a poco de cumplirse el primer aniversario de su muerte, al realizar este Trabajo Final: una manera de agradecer por haber deleitado a ojos y oídos propios y ajenos. Un reconocimiento, a su vez, por no olvidarse de los que más necesitaron, no sólo dinero, sino una alegría.

A fin de cuentas, como describe una de las pancartas que se ve en una de las imágenes analizadas, “Un pueblo no olvida a quien le dio alegrías”.



BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

- Abruzzese, Alberto & Miconi, Andrea. (2002). *Zapping. Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Cátedra.
- Angenot, Marc. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Bajoit, Guy. (1997). *Qu'est-ce que le sujet?*. En Bajoit, Guy y Emmanuel Belin (Eds.). Construb
- Barthes, Roland. (2009). *Diario de duelo*. 26 de octubre de 1977 - 15 de septiembre de 1979. Texto establecido y anotado por Nathalie Léger. Trad. de Adolfo Castañón. México: Siglo XXI.
- Bauzá, Hugo. (1998). *El mito del héroe: morfología y semántica de la figura heroica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benveniste, Émilie. (1979). *Problemas de lingüística general, II*. México: Siglo XXI (3ª edc.).
- Berger Peter I. & Luckmann Thomas (1968). 66 dice *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berger, Peter. (1967). *El dosel sagrado: para una teoría sociológica de la religión*. Barcelona: Kairós.
- Calabrese, Omar. (1987). *El lenguaje del arte*. Barcelona: Paidós.
- Casciari, Hernán. (2013). *10.6 segundos*. Revista Orsai, n.º 11, pp. 36-49.
- Castells, Manuel. (1999). *La sociedad en red*. Madrid: Alianza S. A.
- Cicalese, Gabriela. (2010). *Yo soy... ¿nosotros somos? Comunicación e identidades*. Buenos Aires: San Pablo.
- Gajnaj, Ezequiel. (2007). *Medios y construcción de imagen*. Universidad Empresarial Siglo 21.
- García Gual, Carlos. (2013). *Epicuro: Hedonismo y materialismo*. Madrid: Alianza S. A.
- Gaudreault, André & Jost, François. (1995). *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Giddens, Anthony. (1997). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.

- González Requena, Jesús. (1999). *El discurso televisivo: el espectáculo de la modernidad*. Madrid: Cátedra.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. (1980). *La enunciación de la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edical S.A.
- Lipovetsky, Gilles. (1996). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los tiempos democráticos*. Barcelona: Anagrama.
- Martín-Barbero, Jesús. (2002). *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Moscoso Sánchez, David & Pérez Flores, Antonio Manuel. (2012). *Los ídolos del deporte, de Coubertin a Beckham*. Revista de Estudios de Juventud, ISSN-e 0211-4364, N° 96, págs. 121-141.
- Perez Dacuña, Esteban Ignacio. (2017). *Fútbol: ¿En la cancha se ven los ídolos?* Universidad de San Andrés.
- Pujadas, Joan Josep. (1996), *Memoria individual y memoria colectiva*. en L. I. Méndez y Mercado (coord.), *Identidad III. Coloquio Paul Kirchhoff*, México: DGAPA-UNAM.
- Ramé, Vanina. (2021). *Rastreo de rasgos identitarios formativos de egresadas/os latinoamericanas/os a través de trabajos finales audiovisuales realizados en las carreras de Comunicación Social. Estudio comparativo entre la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, y la Universidad del Valle Cali, Colombia (2010-2015)*. Tesis de Doctorado. Estudios Sociales de América Latina. Centro de Estudios Avanzados. UNC. Línea de investigación: Comunicación y Cultura. CEA UNC.
- Ramirez Grajeda, Beatriz. (2017). *La identidad como construcción de sentido*. Andamios vol.14 no.33 Ciudad de México
- Reguillo Cruz, Rossana. (2000). *Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo*. Artículo. Universidad de Guadalajara, México.
- Ricoeur, Paul. (1995). *Tiempo y narración I, II, III*. Madrid: Siglo XXI.
- Ricoeur, Paul. (1999). *Historia y narratividad*. España: Paidós Ibérica.
- Rincón, Omar. (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Triquell, Ximena. (2012). *Contar con imágenes: una introducción a la narrativa filmica*. Córdoba: Brujas.

- Toro Castillo, Bárbara. (2011). *Medios masivos de comunicación: una construcción de la realidad*. Publicación de la Revista Pequén, Escuela de Psicología, Universidad del Bio Bio.
- Urbanitsch, Verónica. (2011). *La configuración de la figura del líder en el documental: una mirada semiótica*. Universidad de Buenos Aires.
- Verón, Eliseo. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gredisa.
- Villoro, Juan. (2006). *Dios es redondo*. Barcelona: Anagrama.



ANEXOS

Anexos

[Anexo 1](#). Universo de análisis

[Anexo 2](#). Cuadros y fragmentos seleccionados

[Anexo 3](#). Fichas de los fragmentos seleccionados