

DISCURSO PERIODÍSTICO EN LOS JUEGOS OLÍMPICOS: DEL DEPORTE-POLÍTICA AL ESPECTÁCULO.

El caso de Clarín, Argentina, en 1972, 1992 y 2016

Julieta Boschiazzo

Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina

juliboschiazzo@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0005-7874-5795>

Recibido: 5 de febrero 2024

Aceptado: 7 de mayo de 2024

Identificadores permanentes

ARK: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/4nwezamb3b>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2024.9502>

|1|

Resumen: Al remontarnos en la historia de los Juegos Olímpicos modernos (1896), podemos constatar que en sus comienzos eran utilizados como un fuerte instrumento político por parte de los Estados Nación, cuyos representantes vigilaban el comportamiento de sus deportistas –que debían adecuarse a las relaciones políticas del momento– y utilizaban los Juegos para promocionar su imagen nacional.

Con el pasar de los años, las ganancias del evento crecieron a niveles muy altos y empezaron a dejar como saldo cifras exorbitantes. A partir de la era neoliberal, que comienza a fines de la década de 1970, el deporte se transformó en una de las industrias comerciales más importantes del mundo gracias a la creciente suma de simpatizantes y ganancias. Se competía por la atención del público, cuya demanda estaba centrada en lo espectacular, el triunfalismo, el escándalo y la polémica.

Por esos motivos, en el siguiente artículo analizamos el proceso de espectacularización de los Juegos, mostrando el pasaje del predominio de la relación deporte-política a la de deporte-espectáculo a partir de las publicaciones del diario *Clarín* (periódico de tirada nacional fundado en 1945) durante los Juegos Olímpicos de Munich 1972, Barcelona 1992 y Río 2016. El método utilizado para llevar adelante la investigación planteó la comparación de los Juegos a partir del análisis del discurso y de contenido del diario *Clarín*, teniendo en cuenta además el contexto geopolítico mundial.

Palabras clave: deporte, política, espectacularización, Juegos Olímpicos, neoliberalismo.

JOURNALISTIC SPEECH IN THE OLYMPIC GAMES: FROM SPORT-POLITIC TO SHOW The case of Clarín, Argentina, in 1972, 1992 and 2016

Going back in the history of the modern Olympic Games (1896), we can see that in their beginnings they were used as a strong political instrument by Nation States. Their



representatives monitored the behavior of their athletes, who had to adapt to the political relations of the moment, and used the Games to promote their national image.

As the years went by, the event's profits grew to very high levels and began to leave exorbitant profits. Since the neoliberal era, which begins in the late 1970s, sport has become one of the most important commercial industries in the world thanks to the growing number of fans and profits. There was competition for the public's attention and its demand was focused on the spectacular, triumphalism, scandal and controversy.

For these reasons, in the following article we analyze the process of spectacularization of the Games, showing the passage from the predominance of the sport-politics relationship to that of sport-spectacle based on the publications of Clarín (national newspaper founded in 1945) during the 1972 Munich Olympic Games, Barcelona 1992 and Rio 2016. The method used to carry out the research proposed the comparison of the Games based on the analysis of the discourse and content of the newspaper Clarín, also taking into account the global geopolitical context.

Keywords: Sport, Politics, Show, Olympic Games, Neoliberalism.

|2|

Introducción

Los Juegos Olímpicos tienen su origen en Olimpia en el año 776 AC; en sus comienzos eran un conjunto de competencias que duraban seis días y se celebraban cada cuatro años. Sin embargo, luego de la conquista de Grecia por los romanos, se les comenzó a dar cada vez menos importancia hasta que en el año 393 el emperador Teodosio I los abolió por considerarlos un evento pagano. Recién en 1894 los Juegos fueron reanudados gracias al francés Pierre de Coubertin, quien creó el Comité Olímpico Internacional (COI), el cual desde entonces coordina el evento.

La primera edición de los Juegos modernos de verano tuvo lugar en Atenas en 1896, y sólo participaron 245 atletas. A partir de ahí, fueron evolucionando con la participación de las mujeres y de cada vez más países; la incorporación progresiva de disciplinas; la implementación de herramientas de medición y exámenes médicos; como también con la adopción de la cultura del podio, las medallas y la antorcha; la eliminación del amateurismo y la creciente presencia de espectadores, voluntarios/as y medios de comunicación.

Desde entonces, los Juegos Olímpicos se convirtieron en un mega evento que condensa las mejores postales que puede ofrecer el deporte. Se construye un show en donde los y las deportistas pasan a ser figuras estrellas y las pruebas una performance, ya que se asemejan a la idea de muestra escénica que tiene como fin presentarse a un público para generar una reacción y sorprenderlo. El esquema se completa con los miles de flashes y gritos pidiendo más y más.

La mutación que tuvieron los Juegos Olímpicos a lo largo de la historia es una cuestión relevante para los Estudios en Comunicación ya que los medios de comunicación llevaron a cabo un papel muy importante en su comercialización y espectacularización. Además, en estos eventos se dan innumerables cuestiones que refieren al funcionamiento de la sociedad: victoria, drama, dolor, gloria, corrupción, negocio, trampa, poder, violencia, ocio. Analizar los JJ.OO. nos permite comprender cómo actúan las relaciones de poder y el capitalismo globalizado en el mundo contemporáneo.

Por estas razones, reconstruimos el pasaje de la relación deporte-política en los Juegos Olímpicos, hacia la espectacularización de los mismos. Para ello, se analizan tres citas olímpicas. En primer lugar, los Juegos Olímpicos de Munich 1972, que fueron celebrados en Alemania Federal entre el 26 de agosto y el 11 de septiembre. Participaron 7.134 atletas (6.075 varones y 1.059 mujeres) de 121 países, que compitieron en 23 deportes y 195 especialidades. Un rasgo importante a destacar refiere a la participación de las mujeres ya que, hasta esta edición, la presencia femenina era de 500 deportistas aproximadamente. Sin embargo, en Munich se llegó a una presencia de 1.059 atletas.

Luego abordaremos los Juegos de Barcelona 1992, que se desarrollaron entre el 25 de julio y el 9 de agosto. Participaron 169 Comités Olímpicos, hubo 257 disciplinas que correspondieron a 25 deportes, 9.356 atletas (6.652 varones y 2.704 mujeres).

Por último, estudiaremos Río de Janeiro 2016, mega evento realizado entre el 5 y el 21 de agosto. Participaron 11.551 atletas de 207 Comités Olímpicos Nacionales en 28 disciplinas deportivas. Para esta edición, Kosovo y Sudán del Sur participaron por primera vez y fueron los primeros Juegos realizados en un país sudamericano y la segunda en un país latinoamericano.

|3|

Diseño metodológico

Para abordar a los Juegos Olímpicos, partimos de la base de que son un mega evento que se lleva a cabo cada cuatro años a nivel mundial, en el que se desarrollan competencias de múltiples disciplinas deportivas, tanto en la rama femenina como masculina. Ramón Llopis Goig (2012) cita al sociólogo Maurice Roche que define a los Juegos como acontecimientos a gran escala que poseen un carácter espectacular, cuentan con un gran poder de atracción global y tienen un fuerte significado internacional. El autor explica también que en la organización de los mega eventos participan organismos gubernamentales de carácter nacional y organizaciones no gubernamentales internacionales. Además, son acontecimientos de duración breve, no tienen lugar necesariamente en una única ciudad y requieren de una elevada inversión económica por parte del lugar en donde se realizan, en relación a la infraestructura, seguridad y aspectos organizativos.

En estos mega eventos las competencias deportivas parecen asemejarse a un espectáculo. Según Guy Debord (2008), la vida de las sociedades en donde gobiernan las condiciones de producción modernas se presenta como una acumulación de espectáculos. El espectáculo se muestra como la sociedad misma y es el resultado del modo de producción existente. El autor sostiene que "(...) es la médula del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimientos, el espectáculo constituye el modelo actual de la vida socialmente dominante" (p.4). Debord explica que no se puede oponer de manera abstracta el espectáculo a la actividad social ya que el primero tiene lugar en la realidad y ésta, a la vez, está invadida por la contemplación del espectáculo. En palabras del autor: "la sociedad que reposa sobre la industria moderna no es fortuita o superficialmente espectacular, sino fundamentalmente espectacularista" (p.4). Asimismo, el autor expone que el espectáculo somete a los hombres de la misma forma en que la economía los sometió totalmente y es el discurso ininterrumpido del orden actual sobre sí mismo. Para el autor, el espectáculo "(...) es el autorretrato del poder en la época de

su gestión totalitaria de las condiciones de existencia” (p. 7). Es inseparable del Estado, de la división del trabajo social y de la dominación de clase. En ese sentido, Corriente y Montero (2014) explican que el deporte-espectáculo se convierte de esa manera en una máquina de producir significado. Los que más sufren las victorias o derrotas de sus “héroes” deportivos son, entonces, las/los espectadoras/es.

