

Nuria R. Ortega

Universidad de Buenos Aires



Facultad de Ciencias Sociales

Ciencias de la Comunicación Social

Tesina de grado

Mayo 2009

“La fantasía del aura olímpica”

Ortega, Nuria Raquel

La fantasía del aura olímpica. - 1a ed. - Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación. , 2011. Internet.

ISBN 978-950-29-1269-1

1. Medios de Comunicación Masiva. 2. Deportes Olímpicos. 3. Tesis. I. Título
CDD 302.232

Fecha de catalogación: 29/04/2011

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de Ortega, Nuria Raquel (2011) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes.

Para más información ver aquí: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Índice

1. Introducción	5
2. Capítulo I: Los medios de comunicación y el deporte en el siglo XX y XXI... 16	
1. Introducción.....	17
2. Organismos internacionales dedicados al deporte.....	19
2a. El COI y la federación más importante del mundo: la FIFA	
3. La relación del COI y la FIFA con los medios de comunicación.....	26
3a. Amateurismo y poca televisión	
3b. Televisión y auspiciantes en los Juegos Olímpicos y el Mundial de fútbol	
3c. Internet, el nuevo amigo del deporte	
4. Influencia de los medios en la estructuración de los deportes.....	38
4a. Como los medios se adueñaron del deporte	
5. La inversa: que le ha dado el deporte a la televisión.....	48
6. Conclusión.....	50
3. Capítulo II: Deportistas de alto rendimiento: las consecuencias de la espectacularidad del deporte.....	53
1. Introducción	54
2. Los beneficiarios de los récords y medallas.....	56
2a) Prestigio nacional	
2b) Prestigio empresarial	
3. Atletas de alto rendimiento y las costosas consecuencias.....	66
3a) La necesidad del doping	
3aa) Historia de doping y trampas	
3b) La tecnología al servicio del hombre	
3c) El doping del futuro cercano	
3d) Pocos países con posibilidades de doping y coronaciones	
4. Las graves consecuencias del deporte de elite	87
4a) Los costos físicos del alto rendimiento	

4b) Lo reprimido que vuelve	
4ab) La mujer más veloz del planeta	
5. Conclusión: Ratas de laboratorio.....	94
4. Capítulo III: La ilusión de los públicos fascinados	96
1.Introducción.....	97
2.Fantasía mediática. Entre lo simbólico y lo real.	99
2a) Deportistas históricamente estereotipados. Masculino y musculoso.	
2aa) <i>Mujeres, preferiblemente pocas y hermosas</i>	
2ab) <i>Blanco y negro</i>	
2ac) <i>Los Paraolímpicos</i>	
2ad) <i>El negocio del estereotipo</i>	
2b) Hazañas heroicas y mediáticas	
2ba) <i>El tratamiento mediático de la des-ilusión</i>	
3.Fascinación de los públicos.....	118
3a) La fantasía del deportista en la sociedad	
3b) Fascinación y sentimiento de comunidad	
4. Conclusión	127
5. Conclusión final.....	130
6.	
Bibliografía.....	136

Introducción

El advenimiento de un mundo globalmente comunicado ha impactado fuertemente en el deporte, llegando, este último, a estar a merced de los medios y sus necesidades.

Con la aparición de la televisión en los años ´30, la lucha de los deportistas por dejar de ser *amateurs* gana su primera batalla y el deporte comienza a verse, y por ende a utilizarse, como la posibilidad de ventana al mundo y éxito político para las naciones, sus conductores y sus ideologías.

Sin embargo, a comienzo de los ´80, la lógica económica se modifica y los medios de comunicación cambian el concepto de práctica deportiva por el de entretenimiento deportivo; y logran un crecimiento, a nivel mundial, inusitado. El neoliberalismo se apodera de las prácticas y costumbres y, por supuesto, también penetra en el deporte. A partir de entonces, la sponsorización del deportista ganador – en consecuencia el éxito económico- es el objetivo de las diferentes empresas e incluso de los organizadores de los diferentes eventos internacionales.

En los últimos años, la filosofía mercantilista, típica del modelo neoliberal traspasó las ganancias de los dirigentes del deporte internacional – mayores beneficiarios hasta entonces- y se acercó a los deportistas estrellas del momento. Estos pasaron a estar en el foco de atención de los medios y de las agencias de publicidad, que comenzarían a pagar fortunas para que los competidores fuesen la cara y cuerpo de algún nuevo producto, ya sea relacionado o no con el deporte.

Principalmente en las dos últimas etapas históricas, el cuerpo del deportista fue el *target* de diferentes tipos de manipulaciones técnicas que permitían correr los límites de la naturaleza y de esta manera conseguir tener los laureles en su cabeza y las cámaras del mundo en su rostro y su *performace*. En algunos casos el costo del éxito fue la muerte.

El círculo comenzaría con la imposición del hombre sobre la naturaleza misma, o sea la manipulación genética de los cuerpos de los deportistas de los países en donde existe la posibilidad económica de solventar dicha manipulación. Para así, alcanzar el alto rendimiento, y de esta manera, con la aparición mediática que esto provoca (ya que los medios están solo interesados en los triunfadores), lograrían una sponsorización

millonaria de los eventos, que permitiría la continuación de estos certámenes internacionales.

Por supuesto, esta perfección y éxito corporal tuvo y tiene sus costos. Costos que -por conveniencia de los organizadores de eventos, de los secretarios de deporte, de las empresas internacionales, entre otros- no se anuncian en publicidades, ni lo comentan los presentadores de noticiosos deportivos, pero que impactan directamente en los cuerpos del deportista y su salud.

A partir de estos datos, se propone hacer un recorrido teórico que abarca la historia misma de los medios de comunicación, la aplicación de la técnica sobre el ser humano y el análisis ideológico de la creencia de los públicos que no dejan de fascinarse por el deporte, el espectáculo más popular a nivel mundial en la actualidad. Este entramado teórico fue acompañado por ejemplos concretos sobre la práctica deportiva de alto rendimiento mundial, que permitió entrelazar los conocimientos teóricos que brinda la carrera de Ciencias de la Comunicación, con un tema que parece sumar popularidad a diario.

El primer capítulo se propone explicar como es que funciona a nivel institución el mundo del deporte internacional, para luego poder entender como fue cambiando la relación de los medios con los eventos mundiales dedicados al deporte en las diferentes etapas. Asimismo, se presenta el paralelismo entre la expansión de un deporte con ciertas reglas y el capitalismo imperante.

En el segundo capítulo se pretende analizar la relación entre el cuerpo del deportista y la tecnología. En la actualidad no hay alto rendimiento sin un sostén tecnológico, que penetra directamente en el cuerpo. La búsqueda del triunfalismo por parte de los medios ha provocado que el límite natural del hombre sea cada vez más difícil de ver. El deporte se ha convertido en espectáculo y sólo se pretende ver la espectacularidad del mismo sin importar las consecuencias físicas en el cuerpo del deportista. Parecería que el azar de la naturaleza está prácticamente controlado en el deporte de alto rendimiento.

Por último, se analiza la fascinación de los públicos por el “deporte-espectáculo” y la creencia de que el deporte es saludable, transparente – o sea alejado de intereses políticos y económicos- y entre iguales, tal como lo sostiene la Carta Olímpica. Asimismo se analiza la estereotipación de los deportistas a pesar del discurso de igualdad del Comité Olímpico Internacional.

La estructuración elegida en esta tesina pretende entrelazar la manipulación técnica de los cuerpos de los deportistas con la necesidad de los medios de comunicación de mantener la espectacularidad del deporte actual.

A partir de esta relación, que se podría calificar de peligrosa, se buscó entender cómo es que los públicos se mantienen atentos y fascinados por un deporte que no es lo que dice ser.

Preguntas iniciales

- ¿Cuál es la relación que existió entre los medios de comunicación y el deporte internacional en el siglo XX y lo que va del XXI?
- ¿Qué influencia ejercieron los medios sobre el deporte?
- ¿Quiénes son los beneficiarios del éxito deportivo de los atletas en las diferentes etapas históricas?
- ¿Cuál es el costo físico de llegar a pertenecer a la elite de los deportistas? ¿Cuáles son los beneficios económicos?
- La televisión es el mayor beneficiario y ocultador del fenómeno *doping*. ¿Por qué se oculta la transformación genética de los deportistas? ¿Por qué el espectador cree en un deporte “natural”?

Objetivos

Indagar sobre la relación entre los medios y el deporte que imperó en el siglo XX hasta nuestros días para poder observar:

- cómo se fue generando mediáticamente el concepto de “deporte de alto rendimiento”
- cuáles fueron los costos que sufrieron aquellos que siguieron los mandatos del deporte de elite
- qué beneficios económicos o políticos se lograron mediante las distintas competencias deportivas mundiales en los diferentes momentos históricos, y quiénes fueron los destinatarios de dicho beneficio
- qué lugar ocupa el cuerpo del deportista en el imaginario social actual

- cómo es que, los espectadores están fascinados por una realidad deportiva que no se muestra tal cual es.

Sujetos de investigación

Se tendrán en cuenta a los deportistas de los diferentes momentos históricos que lograron el reconocimiento internacional del público por sus logros en sus disciplinas y en los medios. También, se indagará la función de los organismos internacionales relacionados con el deporte. Por último, se analizará la lógica de los productores de los *mass medias* en relación al deportista profesional, ya sea en medios periodísticos como en publicidades, y la lógica de reconocimiento de los públicos.

Hipótesis de trabajo

Hipótesis principal:

Ya sea con objetivos económicos o políticos, para conseguir que todas las pantallas del mundo reflejen la imagen de un deportista por algún tiempo, se necesita que este pertenezca a los competidores de alto rendimiento. El éxito atlético genera la exposición pública. Pero existe un factor que queda afuera, ocultado, reprimido, que no trasciende ni social ni mediáticamente, en ninguno de los momentos históricos: la manipulación física que conlleva el alto rendimiento, avalada por las mismas organizaciones internacionales dedicadas al deporte y los medios de comunicación, junto a la indiferencia de los públicos. En lugar de esto, los medios hablan de un “semi dios” o un “dios” que ha sido beneficiado por naturaleza con dotes únicos que le permiten superar físicamente a sus rivales y así consagrarse campeón en su disciplina. Este ocultamiento se relaciona a una “fantasía ideológica” que permite mantener una falsa aura olímpica, que aprueba la posibilidad del negocio del deporte siga funcionando.

Hipótesis secundarias:

Estas hipótesis guiarán el trabajo y sustentarán la hipótesis principal:

- En la historia del deporte contemporáneo la manipulación genética ha sido ocultada por los medios y por los mismos organizadores de los eventos deportivos, porque estos han salido beneficiados por la misma.
- El éxito deportivo ha generado costos físicos en los atletas, pero que a pesar de eso siguen siendo sinónimo de salud y bienestar
- Los medios acompañaron y avalaron los diferentes ideales de belleza y de éxito social que se fueron generando en las diferentes etapas históricas porque estos son su fuente de ingreso.
- Los organismos internacionales dedicados al deporte necesitan que se mantenga un aura olímpica, que se sigan rompiendo récords para poder mantener el negocio multimillonario que manejan.

Marco teórico

Si bien no he encontrado ningún artículo o libro que realice este recorrido histórico desde una mirada comunicacional como la que se pretende dar a esta tesis, se han elegido diferentes autores y teorías que se utilizarán como base para realizar la investigación planificada. Asimismo se utilizaron una gran cantidad de artículos periodísticos de diferentes épocas.

Existen varios ejemplos, pero uno que nos sirve de introducción al planteo, puede darlo el artículo “*Hay efectivo*”¹, sobre el profesionalismo en los Juegos Olímpicos, escrito por el periodista deportivo Ariel Borenstein. Aquí es posible ver como el dinero estuvo presente en el deporte mundial contemporáneo desde sus inicios.

También tomaremos como referencia dentro de nuestro marco teórico, el artículo “Los atletas químicos”², del periodista deportivo Ariel Hendler, que describe desde 1936 hasta el 2000 sobre los diferentes tipos de drogas que utilizan los deportistas y también como estos son ocultados por los diferentes organismos internacionales dedicados al deporte. Asimismo, las consecuencias y marcas que estos dejaron en los cuerpos de los atletas.

El artículo de Eduardo Galeano que lleva el mismo nombre que el anterior también fue un punto de referencia sobre el tema del *doping* en el deporte. El artículo va desde el doping en caballos hasta el propio ser humano, esto ocultado por la hipocresía de la

¹ Borenstein, Ariel (1999): “Hay efectivo”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 130.

² Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 160.

dirigencia del deporte. La conclusión del autor es que el deporte profesional está más dopado que los deportistas. “El gran intoxicado es el deporte convertido en gran empresa de la industria del espectáculo que acelera más el ritmo de trabajo de los atletas y los obliga a cualquier escrúpulo con tal de alcanzar rendimientos de superhombres”³.

La utilización del deporte por el poder de turno es otro hito importante en nuestro futuro análisis. “Desde siempre, los gobiernos encontraron en las hazañas atléticas un buen escenario para la propaganda política. Mussolini en el ‘34, Hitler en el 36 y Videla en el ‘78 tuvieron sus “fiestas”, con un tácito apoyo de las organizaciones deportivas”⁴, comienza el artículo del periodista Ezequiel Fernández Moores. En el mismo escrito hace hincapié en la discriminación sufrida por los deportistas negros, y como a partir de un hecho deportivo se desata la guerra entre El Salvador y Honduras.

El trabajo “Cuerpo, deporte y globalización”⁵, del sociólogo y profesor de educación física venezolano Eloy Altuve, habla del negocio del deporte en la era neoliberal, y dice que el deporte es una empresa transnacional atípica, no solo por los espectáculos propios de la actividad, sino por los negocios que se mueven alrededor de esta, como el marketing deportivo y las transmisiones de televisión. Pero para que este negocio siga funcionando existe la necesidad constante de romper récords, y esto ha convertido al cuerpo en un objeto de experimentación científico y tecnológico.

“Los juegos olímpicos: programa para un análisis”⁶ de Pierre Bourdieu hace referencia al mundo del Olimpismo, en donde identifica un referente aparente “real”, es decir el espectáculo propiamente deportivo, y un referente oculto que es el conjunto de las representaciones de este espectáculo que filman y difunden las televisiones de los diferentes países, o sea el material seleccionado.

El autor asegura que el espectáculo mostrado por las televisiones nacionales tiene el lenguaje del marketing por lo que concluye que en realidad el atleta es el sujeto aparente del espectáculo.

Estos son solo algunos artículos periodísticos. Podemos decir que las notas de la sección deportes no dejaron de alimentar en ningún momento esta tesis durante su

³ Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001.

⁴ Fernández Moores, Ezequiel (1999): “El podio y el poder”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 166.

⁵ Altuve, Eloy (2005): Cuerpo, deporte y globalización, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

⁶ Artículo extraído de Bourdieu, Pierre (1997): “Sobre la televisión”, Barcelona, Anagrama. Pp. 119 – 124.

redacción, debido a que los Juegos Olímpicos de Beijing se llevaron a cabo en el transcurso de la escritura de esta tesina.

Para analizar que sucedió, y aún sucede, en los cuerpos de los atletas, tomamos la teoría de Paula Sibilia. Ella sostiene que durante el siglo XIX y primera mitad del siglo XX, los Estados tenían como objetivo intervenir en las condiciones de vida de los hombres para imponerles normas y adaptarlas a un determinado proyecto nacional. Sin embargo, en la configuración actual del mundo, el mundo biopolítico está al mando de las empresas, a las que “les corresponde organizar y articular territorios, poblaciones, cuerpos y subjetividades, desplegando su accionar sobre toda la superficie del planeta”⁷.

En la misma línea, Héctor Schmucler habla del paso de la Industria Cultural a la Industria de lo Humano que tiene como fin la posibilidad de predeterminar el comportamiento de los hombres. “... es posible reconocer una extensa repetición de esfuerzos por moldear el cuerpo humano para orientarlo a fines determinados”⁸. Asimismo el autor realiza un recorrido de la eugenesia y la biotecnología que va desde Charles Darwin hasta el postnazismo.

El trabajo de Hans Ulrich Gumbrecht “*Elogio de la belleza atlética*” nos ayudará a entender como es que el deporte fascina a multitudes desde los tiempos de los Juegos Olímpicos de la antigua Atenas. El autor se pregunta: “¿Qué es lo que les provoca placer a los espectadores, en tanto no se concentran exclusivamente en quien gana o pierde, o en las marcas que pueden romper los ganadores? ¿Qué es lo que disfrutan hoy los espectadores, sin saberlo, acaso, al concentrarse en los ganadores y sus marcas?”⁹

Para responder estas preguntas, que no se limitan al deporte actual, sugiere seis fascinaciones deportivas, sin reclamar ningún valor de realidad a este número en particular. Ellas son: esculpir cuerpos, enfrenar la muerte, mostrar gracia, hacer más complejo el potencial del cuerpo, corporizar determinadas formas y generar epifanías de formas.

Pero con la fascinación no es suficiente. El autor sugiere que la participación de diferentes maneras del espectador es clave para que pueda sentir dicha fascinación “que producen los deportes como un “estar perdido en la intensidad de la concentración””¹⁰.

⁷ Sibilia, Paula (2005): *Biopoder*, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 214.

⁸ Schmucler, Héctor (2001): *La industria de lo humano*, en *Artefacto* n° 4. Buenos Aires, p. 10.

⁹ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): “Objetos de placer”, en *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 159

¹⁰ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): “Objetos de placer”, en *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 223

A pesar de realizar un recorrido histórico muy completo sobre las actividades deportivas que abarcan desde Grecia y Roma hasta la actualidad, el autor no menciona en ningún momento los diferentes estimulantes, dopajes, medicaciones especiales que consumen los deportistas.

