



Este mundial ya lo vimos

por José Tripodero

Una mirada sobre el rol de los medios y el mundial. Lejos de informar, los enviados especiales son expuestos a justificar la inversión de los recursos de los canales, a través del ridículo, la chabacanería y la impronta porteña.

Y sí, este mundial lo vimos y parece ser que lo vemos cada cuatro años, el mundial de los periodistas en los días previos a la cita máxima del fútbol. Para los medios de comunicación, televisivos, parece ser una carrera para ver quién cubre más de cerca todo aquello que rodea al mundial, aunque esto no sea más que circundar lo que verdaderamente importa, sumándole que no hay manera de informar sobre ello porque todavía no empezó.



En los canales de aire privados, el enfoque se diferencia entre unos y otros pero no tanto. *TELEFE* repite la fórmula del humor mezclado con deporte, la comitiva del tridente conformado por Walter Queijeiro, Fernando Carlos y Germán Paolosky encarnan a la

camada de periodistas deportivos *hips*. Esos que exponen su condición de ganadores, graciosos y desinhibidos a hacer cualquier cosa que la situación pida, desde hacer aeróbicos con la gente local hasta reírse de la idiosincrasia de una comunidad. Ah, y a veces, dar noticias referidas al fútbol. Otra de las alternativas frecuentadas, es la de sumarse a la efervescencia y entusiasmo de los hinchas argentinos y generar una especie de comunión sobre los problemas de idioma, comida como así también estrategias para conseguir chicas, la "evangelización" de los nativos a través de la docencia en coreografías, gimnasia y todo aquello que hace del argentino un ser "entrañable" y "único" en el mundo, etc.

El caso de *América TV* es levemente distinto, con un grupo más reducido, apuesta a la información y también a la inevitable "nota de color". La cual inclina la balanza estos últimos días en los que el hermetismo sobre lo que sucede en las concentraciones de los seleccionados ofrece información en cuenta gotas. La *troupe* todo terreno del canal del Grupo Vila está comandada por Alejandro Fantino, "Toti" Pasman y Pamela David. En este caso, la señal no transmitirá ningún partido pero sí saldrán con programas dedicados más a transmitir misceláneas, experiencias personales y poco de fútbol. Lo importante es estar y retransmitir cualquier cosa que suceda en Sudáfrica, no importa qué.



TV pública - Canal 7, mantiene un perfil sobrio, justo y exclusivamente dedicado al evento específico. A partir de ello se conformó un grupo mayormente integrado por ex-jugadores que tienen una cierta experiencia en el periodismo: Sergio Goycochea, Diego Latorre y Enzo Francescoli, acompañados por Gustavo Kuffner, Pablo Tiburzi y "Chiche" Almozny. Además de las transmisiones de los encuentros del seleccionado de Maradona saldrán programas especiales con lo mejor del día.

El Grupo Clarín figura como el más alicaído, el *Canal 13*, que se llama a sí



mismo como "el canal del mundial", este año simplemente se limita a los micros de los periodistas de *TN* en los respectivos noticieros. Un mes tan infrecuente, no sólo para los aficionados, genera despropósitos tales como interrumpir un programa para que el corresponsal informe acerca de la lesión del número 10 de Holanda, como si se tratara de una cadena nacional. El mundial no resiste géneros, hasta magazines (o esos productos híbridos de la mañana) se prenden a la fiebre mundialista y exigen, tácita o explícitamente, "algo" que provenga del continente africano. Los canales de noticias han redoblado los espacios dedicados al deporte como así también las notas adyacentes al mundial: la deportación de los barras bravas, la construcción de un perfil de esos individuos y cómo llegaron hasta allí, siempre en clave tendenciosa y alarmista.



El caso de *Fox sports* (que de "Sports" no tiene nada porque es 100% fútbol) es curioso. La señal ha pasado a convertirse en un noticiero 24 hs. del mundial. Si bien los periodistas internacionales colaboran en los debates, con matices y otras visiones alejadas de los periodistas locales, *Fox* cae por momentos en la cantinela de los canales de aire. Contribución otorgada por "Titi" Fernández y Marcelo Benedetto, dos hombres bien alejados de la profesión en este último tiempo. *ESPN* distanciado de la cháchara de los demás canales tiene un plan escueto pero efectivo con dos programas: "Hablemos de fútbol" y el noticiero "Sportcenter" con sus respectivas ediciones, con hombres de experiencia y calidad como Miguel Simón y Roberto Perfumo. *TyC* recién prendió el fuego y espera unos días para tirar la carne al asador. Por el momento el nutrido staff de periodistas no hace más que especulaciones, expresiones de deseo y algunas observaciones históricas, de actualidad poco y nada. Lo mejor estará una vez comenzado los partidos.

El chiste fácil, la pavonearía, lo obvio, lo altanero, etc. es lo que caracteriza a las coberturas periodísticas argentinas, beneficiarias de una impunidad lograda por la falta de memoria, cuatro años es mucho tiempo para recordar estos papelones, que se repiten mundial tras mundial. Este panorama menguará cuando el árbitro de Sudáfrica – México pite el inicio de lo que verdaderamente interesa, eso que sucede adentro de una cancha de fútbol y no afuera.

(0) Comentarios

Dejar un comentario

Nombre

Email

Comentario



Última actualización:
11-10-2016 14:52:32

buscanos en facebook!



IUNA
Instituto Universitario Nacional del Arte
Azcuénaga 1129. C1115AAG
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(54.11) 5777.1300

**Área Transdepartamental
de Crítica de Artes**
Bartolomé Mitre 1869
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(54.11) 4371.7160 / 4371.5252

Las apreciaciones expresadas en los artículos publicados en ArteCríticas son de entera responsabilidad de cada autor. Esta publicación online no se hace responsable de ellas.