Para poder dar cuenta del pasaje de la relación deporte-política a la de deporte-espectáculo, realizamos una comparación de tres citas olímpicas específicas. Se constituyó un corpus con las noticias publicadas por el diario *Clarín* sobre los Juegos Olímpicos de Munich 1972, Barcelona 1992 y Río 2016. Las elecciones concretas refieren a que en Munich 1972, se puede ver una clara utilización de los Juegos con fines políticos, con una de las expresiones terroristas más significativas en historia del Olimpismo. El caso de Barcelona 1992 fue escogido porque en ese momento se produjo un quiebre en donde el fenómeno del espectáculo se vio exaltado, sobre todo con el auge de las transmisiones por TV y las ganancias que ello suponía. Por último, seleccionamos Río de Janeiro 2016 debido a que constituye un claro ejemplo en el que la espectacularización ya se encuentra totalmente naturalizada y asentada, reforzada aún más con el uso de las redes sociales.

La elección del diario *Clarín* responde a diferentes cuestiones; en primer lugar, no se pudo trabajar con un diario especializado en deportes como es *Olé!* porque surgió recién en 1996. A raíz de ello, se optó por el diario *Clarín* debido a que el medio fue creado en 1945, por lo que en 1972 se encontraba en plena actividad. Se trata de un diario de tirada nacional que destina una sección especial para los deportes y en algunas ocasiones, en 1992, incluía un suplemento deportivo. Por otra parte, las noticias de Munich 1972 y Barcelona 1992 resultaron de fácil acceso ya que están disponibles en el Archivo General de la Provincia de Entre Ríos “Guillermo Saravi” en Paraná, situación diferente al diario *La Nación*, por ejemplo, que no contaba con todos sus ejemplares. En cuanto a las notas sobre Río 2016, se encontraron en la Biblioteca del Congreso de la Nación, y también en internet.

Clarín se publica diariamente en formato impreso y también cuenta con una versión digital que se actualiza constantemente. Además, el diario ha diversificado su oferta con suplementos y revistas especializadas en diferentes temas. Cuenta con secciones dedicadas a noticias nacionales e internacionales, política, economía, deportes, espectáculos, entre otros temas. Su estilo periodístico, su larga trayectoria y posicionamiento ideológico, ligado a una orientación liberal y conservadora, consolidaron su posición y el público lector al cual apunta.

Realizamos la comparación utilizando las técnicas de análisis de contenido y de análisis del discurso, en donde la atención está puesta en las estrategias discursivas que *Clarín* utilizó en la cobertura de los eventos.

La comparación es un método que nos permite contrastar dos o más procesos y así establecer similitudes y diferencias entre ellos, lo que nos servirá para producir datos que nos lleven a un mayor conocimiento del objeto de estudio. Morlino y Sartori (1994) explican que el método comparativo sirve para controlar si una generalización se corresponde con los casos a los cuales se aplica. Los autores exponen que para poder llevar a cabo la comparación es necesario utilizar parámetros recabados de casos comparados, como así también emplear categorías de análisis no ideográficas, es decir, derivadas de determinadas teorías generales de algún esquema conceptual generalizante.

Primeramente, tenemos en cuenta la relevancia que el medio otorgó a las disciplinas y deportistas, como así también a las imágenes que incluyó en cada una de las noticias. En la misma línea, analizamos cuál fue el grado de importancia que el medio le dio a cuestiones que eran totalmente ajenas al desarrollo de las competencias. En ese sentido, nos referimos a la vida íntima de los deportistas, su vestimenta, problemas interpersonales, conflictos entre naciones y el comportamiento del público. De la misma forma, prestamos atención a las figuras destacadas de cada Juego y cómo *Clarín* las construyó.

Las técnicas a aplicar son, por un lado, el análisis de contenido: Holm, Hübner y Mayntz (1988) lo definen como “(...) una técnica de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades lingüísticas de un texto con la finalidad de obtener conclusiones sobre las propiedades no lingüísticas de las personas y los agregados sociales” (p.198).

La siguiente técnica utilizada es el análisis del discurso; en esta instancia comparamos las estrategias discursivas empleadas por *Clarín*. Según Calsamiglia Blancafort y Tusón Vals (1999), el discurso es la forma en que la lengua se pone en funcionamiento para construir formas de comunicación o de representación del mundo. A partir de su análisis se busca comprender a las prácticas sociales como un conjunto de elementos que son de diversas naturalezas pero que están estrechamente relacionados. Por otra parte, las estrategias discursivas, a partir de Charaudeau y Maingueneau (2005), son obra de un sujeto conducido a elegir determinado número de operaciones de lenguaje, a las que se debe relacionar con un marco imperativo y en las cuales se debe atender a ciertas condiciones de la psicología social.

Asimismo, analizaremos las fotografías y qué aparece en ellas. Marcus Banks (2010) habla sobre los diferentes enfoques analíticos y métodos utilizados para el estudio de los materiales visuales. El autor pone énfasis en la narrativa de las imágenes, la cual refiere a la organización intencional de la información que se presenta dentro de ellas. Banks distingue dos tipos: la interna, que tiene que ver con lo que aparece en la imagen; y la externa, que tiene que ver con quién hizo la foto, cuándo y por qué.

Juegos de Munich 1972

Trazando una línea histórica a lo largo del desarrollo de los Juegos Olímpicos, podemos decir que en las ediciones realizadas entre los períodos de guerras, crisis políticas y dictaduras, el despliegue de los Juegos se encontraba mediado por una relación deporte-política. Para ese entonces, los jefes de Estado de cada país tenían un muy fuerte poder en cuanto a las decisiones que se tomaban en función a los Juegos y éstos eran concebidos como una herramienta política fundamental para desarrollar estrategias y mostrar su nación al mundo.

El momento histórico en que se desarrolló la cita de Munich fue crucial, con el no tan lejano fin de la Segunda Guerra Mundial, que tuvo como resultado el triunfo de los Aliados contra las potencias del Eje, los estados derrotados fueron totalmente ocupados por los vencedores y a partir de allí comenzó un período conocido como Guerra Fría. Bajo esta misma línea, en 1945 en la Conferencia de Yalta se tomó la decisión de dividir Alemania en cuatro partes, que luego quedó organizada en dos partes: la República Federal Alemana (RFA) y la República Democrática Alemana (RDA).

Luego de la guerra, la RFA se encontraba entre las potencias de la Europa capitalista. Quería mostrarse renovada, moderna y democrática. Por eso, orientó grandes esfuerzos a la organización de los Juegos Olímpicos. Apostó a la tecnología y a la construcción de infraestructura para mostrarse al mundo. Aquí podemos advertir una de las principales controversias que se da en la organización de los JJ.OO. y que nunca ha dejado de ser actual: los gigantescos gastos que se realizan para construir la infraestructura necesaria y acondicionar la ciudad, cuando en los países hay otros problemas económicos y sociales que necesitan ser atendidos de manera más urgente.

Por otra parte, Munich 1972 es uno de los ejemplos más claros que nos permiten entender cómo los Juegos no son sólo deporte, sino que allí también entran la corrupción, los boicots y las rivalidades entre potencias. Estos Juegos se recuerdan sobre todo porque fueron atravesados por un atentado terrorista, llevado a cabo por Septiembre Negro, una organización palestina terrorista. El 5 de septiembre de 1972, el comando Ikrit Biraam, con ocho hombres, entró a la Villa Olímpica y se dirigió a la delegación de Israel; mató a dos atletas que intentaron escapar y tomó a nueve deportistas como rehenes. Los terroristas reclamaban la liberación de 200 presos políticos palestinos que se encontraban en Israel y que un avión los trasladara hacia Egipto.

A partir de ese momento, los Juegos Olímpicos pasaron a ser secundarios y el mundo entero siguió a través de la televisión la negociación. Un helicóptero llevó a los secuestradores y a los rehenes al aeropuerto militar de Führstenfeldbrück. Allí, los esperaba un avión de Lufthansa para llevarlos a El Cairo luego de que liberaran a los rehenes. Sin embargo, el intento de rescate que Alemania había planeado para ese momento fracasó. El saldo fueron 16 muertos: los nueve atletas israelíes, cinco terroristas, un policía alemán y el piloto de uno de los helicópteros. El hecho duró tan solo ocho minutos y fue captado por las cámaras de televisión.