En cuanto a los comportamientos sociales, utilizaremos la teoría de Zizek¹¹, que explica que la realidad no puede reproducirse sin una mistificación ideológica. Este desequilibrio es parte del síntoma social. “Por eso, para explicarse, organizar y entender su cotidianidad y las relaciones y los proyectos que se juegan en ellas, para reconocer y diferenciarse las sociedades construyen representaciones de sí mismos y de sus relaciones con los otros. Tales representaciones atraviesan de manera transversal prácticas, creencias y hasta opiniones y están en la trama misma de la cultura de una comunidad”¹².

Supuestos subyacentes

El objeto de investigación es el resultado de una construcción que el investigador realiza. Por lo tanto, como el sujeto no se puede apartar del objeto de estudio, tomaremos como referencia el paradigma del conocimiento que plantea Bourdieu, que tiene como práctica central la reflexividad. Esta “supone, más bien, una explosión sistemática de “las categorías de pensamiento no pensados que delimitan lo pensable y predeterminan el pensamiento” (Bourdieu, 1982c, p. 10) y guían la realización práctica del trabajo de investigación”¹³. Por lo cual explicaremos algunas nociones claves para comprender con que marco teórico se irá desarrollando esta investigación.

Deporte: es toda aquella actividad en la que siguen un conjunto de reglas llevadas a cabo con afán competitivo. O sea que es la comparación de rendimientos corporales para designar campeones, registrar récords, u obtener medallas y trofeos¹⁴. También se usa para incluir actividades donde otras capacidades externas o no directamente ligadas

¹¹ Zizek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18, p. 56.

¹² Martini, Stella (2003): “La sociedad y los imaginarios”, Documento de la Cátedra Martini. Buenos Aires, p. 17.

¹³ Wacquant, Loïc (1995): “Introducción”. En Pierre Bourdieu y Loïc Wacquant: *Respuestas. Para una antropología reflexiva*. Grijalbo, México, p. 33

¹⁴ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

al físico del deportista son factores decisivos, como la agudeza mental o el equipamiento¹⁵.

Doping oficial: El Comité Olímpico Internacional define al dopaje como la administración o uso por parte de un deportista de cualquier sustancia ajena al organismo o cualquier sustancia fisiológica tomada en cantidad anormal o por una vía anormal, con la intención de aumentar de manera artificial y deshonestamente su rendimiento en una competición.

Manipulación genética en deportistas: Se refiere a la aplicación intensiva y extensiva de la ciencia y la tecnología aplicada en el cuerpo mismo del competidor, en función de garantizar su triunfo y con el objetivo de que este no aparezca en los controles antidoping. Todo el cuerpo del competidor está sometido y orientado por rigurosos criterios científicos-tecnológicos. Tanto la ciencia como la tecnología más avanzada del mundo son las responsables de la producción de campeones, garantizan elevar la productividad corporal, derribar los récords, sucesiva y constantemente y mantener la espectacularidad de los eventos deportivos¹⁶.

Medios de comunicación: todos los medios masivos de comunicación, tales como diarios, revistas, radio, televisión, Internet y también incluimos publicidades y marketing deportivo. Asimismo tendremos en cuenta, no solo el contenido de estos, sino la lógica empresarial que manejan los mismos como: los costos de transmisión y exclusividad que pagan por diferentes eventos y exclusividad de ciertos deportistas.

Fantasmía ideológica: Žižek sostiene que la realidad social está guiada por una ilusión, por una inversión fetichista. Lo que se desconocen es la ilusión que estructura la realidad. “La ilusión es, por lo tanto doble: consiste en pasar por alto la ilusión que estructura nuestra relación efectiva y real con la realidad. Y esta ilusión inconsciente que se pasa por alto es lo que se podría denominar la fantasmía ideológica”¹⁷. La fantasmía estructura nuestra realidad social.

¹⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>

¹⁶ <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>

¹⁷ Žižek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18, p. 61

- Realidad: la relacionamos con el concepto de ideología, como “una representación ilusoria de la realidad a la que ya se ha de concebir como ideológica”¹⁸. Este cierto no conocimiento por parte del sujeto, es lo que el autor llama síntoma y aclara que esta realidad no puede reproducirse sin esta llamada mistificación ideológica.

Metodología

La investigación será exploratoria en un primer momento. Luego se pasará a un estudio descriptivo para especificar las propiedades del fenómeno que será sometido a análisis. Y por último explicativo, ya que se buscará la comprobación de una hipótesis de relación causal entre variables.

En el primer momento, realizaremos una recopilación documental con la finalidad de obtener datos históricos e información de documentos escritos y audiovisuales, que sean pertinentes al propósito de la investigación.

A partir de allí, se pasará al análisis crítico de los mismos, utilizando herramientas tanto de la lingüística y la filosofía como de la semiótica, para finalmente, comprobar o refutar la hipótesis propuesta.

En el mismo orden, nuestro marco metodológico combina técnicas cualitativas y cuantitativas, con predominio de las primeras. Las técnicas cualitativas nos permitirán observar las percepciones, necesidades, comportamientos y prácticas de los actores y las cuantitativas aportarán un elemento estadístico concreto en torno a las características del escenario.

¹⁸ Zizek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18, p. 46.

Capítulo I: “Los medios de comunicación y el deporte en el siglo XX y XXI

- 1. Introducción**
- 2. Organismos internacionales dedicados al deporte**
 - 2a. El COI y la federación más importante del mundo: la FIFA
- 3. La relación del COI y la FIFA con los medios de comunicación**
 - 3a. Amateurismo y poca televisión
 - 3b. Televisión y auspiciantes en los Juegos Olímpicos y el Mundial de fútbol
 - 3c. Internet, el nuevo amigo del deporte
- 4. Influencia de los medios en la estructuración de los deportes**
 - 4a. Como los medios se adueñaron del deporte
- 7. La inversa: que le ha dado el deporte a la televisión**
- 8. Conclusión**

1. Introducción

El primer capítulo de los deportes modernos surgió con las primeras revoluciones y reformas burguesas, alrededor de 1800 y hasta 1860. El ámbito más representativo del despegue histórico de los deportes modernos fueron las escuelas y universidades del Reino Unido. O sea que eran practicados por jóvenes ricos.

Unos años más tarde, con la formación del Comité Olímpico Internacional (COI) en 1896, el deporte como tal se consolidó, y empezó “a ser entendido como rendimiento corporal, para designar campeones, registrar récords u obtener medallas y trofeos”¹⁹, desprendiéndose de la idea de actividades de ocio. La pérdida de su parte lúdica, o sea el hecho de jugar por jugar, empieza a quedar al margen con la regulación y administración de las prácticas corporales, clasificadas desde entonces como deportes modernos.

Las organizaciones que aparecieron a finales del siglo XIX y principio del XX, “significaron la configuración y estructuración de las instituciones encargadas de orientar teórica y prácticamente, de adiestrar y dirigir el movimiento concebido como

2 Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

deporte”²⁰. Esta aparición no fue a nivel global. Solo se registró en las naciones capitalistas industrializadas y se expandió por el mundo “de la misma medida en que opera la expansión del capitalismo industrial”²¹. Como se impuso un tipo de mercado a finales del siglo XIX, se impusieron las reglas de cada disciplina; lo que lleva a la conclusión de que el deporte siguió las rutas del comercio, en una incipiente y temprana globalización, que llega hasta nuestros días.

En este capítulo nos proponemos contextualizar esta tesina, haciendo una descripción de como se desarrollaron y como funcionan las organizaciones internacionales más importantes del deporte actual: el COI y la FIFA; y cual es su relación con los medios de comunicación. Si bien la mayoría de los datos se encontraron en artículos periodísticos, el libro *Los señores de los anillos*²² aporta una mirada crítica sobre el COI y sus funcionarios, siendo el único material bibliográfico con material y datos específicos. Asimismo, aporta datos concretos sobre la relación comercial de estos organismos con los más prestigiosos medios de comunicación del mundo.

A partir de la aparición de la televisión, la relación del deporte con los medios fue en crecimiento año tras año. Esta nueva innovación técnica cambió el mundo del deporte, hasta en su más profunda esencia, con el aval de los organismos internacionales, que se convertirán en organismos de servicios, más allegados a la industria del entretenimiento que al deporte en sí. El deporte variará a partir de las necesidades de la televisión.

Para analizar esto utilizamos el texto de Medina Cano, quien explica la relación entre los medios de masa y el fútbol. El autor sostiene que el deporte es de consumo cultural masivo y que la sola presencia de la televisión reorganiza el evento deportivo y la experiencia del fanático. “Con la transmisión televisiva se modifica la experiencia que del juego tenía el aficionado. El fenómeno es doble: de un lado, aumenta la afición televisante, crece el interés por el fútbol y el número de personas que ven los partidos es cada vez mayor”²³. Si bien aumenta la cantidad de gente que mira deportes, el

²⁰ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

²¹ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

²² Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá.

²³ Medina Cano, Federico (2005): “Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas”, en *Comunicación, Deporte y Ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, p. 85.

espectáculo se privatiza, quedando en el ámbito de lo privado. La llegada de la televisión permitió la desterritorialidad.

Desde el comienzo de las transmisiones por televisión los eventos deportivos han sido parte de su programación. En un principio, porque su escasa producción significaba menos gastos para los canales y más tarde, porque las diferentes empresas pagaban fortunas por los espacios publicitarios.

El trabajo de Sergio Quiroga sobre la relación entre el deporte, el periodismo y la televisión, habla de como la actividad deportiva se espectacularizó y como esto trajo consigo millones de dólares. Sin embargo, a pesar de este “matrimonio de intereses”, la comercialización de los eventos junto a las recompensas económicas no llega a todos los sectores sociales. En la mayoría de los casos los sectores privilegiados son los únicos beneficiarios.

El texto “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”²⁴ de Pierre Bourdieu hace referencia al mundo del olimpismo en donde identifica un referente aparente “real”, es decir el espectáculo propiamente deportivo, y un referente oculto que es el conjunto de las representaciones de este espectáculo que filman y difunden los medios. El autor sostiene que las televisiones de cada país hacen una selección del material a mostrar pero que en el discurso aseguran que muestran “todo” lo que pasa en los Olímpicos. Además asegura que el espectáculo mostrado por las televisiones nacionales sigue la lógica del marketing nacionalista. Según Bourdieu, en esta red de intereses nacionalistas y comerciales el deportista es el “sujeto aparente” del espectáculo.

2. Las organizaciones internacionales dedicadas al deporte

2a. El COI y la Federación deportiva más importante del mundo: la FIFA

Desde principio del siglo pasado, existen dos organizaciones a nivel mundial que administran y dirigen el mundo del deporte. Una abarca la mayoría de los deportes de reconocimiento a nivel mundial y la otra solo el fútbol, el deporte más convocante en la actualidad.

²⁴ Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la Televisión*, Barcelona, Anagrama p. 119.

El COI lleva adelante el Movimiento Olímpico, que concentra a las organizaciones y atletas que se ajustan a la Carta Olímpica. Las tres partes fundamentales del Movimiento Olímpico son el COI, las Comisiones Nacionales (CON) y las Federaciones deportivas internacionales. Entre estas últimas encontramos a la Federación Internacional de Fútbol Asociado, más conocida por su acrónimo FIFA. El COI también dirige el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos (COJO), que se conforma en cada ciudad que los va a hospedar.

A pesar de la jerarquización, la FIFA es la única federación que maneja su propio campeonato mundial, lo que le permite disfrutar de un enorme poder económico y político.

El COI

Hacia 1894 Pierre de Coubertin, un profesor de educación física francés, dio origen al Movimiento Olímpico mundial. Convocó a 14 países y fundó el primer Comité Olímpico Internacional. Para entonces la sede se encontraba en la Universidad parisina de La Sorbona.

En este contexto académico se originaron los primeros Juegos en Atenas, en reconocimiento a los Juegos de la antigüedad. Las dificultades económicas para entonces eran muchas, pero gracias a los aportes de un acaudalado comerciante griego se logró construir el estadio olímpico y los Juegos se inauguraron en 1896, ante 70.000 espectadores. En ellos no participaban las mujeres a pesar de que el discurso de los Juegos hacía alarde de universalidad e igualitarismo.

Desde entonces el COI es un organismo no gubernamental, sin fines de lucro que se encuentra asentado en Suiza, y que tiene como misión el crecimiento del deporte dentro del ideal olímpico. Su discurso anuncia, como meta del Olimpismo, la contribución a la paz y a un mundo mejor a través de la educación de los jóvenes con el deporte y con el espíritu olímpico, que requiere entendimiento mutuo de amistad, solidaridad, justicia y *fair play*.

La famosa frase de Coubertin es un ejemplo de su espíritu: “Lo más importante de los Juegos Olímpicos no es ganar sino competir, así como lo más importante en la vida no es el triunfo sino la lucha. Lo esencial no es haber vencido sino haber luchado bien”.

En los hechos concretos, las prácticas del Movimiento Olímpico están lejos de este discurso apolítico y neutro. En la mayoría de los casos, el COI y el resto de las

instituciones internacionales del deporte, siguen las riendas del poder que está de turno²⁵.

En cuanto a lo organizativo, existen Federaciones internacionales para cada deporte, la más importante es la FIFA. Estas establecen las reglas y los reglamentos de sus competiciones olímpicas. En 206 naciones hay Comités Olímpicos Nacionales (CON), que a la vez están agrupadas por cinco asociaciones continentales. Su misión es propagar los principios fundamentales del Olimpismo a nivel nacional, entre otras cosas.

Políticamente hablando, el COI no es una organización democrática. Sus miembros son elegidos a puertas cerradas, y su presidente es elegido por los mismos miembros. Un dato insólito es que de los 122 integrantes que tiene el COI solo 39 participaron alguna vez de los Juegos, el resto tuvo o tiene cargos políticos o se relacionan con mundo empresarial.

En algunos países los presidentes de los CON son militares de alto rango. Esto se da en países donde juntas militares estuvieron en el poder por varios años. En la Argentina, en particular, recién en el 2005 el coronel Antonio Rodríguez, dejó el cargo que ocupaba desde 1977. Su sucesor es el abogado Julio Cassanello, relacionado también con el último gobierno de facto y apegado a Rodríguez. Cassanello es juez de la Cámara de Apelación Civil y Comercial de Quilmes y ex intendente de la misma localidad durante la última dictadura miliar (entre 1979 y 1982).

El COI tiene dos tipos de reuniones en su protocolo. La primera es el *Congreso del COI*, donde se tratan temas referentes al movimiento olímpico internacional. La segunda, son las *Sesiones del COI*. En estas reuniones los miembros ponen a votación cuestiones o acciones a tomar referentes al Movimiento Olímpico, como por ejemplo adoptar o modificar la carta olímpica, elegir los miembros, presidentes honorarios, miembros honorarios, miembros de honor, elegir las sedes y el presidente, entre otros. Estas se llevan a cabo una vez por año y en ninguna de ellas tienen participación los deportistas.

A pesar de la atención que los medios prestan a estas reuniones “muy poco de lo que el COI debate se llega realmente a divulgar. Las reuniones se celebran a puerta cerrada

²⁵ Ver capítulo II

(...). La oficina de prensa controla de cerca la mayor parte de la información sobre los aspectos que se debaten y las decisiones que se toman”²⁶.

Incluso no hay sitios *on line* en donde se registre con precisión la historia del COI, los escándalos deportivos y de sus miembros, sus cambios a través de los años, ni sus conflictos internos.

A nivel institucional, el COI sigue un hilo conductor en su historia. Sus presidentes han seguido líderes de tendencia autoritaria y fascista, al igual que los de la FIFA. Basta con recordar que Berlín albergó los Juegos Olímpicos en 1936, cuando Adolf Hitler era el presidente Alemán. O también cuando en 1934, en la Italia de Mussolini y en 1978 en nuestro país, bajo el mando de la dictadura militar, se llevaron a cabo Mundiales de Fútbol.

Una nueva era financiera comenzó con la llegada del español Juan Antonio Samaranch a la presidencia de la organización en 1970. Si bien el mandatario siguió con la misma línea política, esta estaría impregnada por las necesidades de mercado. El marketing fue la estrategia fundamental que utilizó Saramanch para lograr que la televisión se involucrara fuertemente en el tema y así lograr la estabilidad y abundancia económica de la entidad. Para esto, el modelo neoliberal empresarial fue el modelo a seguir.

Con respecto a estos cambios, los autores de *Los señores de los anillos* - fuertes críticos de Samaranch, comentan: “...la organización ha pasado de la pobreza a la opulencia. A comienzos de la década del 60 la posición financiera del Comité Olímpico era catastrófica. En los juegos de Roma en 1960 se perdieron 300 millones de liras”²⁷.

Previo a la llegada del español Samaranch, el COI era un grupo de once personas acomodadas estrechamente en tres habitaciones del segundo piso de una casa llamada Mon Repos. Para enero de 1992, la nómina de empleados ascendió a 61. Todos trabajan en un lujoso complejo de edificios enchapados en mármol y un parque muy bien cuidado alrededor de Chateau de Vidy en Lausana, Suiza.

En la página oficial del COI²⁸ también se marca este cambio en la conducción del COI a partir de la llegada del español, a quien clasifican como aquel que convirtió a los

²⁶ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 29

²⁷ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 19

²⁸ www.olympics.com

Juegos Olímpicos en un espectáculo altamente rentable, sin importar la contradicción que esto genera con los históricos ideales olímpicos.