Debido a lo ocurrido, el COI suspendió las competencias a las 15:30 del 5 de septiembre; en el lapso de las 12 horas que pasaron desde la primera muerte, los deportistas tuvieron que seguir con sus competencias sin importar la presencia de los terroristas armados. Luego, a la mañana del 6 de septiembre, el COI organizó una misa en el Estadio Olímpico, puso las banderas a media asta y el presidente del Comité en ese momento, Avery Brundage, anunció que los Juegos no se suspenderían sino que debían continuar. Israel, Noruega, Holanda, Egipto y Filipinas retiraron sus equipos.

También ocurrió otro conflicto político referido a Rhodesia (actualmente Zimbawe): una semana antes de la apertura de los JJ.OO., el COI dio marcha atrás en su invitación debido al boicot de diferentes países africanos y otros como Yugoslavia y Afganistán, que estaban en contra del régimen racista del país. El equipo llegó a presentarse a Munich con 47 integrantes, en donde recibieron la noticia por parte del alcalde de la Villa Olímpica, Walter Troeger. La decisión mostró la forma en que las presiones políticas afectaban cada vez más al movimiento olímpico en sus ediciones. En *Clarín* solo hay una nota que alude al tema.

Por último, uno de los enfrentamientos más recordados pero que no tuvo mucha relevancia para el diario fue el partido entre la Unión Soviética (URSS) y Estados Unidos en la final de básquet. Esta rivalidad no era solo deportiva, sino que se trataba de un enfrentamiento entre las dos potencias más fuertes, con dos sistemas económicos y

de gobierno contrapuestos, una de las representaciones más claras del traslado de la Guerra Fría a los Juegos.

En *Clarín* solo hay dos notas que refieren al partido. Una de ellas fue la titulada “La Maratón, Tenue Esperanza Argentina” que habla sobre la prueba atlética, los récords batidos ese día y en un último subtítulo llamado “Ganó Rusia” escribe sobre el resultado de la final del partido y sobre el reclamo de Estados Unidos. Por otro lado, encontramos otra nota que es parte de la publicación que abarca los resultados de las competencias de ese día, en el subtítulo “básquetball” informan quién ganó cada medalla y entre paréntesis aclaran que el reclamo de Estados Unidos no fue tomado. También cuenta con una fotografía grande del doble anotado por el jugador de la Unión Soviética, que fue la raíz del reclamo de Estados Unidos, ya que el tiempo se había reanudado tres veces por diversas cuestiones (dando tres oportunidades a la URSS para anotar), la última, por un supuesto problema del reloj de la mesa de control.

Análisis de contenido y del discurso

Para el momento en que se desarrolló Munich 1972, *Clarín* publicaba su diario en formato papel con un diseño tabloide. Las noticias que hablaban sobre los Juegos se encontraban en la sección deportes y en algunas ocasiones también formaban parte de la tapa. En dos ejemplares encontramos el suplemento “Clarín Deportivo. Una verdadera revista del deporte”. Asimismo, encontramos algunas noticias en otras secciones del diario, como las que refieren a política o arquitectura.

El diario destinó generalmente dos páginas por día para hablar de los Juegos. Para realizar nuestro análisis contamos con un corpus de 72 notas. Al leer las notas de *Clarín* podemos notar que todas las publicaciones hablan de temas relacionados a los Juegos, en el caso de que no se hable de las competencias meramente, el centro siempre estuvo en cuestiones relacionadas al evento y a lo deportivo. Sin embargo, este eje se mantuvo hasta el día en que se desarrolló el conocido atentado terrorista. A partir de allí, *Clarín* dejó de lado las competencias para centrar fuertemente su interés en torno a la masacre. Desde el día en que ocurrió el atentado, 6 de septiembre, hasta el 12 septiembre que fue la última noticia de *Clarín* sobre los Juegos, el diario publicó 34 notas, de las cuales 12 tratan sobre las competencias y el evento; y las demás 22 se centran en el atentado y cuestiones políticas.

En cuanto a la cobertura de *Clarín*, su centro fue la delegación argentina. Si bien se nombró a determinados deportistas que no eran del país, como el nadador estadounidense Mark Spitz, la mayoría de las notas hicieron hincapié en nuestro país y en los resultados de Latinoamérica. Un gran número de ellas hablan sobre remo, boxeo y hockey sobre césped masculino. Suman un total de 26 notas.

Sin embargo, a partir del análisis realizado, podemos encontrar en las notas una gran variedad de disciplinas deportivas. Hay una pretensión de cubrir el evento en su totalidad. Lo podemos ver sobre todo en aquellas notas que hablan sobre un tema en específico y luego agrega en numerosos subtítulos los resultados de las demás pruebas. Entendemos que el fin es cubrir el evento de manera completa, en la medida que se pueda.

Figura N°1

Portada de sección Clarín Deportivo



Fuente: Clarín Deportivo. Una verdadera revista del deporte (1972).

Las fotografías son de deportistas en acción, del Olympiastadion München, o de jefes de Estado o funcionarios políticos y otras refieren al atentado terrorista. En total suman 34, de las cuales 13 fueron sobre deportistas, 14 sobre el atentado y 7 sobre las ceremonias, de alguna manera marcan el interés del diario en su cobertura. Cabe destacar que son en blanco y negro.

El mayor ganador de estos Juegos Olímpicos fue Mark Spitz, quien obtuvo seis medallas de oro, cuatro logradas en pruebas individuales y con récords olímpicos y mundiales. De esa forma, durante 36 años fue el deportista que más oros obtuvo en un solo JJ.OO. En Alemania fue apodado como El Tiburón. Ya en 1972 el proceso de mercantilización de los deportistas había comenzado; la firma William Morris, en ese momento una de las mayores agencias de propaganda comercial del mundo, ofreció a Spitz una suma de cinco millones de dólares por medalla.

Clarín destinó al deportista dos notas, una de ellas titulada “Mark Spitz, acaparador de medallas de oro, partió para Estados Unidos”, en donde se explica que se había planteado la idea de hacerle una entrevista, pero debido al atentado terrorista el deportista se volvió hacia California. La otra se titula “Hazaña” y en un pequeño párrafo informa sobre las medallas obtenidas por Spitz.

Para *Clarín*, el deportista destacado por excelencia fue el remero Alberto Demiddi, quien logró una medalla de plata para el país. En el diario encontramos 16 noticias que hablan sobre remo, además de publicidades que tienen su nombre o imagen. El diario también distinguió, en menor medida, a otros deportistas argentinos. Entre ellos, el equipo masculino de ocho remos, Walter Gómez y Miguel Ángel Cuello en boxeo, Eduardo Maggiolo en lucha y el equipo de hockey sobre césped masculino.

Primeros pasos hacia la difusión mundial del deporte

Otra decisión que permite vislumbrar aún más esa idea de una Alemania renovada refiere a la importancia que se le dio a la difusión de los Juegos. Munich 1972 nos da una previsión de lo que años después harían con los Juegos la TV y los grandes medios de todo el mundo. Si bien fue en menor medida en comparación con los Juegos de los últimos años, Munich 1972 también fue mediático. Fue cubierto por 4.000 periodistas de todo el mundo y retransmitido por alrededor de 70 cadenas de TV.

Desde los primeros Juegos modernos hasta la actualidad, la organización y la definición del programa olímpico siempre fue un debate en el que entran temas políticos y comerciales. Desde la presencia de determinadas disciplinas por su arraigo con el país organizador, hasta el gran peso que tienen otras por su popularidad y sus favorables resultados en la ecuación costo-beneficio de las mediciones de audiencia de televisión. Los auspiciantes, las cadenas de TV y los dirigentes políticos son tres piezas totalmente transversales a los Juegos, en mayor o menor medida, su presencia y sus presiones son intachables.

Todas estas situaciones son las que nos permiten entender cómo se desplegaron los Juegos Olímpicos de Munich en 1972. Se trata de cuestiones transversales a los Juegos ya que son los elementos decisivos que construyen estos eventos.