Con las finanzas reestructuradas, comenzaron a ser fundamentales los ingresos obtenidos por los derechos de televisación, y los programas de sponsoreo, que permitieron que la llama olímpica pudiese seguir viva a pesar de los boicots a Moscú y luego a Los Ángeles.

En la actualidad, el COI está encargado de supervisar y administrar todo lo que se refiera a los Juegos Olímpicos. Cada cuatro años – a este periodo intermedio se le llama Olimpiada- se llevan a cabo los Juegos Olímpicos de verano (el evento más importante de la organización) y también los de invierno. Asimismo existen los Juegos Paraolímpicos, para personas con capacidades diferenciales, que se realizan al término de los Juegos de verano.

El COI es dueño de los derechos asociados a los símbolos olímpicos, la bandera, el himno, el lema, el juramente y los Juegos. También controla los derechos de transmisión, publicidad entre otros. Por último, organiza y selecciona las ciudades que serán sedes olímpicas.

A partir de los importantes ingresos que empezaban a dejar los Juegos Olímpicos – principalmente los de verano-, los miembros del COI lograron posicionarse políticamente a nivel mundial. El voto de cada uno de ellos por una ciudad candidata comenzó a tener una cotización elevadísima, se podría decir, irracional. “Esta gente actúa como si fueran jefes de Estado”, sostuvo una de las fuentes que entrevistaron los periodistas que escribieron *Los señores de los anillos* al referirse a los miembros del COI. “Cuando no está visitando la Casa Blanca, el Vaticano, el Kremlin o el Salón del Pueblo en Beijing, Juan Antonio Samaranch concede sus propias audiencias en su residencia olímpica de Lausana a los primeros ministros y presidentes que lo solicitan. Recibe honores por doquiera. Las universidades y los jefes de Estado le prodigan ordenes y medallas, condecoraciones y doctorados honorarios”²⁹.

Los dólares que mueve la organización son incontables, y este detalle ubica a los Juegos Olímpicos en el espectáculo más rentable del mundo. Entre el 2005 y 2008 ganó 3.400 millones de dólares y se estima que si por alguna circunstancia no se puede

²⁹ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 15

realizar algún Juego, el COI tiene el suficiente dinero como para esperar ocho años para llevar a cabo a cabo los siguientes.

Desde 2001, el belga Jacques Rogge es el octavo presidente del COI. Fue elegido el 16 de julio de ese año en Moscú y era el candidato favorito de su antecesor. Rogge compitió en los Juegos en los años '68, '72 y '76 en la disciplina de vela. Se integró al COI en 1991 y fue miembro del consejo de la Agencia Mundial Antidopaje.

Bajo su liderazgo, hace alarde de haber creado más posibilidades para los países en desarrollo para organizar los Juegos Olímpicos. Otra dato de color en su incipiente trayectoria es que en Salt Lake City 2002 se convirtió en el primer presidente del COI en residir en la villa de los atletas, en lugar de lujosos hoteles de cinco estrellas como sus precedentes. Los tres Juegos que Rogge presidió han comenzado con los atletas prestando juramento contra el dopaje, un punto clave en su discurso.

La FIFA

La FIFA fue fundada en 1904 en Zurich, Suiza, por siete asociaciones de fútbol europeas (Francia, Bélgica, Dinamarca, Holanda, España, Suecia y Suiza). La idea era que la organización funcionase como un cuerpo de control para el fútbol. Al año siguiente se llevó a cabo un segundo congreso donde ya discutieron sobre una competencia internacional a realizarse en 1906. Si bien esta se llevó a cabo no tuvo éxito.

Problemas financieros, de logística y la Primera Guerra Mundial fueron los inconvenientes que llevaron a la FIFA a organizar el primer campeonato Mundial de Fútbol recién en 1930, en Uruguay. No solo fue un éxito financiero sino que permitió el incremento del interés por este deporte.

Los Juegos Olímpicos también contaban con un campeonato de fútbol que consagraba a un campeón del mundo. Pero existía un problema esencial: en los Olímpicos el deporte era *amateur*, por lo tanto restringía la participación de los jugadores que formaban parte de las ligas profesionales de sus países, las cuales se habían desarrollado ya en los años '20.

Para el segundo Mundial, Italia '34 se jugaron eliminatorias, porque habían solicitado participar en él 34 asociaciones y solo había plaza para 16 equipos.

Así la FIFA fue creciendo sostenidamente. En su 50° aniversario contaba con 84 países miembros. Este aumento sostenido del interés mundial por este deporte de equipo, fue el punta pie inicial del gran negocio del fútbol de nuestros días.

Cuando la televisión ya había entrado en el círculo del fútbol, asume en 1961 Sir Stanley Rous un maestro de escuela que renunció a su tiempo libre para convertirse en árbitro. La combinación entre este deporte y los ingresos que proporcionaba el nuevo invento de la televisión permitieron la extensión de la FIFA. La gestión de Rous permitió hacer del Mundial de Fútbol uno de los eventos deportivos internacionales más prestigiosos, después de los Juegos Olímpicos, aunque su gestión fue conservadora y reservada.

Si bien parecía tener un gran futuro, no se había explotado el negocio en su totalidad, hasta la llegada del su próximo presidente: Joao Havelange, quien lideraría una nueva generación de dirigentes con una lógica empresarial neoliberal, como la de Juan Antonio Samaranch. En 1974 el brasilero Havelange asume como dirigente máximo de la FIFA, y transforma al fútbol en una institución plenamente comercial.

Havelange era un hombre de negocio que no tenía relación con el fútbol, sino con los deportes acuáticos de Brasil. Sus primeros días en la organización fueron duros. “La primera dificultad que encontré cuando llegué a la FIFA en el ’74 fue material. Tenía solo ocho empleados, estaba instalada en una residencia privada y los ingresos no alcanzaban para pagar los salarios, mucho menos alcanzaba para invertir en el desarrollo del fútbol. Pero gracias a mi pericia comercial puede realizar contratos y así empezar a mejorar”³⁰, contaba sin modestia el día de su retiro. Asimismo aseguró que la FIFA se convirtió “en la principal organización de servicios del mundo gracias a mi obra educadora. Por eso puedo decir con orgullo: misión cumplida”³¹.

La idea del deporte como comparación de rendimientos corporales para designar campeones había desaparecido y reemplazada abiertamente por la de una “organización de servicios”, donde el atleta pasó a ser “el sujeto aparente del espectáculo”³².

Entre las hazañas de Havelange se pueden nombrar: expansión y promoción de la copa que pasó de 16 naciones a 32, y el aumento exorbitante de los ingresos de la FIFA

³⁰ “Blatter es el nuevo jefe”. En *Clarín Deportivo*, 9 de junio de 1998

³¹ “Blatter es el nuevo jefe”. En *Clarín Deportivo*, 9 de junio de 1998

³² Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama, p. 124

gracias a los derechos de transmisión. El brasileño no se cansará de asegurar durante su mandato que el fútbol es un espectáculo, y que él “vende un producto llamado fútbol”.

Fue así como este deporte inició su etapa de negocio global que comercia con multinacionales, y que se encuentra en plena escena mediática, para vender y comprar lo que se le ocurra.

Cuando se desarrolla un Mundial de Fútbol, no solo hay jugadores tratando de meter la pelota en el arco de los rivales, sino que es un acontecimiento social-político-económico en los que se juega al fútbol. Y hasta el momento el negocio es redondo. Por ejemplo durante el año 2000, la FIFA recaudó alrededor de 800 mil millones de dólares – algo así como 5 veces más de lo que suma la deuda externa argentina-.

Desde 1998 la FIFA está presidida por Joseph Blatter, y según los especialistas sigue la misma línea de Havelange³³. Blatter es conciente de que esta organización internacional tiene acciones que provocan un impacto global económico y político, y actúa en función a esto. No es casualidad que su licenciatura sea en Economía y Administración de empresas.

3. Relación del COI y la FIFA con los medios de comunicación

3a) Amateurismo y poca televisión.

El amateurismo se mantuvo mientras que la televisión no fue un actor de suma importancia para el deporte. La actividad física *amateur* manejaba pautas diferentes a las que funcionan con el profesionalismo.

Asimismo la experiencia de los seguidores del deporte también era diferente a la actual. Necesariamente para poder apreciar una competencia debían acercarse a los estadios y disfrutar del mismo junto a otros muchos seguidores. O sea ser parte del mismo evento único que no tenía repeticiones. La televisión modificaría fuertemente tanto las bases de los deportistas como la de los espectadores.

Antes de los años 80, el deporte mundial se regía por el valor del amateurismo, aunque las trampas desbordaban a las leyes por todos los flancos. El “espíritu puro” fue contaminado desde el comienzo del evento, antes de la aparición de la televisión, cuando los diarios, revistas y las radios hacían todo el trabajo. “En 1894 los Juegos se

³³ “Blatter es el nuevo jefe”. En *Clarín Deportivo*, 9 de junio de 1998

iban a disputar en Chicago. Pero el *lobby* de los dirigentes de la por entonces pujante ciudad de Saint Louis consiguió quedarse con el evento: la carta que inclinó la balanza fue que en Saint Louis se celebraba una Feria Internacional del Algodón. Despachito, el deporte se iba acercando al comercio”³⁴.

Para entonces los deportistas no podían recibir dinero por trabajar y si descubrían que alguna vez habían cobrado algo o que recibían en ese momento algún tipo de incentivo, les quitaban sus medallas olímpicas o les era prohibida su entrada a las competencias organizadas por el COI.

Por ejemplo, “la federación de Esquí Alpino rompió relaciones con el COI en 1936 después de que no dejaran participar a los atletas que cobraban plata como instructores”³⁵. Por supuesto tampoco estaba permitido sacar ventajas económicas con la fama obtenida gracias a los triunfos en los Juegos, como ser parte de una campaña publicitaria, o trabajar en cine o teatro.

“El dinero amenaza con arruinarlo todo”, comentaban dos condes, un duque, un lord, dos generales, dos abogados, un consejero y otros seis notables a los que el barón Pierre de Coubertin, había convencido de lanzar los Juegos Olímpicos de la modernidad, en un Salón parisino, a finales de junio de 1894. Por eso el deporte solo podía ser practicado por aquellos que tuvieran el dinero suficiente como para poder dedicarse a un deporte, que cada día requería más profesionalismo.

La palabra *amateur* recién desaparece de los estatutos del COI en 1971, pero el profesionalismo todavía estaba prohibido. Ahora el estatuto pedía que el participante esté “obligado a respetar el espíritu olímpico tradicional y la ética Olímpica y que practicara el deporte como actividad secundaria sin remuneración alguna”.

Dos años más tarde se permitiría la ayuda material y financiera ya que esta era fundamental para mantenerse en la elite de deportistas de alto rendimiento, pero todavía no se podía sacar provecho económico –explícito-.

Sin embargo con esta nueva regla, ya muchos deportistas comenzaron a ganar silenciosamente fortunas gracias al deporte. Con o sin intención, Pierre de Coubertin obvió que ni siquiera en la antigua Grecia los atletas tenían ideales de amateurismo. “Ganar en los juegos panhelénicos aseguraba, también, a muchos atletas, una fuente de ingresos que les duraba toda la vida, lo cual significaba que una suerte de

³⁴ Boreinstein, Ariel (1999): “Hay efectivo”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 130.

³⁵ Idem 3, p. 134

profesionalismo había surgido antes que el ideal “amateur” en la tradición atlética occidental”³⁶.

Algunos autores coinciden en que esta motivación económica condujo a la decadencia de los juegos antiguos. “La gloria que proporcionaba una victoria en Olimpia era tanta que los atletas se entrenaban cada vez más, no haciendo otra cosa fuera de ello, de forma que los Juegos de los últimos años solo vieron el triunfo de verdaderos profesionales. Los Juegos perdieron así su carácter de confrontación nacional, para convertirse en asunto de especialistas”³⁷.

A finales de los ´80 se anunciaba la misma preocupación. Este mismo fenómeno amenazaba a los Juegos modernos, ya que las naciones que contaban con considerables medios financieros, podían preparar a sus atletas con más intensidad y que los pequeños países no podían luchar con las mismas armas.

Pero el agua siguió corriendo, y a diferencia de los que se pensaba los Juegos Olímpicos comenzaron a tener un auge jamás visto a nivel mundial a partir de la década del ´80, a pesar de que era cierto que las naciones económicamente poderosas eran las que lograban un lugar en el podio, en la mayoría de los casos.

En 1986 Samaranch anuncia y legaliza, lo que ya estaba sucediendo, la incorporación de los deportistas profesionales al olimpismo. El presidente del COI lo justificó diciendo que tenían que abrir sus puertas a los mejores atletas del mundo.

“Los olímpicos considerados como una “marca mundial”: el movimiento olímpico de Samaranch es un mundo nuevo, diferente al del ex presidente olímpico que declaró que los olímpicos “no son un negocio y quienes pretendan hacer dinero con el deporte no son deseados. ¡Es tan simple como eso!. Ahora los que desean hacer dinero con el deporte se les da la bienvenida con los brazos abiertos. La suma de dinero que el Comité Olímpico Internacional de Samaranch obtiene por sus juegos de las compañías de televisión y los conglomerados comerciales multinacionales es astronómica”³⁸.

Diferente fue el caso de la FIFA, ya que las asociaciones nacionales habían entrado al mundo profesional en los años ´20. Pero el gran cambio no llegó con la

³⁶ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): “Objetos de placer”, en *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 100.

³⁷ Franchebourg, Jean-Claude (1979): “Los Juegos Olímpicos en la Grecia clásica”, en *Universitas. Gran enciclopedia del saber*, Tomo 1, Salvat Editores SA, p. 80.

³⁸ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 21.

profesionalización de los atletas sino con la pantalla chica. En ambas organizaciones, se registra un antes y un después de la televisión.

3b. Televisión y auspiciantes en los Juegos Olímpicos y en el Mundial de Fútbol.

Con la aparición de la televisión, aparecieron los anunciantes y con ellos el dinero. Los grandes visionarios del mundo del comercio vieron que la combinación entre la televisión y el deporte (uno de los fenómenos más populares de los últimos 50 años) era un “matrimonio de intereses”.

Este cambio tuvo dos sucesos claves: el primero, como ya contamos, se relaciona con las nuevas dirigencias tanto en del COI como de la FIFA a partir del año 1980. Tanto Samaranch como Havelange tienen un marcado perfil empresarial, que respondía al contexto económico a nivel mundial, dominado por el neoliberalismo. Ambos personajes cambiaron la historia del deporte mundial y la trascendencia a nivel social del mismo. Havelange confirmaría el cambio al declarar: “Yo vendo un producto llamado fútbol”³⁹, Samaranch por su parte mantendría en sus discursos su carta sobre los valores del espíritu olímpico.

Los diferentes deportes también comenzarían a entrar en la lógica neoliberal, avaladas por la dirigencia máxima del deporte internacional. “En 1984 se produjo la incorporación que faltaba para hacer de la NBA un espectáculo masivo. No fue un jugador sino un dirigente (...) llamado David Stern, quien mediante una agresiva estrategia de *marketing* transformaría a la NBA en un producto comercial de exportación”⁴⁰. *Marketing* preciso para la televisión.

El segundo factor clave fue la televisión, que gracias a los mejoramientos técnicos y el abaratamiento de costos para la realización de los aparatos, comenzó a ocupar un lugar de suma importancia en la vida social de la población mundial. La experiencia deportiva comenzó a privatizarse y al mismo tiempo expandirse.

Además de cambiar las condiciones de nuestros modos de mirar y disfrutar de un evento deportivo, existe una gran parte de la población que comienzan a tener acceso al deporte mundial y local, que antes no participaban. Por ejemplo las personas que trabajaban en los horarios habituales de los certámenes, los presos, los campesinos, los ancianos. Ya no hace falta movilizarse, el deporte penetraba en la casa de cada uno de

³⁹ Wroclavsky, David (1998): “Francia 98: fútbol, espectáculo y negocio”, *Revista Viva, Clarín*, p. 26

⁴⁰ García, Fabián (1999): “El básquet de los sueños”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 105

ellos con cada vez mejor calidad y posibilidad de ver lo que en el estadio no se podía apreciar (entre otras técnicas, las repeticiones)⁴¹.

El mejoramiento de las posibilidades tecnológicas de este nuevo medio masivo de comunicación modificará para siempre el mundo del deporte internacional. A pesar de que en Berlín '36 se registrarían las primeras imágenes olímpicas, fue en Roma '60 que la televisión dio su primer paso, un primer paso firme que dejaría una huella imborrable en su relación con las organizaciones internacionales del deporte, y principalmente con el COI.

Más allá de que la televisación en Roma '60 fue en diferido, esto ya hizo posible la comercialización de los derechos. Para los Juegos de 1964 se envió al espacio el primer satélite geoestacionario llamado Syncom III, el cual permitió a estadounidenses y europeos seguir los Juegos Olímpicos de Tokio. De esta manera se iba mundializando el mundo del deporte, y a la vez dependiendo cada día más de los ingresos multimillonarios que dejaban las cadenas de televisión.

“Los pagos de la televisión por los derechos para presentar los Juegos Olímpicos se iban a convertir en una fuente de ingresos cada vez más lucrativa. Las compañías de televisión pagaron casi US\$ 10 millones por transmitir los Juegos Olímpicos de 1968 desde México (se transmitieron por satélite); y eso era solo el comienzo”⁴².

La televisión cambiaría para siempre el concepto de deporte y el de los atletas. Los televidentes del mundo pedirían más y más deporte en directo vía satélite. Los canales comenzaron a notar que las emisiones deportivas incrementaban el índice de audiencias y los niveles de demandas publicitarias. Además el costo de producción era inferior a la producción propia.