Juegos de Barcelona 1992

La cita en Barcelona 1992 fue la primera sin algún boicot desde Munich 1972. Realizando un repaso histórico, en Montreal 1976, 28 países africanos pidieron al COI que excluyera a Nueva Zelanda por haber disputado un partido de rugby con Sudáfrica, país que había sido expulsado del movimiento olímpico por su política de *apartheid*. Como el COI rechazó esta petición, dichos países, más Guyana e Irak, no participaron en las competencias. En Moscú 1980, Estados Unidos en protesta por la invasión soviética a Afganistán no asistió a los Juegos y varios países (65 en total) tomaron la misma decisión. En 1984, la Unión Soviética y 14 de sus aliados del bloque de Este, a excepción de Rumania, no asistieron a la cita olímpica de Los Ángeles y en agosto de ese mismo año realizaron los llamados “Juegos de la Amistad”. En Seúl 1988, Corea del Norte propuso al COI llevar a cabo una edición conjunta con Corea del Sur. El COI respondió que podría ser sede de algunas pruebas, pero sólo si aceptaba abrir las fronteras entre ambos países. Corea del Norte no aceptó y llamó a boicotear las competencias, pero únicamente recibió el apoyo de Cuba, Nicaragua, Albania y Etiopía. En función del contexto político-mundial, debido a la disolución del Pacto de Varsovia y de la URSS (1991), las y los atletas rusos integraron la Comunidad de Estados Independientes y compitieron como Equipo Unificado (EUN). Alemania concurre con un solo equipo debido a la reunificación, tras la desaparición de la República Democrática Alemana (RDA), que pasó a estar bajo la jurisdicción de la República

Federal de Alemania (RFA). Por otro lado, Sudáfrica participó por primera vez desde 1960, ausente en las siete ediciones anteriores por el *apartheid*. Contrariamente, la República Federativa Socialista de Yugoslavia no concurrió por las sanciones internacionales establecidas debido a la Tercera Guerra de los Balcanes (1991-2001), que terminó por disolverla. Asimismo, se puede destacar el debut de Namibia y Yemen. El escenario a tener en cuenta en Barcelona tiene en su centro a la llegada del neoliberalismo, ya que con éste el paso a la relación deporte-espectáculo convirtió al primero en un gigantesco negocio del entretenimiento masivo. El comercio, los negocios y el dinero son uno de sus pilares.

Según David Harvey (2015), el neoliberalismo es:

Una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercios. El papel del Estado es crear y preservar el marco institucional apropiado para el desarrollo de éstas prácticas. (p. 6)

|10|

Sostiene Harvey que desde la década de 1970 se ha dado un giro hacia el neoliberalismo abarcando desde las prácticas hasta el pensamiento político-económico. Algunas de las cuestiones que lo muestran son la desregulación, la privatización y el abandono del Estado de áreas de la previsión social. La mayoría de los Estados han sido parte, ya sea de manera voluntaria o siguiendo las presiones de los más poderosos. De esa manera, esta teoría se ha vuelto hegemónica a nivel discursivo, ya que a través de ella muchas personas entienden y viven el mundo.

Corriente y Montero (2014) exponen que el deporte reproduce las principales características de la organización industrial moderna, como son la reglamentación, competitividad, especialización y maximización del rendimiento. Sus producciones son rendimientos y récords, es decir, datos cuantitativos que nada tienen que ver con las relaciones personales. Además de exigir a los jugadores su profesionalización y especialización, se los transforma en piezas intercambiables de la industria deportiva.

Los/las deportistas se construyen como:

(...) vedettes condenadas no a jugar, y ni siquiera a ganar, sino ante todo a generar ganancias: el carácter mercantil y espectacular del deporte limita cada vez más la iniciativa y autonomía de unos <<jugadores>> convertidos en auténticos soportes publicitarios y sometidos a constantes presiones para optimizar el rendimiento y los resultados. (p.15)

Bajo esta línea, la televisión fue una herramienta estratégica para los Juegos de Barcelona de 1992 en función al proceso de espectacularización de los JJ.OO. La autonomía del deporte con respecto a la televisión ya había terminado para los años 80. Las imágenes deportivas se habían transformado en preciadas mercancías y su producción y distribución se había monopolizado. En este punto, las empresas que pagaban por transmitir tenían privilegios en la cobertura dentro del campo de juego, relacionados con las fotografías y entrevistas a los deportistas.

Al pensar en cómo fue sucediendo el proceso de espectacularización en el deporte, resulta interesante retomar a Sergio Caletti (2001), quien explica que los medios de comunicación no tienen una historia propia, sino que su historia es la de la cultura. Por ese motivo el foco debe estar en los recursos puestos al servicio de la comunicación a lo largo de los años. De esta manera, es posible comprender que los procesos culturales y sociales se expresan, por decirlo de alguna manera, de diferentes formas y a través de distintas instancias de la vida social, como los medios de comunicación: los cambios que pretendemos visibilizar entre las coberturas de los JJ.OO. son el resultado de la mediatización de las relaciones sociales. En otros términos, el pasaje de una relación determinada entre deporte y política a una relación de espectacularización se produce culturalmente y se mediatiza en distintas instancias.

En ese sentido, en paralelo al desarrollo de los medios de comunicación a lo largo de la historia y la conformación de la sociedad de masas, los bienes culturales se fueron conformando en mercancías producidas en serie. Es así como llegamos a la configuración de la industria del entretenimiento. El autor explica que ésta busca satisfacer los deseos de los consumidores o al menos brinda una ilusión de satisfacción. Ambos se adecuan entre sí ya que la industria ofrece lo que su público acepta. Las mercaderías entregan una estandarización en la que lo distinto resulta insoportable.

Entre las décadas de 1960 y 1970 se dieron importantes cambios en las relaciones sociales, políticas y culturales vinculadas al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información. Muchas de estas transformaciones estuvieron vinculadas a la creciente transmisión digitalizada de datos a distancia, que llevaron a la informatización de la sociedad. El autor explica que las tecnologías de la televisión produjeron lo que Adorno llamó un des-dibujamiento de la barrera entre la imagen y la realidad. Por su parte, Jean Baudrillard explica que vivimos dentro de una era del simulacro, donde se da una suplantación de lo real por los signos de lo real.

Bajo esta misma línea, Caletti expone que la historia de la televisión marca un significativo pasaje de la paleotevé a la neotevé. La primera mostraba un claro esfuerzo por capturar la realidad y representarla tal cual era en la pantalla. Mientras que la segunda, producía la realidad que aparecía en el televisor. Los espectáculos se montan a partir de las necesidades que plantea la puesta en escena televisiva. Caletti cita a Umberto Eco (2012), quien sostiene que la principal característica de la neotevé es que cada vez habla menos del mundo exterior y más de sí misma y del contacto que mantiene con los espectadores.

Pierre Bourdieu, en su libro *Sobre la televisión* (1996), explica que, a la hora de analizar las citas olímpicas hay que tener en cuenta todo el campo de producción, entendiéndolas como un espectáculo televisivo o como "(...) utensilio de comunicación, es decir, el conjunto de las relaciones objetivas entre los agentes y las instituciones comprometidas en la competencia por la producción y la comercialización de las imágenes y los discursos sobre los juegos (...)" (p.121). Entre ellos entran el Comité Olímpico Internacional, las compañías de televisión, las empresas multinacionales que compiten por la asociación de sus productos con los Juegos, la radio y la prensa.

Análisis de contenido y del discurso

Durante el desarrollo de Barcelona 1992, *Clarín* destinó alrededor de cuatro páginas diarias para hablar de las competencias. En algunas ocasiones, presentaba un

|11|

suplemento deportivo que se llamaba “*Clarín* deportivo, una verdadera revista del deporte”. Para ese entonces, *Clarín* únicamente publicaba su versión en formato papel con un diseño tabloide. Fueron 88 las noticias publicadas.

En cuanto a las fotografías, fueron de deportistas en acción, en podios o festejando su primer puesto al terminar su prueba. También hubo retratos y fotos del Estadio Olímpico de Montjuïc en las ceremonias de apertura y clausura. De 55 fotos (contando también las fotos que aparecen en las propagandas), seis son del estadio o relacionadas a las ceremonias, 11 son fotos tipo retrato, 10 son de los deportistas en el podio o festejando su triunfo una vez terminada su prueba y 28 son de los atletas en acción durante el desarrollo de su competencia. De todas ellas, tres fotos fueron tapa: el mencionado estadio, Carl Lewis y las nadadoras estadounidenses que hicieron el récord en la posta 4x100 metros libres en natación. La mayoría de las fotos tuvieron un tamaño pequeño y al igual que en Munich fueron en blanco y negro.

El atleta más fotografiado fue Carl Lewis, quien de 55 fotos estuvo presente en 7 y, entre ellas, fue modelo de la propaganda de Panasonic. Ya en esta edición se pueden observar más imágenes tipo retrato y un mayor interés, al momento de seleccionárselas, en el montaje de la fotografía y la pose o postura de las y los deportistas. En las publicidades también se ven tratamientos de imágenes sin fondos, como PNG.