El esparcimiento de la televisión a nivel mundial continuó durante los '70 y '80. Además de incrementar la cantidad de aparatos televisivos por habitante, también empezó a reproducirse la cantidad de canales ya que gracias a los avances tecnológicos –como la aparición de videos, cámaras livianas, y equipos de ENG (producción tecnológica de la información)- los sistemas nacionales de televisión comenzaron a consolidarse.

⁴¹ Medina Cano, Federico (2005): “Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas”, en *Comunicación, Deporte y Ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, p. 85.

⁴² Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 67.

La importancia de la aparición de la televisión satelital en el '84 es clave para los diferentes eventos deportivos globales en directo. En julio de ese año, los Juegos de Los Ángeles fueron los primeros en financiarse totalmente con capitales privados.

Ya para Barcelona '92 asciende a un total de US\$ 633 millones para la transmisión televisiva solamente. Allí la audiencia mundial fue de aproximadamente tres y medio miles de millones de consumidores. En Roma '60 la televisión solo se había pagado US\$ 1 millón.

Esto responde a un contexto económico, cultural y político que comenzaba a regirse por los ideales del nuevo libre mercado. Los valores que contenía la Carta Olímpica se traducirían a una nueva lógica mercantilista, donde lo importante ya no es solo competir, sino también ganar y, al mismo tiempo, vender.

En los '60 y '70 el patrocinio de deportistas y de los eventos fue recibido con resistencia. “Los periodistas, por ejemplo, no estaban dispuestos a usar los nombres de los patrocinadores. Se les atoraba en la garganta decir algo como Copa Benson and Hedges o la Copa Gillete”⁴³. Hoy no existe ningún tipo de pudor hacia el patrocinio generalizado tanto de deportistas, eventos, e incluso periodistas.

Cuadro de referencia sobre la influencia del dinero de la televisión en los Juegos Olímpicos a través de los años⁴⁴.

Lugar y año Juegos de verano	Derechos por la televisión	Periodistas	Ingresos por patrocinadores	Audiencias
Berlín '36 a Melbourne '56	Equivalían al 1,5% de los ingresos totales	Se llevaron a cabo tres mil transmisiones por radio para más de 50 países. Primeros juegos en transmitirse por televisión, aunque las imágenes se limitaban a la ciudad de Berlín.		Hubo 4 millones de espectadores en el lugar
Roma '60	US\$ 1 millón (Diferido, se	2.000		500.000 personas

⁴³ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 41.

⁴⁴ Se trató de utilizar fuentes oficiales pero en algunos casos existen pequeñas variaciones. Algunas cifras incluyen los Juegos de Invierno que corresponden al evento posterior.

	enviaban las cintas por avión)				
Tokio '64	US\$ 1.577 millones	1.507			
Ciudad de México '68	US\$ 7.516 millones. Se transmiten por primera vez vía satélite a todo el mundo.	2.249			500 millones (Primeras transmisiones vía satélite al mundo)
Munich '72	US\$ 11.6 millones (3,7% de los ingresos totales)	4.587	US\$ 313.000.000		850 millones
Montreal '76	US\$ 34.8 millones (5,2% de los ingresos totales)	5.223	US\$ (-) 223 millones. Se endeudaron hasta el año 2.000. Hasta este año las entradas fueron la mayor fuente de ingresos de los Juegos. El ingreso fue de 669 millones de US\$.		1.000 millones
Moscú '80	US\$ 101 millones (8,2 % de los ingresos totales)	7.629	US\$ 123 millones		
Los Ángeles '84	US\$ 225 millones	8.837	Entre el 85 y el 88 se implementó el programa TOP que contó con la participación de 9 empresas, que aportaron 10 millones de dólares cada una. US\$ 150 millones (por primera vez el saldo para el grupo organizador es positivo)		2.500 millones
Seúl '88	US\$ 403 millones	10.360	Del 88 al 92 el programa TOP II contó con 12 empresas que aportaron 20 millones de dólares cada una.		3.000 millones
Barcelona '92	US\$ 633 millones	12.831	(US\$ 184 millones y 494 respectivamente)		3.500. millones
Atlanta '96	US\$ 1000 millones	19.161	En el '93 IBM aporta 200 millones de dólares por un contrato de 8 años. En el programa Top III participan 10 empresas que aportan 40 millones de dólares cada una.		19.600 millones (audiencia total acumulada)
Sydney '00	US\$ 1.332 millones	16.200	En el TOP IV que abarcó del año '98 al 2000, 11 empresas pagaron 550 millones de dólares en conjunto.		3.600 millones

				4.200 millones (La apertura fue el evento más visto en la historia.)
Atenas '04	US\$ 1.498 millones	21.500	Para Salt Lake City y Atenas se llevó a cabo el programa Top V donde participaron 10 empresas.	US\$ 4,5 mil millones de personas. Fueron los primeros Juegos en transmitirse en televisión de alta definición)
Beijing '08	US\$ 2.500	30.000	El Top VI, dejó un total de 886 millones en total.	Se calcula que fueron vistos por 4.000 millones, de los cuales 17,7 millones los siguieron por Internet. Se transmiten en su totalidad en alta definición.

Las cifras no dejan de incrementar desde la aparición del aparato llamado televisor, paralelamente al aporte de las empresas. Así como también las imágenes llegan a un número increíble de televidentes interesados en el deporte en todo el mundo.

Si los Juegos Olímpicos son el evento más visto a nivel mundial, el Mundial de Fútbol se encuentra en segunda posición. La pasión que despierta este solo deporte se convirtió en un negocio fabuloso.

Desde que los organizadores comprobaron que una sola disciplina puede atraer a tantas personas, el campeonato Mundial ha sido un espectáculo deportivo que genera millones de dólares. Como en el caso de los Juegos Olímpicos, la televisión fue la causa y la coproductora de este fenómeno.

En Suiza '54, segundo Mundial que se jugó tras el parate de la Segunda Guerra Mundial, ocho países europeos (Francia, Inglaterra, Bélgica, Italia, Dinamarca, Holanda, Suiza y Alemania) se juntaron para conformar Eurovisión y así poder transmitir por primera vez en directo ocho partidos.

Cuatro años más tarde, llegan en directo por televisión el 73% de los partidos a 63 países y en cada edición que le prosiguió la cantidad de audiencia fue batiendo récords.

En la Argentina en particular, y aunque parezca que esto contradice nuestra idiosincrasia, todavía el país no se paralizaba cada vez que jugaba la selección nacional de fútbol. De hecho, en el '62 las imágenes llegaban al país con 48 horas de retraso y se emitían cuando la programación lo permitía.

En el '82 la punta del iceberg de oro se vislumbraba, por eso el hábil Havelange aumenta la cantidad de equipos que pueden participar en el Mundial. De 16 pasa a haber

24 equipos. Con esta modificación los minutos de transmisión pasan de 3.420 a 4.680, aumentando así la posibilidad de vender más publicidad.

El fenómeno tuvo su punto de mayor furor para el Mundial de Francia '98, para el cual se pronosticaba la mayor audiencia televisiva de la humanidad. Se calculaba que iban a haber 37.000 millones de telespectadores (más de siete veces la población de la tierra en ese momento). Es fundamental aclarar que se considera un televidente a cada persona que mira un partido. Y que si esa misma persona mira los 64 encuentros que se jugaron en Francia, se cuenta 64 veces.

Por supuesto que esta magnitud increíble de audiencia tuvo un balance económico más que positivo: 1.600 millones de dólares. A lo que hay que sumarlo US\$ 15 millones por los 10 auspiciantes y US\$ 125 millones por la venta de entradas.

Y los números siguen creciendo. Los volúmenes de dinero son tan abrumadores que el Mundial se reduce a un evento económico, en donde las empresas, junto con la FIFA, planifican que su imagen sea vista por la mayor cantidad de gente a nivel mundial. Por ejemplo, los patrocinadores tienen acceso a los carteles publicitarios colocados en los alrededores de la cancha. Estos carteles deben ser retratados en las pantallas mínimamente ocho minutos por cada partido. O sea que están ocho minutos dentro de la casa de cada uno de los televidentes del mundo. El sueño de cualquier empresa.

La cantidad de periodistas, al igual que en los Juegos de verano, también ha ido incrementándose notablemente, dando una fuerte impresión de cómo un juego dio paso a la posibilidad de las empresas encontraran una gigantesca pantalla que el mundo quiere mirar.

Durante el primer mundial, disputado en Uruguay fueron 128 periodistas. En 1934 se transmite por primera vez por radio un mundial. 277 periodistas estuvieron presentes. En el mundial de Estados Unidos, 60 años más tarde, 10 mil periodistas trabajaron en el evento. En Francia '98, con el boom de Internet recién iniciado, fueron 12 mil. Esto demuestra como el eje del evento se fue espectacularizando y desparramando por el mundo sin ningún tipo de barreras.

Cuadro de referencia de los Mundiales de Fútbol a partir de la aparición de la televisión⁴⁵.

Lugar y año	Audiencias	Ingresos para	Espectadores
-------------	------------	---------------	--------------

⁴⁵ Se trató de utilizar fuentes oficiales. En algunos casos existen pequeñas variaciones. No se han encontrado cifras oficiales en los casilleros que no se completaron.

la FIFA			
Suiza '54	4 millones		943.000
Suecia '58			868.000
Chile '62		US\$ 3.900.000	896.336
Inglaterra '66			1.614.677
México '70		US\$ 9.487.553	1.673.975
Alemania F. '74	740 millones	US\$ 16.400.000	1.774.022
Argentina '78	4.186 millones	US\$ 18.000.000	1.747.210
España '82		US\$ 66.000.000	2.073.723
México '86	13.500 millones	US\$ 88.000.000	2.373.051
Italia '90	26.700 millones	US\$ 130.000.000	2.517.348
EEUU '94	32.000 millones	US\$ 2.748.000.000	3.567.415
		(totales)	
		US\$ 2.500 millones, de los cuales 1.300 millones fueron por los derechos de transmisión. Solamente la televisión pagó 2.100 millones.	
Corea - Japón '02	26.400 millones		
	30.000 millones		
Alemania '06	(6% + que en 2002)	1.100 millones	260 millones

El negocio no es solo rentable para las empresas internacionales que logran mostrarse mundialmente. El objetivo de los canales locales es comercializar los espacios de aire en los partidos al mejor postor dentro del país también. Durante el Mundial de

1998 tres canales argentinos transmitieron desde Francia. En Corea-Japón, tras la crisis del 2001, solo fueron dos. Pero para Alemania 2006 la televisión argentina hizo una gran apuesta. Fueron todos los canales de aire, incluido canal 7 y un canal de cable. La torta publicitaria fue de 70 millones de pesos. Y se espera una recaudación más abultada para los años venideros.

Incluso las empresas que no tienen derechos exclusivos pero que venden productos relacionados al deporte reciben un coletazo de incrementos también. Por ejemplo para el Mundial del 2006 en Argentina se vendieron 200 millones de pesos estimados en televisores, 14 millones de pesos de camisetas, entre otros.

Mientras que la pelota siga girando, los ceros seguirán aumentando, aunque pocos sean los beneficiarios de las grandes ganancias.

3 c) Internet, el nuevo amigo del deporte

Si bien la masificación del uso de Internet a nivel mundial, todavía no es comparable con el alcance de la televisión en el mundo, hay algunos puntos que ya tienen en cuenta el COI y la FIFA. La televisión le permitió el COI amoldar al deporte para que el medio lograra resultados económicos nunca antes pensados. Como era de esperarse, los medios tecnológicos se suman al negocio llamado deporte.

Nuevas posibilidades financieras se abrieron para el Movimiento Olímpico y “establece un nuevo paradigma de relaciones económicas con los patrocinadores y con las televisiones, así como oportunidades para llegar a nuevas audiencias”⁴⁶.

Sin embargo, debido a la proporción gigantesca de información que maneja la Web, el control de los derechos es mucho más complejo. El COI se enfrentó a un nuevo reto, ya que este es un medio desafiante en cuanto a los derechos del *copyright*. Para Sydney 2000, el COI vio amenazado los derechos exclusivos de su mayor patrocinador – la red televisiva NBC- cuando algunos sitios divulgaban imágenes exclusivas. Pero la influencia, el poder y el autoritarismo del COI a nivel mundial logró algo inesperado para los tiempos que corrían: callar Internet.

⁴⁶ <http://olympicstudies.uab.es/brasil/pdf/60.pdf>

El COI contrató una empresa británica para navegar en la red las 24 horas del día y así encontrar violaciones del código restrictivo que prohíbe a quienes no son titulares de los derechos de transmisión audiovisual directas desde los lugares de competencia.

“Sydney fijará para el futuro el principio de que Internet no es un sector libre de regulaciones y de vigilancia”, decía para entonces el gerente de *Marketing* para Desarrollo de Negocios del COI, David Aikman⁴⁷.

Tal preocupación se debe a que tanto los Juegos como el Mundial son eventos altamente rentables para las organizaciones, las empresas y los medios que compran los derechos.

Pero la Web es muy difícil de vigilar por lo tanto existieron fisuras en el control previsto debido a las ilimitadas posibilidades que tiene. Por ejemplo, otra preocupación para el COI fue el hecho de que algunos deportistas utilizaban sus sitios Web para difundir información, y actuaban como periodistas no acreditados.

En segundo lugar, las posibilidades técnicas de las ciudades o países postuladas a realizar los Juegos o el Mundial condicionarían la elección de las sedes. Está claro que si una ciudad no está fuertemente tecnificada es imposible darle las herramientas necesarias a los medios y periodistas que necesitan hoy en día sin que el sistema colapse. “Las exigencias tecnológicas que implica la realización de los JJOO sólo parecen metas a alcanzar por las sociedades capitalistas avanzadas o dispuestas a realizar importantes inversiones económicas, apostando a un retorno indirecto sobre infraestructuras viales, comunicacionales o deportivas. Mientras tanto, el resto del mundo, sentémonos cómodamente frente a la televisión a ver cómo la antorcha olímpica pasa entre los países centrales de mano en mano”⁴⁸.

4. Influencia de los medios en la estructuración de los deportes

A partir de Los Ángeles '84, el mayor aporte para la construcción de infraestructuras y la organización de los Juegos, sale de los millones que paga la televisión por los derechos de transmisión – que es el 50% del total recaudado a partir del '80-. Desde entonces los medios y los patrocinadores interesados y con los suficientes recursos como para salir en la televisión son quienes sostienen económicamente al espectáculo del deporte. Sin los derechos que pagan las cadenas

⁴⁷ “www.mordaza.com.sydney “. En *Página 12, Suplemente El líbero*, 26 de septiembre de 2000.

⁴⁸ Rodríguez, María Gabriela (1996): “Atlanta 96: para mirarlos por TV”, en *la revista digital Educación Física y Deporte* Año 1, revista 2, Buenos Aires. <http://www.efdeportes.com/efd2/22mgr1.htm>

televisivas, el Mundial de fútbol como los Juegos Olímpicos no hubiese logrado tener la trascendencia que hoy en día disfrutan a nivel internacional. Por supuesto que fue necesario que este género sea de interés para la televisión moderna y sus audiencias, que no dejan de mirarlo, en la mayoría de los casos, con un sorprendente fanatismo.

Las lógicas de las transmisiones de deporte tuvieron dos perspectivas marcadas. En sus comienzos, los Estados Unidos hicieron hincapié en el aspecto competitivo del deporte, mientras que Inglaterra resalta la dimensión recreativa y su vinculación con soluciones para la salud de la población.

“En 1936 la BBC de Inglaterra comenzó las transmisiones de partidos de fútbol, cricket, rugby y tenis, competencias de canotaje y carreras de caballos (...), asegurándose los derechos sobre todos los deportes por varias décadas. En Estados Unidos, en tanto, las décadas del 40 y 50 marcaron el auge televisivo de deportes individuales (lucha, boxeo, catch...) y del béisbol. Del lado americano se realizó el carácter básicamente comercial de la TV y del deporte, a despecho de tradiciones y sentimientos populares”⁴⁹.

El aporte económico y de difusión que realizó la televisión para los deportes no fue desinteresado. A cambio las organizaciones internacionales más importantes del rubro comenzaron a pensar desde el eje de la televisión -su mayor socio y coproductor-, dejando a un lado las necesidades tanto de los atletas como de los espectadores que concurren a los estadios.

Para los años '80 la autonomía del deporte con respecto a la televisión había terminado. No solo habían monopolizado las imágenes del deporte, sino que la empresa que pagaba los derechos de transmisión recibiría privilegios relacionados con la cobertura dentro del campo de juego, tanto en imágenes como en entrevistas con los deportistas, entre otras cosas.

A pesar de que el COI debiese regular los medios, como indica la carta olímpica, muy por el contrario, se podría llegar a plantear que los medios definen el movimiento olímpico moderno, caracterizado por la hegemonía imperante del momento, y poniendo en riesgo valores fundamentales de cada sociedad.

Cuando las empresas buscan diferentes nichos de mercado para imponer sus productos a nivel mundial, los valores culturales y democráticos están constantemente perdiendo terreno. “El proceso de comercialización y globalización pon una creciente

⁴⁹ De Biase, P. y Santagari, A. (1999): “Fútbol y TV. La imagen es todo”, en *El siglo del deporte*, Olé, p. 138

presión sobre los periodistas para servir a los intereses comerciales que a los intereses de la información pública, refuerza la concentración de poder en pequeños conglomerados de medios y en exclusivas organizaciones deportivas”⁵⁰.