Es importante resaltar que los medios de comunicación hablaron de las competencias de manera muy desigual. Si bien es entendible que los deportes y deportistas más nombrados sean los más destacados, hay una sobreabundancia de las notas sobre determinados atletas, como Carl Lewis y los jugadores del equipo de básquet de Estados Unidos, integrado casi en su totalidad (11 de los 12) por los representantes de la NBA, que por primera vez competían en los Juegos Olímpicos y que fueron los ídolos contruidos por *Clarín*.

El diario publicó nueve notas sobre básquet y todas hablan o mencionan a los jugadores de la NBA. Asimismo, vemos una cuestión que llama la atención, desde antes de que arranquen las competencias ya se daba por sentado que Estados Unidos iba a ganar la medalla de oro en básquet masculino. Algunos de los fragmentos extraídos de las notas expresan: “Descontando que la NBA se quedará con el primer puesto surge la incógnita por el segundo lugar” y “La medalla de oro ya tiene dueño”.

Los basquetbolistas de EE.UU eran tomados como figuras famosas. En “Polémicas con los de la NBA”, se cuenta que el equipo tuvo el privilegio de residir en un hotel céntrico mientras que todos los demás estaban en la Villa Olímpica. Otra cuestión tuvo que ver con la indumentaria y las marcas, ya que la ropa que debían usar durante los Juegos Olímpicos era *Reebok*, pero muchos de los jugadores tenían contratos firmados con *Nike*, por lo que no querían vestir la indumentaria nacional. Por esos motivos, taparon la insignia de la marca.

|12|

Figura N°2
Propaganda Panasonic



[13]

Fuente: Clarín Deportivo. Una verdadera revista del deporte (1972).

Por otra parte, si bien en atletismo se hicieron publicaciones de otras pruebas y de otros atletas, es muy notable la cantidad de notas dirigidas al poseedor del récord de los 100 metros en ese momento: Carl Lewis. De las 23 notas de atletismo, nueve tratan o por lo menos mencionan a Lewis, teniendo en cuenta que en atletismo se desarrollan 23 pruebas en la rama femenina y 24 en la masculina. Además fue el más fotografiado.

“Carl Lewis y su instante olímpico” fue una nota exclusiva para el atleta, donde además se adjuntó un cuadro con sus nueve medallas obtenidas hasta ese momento. La pieza “Por el trono de Carl Lewis” se basa en la prueba de los 100 metros llanos y sus posibles ganadores. Resulta interesante porque Lewis no clasificó a la prueba, pero como era quien poseía el récord, era uno de los protagonistas del escrito. No iba a participar, pero se hablaba de su trono, el título llevaba su nombre y en vez de haber alguna foto sobre los deportistas que iban a competir, había una foto de él.

Por otro lado, en la pieza “Con el soporte de la esperanza” se alude a la instancia final de los 100 metros llanos femeninos. Lo que resulta llamativo es que en la nota se introduce un cuadro con los últimos 10 campeones de los 100 metros, pero sólo se habla de la rama masculina, en donde se destaca a Lewis y al británico Linford Christie.

Dentro del espectáculo que se monta en torno a los Juegos Olímpicos, las notas sobre las competencias específicamente no son las únicas que se publican. Para mantener a los espectadores entretenidos, los medios de comunicación ponían en agenda diversos temas que escapaban de las cuestiones deportivas, como actitudes, emociones, relaciones personales o aspectos físicos. Entre ellas podemos nombrar “Admiración”, una nota que no solamente no hablaba de las competencias, sino que se dedicaba a esgrimir valoraciones sobre el cuerpo de una gimnasta. En el escrito se cita la opinión

de Samaranch, presidente del COI, quien expresó: “No solo son sus piernas, sino todo su cuerpo, digno de una perfecta escultura griega”.

Asimismo, en las notas encontramos palabras como “espectacular”, “brillante”, “escandaloso”, “estrella”, “figura”, “fiesta”, “vedette” para aludir al evento y a los y las deportistas. El uso de estas expresiones da cuenta de la forma en que se presentaba a las competencias a través de los medios de comunicación, quienes se transforman en los principales contribuyentes en la construcción de la idolatría en determinados deportistas y de la espectacularidad del evento.

Las noticias sobre la ceremonia de apertura y clausura son un ejemplo perfecto que nos permite ver la forma en que los medios de comunicación construyeron determinadas representaciones relacionados a los JJ.OO. A la luz de ello, podemos nombrar la nota “Brillante clausura de los Juegos”. Primeramente, la organización de este evento junto al de la inauguración se pueden clasificar como shows: conciertos, bailes, saludos de las delegaciones, desfile de banderas, juegos de luces, mascota, tickets de entrada, fotos, periodistas, etc. Asimismo, desde el título de la nota hasta el final de la pieza encontramos adjetivos que significan rasgos de espectacularidad; una frase en especial lo condensa (refiriendo a la realización de los siguientes Juegos en 1996): “Allí los monstruos del deporte olímpico volverán a escena para brindar uno de los *espectáculos* más *increíbles* de todos los tiempos”.

Bajo la misma línea, la importancia que se le dio a las ganancias en esta cita mundial también se vio reflejada en la cobertura. “Los números de Barcelona” fue una infografía que el diario publicó con la cantidad de atletas, disciplinas y técnicos, entre otros. Lo interesante es que agrega cierta información, tal como la cantidad de espectadores y la teleaudiencia de la ceremonia inaugural, los ingresos por derecho de TV y el costo de las ceremonias. El valor que se le da al público y a las transmisiones televisivas están directamente relacionados con los ingresos económicos que éstos dejan.

En otro apartado de esta sección, encontramos a “Electrodomésticos”, en el que se puede constatar cómo los Juegos Olímpicos fueron utilizados por todas las empresas para hacer promociones. En este caso, una casa de venta de electrodomésticos de España aseguraba que, si su país llegaba a las 10 medallas doradas, iba a devolver el importe de todas las compras del mes de junio a sus clientes. De la misma manera, “Regalos” trata sobre las recompensas que España les daba a los ganadores olímpicos. A través del programa “Libreta de campeones” se les concedía la pensión de un millón de dólares para cuando tengan 50 años. Mientras que se brindaba 700 mil dólares para las medallas de plata, 500 mil por el bronce y 300 mil por el cuarto puesto.

En lo relativo al público, se pudo ver una gran preocupación del medio respecto de la relación de éste con el fútbol. En la nota “Escasa respuesta de público en fútbol” se hace alusión exclusivamente a los espectadores dejando fuera cualquier aporte que tenga que ver con el desarrollo de los partidos. Allí, uno de los principales problemas marcados refiere a que la FIFA no abrió el fútbol olímpico a las “estrellas”, como sí lo hicieron el básquet y el tenis.

En la misma línea, uno de los subtítulos de “Voces de la Villa” llamado “Exclusión” habla sobre la eliminación de ciertos deportes por el escaso efecto que tienen en el público. Aquí es donde podemos notar uno de los pasos hacia la espectacularización del deporte, en donde las competencias no son vistas como una prueba deportiva simplemente, sino que son concebidas como una performance, entendida como una

muestra escénica que tiene como fin presentarse a un público para generar una reacción y sorprenderlo, es decir, para entretenerlo y venderle mercancías.

Siguiendo la línea trazada por el mundo del mercado, constatamos la existencia de varias notas que se posicionan sobre este camino. Una de ellas es “Bicicletas” de “Voces de la Villa”, la cual destaca que los Juegos Olímpicos sirvieron de base para presentar nuevas líneas sofisticadas de bicicletas, como una de fibra de carbono diseñada por Fórmula 1. También podemos nombrar a “Ruteros”, que anuncia que el ganador de la prueba de ciclismo, tras lograr su triunfo, se unió al equipo de Gatorade.

Los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 fueron significados a través de los medios de comunicación como un espectáculo del deporte. Existen variadas cuestiones que permitieron la producción de un evento de esta naturaleza, entre ellas la llegada del neoliberalismo, el crecimiento y la fuerte presencia de los medios de comunicación (sobre todo las transmisiones de TV), el papel de las propagandas, las marcas que se ocupaban de vestir a los competidores, la importancia de cuestiones extradeportivas en lo referido a los atletas, y la organización en sí de los Juegos y sus decisiones en determinadas situaciones (como la elección de dar el privilegio a la NBA de alojarse en un hotel fuera de la Villa Olímpica).

La espectacularización del deporte es un proceso que fue desarrollándose a lo largo de la historia moderna reciente de los Juegos, y en 1992 el fenómeno se vio exaltado. Se produjo un quiebre que marcó la forma que luego tendrían los demás Juegos, aumentando aún más las características propias de un show.

Si bien en estos Juegos está presente la relación deporte-política, ya es en menor medida que en ediciones anteriores, como fue en Munich 1972. Por otro lado, debemos tener en claro además que la espectacularización en el deporte es un fenómeno que pudo darse gracias a las formaciones sociales que se dieron en ese momento. La sociedad del espectáculo (Debord, 2008) y el neoliberalismo (Harvey, 2015) plantearon las condiciones a partir de las cuales los Juegos de Barcelona 1992 tomaron la forma de un show comercial, al tiempo que redefinieron cada vez más las prácticas cotidianas. Esa concepción del mundo se lleva a todos los ámbitos, en donde las competencias deportivas a nivel mundial no son la excepción.

|15|

Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016

La organización de esta edición estuvo atravesada por la inestabilidad política del país, la presencia del virus Zika y los significativos niveles de contaminación en la Bahía de Guanabara. Por otra parte, los resultados de doping positivo impidieron la participación de 118 atletas rusos.

Para la fecha en que se anunció que Río de Janeiro sería sede de los JJ.OO., siete años antes, el presidente de Brasil era Luiz Inácio Lula da Silva. Para 2016, Lula estaba acusado de obstruir la investigación de un esquema de corrupción en la petrolera estatal *Petrobras* e iba a ser sometido a juicio. Por otro lado, en mayo de ese año la por entonces presidenta Dilma Rousseff, había sido suspendida por un proceso de *impeachment* (juicio político) por presunto maquillaje presupuestal. Debido a ello, Rousseff no estuvo presente en la ceremonia de apertura de los Juegos y en su lugar fue

el presidente interino, Michel Temer. Al evento solo asistieron 18 jefes de Estado, situación muy diferente a la de Londres 2012 en donde concurrieron 110.

A partir de la situación de Brasil, una parte de la ciudadanía llevó adelante numerosas protestas en contra del desarrollo de los JJ.OO. Por razones de seguridad, el Gobierno desplegó una fuerza de 90.000 efectivos entre policía y Ejército, que sumó aún más a la impopularidad del presidente interino. En *Clarín* podemos ver múltiples notas que hablan sobre hechos delictivos que sufrieron tanto deportistas como DTs y organizadores/as; también la forma en que parte de la ciudadanía se manifestaba con carteles en las tribunas de los estadios o pintando las paredes de los mismos. Las cuestiones políticas tuvieron su lugar en el diario, ya que fueron 12 notas las que hablaron acerca de la cuestión. El principal problema estaba en la recesión económica que el país estaba transitando en ese momento, situación antagónica en relación al momento en que la *Cidade Maravilhosa* fue electa como sede.

Según el *Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio*, a la fecha de 2014 había unos 250.000 desplazamientos forzosos con el objetivo de preparar el terreno para los grandes proyectos inmobiliarios. Para ello no se dudó en recurrir a la represión policial ante la resistencia de ciertas favelas.

Río de Janeiro y otras ciudades de Brasil mostraron dos caras durante los Juegos. Por un lado, las protestas de la población; por el otro, las autoridades que, frente a la organización del evento internacional, buscaban reivindicar al país y exponer un capitalismo sólido, con oportunidades de inversión. Ésta fue la raíz del problema que decantó en manifestaciones que comenzaron con la Copa de Confederaciones (2013) y el Mundial de Fútbol masculino (2014) y que se agudizó con los JJ.OO. en 2016.

Análisis de contenido

Clarín imprimió su diario en formato tabloide y a color (algo que difiere de las ediciones anteriores); también contaba con su sitio web (www.clarin.com) en el que subió un total de 862 notas. Respecto a esto, cabe destacar que el corpus de nuestra investigación está conformado solo por las publicaciones en papel que hizo el diario, ya que en Munich y en Barcelona, no se contaba con estos avances tecnológicos, por lo que nuestro corpus es de 298 notas.

Las fotografías tuvieron una fuerte presencia: en total, suman 359. La gran mayoría de las fotos son de las y los deportistas: 147 los capturan en acción durante los partidos o pruebas; 85 son de los atletas festejando o lamentándose, generalmente al finalizar su competencia; y en 96 están posando frente a la cámara. Solo hay 26 que refieren a otras cuestiones como imágenes de la llama olímpica, la bandera de Argentina, la hinchada, el estadio, etc. En esta edición las fotografías ya son a color, con una mayor presencia en función a la cantidad y a lo que quieren comunicar, ya que fueron utilizadas estratégicamente sobre todo para transmitir emociones, como de deportistas llorando de la emoción (Pareto y Del Potro) o por decepciones en otros casos (la selección argentina de fútbol al ser eliminada).

También encontramos seis fotos de la ceremonia de clausura. En 26 notas también se incluyeron cuadros que contenían información de los partidos o datos sobre las y los atletas, cómo iba el medallero, resultados de la fase de grupos, etc.

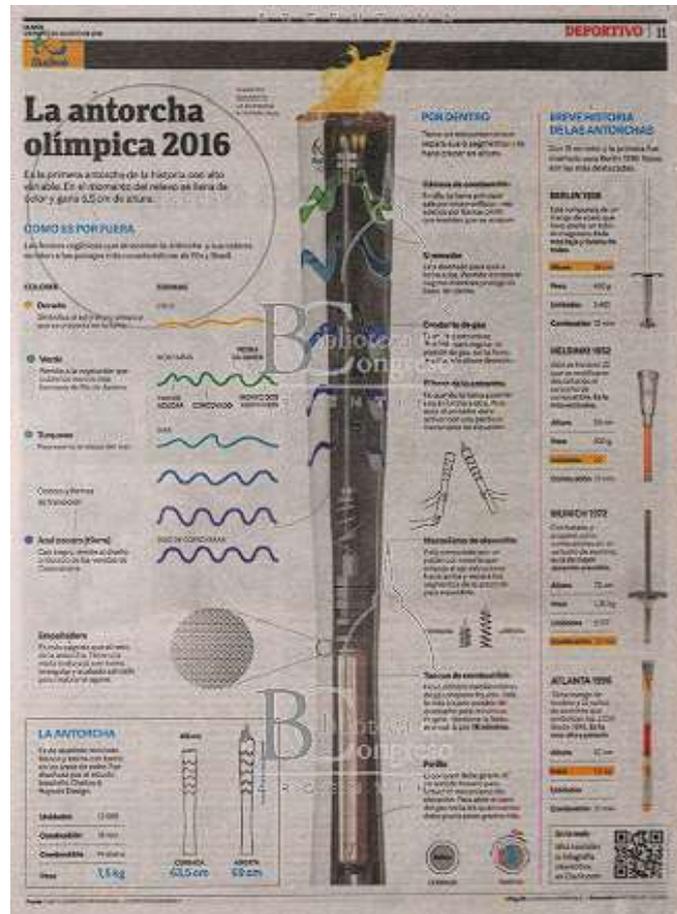
Figura N°3
Portada de sección Clarín Deportivo



Fuente: Clarín Deportivo (2016).

Al pensar en la manera en que *Clarín* buscó despertar el interés de sus lectores, el diario optó por utilizar muchos más recursos gráficos que en las ediciones anteriores. En primera medida, se imprimió en colores vivos, con una gran presencia del amarillo, lo que llamaba mucho más la atención. Por otra parte, las fotografías fueron seis veces más, en cantidad, que en las ediciones anteriores; también hubo una fuerte presencia de gráficos y cuadros. Así, al observar de manera general el diario, vemos una puesta en página con títulos grandes, colores vibrantes, fotografías de diferentes tamaños, gráficos (de la antorcha, de la cancha, etc), cuadros en diversos colores y destacados. El diseño jugó un papel fundamental.

Figura N° 4
Ilustración de noticia



Fuente: La antorcha olímpica, *Clarín* (2016).

Al momento de pensar en cómo fue la cobertura que hizo *Clarín* constatamos que, si bien su centro de atención fue la delegación argentina, como también lo fue en Munich, en esta cita fue diferente porque las publicaciones no estaban predominantemente enfocadas en lo deportivo, sino que el contenido refería a otras cuestiones que tenían que ver con sus vidas personales, experiencias graciosas, rumores o redes sociales, piezas más de “entretenimiento”, por así decirlo.