4 a) Como los medios se adueñaron del mundo del deporte

Entre los motivos fundamentales por los cuales el deporte está interesado y escucha las necesidades de la televisión encontramos en primer lugar su financiamiento económico. Y en un segundo lugar – y relacionado fuertemente al primero- el hecho de que el deporte gracias a la televisión se puede extender mundialmente.

Por estas razones las necesidades de los medios fueron escuchadas atentamente por los dirigentes del deporte tanto nacional como internacional, hasta el punto de lograr intervenir en casi todos los aspectos del mismo.

“La sola presencia de la televisión reorganiza el evento deportivo. El solo saber, por ejemplo, que el partido será televisado influye en su preparación y en el curso del acontecimiento. Todo cambia: el color de las camisetas de los competidores, el tipo de iluminación, la decoración de los escenarios deportivos, el diseño de los implementos deportivos, las actitudes de los jugadores y aún la expresión de los espectadores”⁵¹.

La necesidad de convertir al deporte en un espectáculo televisivo llevó a algunas organizaciones a modificar hasta su propia esencia. A continuación enumeramos algunas de las áreas en donde la televisión influyó fuertemente a la hora de generar un espectáculo televisivo que atrajera la mayor cantidad de público posible⁵².

- **El escenario**

Los Juegos Olímpicos de verano que se llevaron en Los Ángeles, en el año 1984 dieron el puntapié inicial de la intervención bienvenida de la televisión en el escenario olímpico. Por supuesto que con la presencia constante de las cámaras existía la necesidad de espectacularizar el ritual de los Juegos Olímpicos para que la audiencia estuviese ante un verdadero show de TV.

Los estadounidenses siempre estuvieron interesados y muy bien entrenados para darle espectacularidad a los eventos. Ya en 1960, las ceremonias de cierre e inauguración de los

⁵⁰ Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires, p 110.

⁵¹ Medina Cano, Federico (2005): “Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas”, en *Comunicación, Deporte y Ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.

⁵² No pretendemos asegurar de ninguna manera que estos son los únicos hitos donde la televisión pudo cambiar al deporte, simplemente queremos mostrar algunos ejemplos de ello. Asimismo, se puede notar como las diferentes áreas se relacionan entre ellas indefectiblemente.

Juegos Olímpicos de invierno de Squaw Valley, California, estuvieron organizadas por el mismo Walt Disney.

El desarrollo de las ceremonias de inauguración y cierre son uno de los discursos que ejemplifican esta hipótesis. “México '68 se beneficia con el ingreso de la televisión en color que le permite lucir con todo el esplendor sus tradiciones culturales. La ceremonia de Moscú '80, de tres horas de duración, es la apoteosis estética de una representación que intenta mostrar la planificación deportiva estatal. Pero es Los Ángeles '84 quien marca el ingreso definitivo al mundo del espectáculo: 12.000 personas en escena, despliegues escénicos y hasta la aparición de un "hombre volador". Mientras que en Seúl '88 se consolida el componente espectacular con el aporte de los propios valores culturales: la fiesta comienza afuera del estadio con un gigantesco dragón. Barcelona '92 supo combinar su autonomía cultural y sus tradiciones con los efectos tecnológicos avanzados para una fiesta diseñada decididamente para la televisión”⁵³.

En la presentación de Beijing '08 se pudo apreciar lo último en tecnología con un piso sobre el estadio que iba moviéndose y variando, dependiendo de las necesidades de lo que se mostraba. Pero no solo el nuevo estadio “El nido” fue el escenario de la inauguración. Para el final los fuegos artificiales estuvieron en puntos clave de la ciudad, en una clara preparación del espectáculo para la televisión. Los 91 mil asistentes lo apreciaron también por pantallas gigantes en el estadio. Quien presencia el espectáculo también mira la televisión.

Es tal la espectacularidad de estas ceremonias, que cautivan la mayor cantidad de espectadores de todos los Juegos. Pero no es solo lo que muestran arbitrariamente las cámaras lo que causa tanta adhesión.

También hay que mantener contentos a los anunciantes. Bourdieu sostiene que la producción de imágenes que se realiza de este evento, “se convierte en un producto comercial sometida a la lógica del mercado y, por consiguiente, ha de concebirse de modo que alcance a la audiencia más amplia posible y retenga su atención al mayor tiempo posible”⁵⁴. Incluso el hecho de que en el estadio olímpico no haya vallas publicitarias, nada tiene que ver con la versión oficial de mantener la pureza del ideal olímpico, sino que como las cadenas estadounidenses pagan mucho dinero por la televisación, estas exigen imágenes limpias para poder ellos vender la publicidad y de esta manera recuperar lo invertido⁵⁵.

- **Lo mostrable**

Pierre Bourdieu argumenta que “el referente oculto es el conjunto de las representaciones de este espectáculo que filman y difunden las televisiones de los diferentes países, las cuales

⁵³ Rodríguez, María Gabriela (1996): “Atlanta 96: para mirarlos por TV”, en *la revista digital Educación Física y Deporte* Año 1, revista 2, Buenos Aires. <http://www.efdeportes.com/efd2/22mgr1.htm>

⁵⁴ Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la Televisión*, Barcelona, Anagrama p. 119.

⁵⁵ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 102.

realizan una selección nacional de la materia bruta, que se supone indiferenciada nacionalmente (puesto que la competición es internacional), presente en el estadio. Un referente doblemente oculto, puesto que nadie lo ve en su totalidad y nadie ve lo que no ve, ya que cada telespectador puede tener la ilusión de ver el espectáculo olímpico en su verdad”⁵⁶.

Cuando un triunfo nacional es plausible los *ratings* se disparan aunque sea un deporte poco popular en esa nación. No solo es importante el deporte para la televisión y su negocio, sino que existe una cuestión política de trasfondo: los triunfos deportivos ayudan a la identidad nacional. Las imágenes que muestran, y el modo en que las envían con música de fondo, en cámara lenta y con una voz en off que relata la epopeya del triunfo, son una manera de nutrir los sentimientos nacionalistas del país.

Pablo Alabarces sostiene que no es el fútbol una máquina cultural de nacionalidad posmoderna, sino que este papel lo cumple la televisión. El fútbol es solo un género, el más exitoso. El autor explica que a falta de relatos inclusivos a nivel material y simbólico, los medios interpelan a los ciudadanos como hinchas – en el caso argentino- como única forma posible de la ciudadanía. “El fútbol, espacio de la identidad cálido que sólo pide una inversión de pasión a cambio de un relato de pertenencia sin mayores riesgos, se torna identidad primaria, no un relato entre otros, sino el único sentido –trágico- de la vida”⁵⁷.

El relevo de la antorcha olímpica también está preparado para ser visto por televisión y de esta manera alentar la nacionalidad de cada país por el que cual pasa. En el 2004, por ejemplo, la antorcha iba rodeada por un cordón de motociclistas y corredores de defensa, que pertenecían al personal de seguridad y de control de multitudes. Todos comunicados con un complejo sistema de radiotransmisores. El objetivo de este grupo de operaciones estadounidenses iba más allá de la seguridad del traslado de la antorcha. “Hay otros aspectos de las operaciones (...) en los que se favorece el espectáculo en detrimento del ritual, por ejemplo, en lo relativo a los medios de comunicación”⁵⁸. En este caso, muchos de los ciudadanos que se acercaron a ver el traslado de símbolo olímpico, por ejemplo, en la ciudad de Barcelona no pudieron ver mucho. El portador de la antorcha va inmediatamente precedido por un gigante camión que tapa todo lo que está sucediendo. Este camión no es en vano. Su objetivo final es facilitar la televisación de imágenes sin trabas y de manera cómoda, para lograr una cobertura mediática completa. “El valor de la audiencia televisiva y el interés de lo visual superan la importancia de la participación en vivo y en directo”⁵⁹. Por supuesto, no hay que olvidarse que los patrocinadores

⁵⁶ Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la Televisión*, Barcelona, Anagrama p. 119.

⁵⁷ Alabarces, Pablo (2002): “Conclusiones: ¿la vida por Batistuta?”, en *Fútbol y patria*, Prometeo Libros, Buenos Aires, P. 208.

⁵⁸ Macaloon, John (2004): “Los Juegos Olímpicos y la globalización”, en *La trastienda de los Juegos Olímpicos*, *La Vanguardia*, España, 8 de agosto.

⁵⁹ Macaloon, John (2004): “Los Juegos Olímpicos y la globalización”, en *La trastienda de los Juegos Olímpicos*, *La Vanguardia*, España, 8 de agosto.

recurren a diferentes artimañas para aparecer cerca de las cámaras y que sus logos sean tomados por ellas el mayor tiempo posible.

La selección que realiza la televisión para su público trata de capturar la mayor cantidad de audiencia el mayor tiempo posible, sin importar el rito o la tradición olímpica. El hincapié está puesto en el rating y los sponsors.

Bo Reimer explica que en la televisión en vivo existe el riesgo de aburrirse, sino lo que se muestra no es superior a lo que están haciendo otros canales. Por este motivo se pasó de la imagen en vivo mostrada por los medios a la dramatización o ficcionalización. “Por eso, la cadena NBC argumentó, que en orden de garantizar excitación era más seguro que los canales editaran versiones de los eventos, versiones que los productores y comentaristas estuviesen en total control sobre ellos. Con el objetivo de asegurarse que las audiencias de producciones cautivantes, el foco fue puesto en historias de vida. Antes de los Juegos, equipos de televisión fueron mandados por todo el mundo a producir videos cortos describiendo las inusuales historias de vida de los atletas. Estos videos fueron mostrados subsecuentemente en relación con los diferentes eventos – a veces incluso en el medio de ellos-”⁶⁰.

- **La selección de deportes en las competencias internacionales**

En el momento en que el COI se consolidó como el organismo internacional que nuclea todas las federaciones deportivas, el concepto de deporte se puso en jaque. ¿Cuál es la condición necesaria para que una performance sea concebida como deporte para el COI? Entre los requisitos encontramos que tenga un reglamento, que tenga presencia en los diferentes continentes... y que sea televisivamente atrayente a nivel mundial. Y cuando se dice a nivel mundial, se hace referencia principalmente a aquellos países que aportan el mayor porcentaje de dinero por los derechos de transmisión.

Por lo cual además de ofrecer a estos países las horas de mayor audiencia, también se tiene en cuenta los deportes y las pruebas más vistas o con mejores expectativas de triunfo. “De lo que resulta, por ejemplo que el peso relativo de los diferentes deportes en las organizaciones deportivas internacionales tienda a depender cada vez más de su éxito televisivo y de los beneficios económicos subsiguientes. Los constreñimientos de la difusión televisada también influyen cada vez más en la selección de los deportes olímpicos y de los lugares y de los momentos que se les asignan, así como en el propio desarrollo de las pruebas y de las ceremonias”⁶¹.

⁶⁰ <http://web.mit.edu/cms/Events/mit2/Abstracts/BOREIMER.pdf>, artículo escrito por Bon Reimer, School of Arts and Communication Malmö University, Sweden. La traducción es nuestra.

⁶¹ Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la Televisión*, Barcelona, Anagrama p. 119.

Por esta razón se han discriminado distintas disciplinas. Existe un determinado número de deportes que se incluyen en los Juegos Olímpicos, y para ser parte de estas privilegiadas disciplinas, el COI exige que sean de nivel internacional reconocido y que hayan figurado por lo menos dos veces en campeonatos mundiales o internacionales. Pero a pesar de esto, los miembros del COI son los que tienen la última palabra.

En el caso argentino en particular, hoy en día el COI desprecia disciplinas en las que Argentina podría ser una candidata firme para una medalla dorada, tal como polo o hockey sobre patines, deportes que alguna vez fueron olímpicos.

Entre otras medidas que trascendieron recientemente, podemos nombrar la decisión del COI de sacar el baseball de los Juegos porque no participan los principales jugadores. En Beijing 2008 se competirá por última vez en esta disciplina⁶², y por otro lado, se comenta que se agregará para las próximas ediciones el golf, un deporte que actualmente mueve millones alrededor del mundo, gracias a sus patrocinadores⁶³.

Asimismo el actual presidente del COI mostró públicamente sus intenciones de que las selecciones de fútbol participen con todos sus jugadores y no con un seleccionado menor, como lo hace actualmente. Esto generaría un interés mayor de las audiencias por los Juegos, aunque los clubes donde pertenecen los futbolistas harán lo imposible para poder retenerlos en sus equipos, ya que por ellos pagaron millones de dólares⁶⁴.

Asimismo existe una cantidad de deportes de “publicidad fácil” cuando se transmiten por televisión, que posiblemente sigan en la lista de los elegidos, como por ejemplo el básquet. “La cancha es pequeña y el juego se concentra en un área y la comercializadora ISL⁶⁵ le asegura a los clientes que a lo sumo habrá dos vallas publicitarias visibles durante el treinta por ciento del “tiempo en pantalla”⁶⁶.

- **Cambio en las reglas del juego**

Por la influencia de la televisión algunos deportes han variado sus reglas de juego para ser más “televisables”. Esta idea surge de la inclinación estadounidense por la comercialización sin recaudo de los deportes que se televisan. Allí “todo era posible en nombre del negocio: modificar drásticamente las reglas de un juego, volver más sanguinarios los deportes de lucha y

⁶² En esta decisión nunca se tuvo en cuenta que el béisbol, por ejemplo, es el deporte nacional de algunos países del Caribe como Cuba, y que su principal centro de atención no esté en la competencia, generará una fuerte desilusión y desmotivación para el pueblo en los próximos juegos.

⁶³ <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libero/9-1600-2004-08-08.html>

⁶⁴ Este fue el caso de Lionel Messi, antes de los Juegos de Beijing 2008. El club Barcelona no quería cederlo ya que los Juegos Olímpicos no están en el calendario de la FIFA.

⁶⁵ ISL Marketing era una compañía fundada por Horst Dassler (dueño de Adidas) que tenía el monopolio de los contratos de comercialización del fútbol.

⁶⁶ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 125.

fricción, o trasladar un equipo a más de 3 mil kilómetros de la ciudad en la que había nacido y crecido”⁶⁷.

Algunos acortaron la duración de los juegos – en la mayoría de los casos- para que sea más atractivo a las audiencias televisivas como el básquet, el voleibol, el boxeo y el béisbol, entre otros.

Por ejemplo, en el caso del tenis, la imprevisibilidad del final del partido no era recomendable para la programación de los canales. Para solucionar esto se creó el *tie break*, que reduce el tiempo de los partidos. Con la misma lógica se implementó en el voley, el sistema de rally point, donde no hace falta tener el saque para sumar.

Otro ejemplo, podría ser el de la Federación Internacional de Basketball (FIB). A la NBA se le exigieron más tiempos muertos para tener más espacios de publicidad. Asimismo para el 2010 se retrasará la línea de los tres puntos a medio metro de la marca. El objetivo oficial es tener las mismas reglas en todo el mundo. Sin embargo, también se puede alegar que la unificación de los reglamentos permite que los partidos transmitidos en diferentes partes del mundo, puedan ser comprendidos por los televidentes de manera inmediata. El deporte tiene reglas universales que permiten, sin traducciones, ni subtítulos llegar a todos los rincones del planeta.

El esparcimiento de la NBA por el planeta es paradigmático con respecto a la americanización mundial. “La NBA fue la primera organización que descubrió la gran fuente de energía económica del espectáculo deportivo”⁶⁸, sostiene Vicente Verdú. Según el autor el modelo estadounidense ha sido a lo largo de los últimos 50 años el máximo ambientados mundial y su cultura industrial ha logrado transformarse en la cultura popular del mundo. “Ela gran potencial (...) de Estados Unidos, antes y ahora, no se encuentra en sus armas, con ser tan demoledoras. La mayor facultad de Estados Unidos no reside en vencer sino en vender”⁶⁹.

Otro ejemplo de la americanización, a pesar de no pertenecer a los deportes “elegidos”, es el deporte el football americano (NFL), un deporte netamente televisivo. En la década de los ´60 la disputa por considerarse el deporte más popular en el país del norte era entre el béisbol y el football americano. Este último se transformó en el deporte más visto por los estadounidenses porque nunca puso reparos a modificar sustancialmente sus reglas si así lo indicaban los estudios de mercado.

Las reglas de juego comenzaron a modificarse en función de las necesidades de la televisión a principio de los ´70. No solo variaron la división de los tiempos sino que también las reglas intrínsecas del deporte, como por ejemplo las dimensiones del campo y el tipo de penalización.

⁶⁷ De Biase, P. y Santagari, A. (1999): “Fútbol y TV. La imagen es todo”, en *El siglo del deporte, Olé*.

⁶⁸ Verdú, Vicente (2003): “Cultura para niños”, en *El estilo del Mundo*, Anagrama, Madrid, p. 62.

⁶⁹ Verdú, Vicente (2003): “American Flavour”, en *El estilo del Mundo*, Anagrama, Madrid, p. 34.

- **Horarios**

Los horarios en los cuales son transmitidos los eventos también son un tema central para la dinámica comercial del espectáculo deportivo. “En tanto que soporte de cuñas publicitarias, se convierte en un producto comercial sometida a la lógica del mercado y, por consiguiente ha de concebirse de modo que alcance a la audiencia más amplia posible y retenga su atención al mayor tiempo posible; para ello, además de tener que ofrecer a las horas de mayor audiencia en los países económicamente dominantes, ha de atender a las exigencias de los espectadores y amoldarse a las preferencias de los diferentes públicos nacionales por este o aquel deporte e incluso a las expectativas nacionales o nacionalistas, mediante una selección sagaza de los deportes y las pruebas susceptibles de aportar éxitos a sus ciudadanos y satisfacciones a sus nacionalismos”⁷⁰.