El rol de las redes sociales en los Juegos Olímpicos

El espectáculo desarrolló un papel fundamental en esta edición, teniendo como aliadas a las redes sociales. Henry Jenkins (2008) explica que el advenimiento de los medios sociales ha sido clave en el creciente protagonismo de los públicos. Organizaciones internacionales, marcas globales y personajes mediáticos comparten la primera línea informativa con los usuarios. El deporte no fue ajeno a este panorama y lo podemos observar en el uso que los deportistas le daban a las redes sociales y a la importancia que el diario les brindó durante el transcurso de los Juegos (sobre todo a Twitter). De todas las notas, 21 de ellas aluden a las redes sociales. En algunas se incluyen tweets de

personas destacadas como ex deportistas olímpicos, entrenadores o figuras famosas, que mostraban su parecer al terminar los partidos, por ejemplo.

Figura N°5
Fotografía de la noticia “La hora del fenómeno Bolt”



Fuente: La hora del fenómeno Bolt, *Clarín* (2016).

También hubo noticias que tenían como tema central el uso de las redes, como una que se aboca a la selección de vóley masculina, la cual se tituló: “VELASCO: ‘Hoy me preocupa más Twitter que el partido’”. Se trata de una entrevista en donde el DT explica que sus jugadores se distraen mucho con las redes.

De la misma manera, se publicaron notas que hablaban sobre lo que twitteaban las y los deportistas. Uno de los días, el tenista Martín del Potro se quedó trabado en el ascensor y subió una foto a Twitter del momento, la cual luego el diario publicó contando el suceso; lo mismo hizo cuando Emanuel Ginóbili compartió una foto de lo desordenada que tenían la habitación con Andrés Nocioni.

También se destinaron notas para hablar de la presencia de determinados deportistas en Instagram o Twitter, como fue el caso de la “Peque” Pareto y Michael Phelps.

La novedad de las redes sociales es que generan un acercamiento de los atletas con el público que antes no existía, la comunicación es más directa y cercana, sin intermediarios. Los resultados han sido tan contundentes que estos contenidos creados por las y los deportistas son más eficaces que los mensajes de los medios de comunicación.

Bajo esta estrategia, la entrevista fue un género periodístico por el que el diario optó en variadas oportunidades: en total fueron 30. Fue su forma de mostrar los testimonios de deportistas y directores técnicos en primera persona. De la misma manera, al momento de redactar noticias siempre se incluyeron citas de quienes eran pertinentes en el escrito.

El espectáculo de Río

Siguiendo con la lógica del espectáculo montado, ya para esta edición resulta más que común el uso de determinadas palabras como “espectáculo”, “fiesta”, “monstruo”, “estrella”, “megaestrella”, “magia”, “héroe”, “crack”, “astro”, etc. Asimismo, otra cuestión que responde a este tema refiere a notas acerca de temas que no aluden a lo deportivo, sino que tratan de rumores, novedades y problemáticas que refuerzan la polémica y el entretenimiento del público. En total suman 21 notas que hablan de estos temas. Entre ellas destacamos a la de un periodista que llamó “el trío de las gorditas” a las arqueras de Italia, la diferencia entre Murray que no quería firmar autógrafos y Bolt que bailaba samba con las brasileñas, el golfista argentino Grillo que perdió en una escala de sus vuelos 20 palos y tuiteó que si fueran pokemones todos los estarían buscando, escándalos sexuales en la villa olímpica, entre otras.

Un show tiene como principal finalidad causar un efecto sobre el público y es por ello que *Clarín* le dio un gran peso a la hinchada argentina. Por un lado, siempre resaltó la importancia del apoyo de las y los espectadores en la tribuna. Por el otro, tuvo muy en cuenta las problemáticas generadas, sobre todo en función de la rivalidad con Brasil. Los cantos, los insultos y las peleas crecieron de tal forma que los propios deportistas expresaron sus pedidos de terminar con esas confrontaciones. De la misma manera, el COI tuvo que organizar una campaña con un mensaje de paz: cada vez que Argentina y Brasil se enfrentaban, se debían sacar una foto para mostrar respeto. En el diario, encontramos seis notas que hablan sobre este tema, como “Una foto para enfriar rencores” y “Gestos para que la rivalidad no llegue a enfrentamientos”.

En este análisis también entra en juego la forma en que *Clarín* construyó a las y los ídolos de estos Juegos, una parte esencial del espectáculo ya que despiertan el amor y admiración del público. En las representaciones del diario vemos cómo las disciplinas deportivas son utilizadas como pretexto para luego centrarse de lleno en las figuras; en otras palabras, en esta cita *Clarín* habló más de los ídolos que de las disciplinas. Además de resaltar su excelencia, una de las estrategias fue entrometerse en cuestiones de su vida privada.

Usain Bolt fue una figura esencial. Las actuaciones del deportista nos dan lugar a cuestionar si lo que estábamos viendo era una competencia deportiva o un show. En *Clarín* hay una nota que describe estas situaciones: cuatro horas antes de su prueba, los espectadores comenzaban a entrar al estadio y los micros de prensa se sextuplicaban. Miles de cámaras esperaban su entrada, el público le daba la bienvenida con gritos desenfundados: “Bolt-Bolt-Bolt”. Usain saludaba al público, posaba para las cámaras y tenía entrenada su presentación cuando lo nombraban antes de correr: sacaba la lengua, mostraba su apellido y cruzaba los brazos. Al ganar se golpeaba el pecho. El espectáculo montado por el deportista era también acompañado por la música del Estadio, sonaban canciones como *Jamming* o *Reggae night*.¹ *Clarín* nombra a Bolt con diferentes apodos: “Señor carisma del atletismo mundial”, “Rey de la velocidad”, “El monstruo Bolt”, etc.

¹ *Jamming* es una canción del músico jamaquino de reggae Bob Marley, con su banda The Wailers, publicada en 1977. Por su parte, *Reggae Night* es un sencillo de 1983 del artista de reggae Jimmy Cliff, de su álbum *The Power and the Glory*.

Otra de las figuras más nombradas fue el nadador estadounidense Michael Phelps, que en Río 2016 ganó seis medallas olímpicas (cinco oros y una plata), y llegó a cosechar 23 medallas de oro y 28 en el total de sus participaciones en JJ.OO. En el diario observamos diversas notas que refieren a su desempeño deportivo: es nombrado por el diario con el apodo “El tiburón”, y también se alude a él con descripciones como “monstruo”, “leyenda” y “Aquaman”.

La tercera figura fue Neymar da Silva Santos Júnior. El diario refiere a él como “crack”, “bañado en gloria”, “estrella”, “joya del Barcelona”, entre otros epítetos. En cuanto a las fotografías del diario, el jugador cuenta con ocho individuales y una grupal. En referencia a las noticias publicadas, destacamos: “El vóley festejó con Neymar” que marca la presencia del futbolista en la final. “En la grieta brasileña, Marta le gana a Neymar”, por las diferencias entre los dos futbolistas más destacados del país. Por otro lado, encontramos “Brasil, entre burlas y lo dudoso de su futuro”, que comienza su primer párrafo de la siguiente manera: “El espíritu de los futboleros de Brasil está por el piso y es Neymar, de quien se esperaba todo, el más mirado luego de los dos empates 0-0 frente a Sudáfrica e Irak”.

El fútbol fue el deporte más elegido por el diario, que publicó 32 noticias que hablan sobre esta disciplina (24) y cuestiones extradeportivas pero en relación al fútbol (8). La redacción de este tipo de piezas llama la atención ya que los escritos están cargados con mucha opinión en relación a los otros deportes. Destacamos “A contramano del juego y de los momentos”, una crónica del partido en donde se resalta que la Selección no jugó bien. También destacamos la nota que anuncia que Argentina se quedó afuera en la primera ronda: “La bomba de tiempo explotó y golpeó a todos”, en su copete refuerza: “Fue antes de lo pensado, pero no extraña: tanta desorganización en la AFA debía terminar así”. Asimismo, dentro de la nota se pueden leer pasajes como: “Porque esta selección fue una incógnita constante. Un equipo imprevisible. Sin rumbo. Sin mapa. Como la AFA. Porque en definitiva no es uno sino son todos. ¿Será éste el fondo del mar? El fútbol argentino invita al pesimismo”.

A partir de la cobertura realizada por *Clarín* entendemos a qué costo se realizaron los Juegos de Río, en el que la vidriera internacional prevaleció por sobre el bienestar de su población. En esta cita olímpica, ese espectáculo que en Munich estaba en ciernes y que en Barcelona se vio exaltado, en Río ya está totalmente asentado. Es una parte esencial en la organización y está naturalizado en el público, los y las deportistas, el COI y los medios de comunicación a través de su discurso.