Por eso se evita que los acontecimientos se superpongan, se internacionaliza el calendario, y los deportes occidentales “se popularizan en los países orientales y la llegada de la televisión cambia en muchos países el índice de popularidad de los deportes”⁷¹.

Para el COI los aportes que realiza la televisión en los Juegos de verano representan el 50% de los ingresos, y en su mayoría este fondo está formado por los dólares que aportan los estadounidenses y los europeos en su mayoría. A cambio, las instituciones televisivas de estos países exigen las competencias más relevantes para sus audiencias en los horarios centrales de su franja horaria para poder vender los espacios publicitarios al mejor postor⁷².

El problema mayor se da cuando los países anfitriones se encuentran literalmente del otro lado del mundo de los países poderosamente económicos. Cuando los Juegos Olímpicos se llevaron a cabo en Corea del Sur, “debido a la diferencia horaria entre Seúl y Nueva York, las finales programadas (principalmente las de atletismo) en la tarde saldrían en “vivo” en las pantallas de televisión de los EE.UU. muy tarde en la noche o en las primeras horas de la madrugada. Esto significaba la ruina financiera. Si las finales no se hacían más temprano, en EE.UU. la teleaudiencia sería muy reducida”⁷³. Por lo tanto los Juegos dejarían de ser interesantes para los auspiciantes. Tras un estudio de mercado, las cadenas televisivas no aportarían sus abultadas sumas ya que el horario de mayor audiencia para los estadounidenses es de noche. Finalmente los coreanos modificaron los horarios pero porque “era preferible realizar

⁷⁰ Bourdieu, Pierre (1997): “Los Juegos Olímpicos: programa para un análisis”, en *Sobre la Televisión*, Barcelona, Anagrama p. 119.

⁷¹ Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires, p 110.

⁷² Por ejemplo, para Sydney 2000 la cadena de la NBC pagó la mitad del costo total de exclusividad de los Juegos (705 millones de dólares), y vendió todos sus espacios publicitarios por una cifra record de 900 millones de dólares, lo que equivalía el 32% más con respecto a los Juegos de Atlanta 96.

⁷³ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 127

las finales en la mañana debido a los niveles de temperatura y humedad”, desviando el eje de la discusión y poniendo en el centro de la tormenta a los siempre desplazados deportistas⁷⁴.

A nivel nacional la televisión también tiene una pelea interna por los horarios. En el caso argentino, los horarios centrales están destinados a la programación futbolística, mientras que el resto de los deportes son despreciados y colocados en horarios de menor audiencia. Sin embargo, incluso dentro de la misma disciplina, los horarios varían según el grado de seguidores que tenga un equipo. Por ejemplo, cuando TyC firmó con la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), si bien comenzaron a televisarse partidos de clubes “chicos”, estos no se mostraban en horarios centrales, sino los viernes, los sábados y más tarde los lunes por la noche. Todos ellos por cable.

Con respecto a otras disciplinas, recién los últimos años Canal 7 transmitió competencias de natación, básquetbol, voleibol, hockey, entre otros, en vivo. Los canales privados, lejos del ideal de televisión pública, dejan de lado aquellos deportes no rentables. Solo los eventos relacionados con el fútbol pueden ser jerarquizados por encima de problemas estructurales que sufre el país, y muchas veces los partidos son utilizados como chivo expiatorio.

- **Compra de la gallina de los huevos de oro**

El poder de los medios de comunicación se acrecienta en el deporte a pasos agigantados cuando las propias cadenas de televisión compran clubes o equipos profesionales de diferentes disciplinas con gran interés a nivel mundial o nacional. Esto responde al ideal post-fordista empresarial de integración vertical.

Con la adquisición de las organizaciones deportivas, las empresas pueden manejar el control de la exclusividad de las transmisiones de las competencias en donde participan dichos clubes o equipos, o sea tener el monopolio de la imagen del club. “Y, además, está ahora en mejores condiciones para disputar y alcanzar, negociando, la exclusividad de otros importantes eventos deportivos internacionales”⁷⁵.

La tendencia comenzó cuando el magnate de News Corporation⁷⁶, Rupert Murdoch, adquirió el club de fútbol inglés Manchester United –uno de los equipos más ricos del planeta⁷⁷- con la BSK y B, imperio televisivo que pertenece en un 40% a la empresa de Murdoch. El monto que pagaron por el club inglés fue de 1.040 millones de dólares.

En los Estados Unidos, Murdoch compró el equipo de béisbol Los Dodgers de Los Ángeles en 500 millones de dólares y el equipo de la NBA Los Ángeles Lakers por, supuestamente, 331

⁷⁴ Este tema se desarrollará en el segundo capítulo.

⁷⁵ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

⁷⁶ Esta empresa para 1997 controlaba el 75% de los contenidos que se ven en el planeta a través de sus operadores de cable, satélite y TV. La News Corporation es una de las cuatro compañías de comunicaciones y entretenimiento más grande del mundo.

⁷⁷ En 1999, según el Financial Times 22 clubes de la Liga de Fútbol inglesa ganan en una temporada completa menos de lo que Manchester United obtiene en un solo día de partido.

millones de dólares⁷⁸. Asimismo adquirió los derechos mayoritarios de transmisión de fútbol americano, béisbol y hockey sobre hielo.

Con el objetivo de ampliar los mercados, otra característica de la era post-industrial, la empresa SkyLA, de Murdoch, pagó “1,75 millones de dólares por los derechos exclusivos del campeonato de fútbol Sub 23 y en contrapartida, PSN⁷⁹ (...) contrató la transmisión exclusiva de la Copa Mercosur, el fútbol italiano, las eliminatorias suramericanas y europeas de la Copa Mundial 2002”⁸⁰.

Otro de los grandes consorcios de Hollywood como Walt Disney y AOL Time Warner, también pensaron en el deporte como manera de extender sus ramas en el mercado de las comunicaciones. La primera empresa consiguió manejar el equipo de béisbol California Angels y de hockey sobre hielo Anaheim Mighty Ducks. Asimismo es dueña de la señal de ESPN, conocida mundialmente. Mientras que la segunda, tiene interés en el equipo de béisbol Atlanta Braves y en el de básquet Atlanta Hawks.

En Europa, las empresas de Silvio Berlusconi compraron el Inter de Milán, y a la French TV Company Canal Plus le pertenece el equipo de fútbol Paris St. Germain⁸¹.

Este tipo de alianza empresarial entre las organizaciones deportivas y los grupos mediáticos (dueños de señales como ESPN o Fox Sport) permiten la expansión internacional de deportes de interés nacionales (como puede ser el football americano) al resto del mundo, cambiando índice de popularidad de ciertos deportes en algunos países.

La numeración es arbitraria y en la mayoría de los casos hay puntos de intersección entre las descripciones. Pero el objetivo, no es categorizar sino poder mostrar como la televisión influye fuertemente en lo que es el deporte moderno en la era de la televisión. Se podría decir que el peso de la televisión es equiparable a la intocable Carta Olímpica y que los discursos de los dirigentes y las justificaciones de los cambios nunca coinciden con las prácticas concretas⁸².

5. La inversa: que le ha dado el deporte a la televisión

⁷⁸ www.wikipedia.org

⁷⁹ Canal codificado Panamerican Sport Network.

⁸⁰ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

⁸¹ <http://web.mit.edu/cms/Events/mit2/Abstracts/BOREIMER.pdf>

⁸² Nos explayaremos en este punto en el tercer capítulo de esta tesina.

La televisión encontró en el deporte una fuente inagotable de noticias y programas, de producción barata, alta rentabilidad y audiencias inmejorables. El deporte se transformó en un género de interés de la televisión moderna, que al tener reglas universales se traslada por el mundo con facilidad y bajos costos. En definitiva, se transformó en un producto más de consumo masivo de la industria cultural.

Pero el deporte también tuvo su influencia en los medios. Fundamentalmente incitó a los medios a realizar innovaciones técnicas constantemente. En el caso argentino, la historia de los mundiales de fútbol estuvo unida a avances en materia de comunicaciones. “Por el Mundial de México ’70 se lanzó la transmisión vía satélite (gracias al fútbol pudo verse, once meses antes, la llegada del hombre a la Luna). (...) En Argentina ’78, gracias al fútbol llega la televisión a color”⁸³.

En los Estados Unidos, la popularidad de la NFL ha traído aparejado innovaciones técnicas nunca antes pensadas. Los récords de audiencias que genera el Superbowl han hecho que la televisión trate de mejorarse e innovarse año a año, logrando generar efectos envidiables. Recientemente, han implementado el efecto Matrix o rodaja de tiempo, en el que se puede ver una imagen congelada en el tiempo alrededor de la cual gira la cámara⁸⁴.

Si bien los medios definen el movimiento olímpico con un marcado acento comercial, se puede pensar que los medios, al mismo tiempo, entran en el desafío de poder mostrar todo su potencial. Por ejemplo, en los Juegos Olímpicos o Mundiales de Fútbol podemos encontrar todos los registros y niveles de comunicación moderna, como las transmisiones en vivo, los efectos sobre la imagen, cables de fibra ópticas entre otras cosas.

*En este cuadro hay una pequeña descripción de las innovaciones técnicas que se fueron dando durante los diferentes Juegos Olímpicos en la historia*⁸⁵.

Año	Lugar	Medios y sus innovaciones
1928	St. Moris, Suiza	Aparecen las transmisiones de radio.
1936	Berlín, Alemania	Demostración experimental de la nueva tecnología de la televisión.
1960	Roma, Italia	Se ejecutó la primera cobertura continuada de televisión en

⁸³ Clarín, 22 de marzo de 1998

⁸⁴ Este efecto es una toma de una misma escena con varias cámaras para lograr un plano continuo de una jugada.

⁸⁵ Los datos del cuadro fueron obtenidos de la siguiente bibliografía: Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en Estudios sobre el deporte, Libros del Rojo, Buenos Aires, p 113

1964	Tokio, Japón	los Juegos Olímpicos. Fue colocado el primer satélite de televisión, un paso gigante para la globalización de los Juegos Olímpicos. Televisión por satélite.
1968	Ciudad de México, México	Se produce la televisión a color
1988	Seúl, Corea del Sur	Los Juegos Olímpicos fueron cubiertos por la televisión de alta definición.
1992	Barcelona, España	Se usó el primer equipo digital y el disco audiovisual.
1998	Pagano, Japón	Primera experimentación en televisión – Internet (web casting).
2008	Beijing, China	Juegos Olímpicos transmitidos en su totalidad en alta definición.

Asimismo el deporte se convirtió en un producto que deja ganancias a nivel país. Por ejemplo podemos ver que con la popularidad mediática y la comercialización del fútbol, pasó a representar una parte importante de los ingresos de las naciones. En Argentina, en el 2001 había 144 horas diarias de programación deportiva, 1.000 semanales, en su mayoría relacionadas con el fútbol, lo que implicaba producción nacional, con periodistas, camarógrafos, productores, entre otros, locales.

Otro ejemplo interesante es el del fútbol español. Este aporta el 1% del PBI y genera 7 mil puestos de trabajo. En Italia, este deporte se encuentra en la duodécima posición entre las industrial económicas del país⁸⁶. Hoy los deportes pertenecen a los medios, actualmente eslabones de grandes conglomerados económicos de gran influencia mundial.

6. Conclusión

Con la llegada de la televisión y la visión mercantilistas de los dirigentes del rubro, el deporte se convirtió en muy poco tiempo en un hecho mediático, que se ubica dentro de la industria del entretenimiento, y que sigue la lógica hegemónica imperante tanto a nivel mercado como a nivel cultural.

Las organizaciones internacionales del deporte necesitaron de la televisión para poder no solo profesionalizar (en un sentido mercantilista de la palabra) sus organismos,

⁸⁶ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

sino para poder continuar con los Juegos Olímpicos. Y la televisión necesita del deporte, como fuente inagotable de noticias, que no necesita ser descifrada ni tampoco demasiada producción propia para llegar a un espectro muy grande de público, incluso a nivel mundial, expectante de la actividad profesional deportiva.

Las cifras no paran de crecer. Entre el 2005 y el 2008 el COI sumó a su haber 3.400 millones de dólares, de los cuales 2.500 millones se recaudaron por los derechos de transmisión. La FIFA recaudó entre 2003 y 2006 un total de 3.000 millones de dólares.

Ambas organizaciones han encontrado y se han apoderado de la máquina de hacer dinero. Es un porcentaje tan importante de los ingresos, que la televisión co-produce tanto los Juegos como el Mundial. Sin televisión el espectáculo vuelve a ser deporte, y el deporte vuelve ser solo una competencia de rendimiento físico sin polvo de estrellas.

Las organizaciones internacionales deportivas (con estructuras verticales y multinacionales –como el mercado aprecia-) tienen en claro que las reglas que hay que seguir, para que esta máquina siga funcionando, son las del mundo económico.

Sin las fortunas que paga la televisión estas organizaciones no hubiesen tenido el peso con el que cuentan hoy en día, ni hubiesen podido desarrollarse a nivel planetario. Para continuar con este “matrimonio de intereses”, el deporte se ha amoldado en la mayoría de los casos a los intereses de los canales y sus clientes auspiciantes sin recaudo.

En esta ecuación matemática casi perfecta, donde los ceros son cada vez más, los atletas, supuestas estrellas del espectáculo son los que poco ven de todo esto, excepto contadas excepciones. En la mayoría de los casos sus ingresos dependen de lo que los gobiernos de sus países pueden aportar a su disciplina como para poder entrenarse y sobrevivir en el circo del alto rendimiento. Por eso la igualdad de condiciones a la hora de competir es una utopía más del sistema neoliberal. Las naciones dominantes también regulan las tablas del medallero como los primeros lugares de los Mundiales de fútbol, porque el presupuesto destinado al deporte es indefectiblemente superior al que puede manejar un país en desarrollo. El supuesto de que los deportistas de alto rendimiento cuentan con una especie de tocada de varita mágica es una idea cada vez más vulnerable.

Quiroga sostiene que existe una excesiva comercialización en el deporte. Entre los casos que cita para poder sostener esta hipótesis se encuentra⁸⁷:

⁸⁷ Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires, p 117.

1. El escándalo de doping el Tour de ciclismo de Francia que fue revelado por la policía y no por las autoridades deportivas o la prensa.
2. La revelación a los medios de cómo la estrella futbolística Ronaldo fue forzado a jugar la Final de la Copa del Mundo de Fútbol de Francia '98, pese a su dolor de cabeza y a dificultades físicas
3. Las regulaciones de la Federación Internacional de Voleibol que impuso el cambio de camisetas en las jugadores en orden al atractivo de las audiencias televisivas
4. La decisión de la Federación Internacional de Atletismo Amateur de disminuir los controles de doping para facilitar la realización de records mundiales y mejores contratos de televisión y sponsors.

A pesar de esto existe un aura olímpica, una ilusión que gira alrededor tanto de los Juegos como del Mundial, que mantiene una distancia entre los hechos concretos y la manera contemporánea, quizás adiestrada, de ser un aficionado al deporte, y porque no, de ser deportista también.

Lo que se pone en juego en los eventos deportivos de mayor trascendencia ya no es el rendimiento físico de los atletas sino la espectacularidad de sus hazañas. La televisión pide y exige que los deportistas mantengan la certeza de que el hombre se supera día a día, sin importar los costos que esto implique. Los deportistas subidos a esta gran montaña rusa exponen su cuerpo para tal objetivo, a pesar de las consecuencias. Sobre esta exposición física tratará nuestro próximo capítulo.

Capítulo II: Deportistas de alto rendimiento: las consecuencias de la espectacularidad del deporte.

1. Introducción

2. Los beneficiarios de los records y medallas

2a) Prestigio nacional

2b) Prestigio empresarial

3. Atletas de alto rendimiento y las costosas consecuencias

3a) La necesidad del doping

3aa) Historia de dopings y trampas

3b) La tecnología al servicio del hombre

3c) El doping del futuro cercano

3d) Pocos países con posibilidades de doping y coronaciones

4. Las graves consecuencias del deporte de elite

4a) Los costos físicos del alto rendimiento

4b) Lo reprimido que vuelve

4ab) La mujer más veloz del planeta

5. Conclusión: Ratas de laboratorio

1. Introducción

El deporte, desde el momento en que se encuadró dentro de un ideal olímpico moderno, fue variando su definición y sus objetivos, dependiendo de los acontecimientos políticos y económicos que se movieran alrededor de él.

Con la aparición de la televisión en los años ´70, el deporte comienza a verse, y por ende a utilizarse, como la posibilidad de ventana al mundo y éxito político para las naciones, sus conductores y sus ideologías. Esta manera de concebir al deporte respondía a los lineamientos del Estado de Bienestar que imperaban por ese entonces.

En este segundo capítulo analizaremos como el cambio de la lógica económica a fines de los ´70 y comienzo de los ´80, influye en el mundo del deporte. El nuevo liberalismo trae consigo diferentes valores a los que se manejaban en las décadas anteriores. Comienza una nueva “época de fragmentación, pluralismo y relativismo, basado en una preeminencia de lo cotidiano y de lo concreto sobre lo abstracto y general”⁸⁸.

La cultura de la imagen se apodera de la escena social, y bajo este contexto, los medios de comunicación convierten al deporte en un espectáculo plenamente televisivo, logrando un crecimiento de su popularidad inusitado, y convirtiéndolo en el espectáculo de entretenimiento de mayor importancia a nivel mundial.