A partir del análisis de Río 2016 comprendemos cómo un juego deportivo de esta magnitud tiene que ser un show para que tenga alcance y éxito. Ese mismo espectáculo es el que provoca también el doping, las presiones de los patrocinadores, el interés de alzar una imagen nacional por sobre los intereses locales y el marketing deportivo. Ese espectáculo es el que los medios de comunicación apoyan y también el que el público consume y demanda. Ese espectáculo es el que refuerzan las redes sociales.

Resultados y discusión

A partir de lo expuesto, compararemos las tres citas olímpicas para lograr vislumbrar mejor ese pasaje de la relación entre deporte y política al predominio de la relación deporte y espectáculo.

La política, dentro de los cimientos que sostiene los Juegos

Teniendo en cuenta los mencionados Juegos, constatamos que la política siempre estuvo presente en cada uno pero con diferentes matices. En Munich la política atravesó por completo a los Juegos y marcó de cierta manera el modo en que se llevaron a cabo, se trasladaron los conflictos geopolíticos, económicos y culturales al deporte.

En lo que respecta a Barcelona 1992, fue el primer Juego sin algún tipo de boicot desde Munich 1972. En esta cita olímpica el escenario a tener en cuenta refiere al triunfo del Neoliberalismo, pensamiento que hegemonizó la concepción del olimpismo en sus términos: el momento de entrada para el negocio del marketing deportivo mundial.

En Río de Janeiro, la inestabilidad política en varias ocasiones fue centro de atención. Pero a diferencia de los Juegos de 1972 y 1992, en esta edición los conflictos son de la arena local, con un Brasil que quiere atraer inversiones internacionales pero no puede controlar el descontento de sus ciudadanos.

¿Cómo se comunicaron los juegos?

Si pasamos ahora al papel que llevaron a cabo los medios de comunicación, podemos decir que Munich fue cubierto por 4.000 periodistas de todo el mundo y más de 100 cámaras de alrededor de 70 cadenas de TV retransmitieron en directo vía satélite. Para esa época y con la tecnología que se contaba, los números dan cuenta de la gran importancia que se le dio a la cita olímpica.

Sin embargo, en comparación a la popularidad que constatamos en las ediciones más recientes, las magnitudes son totalmente diferentes. Al analizar las notas de *Clarín*, las figuras internacionales de los Juegos tuvieron su lugar, pero fue menor al que se le otorgó a las y los deportistas argentinos; así como tampoco hubo espacio para las peleas o rumores. Este es un claro indicio de cómo estas cuestiones no eran noticiables o bien no se las consideraba como parte del deporte.

En cuanto a Barcelona 92, el valor que se le dio a las transmisiones televisivas estuvo directamente relacionado con los ingresos económicos que dejaban. El espectáculo produjo su quiebre, no solo por la entrada de las empresas de marketing, sino también por la forma en que fueron cubiertos. En *Clarín* hubo un predominio de notas sobre Carl Lewis y los basquetbolistas de la NBA, que en ese momento eran los más conocidos a nivel internacional. También se pusieron en agenda diversos temas que escapaban totalmente a las cuestiones deportivas, lo que nos permite aducir que estos temas se transformaron en noticiables.

Por su parte, en Río 2016 la cobertura de los medios de comunicación fue (casi) como la conocemos en la actualidad, con inversiones millonarias y con una ardua producción periodística, que vemos sobre todo al comparar la cantidad de notas que se publicaron en cada Juego. Lo que diferencia a estos Juegos de los demás tiene que ver con la modalidad y el incremento del uso de las redes sociales para cubrir el evento.

El espectáculo montado ya responde a la lógica que vivimos hoy, que llega a su auge gracias a los avances de la tecnología. *Clarín* dio lugar a notas sobre rumores, novedades y problemáticas, que reforzaban la polémica y el entretenimiento del público.

Tabla N°1
Comparación de los tres Juegos Olímpicos en números

	Munich 1972	Barcelona 1992	Río de Janeiro 2016
Total de noticias	72	88	298
Fotografías	34	55	359
Titulares que fueron tapa	14	7	26
Ídolo	Alberto Demiddi	Carl Lewis y la NBA	Usain Bolt, Michael Phelps y Neymar
Disciplinas más nombradas	Remo, boxeo y hockey sobre césped masculino.	Atletismo, tenis masculino, remo masculino y básquet masculino.	Fútbol masculino, tenis, hockey sobre césped, básquet masculino, vóley masculino, atletismo y yachting.
Contexto internacional	Guerra Fría, oposición entre las dos Alemanias, atentado terrorista.	Paz institucional, los primeros sin algún boicot desde 1972. Consolidación del Neoliberalismo	Sólo concurrieron 18 jefes de estado por la inestabilidad política del país. También hubo 118 deportistas sancionados por dopaje.
Intereses de Clarín	Atentado, delegación argentina.	Carl Lewis y la NBA	Redes sociales, Bolt, Neymar, delegación argentina, Phelps.
Relación que medió el evento	Deporte- política	Comienzo del deporte-espectáculo a partir de la consolidación del Neoliberalismo	Deporte-espectáculo + fuerte presencia de la política
Cantidad de atletas	7.134	9.356	11.551

Fuente: elaboración propia a partir de las publicaciones del diario *Clarín* durante los Juegos Olímpicos de Munich 1972, Barcelona 1992 y Río de Janeiro 2016.

Conclusión

Para cerrar, resulta imprescindible volver a Alabarces (1998), quien explica que el deporte puede ser visto como cultura y es por eso que a través de este vasto análisis

también podemos entender el funcionamiento de la sociedad en general. Al estudiarlo, damos cuenta de las interacciones que se generan entre las formaciones culturales y el accionar de la industria cultural, que transforma y resignifica al deporte como un mercado en el que puede incorporar tecnologías y nuevas formas de comercialización. Ahora bien, desde nuestro punto de vista, el cambio que podemos rastrear en el corpus de análisis, esto es, el paso del predominio de la relación deporte-política a la de deporte-espectáculo, resulta del proceso histórico-social-cultural que da nacimiento al neoliberalismo. Los medios de comunicación, en tanto organizaciones de la sociedad civil, reproducen y exacerbaban el proceso de espectacularización del deporte. Se resalta la espectacularidad, se alzan ídolos deportivos, se da entrada al marketing. Para los medios, el rendimiento físico, la disciplina y la competencia deportiva no son suficientes para mantener la popularidad del evento y asegurar su éxito comercial. Para los medios, —y léase también gobiernos, empresas internacionales y organizadores— estos eventos mundiales son una excusa para aumentar el patrocinio, marketing y mercantilización del deporte. Al analizar la cobertura periodística, podemos entender cómo actúan las relaciones de poder y el capitalismo globalizado en el mundo contemporáneo.

|24|

Bibliografía

- Alabarces, P. (1998). “¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?”, en *Revista Nueva Sociedad*, (154), p.74-86.
https://www.nuso.org/media/articulos/downloads/2669_1.pdf.
- Banks, M. (2010). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Ediciones Morata.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la Televisión*. Anagrama.
- Caletti, S. (2001). *Elementos de Comunicación*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Calsamiglia Blancafort, H. y Tusón Valls, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Ariel lingüística.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Amorrortu.
- Corriente, F. y Montero, J. (2014). *Citius Altius Fortius. El libro negro del deporte*. Lazo Negro.
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. La marca editora.
- Eco, U. (2012). *La estrategia de la ilusión*. Penguin Random House.
- Harvey, D. (2015). *Breve historia del neoliberalismo*. Ediciones Akal.
- Holm, K.; Hübner, P. y Mayntz, R. (1988). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Alianza Editorial.
- Jenkis, H. (2008). *Convergence Culture*. Paidós.
- Llopis Goig, R. (2012). *Megaeventos deportivos. Perspectivas científicas y estudios de caso*. Editorial UOC.
- Morlino, L. y Sartori, G. (1994). *La comparación en las ciencias sociales*. Alianza Editorial.
- Redacción BBC Mundo (9 de noviembre de 2015). “El escándalo de corrupción y dopaje del atletismo en Rusia que salpica hasta al gobierno de Putin”. *BBC Mundo*. Recuperado de:
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/11/151109_deportes_atletismo_iaaf_corrupcion_rusia_alegatos_fiaa_jmp.

Fuentes

Clarín. (1972, 26 de agosto al 11 de septiembre). *Clarín Deportivo. Una verdadera revista del deporte*. AGEA.

Clarín. (1992, 25 de julio al 9 de agosto). *Clarín Deportivo, una verdadera revista del deporte*. AGEA.

Clarín. (2016, 5 al 21 de agosto). *Clarín Deportivo*. AGEA.

Clarín. (s.f.). “Últimas noticias de Argentina y el mundo”. Recuperado de <https://www.clarin.com/>