El neoliberalismo se apoderó de las prácticas y costumbres y, por supuesto, también penetra en el deporte y lo utiliza como soporte. La filosofía mercantilista, típica del modelo neoliberal, traspasó las ganancias de los dirigentes del deporte internacional – mayores beneficiarios hasta entonces- y se acercó a los atletas destacados del momento. Estos pasaron a estar en el foco de atención de los medios y de las agencias de publicidad, que comenzarían a pagar fortunas para que los competidores fuesen la cara y cuerpo de algún nuevo producto, ya sea relacionado o no con el deporte.

Asimismo los países organizadores dejaron de presumir sus orientaciones políticas y comenzaron a hacer alarde de sus economías y de los productos que tienen para venderle al mundo.

⁸⁸ Lettieri, Alberto (2004): “Valores y poder en el neoliberalismo”, en *Civilización en debate*, Prometeo Libros, p. 76.

En ambas etapas históricas, el cuerpo del deportista fue el *target* de diferentes tipos de manipulaciones con sustancias prohibidas para conseguir tener los laureles en su cabeza y las cámaras del mundo en su rostro y su *performace*.

A la alianza entre el deporte, la publicidad y la televisión se ha unido otro elemento: la ciencia aplicada al deporte. “Atletas altamente entrenados ya pueden alcanzar rendimientos fantásticos alimentándose sobre la base de líquidos ricos en carbohidratos. Es imposible hoy para un deportista de primer nivel no tener un sostén tecnológico, ayuda, subsidio o sponsor transitorio o permanente durante todo el tiempo de activa competencia”⁸⁹.

Para desarrollar esta hipótesis y poder analizar que sucedió, y aún sucede, en los cuerpos de los atletas, tomamos la teoría de Paula Sibilía. Ella sostiene que durante el siglo XIX y primera mitad del siglo XX, los Estados tenían como objetivo intervenir en las condiciones de vida para imponerles normas y adaptarlas a un determinado proyecto nacional. Sin embargo, en la configuración actual del mundo, el mundo biopolítico está al mando de las empresas, a las que “les corresponde organizar y articular territorios, poblaciones, cuerpos y subjetividades, desplegando su accionar sobre toda la superficie del planeta”⁹⁰.

En la misma línea, Héctor Schmucler habla del paso de la Industria Cultural a la Industria de lo Humano que tiene como fin la posibilidad de predeterminar el comportamiento de los hombres. “... es posible reconocer una extensa repetición de esfuerzos por moldear el cuerpo humano para orientarlo a fines determinados”⁹¹. Asimismo el autor realiza un recorrido de la eugenesia y la biotecnología que va desde Charles Darwin hasta el postnazismo.

En la actualidad, el círculo comenzaría con la técnica farmacológica aplicada a los cuerpos para así, alcanzar la superación continua de récords, y de esta manera, con la atención mediática que esto provoca, lograrían una sponsorización millonaria, que permitiría la continuación de los eventos deportivos internacionales.

El artículo “Los atletas químicos”⁹², del periodista deportivo Ariel Hendler, hace un recorrido que va desde 1936 hasta el 2000 sobre los diferentes tipos de drogas que utilizan los deportistas y también como estos son ocultados por los diferentes

⁸⁹ Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires, p 111.

⁹⁰ Sibilía, Paula (2005): “Biopoder”, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 214.

⁹¹ Schmucler, Héctor (2001): “La industria de lo humano”, en *Artefacto* n° 4. Buenos Aires, p. 10.

⁹² Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte. Diario Olé*, p 160.

organismos internacionales dedicados al deporte. Asimismo, las consecuencias y marcas que estos dejaron en los cuerpos de los atletas.

La aplicación de la técnica directamente en el cuerpo no es mediáticamente visible, aunque en varias oportunidades los atletas han afirmado que es la única manera de mantenerse competitivos. Por supuesto que tampoco muestran sus consecuencias.

El trabajo “Cuerpo, deporte y globalización”⁹³, del sociólogo y profesor de educación física venezolano Eloy Altuve, habla del negocio del deporte en la era neoliberal, y dice que el deporte es una empresa transnacional atípica, no solo por los espectáculos propios de la actividad, sino por los negocios que se mueven alrededor de esta, como el marketing deportivo y las transmisiones de televisión. Pero para que este negocio siga funcionando existe la necesidad constante de romper records, y esto ha convertido al cuerpo en un objeto de experimentación científico y tecnológico.

Por conveniencia de los organizadores de eventos – que venden la hazaña televisable-, de los secretarios de deporte, de las empresas internacionales, de los mismos deportistas, estos tratamientos no se anuncian en publicidades, ni se comentan en los diarios, ni los presentadores de noticiosos deportivos, pero impactan visible y directamente en los cuerpos del deportista y su salud, dejando cada vez menos lugar al azar de la naturaleza.

2. Los beneficiarios de los records y medallas

Durante la primera parte del siglo XX los intereses que guiaron al deporte eran políticos. La superioridad de la raza aria por parte de Hitler, la superioridad de los países socialistas y de los democráticos antes y durante la Guerra Fría, fueron solo algunos casos en donde el deporte fue utilizado como bandera política.

Después de los años 70 las prioridades fueron cambiando. El mundo empresarial y la espectacularización del deporte se apoderaron de la lógica imperante, y ya los intereses dejaron de ser totalmente políticos para ser predominantemente comerciales.

Pero la lógica de utilización del deporte se mantiene intacta gracias a la creciente popularidad sostenida durante todo el siglo XX y lo que va del XXI. “Hoy, afortunadamente, hay menos guerras. En lugar de ir al campo de batalla, las naciones juegan al fútbol. Pequeñas o grandes, nuevas o viejas, las naciones reafirman su

⁹³ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005)

identidad y hacen política a través de los triunfos de sus ídolos deportivos. Ellos son, hoy los modernos sanmartines que visten sus Adidas por la ESPN. Los abanderados de fin de siglo”⁹⁴. Y en el medio de todo este circo, el deportista como carne de cañón de su nación o sus sponsors.

2a) Prestigio nacional

Lejos de la famosa frase de Coubertín “lo importante es competir”, desde sus comienzos y hasta los años ‘70, los Juegos Olímpicos modernos, como los mundiales de fútbol, fueron utilizados para demostrar a nivel nacional superioridad física, razón ideológica, supremacía militar o económica, tranquilidad y orden social, entre otras cosas. El Estado era el encargado de que los deportistas tuvieran todo lo necesario (incluidas sustancias prohibidas) para poder competir entre los mejores atletas del mundo y, por supuesto, ganarles.

Las trampas nunca fueron develadas pero se teje un manto de sospechas sobre los logros conseguidos por naciones donde el triunfo deportivo es excepcional. Un ejemplo emblemático de esta época son los gobiernos fascistas europeos de Alemania e Italia. Ambos contaron con un acontecimiento deportivo de trascendencia global como los Juegos Olímpicos y el Mundial de fútbol respectivamente.

En 1934 Italia, bajo el mando de Mussolini, albergó el campeonato de fútbol. El dictador no solo se encargó personalmente de que Italia fuese elegida sede, sino que también buscó todas las alternativas para que su país se proclamara campeón del mundo. El objetivo fundamental fue utilizar el torneo como propaganda del fascismo, y la FIFA se lo cedió. “La única meta del acontecimiento será la de demostrar al universo lo que es el ideal fascista del deporte”, sostenía el General Vaccaro, presidente de la Federación italiana de Fútbol.

En nuestro país la FIFA también cedió su evento de alcance mundial a la dictadura. A pesar de que la sede fue elegida en época democrática, la FIFA nunca revisó si era responsable seguir manteniendo la sede del Mundial en un lugar donde se sospechaba de desapariciones de personas y donde gobernaba una dictadura miliar. El lema de la campaña propagandística del Mundial fue: “Los argentinos somos derechos y humanos”, y se pretendía tapar con los goles del mundial los gritos de los secuestrados

⁹⁴ Fernández Moores, Ezequiel (1999): “El podio y el poder”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, p. 171.

políticos que eran torturados a unas cuerdas del estadio Monumental, en la ESMA. Políticamente, “(...) el mundial comienza a ocupar al final de la dictadura, el lugar de símbolo de la manipulación, del ocultamiento, del escamoteo, de la estupidez colectiva”⁹⁵.

En el caso argentino, hay fuertes sospechas de que el partido de la semifinal con Perú fue arreglado económicamente para que la Argentina pudiese estar en la final del campeonato, del cual – tal como lo pretendían los presidentes de facto de turno- se consagró vencedor.

Además de negociaciones tramposas, también se sistematizó el uso de sustancias prohibidas para mejorar el rendimiento de los deportistas. Algunos Estado proveías a sus atletas del material técnico y farmacológico necesario para alcanzar la cima. “Todos los Estados de la era industrial implementaron sus biopolíticas de planificación, regulación y prevención con el objetivo de intervenir en las condiciones de vida para imponerles normas y adaptarlas en un determinado proyecto nacional”⁹⁶. Según Sibilia, la meta del proyecto de ortopedia social era una sola: la inserción controlada de los cuerpos en el aparato de producción, o sea estatizar lo biológico y adaptar las vidas al proyecto nacional. Por supuesto, que el deporte no estaba exento de este plan. El cuerpo del atleta también pertenecía al aparato productivo (relacionado con lo simbólico y no con lo material) de las naciones.

Los Juegos de 1936 se llevaron a cabo en Berlín, mientras que Hitler estaba en el poder. El régimen nazi se encargó de planear cada detalle de los Juegos, para que estos fueran una global propaganda política y de exaltación de la superioridad aria. El análisis de las filmaciones de esa época lo demuestran.

En el contexto de la Alemania de los años ´30 y la obsesión de Hitler por la superioridad de la raza aria, el Estado utilizó todo los recursos que tuvo a su alcance para poder obtener la mayor cantidad de medallas posibles. El deporte pudo ser la mejor posibilidad de demostrar la superioridad física de los germanos, por lo tanto Hitler excluye a los judíos, negros y los gitanos de la delegación del Tercer Reich.

⁹⁵ Alabarces, Pablo (2002): “El campeón mundial del terror”, en *Fútbol y Patria*, Prometeo, Buenos Aires, p. 136.

⁹⁶ Sibilia, Paula (2005): “Biopoder”, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 199.

Con los años, se comprobó que en estos Juegos se comenzó a utilizar las anfetaminas para mejorar el rendimiento de los atletas. Recordemos que esta fue la primera y única vez que Alemania se ubicó primera en el medallero.

En los años 20 se llevaba a cabo en Alemania la eugenesia, que es la manipulación de la transmisión genética para mejorar la raza. Hitler pretendía “una ordenación eugenésica de la sociedad, con la que podía llevar consigo la extensión e intensificación de los micropoderes, so capa de una estatización ilimitada, iba acomunada por la exaltación onírica de una sangre superior; esta implicaba el genocidio sistemático de los otros y el riesgo de exponerse a sí misma a un sacrificio total”⁹⁷.

Cuando Hitler llega al poder, ya se conocían teorías sobre la pureza hereditaria, la eutanasia, la esterilización de los indeseables y la manera de mantener la superioridad racial mediante la eugenesia. Aunque no puede comprobarse, los resultados de los experimentos del doctor Mengele en gemelos, sordos, enanos, gigantes, entre otros, pudieron ser parte de la preparación física o la medicación que el Estado les proporcionaba a los atletas para que lograsen dejar al Tercer Reich en lo más alto del podio, así demostrarle al mundo que realmente existía la superioridad racial entre los hombres.

En relación a esto Foucault sostiene que en el siglo XIX la gran tecnología del poder se da con el dispositivo de sexualidad, como posibilidad de administrar la vida. Pero “desde la segunda mitad del siglo XIX, sucedió que la temática de la sangre fue llamada a vivificar y sostener con todo un espesor histórico el tipo de poder político que se ejerce a través de los dispositivos de sexualidad”⁹⁸.

Tras la segunda Guerra Mundial, la situación continuó de la misma manera. Los triunfos deportivos siguieron siendo un lugar próspero para la propaganda política. La Guerra Fría puso al deporte como bandera, utilizando casi sin recaudo la vida de los deportistas para demostrar quien era superior a quien. Con los años se supo que en los '50, los rusos obtuvieron grandes éxitos con el uso de la testosterona. En respuesta a esto, los estadounidenses desarrollaron y utilizaron los esteroides.

Pero el caso más extremo fue el de la República Democrática Alemana, en donde “funcionó una verdadera fábrica de atletas químicos bajo dirección estatal. El líder de la

⁹⁷ Foucault, Michel (1992): “Derecho de muerte y poder sobre la vida”, en *La voluntad de saber*. Siglo XXI, Buenos Aires, p. 181.

⁹⁸ Foucault, Michel (1992): “Derecho de muerte y poder sobre la vida”, en *La voluntad de saber*. Siglo XXI, Buenos Aires, p. 181.

RDA, Walter Ulbricht, había anunciado en 1949 que los atletas serían los “auténticos embajadores del país (...)”⁹⁹.

Allí, al los pies del deporte, trabajaron 1.800 científicos que desarrollaron secretamente el Oral Turniabol, un esteroide diseñado especialmente para el consumo de los atletas. Esta droga le permitió a la RDA obtener 519 medallas entre los Juegos de México '68 y Seúl '88.

Pero la aplicación desmedida de la técnica sobre el cuerpo para lograr su potencia extrema tuvo sus costos. Como sostiene Esposito, “esto es todo menos un dispositivo perfecto, así como sus victorias se hallan muy lejos de llegar a ser definitivas”¹⁰⁰.

Las consecuencias estaban a la vista. Heidi Krieger, la campeona europea en lanzamiento de bala en 1986, anunció diez años más tarde que tramitaba su identidad legal masculina, porque la testosterona la había transformado progresivamente en varón. Según sus declaraciones, los entrenadores le decían que eran vitaminas y minerales para su recuperación, cuando en realidad se trataba del Oral Turniabol. Cuando se presentó ante el médico para que le realizara la operación de cambio de sexo, el doctor pensó que quería convertirse en mujer.



La transformación de Heidi en Andreas¹⁰¹.

El sistema de la RDA era desconcertantemente químico. El doping estatal era tan meticuloso que ningún deportista dio positivo en los controles antidoping, que ya se habían implementado para entonces.

⁹⁹ Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, 162.

¹⁰⁰ Esposito, Roberto (2005): “El implante”, en *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Amorrortu editores, Buenos Aires – Madrid, p. 226.

¹⁰¹ <http://laespinadelolimpo.blogspot.com/2007/09/las-medallas-del-diablo.html>

Se sospecha incluso que algunas deportistas alemanas y de Europa del Este llegaron a embarazarse por inseminación artificial dos meses antes de las competencias, ya que la secreción de hormonas para el crecimiento del feto, les permitía hacer las mejores marcas en los torneos. Luego se realizaban un aborto terapéutico.

Estas son algunos casos sufridos por las supuestas estrellas del espectáculo, por parte del propio Estado, que se había apoderado de sus vidas para poder lograr con sus victorias deportivas su hegemonía ideológica en el mundo.

Aunque el COI se canse de aclarar verbalmente que la política y el deporte no se mezclan, en las prácticas los caminos van para el mismo lado. Desde sus inicios, el deporte moderno se inclina del lado del poder de turno.

2b) Prestigio empresarial

“Si en los años 60 la competencia olímpica tenía como trasfondo la Guerra Fría entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, en los 90 ese escenario quedó reducido a una disputa que lo dice todo: Nike vs. Reebok”¹⁰².

Con la caída del Muro de Berlín el capitalismo reavivó sus fuerzas y se impuso en el mundo. Ya no era necesario demostrar que las ideologías seguidas por las diferentes naciones eran las únicas viables. El capitalismo había ganado por goleada y los Estados comenzaron a retirarse de la escena.

Ahora la guerra era empresarial. Había que demostrar que una marca era mejor que la otra, y que te hacía correr, saltar, nadar más alto, más rápido, con más potencia, y que te daba todos los atributos simbólicos necesarios para ser un exitoso en el imaginario social actual. La identificación de los ciudadanos se trasladó de los símbolos patrios a los logotipos de las empresas internacionales, como Coca Cola, MC. Donald, Sony, entre otras.

En esta segunda etapa, Sibilía sostiene que el poder no llega más desde los Estados Nacionales. Ahora llega por el mercado. “...Las nuevas tecnologías de formateo de cuerpos y almas ya no apuntan de forma exclusiva o prioritaria a los ciudadanos de los Estados. El foco de esas estrategias está compuesto por consumidores, ya no distribuidos

¹⁰² Fernández Moores, Ezequiel (1999): “El podio y el poder”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, p. 166.

en poblaciones nacionales o censos demográficos, sino segmentados en términos estrictamente mercadotécnicos”¹⁰³.

Que el deportista portador de un calzado Nike, Adidas, Reebok gane la competencia, significa que la imagen del logo de cualquiera de estas marcas estará presente en los televisores de una gran parte del mundo y que esa gran parte van a querer usar la marca del vencedor. Por eso, ahora la necesidad de ganar está puesta en lo financiero, y los beneficios económicos que el triunfo trae en su mochila, salvo escasas excepciones, como puede ser Cuba¹⁰⁴.

Esta manera de hacer negocio ya tiene más de 30 años de vigencia. En los años ´70, el objetivo de Horst Dassler, dueño de Adidas, era asegurarse que los principales deportistas y los mejores equipos usaran implementos Adidas. “Entonces podía asociar “el imaginario individual” de esos importantes atletas con la marca Adidas”¹⁰⁵.

Coca – Cola también fue una pionera en esta globalización del mercado gracias al deporte. “Durante los últimos 75 años la compañía con base en Atlanta ha contribuido con más de mil millones de dólares al deporte mundial”¹⁰⁶. Ante esto, los beneficiarios de los triunfos deportivos no son solo los atletas y sus naciones, sino también sus patrocinadores.

La lógica ideológica perdió terreno ante la razón marketinera. El blanco glorioso no es quien recibirá la admiración de los públicos, sino aquel deportista que más cámaras lo apunten, lo que le permitirá, a la vez, generar mejores contratos publicitarios.

Los tiempos cambian. “Hoy, un negro, el golfista Eldrick Tiger Wood, es uno de los últimos grandes fenómenos del deporte mundial. A los 21 años, firmó un contrato de 40 millones de dólares con Nike. Hace cuarenta años atrás, Charlie Sifford debía sacar excremento que le ponían dentro de los hoyos. (...) Las leyes cambiaron, es cierto. Pero no el racismo. Wood no sufre como Sifford. Wood es negocio”¹⁰⁷.

En los Juegos de Beijing ´08 se pudo ver que la planificación del evento sirvió también para mostrar el desarrollo interno de China, quien en los últimos años ha

¹⁰³ Sibilia, Paula (2005): “Biopoder”, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 227.

¹⁰⁴ En este país socialista existe una diferencia económica entre el ganador de una medalla Olímpica con el resto de la sociedad. Sin embargo lo trascendental es que el ganador pasa a ser un ejemplo a nivel social.

¹⁰⁵ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 37.

¹⁰⁶ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 57.

¹⁰⁷ Fernández Moores, Ezequiel (1999): “El podio y el poder”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, p. 170.

demostrado poder ser la próxima potencia económica mundial¹⁰⁸. La trascendencia televisiva de este tipo de eventos en el mundo le permite al país anfitrión generar imágenes positivas y conquistar así nuevos consumidores internacionales. Además, los Juegos son una fuente de trabajo temporal que merma las críticas sociales. Las únicas protestas que se conocieron en Pekín tuvieron que ver con la liberación del Tíbet, lo que les permitió generar una imagen de confianza y estabilidad interna para futuras negociaciones.

Nada se mostró durante los Juegos sobre el opresor sistema político, la censura y las restricciones de las libertades individuales que imperan allí. Los únicos que rescataron estos datos fueron los dirigentes de los países occidentales, como Estados Unidos, que sienten la amenaza de que el país oriental pueda ocupar la cima a nivel económico.

Otro dato interesante, es que China llevó la delegación más numerosa de la historia de los Juegos Olímpicos con el objetivo de liderar el medallero. Aunque históricamente este país no tenga una gran trayectoria deportiva logró imponerse con la mayor cantidad de medallas de oro por delante de su rival –a nivel comercial y deportivo- Estados Unidos.

Por supuesto, que para esta lógica lucrativa siga funcionando, el doping y las trampas también tienen un lugar privilegiado. El desarrollo de diferentes estupefacientes que permitan ayudar al rendimiento de los deportistas sigue estando a la orden del día. Ahora no solo se busca el mejoramiento en la performance, sino que lo consumido no sea detectado por los controles antidoping. Ya no está el Estado llevando a cabo esta tarea. Sibilia asegura que las compañías privadas hoy cumplen un papel fundamental en la construcción biopolítica de cuerpos y modos de ser. “A las empresas les corresponde organizar y articular territorios, poblaciones, cuerpos y subjetividades, desplegando su accionar sobre toda la superficie del planeta”¹⁰⁹.

El objetivo es modificar el cuerpo humano para poder cumplir con las normas industriales y obtener un rendimiento óptimo. Un ejemplo es la utilización de la hormona de crecimiento HGH. Esta medicación está destinada a unos pocos miles de niños que sufren enanismo en los Estados Unidos. Pero “... en 1991, el HGH se había convertido en uno de los remedios más vendidos en aquel país, y en uno de los mayores

¹⁰⁸ Hace seis años, China fue admitida como miembro de la Organización Mundial de Comercio, gracias a los cambios que dio en su vida política, pasando de un comunismo ortodoxo a una democracia en proceso.

¹⁰⁹ Sibilia, Paula (2005): “Biopoder”, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 214.

sucesos comerciales de toda la historia de la industria farmacológica. El medicamento había superado su público destinatario y era consumido por niños que tenían una estatura considerada normal, e incluso por jóvenes deportistas que deseaban aumentar su masa muscular. Las empresas aprovecharon el éxito del producto genéticamente alterado y promovieron una campaña publicitaria entre los médicos e instituciones del área, con la intención de redefinir la baja estatura –que hasta entonces era considerada normal, como un tipo de enfermedad”¹¹⁰.

El futbolista argentino Lionel Messi fue sometido a este tipo de tratamiento, según se dice, en las dosis que están permitidas, para poder tener la altura suficiente como para ser un jugador profesional. Messi tenía un retraso en su crecimiento natural e incluso una detención prematura del mismo. El Barcelona, equipo que lo había comprado, le pagó el tratamiento para que lograra medir 1.70. Según especialistas con este resultado, no hay posibilidades de pensar en doping. Sin embargo, sin el dinero que aportó el Barcelona, y la disponibilidad técnica que existe para superar este problema, los médicos aseguran que Messi no hubiese llegado a ser un jugador de reconocimiento internacional y no gozaría de contratos multimillonarios de los patrocinadores más diversos.

A pesar de la legalidad del caso, el jugador deberá, también, tener que sufrir las consecuencias del tratamiento. “Dicho tratamiento sí provocó un efecto indeseable en su sistema músculo-esquelético ya que los efectos de la HGH sobre el metabolismo del hueso y el cartílago son omnipresentes también en la vida adulta. Dicho de otro modo: el tratamiento ayudó a que sus huesos crecieran, pero también provocó un desequilibrio entre sus paquetes musculares y los propios huesos de las piernas. En resumen, los músculos de sus piernas están en permanente tensión”¹¹¹.

Pero no todos estuvieron dentro del parámetro permitido. Se sospecha que esta medicación fue utilizada sistemáticamente por deportistas de alto rendimiento para mejorar sus performance. Pero recién en los Juegos de Beijing 2008 se realizaron controles para detectar esta droga, ya que hasta Atenas 2004 era indetectable, y el COI

¹¹⁰ Sibilia, Paula (2005): “Biopoder”, en *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 243.

¹¹¹ Cugat, Ramón: “Messi, ¿un crack con fecha de vencimiento?”. En *Diario La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2006.

solo podía definirla como inmoral. Las limitaciones del conocimiento humano no permitían encontrarla en sangre. Aún no se ha encontrado ningún caso positivo.

Esto no importa. La conclusión de los Juegos se midió con estadísticas financieras. Los 12 auspiciantes, que pagaron un promedio de 72 millones de dólares, sostuvieron que el dinero fue bien invertido, porque les permitió afianzarse en el enorme mercado chino, que a diferencia del mundo, tiene una economía en expansión. “La atención mundial fue fantástica, los ratings televisivos en todo el mundo estuvieron a niveles récords, y los atletas hicieron historia”¹¹², dijo Michael Lynch, director del patrocinio mundial de VISA.

Para concluir, argumentamos que en ambas etapas, las supuestas estrellas del espectáculo trabajaron en función de intereses ajenos a ellos mismos, embriagados por la adrenalina del éxito. Sufrieron diferentes tipos de presiones y tentaciones para poder demostrar superioridad física, para poder sostener los modelos que se jugaban simbólicamente como parte de su cuerpo. Al ceder ante dicha presión, el deportista incurrió en lo que actualmente se llama doping, haciendo del alto rendimiento una actividad no saludable.

Los mandatos que obedecieron fueron diferentes en los dos estadios. En la primera el Estado era el encargado de que sus cuerpos fueran puestos al borde de su máximo rendimiento mediante medicamentos prohibidos que les proveían, recurriendo en algunos casos a mentiras. También se puede inferir que existían deportistas que ponían su vida al servicio de los ideales de su nación o líder, o ante su propia ambición de gloria. Pero en definitiva, eran los Estados quienes materializaban las hazañas atléticas. Los ciudadanos se identificaban con los colores de su bandera en la vestimenta del deportista.

En la segunda parte, el Estado tiene un papel más bien secundario –aunque es persistente la idea de mantener el sentimiento nacionalista mediante el deporte-, y los contratos multimillonarios que firman los atletas generan una presión explícita por seguir en lo más alto del podio, a costos físicos altísimos. Los beneficiarios de los triunfos son las empresas, que solo tienen que buscar a la nueva estrella del espectáculo y ofrecerle sus millones sin importar color, nacionalidad o creencia, para incrementar sus ganancias. “En la globalización, el deporte se ha convertido en una atípica empresa

¹¹² <http://www.cnnexpansion.com/lifestyle/2008/08/25/bfquien-gano-en-pekín-los-patrocinadores>

transnacional de espectáculo y entretenimiento, que refuerza el carácter instrumental, operativo, de la relación individuo-cuerpo, en el mundo industrial. Es una nueva dimensión de la explotación mercantil del cuerpo”¹¹³. Ahora las empresas buscan que los consumidores se identifiquen con los logotipos y con sus productos.

3. Atletas de alto rendimiento y las costosas consecuencias

Algunos autores coinciden en que deporte de alto rendimiento “una actividad física de competencia organizada con registros de resultados, cuya meta es lograr la máxima performance, exigiendo aptitudes especiales desde los aspectos físicos, psíquicos y éticos, educacionales, etc.”¹¹⁴ a nivel nacional e internacional. También se incluyen actividades donde otras capacidades externas o no directamente ligadas al físico del deportista son factores decisivos, como la agudeza mental o el equipamiento¹¹⁵.

En cuanto a los deportistas de elite, se caracterizan por tener un rendimiento superior y se definen con otro tipo de variables, como los factores genéticos y los factores ambientales¹¹⁶. Dentro de los primeros podemos nombrar las condiciones de aptitudes físicas heredadas de los padres, mientras que el segundo factor tiene que ver con el entrenamiento, condiciones de nutrición, entre otras cosas. Además existe un “entrenamiento invisible”, que se relaciona con la calidad de vida, horas de sueño, nivel de educación, hábitos de fumar, alcohol, etc.

La trascendencia a nivel social del deporte de elite es tal que los deportistas se encuentran continuamente forzados a mejorar sus propias performances, llevados a esfuerzos extremos para su superación constante. Estas presiones están producidas no solo por la televisión que vende gracias a las hazañas, los *sponsors* que tienen contrato con los atletas, sino, también, por la sociedad en general que valora el culto al éxito, y por sus compatriotas que esperan revalidar su nacionalismo gracias al triunfo en el campo de juego. Además, las victorias deportivas adquieren resonancia social y

¹¹³ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

¹¹⁴ Quiroga, Sergio Ricardo (2001): “Deporte, medios y periodismo”, en *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires, p 106.

¹¹⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>

¹¹⁶ Artículo del doctor Carlos Benítez Franco, en su página www.deporteymedicina.com.ar

económica para los deportistas en sus vidas particulares también, principalmente relacionada con la fama y el dinero.

Estas exigencias llevan al atleta a caer en el consumo de sustancias prohibidas por el COI, como los estimulantes, narcóticos, beta bloqueante, diuréticos, entre otros.

En 1977, la nadadora Christiane Knacke superó el record mundial y olímpico en 100 metros estilo mariposa en menos de un minuto. Una vez retirada de las competencias, declaró: “Me daban entre 10 y 15 pastillas diarias e inyecciones para regenerar más rápido mi organismo, según decían. Sino las tomaba, no me iban a dejar nadar más. Empecé a tener menstruaciones irregulares y a engordar. Me avergonzaba de mi cuerpo. Pero me dijeron: “¿Qué querés ser? ¿Una chica normal o una deportista de alto rendimiento?”¹¹⁷ .

3a) La necesidad del doping

El COI define el doping como la administración o uso por parte de un atleta de cualquier sustancia ajena al organismo o cualquier sustancia fisiológica tomada en cantidad anormal o por una vía anormal, con la sola intención de aumentar en un modo artificial y deshonesto su performance en la competición. En función de esto el COI ha publicado una lista de sustancias prohibidas y ha desarrollado un programa de detección en las competencias que estén bajo su ala.

Pero no solo la detección de una sustancia prohibida en el cuerpo del deportista es doping. También se considera dopaje cuando se usa o se intenta usar una sustancia prohibida o un método prohibido – como la manipulación farmacológica, física o química de la orina-, cuando el deportista se niega a someterse a un control de dopaje o injustificadamente no acude al chequeo después de haber sido notificado. Asimismo, en la actualidad, los competidores deben dar información precisa del lugar donde se encuentran en cada momento, para que la Agencia Mundial Antidopaje (WADA) pueda notificarlo de su próximo control. Si el dato que proporcionó es erróneo será sancionado también.

Las trampas en los controles antidopajes (como cambios de orina con catéteres) son repudiados por el COI. En el último tiempo se ha agregado una cláusula en el Código Mundial Antidopaje que aclara que si el deportista o el personal de apoyo al deportista

¹¹⁷ Hendlar, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, 164.

se hallan en posesión, o administra, o trafica cualquier sustancia prohibida o método prohibido, a no ser que el deportista tenga una autorización expresa para utilizarlo, será también sancionado.

Con cierta ingenuidad o hipocresía, el COI prohíbe el dopaje porque va en contra de la esencia del espíritu olímpico y del juego limpio. Sin embargo, las exigencias de las pruebas y los tiempos records hacen del dopaje una alternativa viable para los competidores. En 1980, el profesor Arnold Beckett, farmacéutico asesor del COI, aseguró que “las posibilidades de que un atleta limpio, que no use drogas, gane una medalla de oro son muy escasas”¹¹⁸.

Pero la administración de sustancias prohibidas no es una novedad del siglo XX. En el deporte antiguo tampoco se aceptaban las condiciones naturales del ser humano y se buscaban fórmulas mágicas que mejoraran el rendimiento de los competidores. Estas pociones se realizaban con hongos, hierbas y semillas o sangre de toro que se creían que estimulaban y fortalecían. Los atletas caían en este tipo de dopajes porque los triunfos en Grecia y Roma equivalían a grandes sumas de dinero y prestigio social de por vida.

El fundador de la medicina aplicada al deporte fue Galeno, el más afamado médico de la civilización romana. Él se encargaba de curar las heridas que sufrían los deportistas guerreros tanto en las prácticas como en los entrenamientos de la antigüedad.

En la modernidad la medicina aplicada al deporte apareció después de la muerte del maratonista portugués en 1912. A partir de allí se determinó que los competidores deberían pasar un examen médico previo. En 1924, por primera vez una delegación deportiva – la estadounidense- fue acompañada por un médico y una enfermera.

Esta disciplina fue evolucionando rápidamente hasta nuestros días, con el mismo afán de controlar y dominar la naturaleza. “La “técnica de la vida” pretende alterar las condiciones elementales que han hecho posible el fenómeno de la humanidad y que resulta inconcebible sin el azar reproductivo. (...) Sin embargo es posible reconocer una extensa repetición de esfuerzos por moldear el cuerpo humano –en cuanto condición de la vida- para orientarlo a fines determinados”¹¹⁹. En el deporte no solo se cuida la salud, sino que se tiene en cuenta la nutrición, la biomecánica, aspectos psicológicos, entre otras muchas cosas, para conseguir cuerpos campeones.

¹¹⁸http://www.elperiodico.com/default.asp?idpublicacio_PK=46&idioma=CAS&idnoticia_PK=502580&idseccio_PK=1011

¹¹⁹ Schmucler, Héctor (2001): “La industria de lo humano”, en *Artefacto* n° 4. Buenos Aires, p. 10.

Como vimos en el apartado anterior, la aplicación de la técnica en los deportistas tuvo dos etapas. “Si en la década de 1930 el régimen discursivo acerca del cuerpo había hallado el punto de máxima condensación ideológica en la noción de <raza>; si en torno a la década de 1970 el propio Foucault lo repensó en términos de <población>, hoy se lo debe considerar desde el punto de vista de su transformación técnica”¹²⁰.

En esta necesidad –con fines económicos en la actualidad- de creer que el hombre no encontró aún su límite, se extrema el cuerpo del deportista para que su *performance* logre impactar a las audiencias y estas sigan pendientes a las hazañas deportivas y del show que se genera alrededor de ellas.

Los dirigentes internacionales del deporte están al tanto de la situación, y a pesar de su repudio al doping, no han implementado una estrategia que funcione realmente para limpiar el deporte ni han bajado las exigencias de las disciplinas. Tampoco el COI realiza investigaciones profundas sobre los deportistas infractores y las sanciones por el uso de doping no son tan severas como para evitar la repetición.

Incluso existe cierta complicidad ante la situación que mantiene el espectáculo. El actual presidente del COI, Jaques Rogge, al referirse a los pocos atletas que fueron atrapados utilizando sustancias prohibidas en Sydney 2000, sostuvo: “Cayeron por estúpidos, porque se doparon por su cuenta, o porque vienen de países pobres. Los países ricos tienen un sistema sofisticado de dopaje, que cuesta mucho dinero, con drogas caras, supervisión especializada y chequeos secretos. Los pobres no pueden pagarlo”¹²¹.

Con este razonamiento, podríamos afirmar que en Beijing '08 los atletas fueron más inteligentes porque solo fueron detectados 6 casos positivos de los 5 mil análisis que se realizaron, aunque esta cifra sea más que sospechosa cuando se esperaban encontrar alrededor de 40 casos, y cuando los récords y las hazañas estuvieron a la orden del día. Las palabras de Rogge dieron resultado. Los atletas aprendieron como evadir el doping.

En el fútbol se presenta la misma situación. Un encubrimiento necesario para que la pelota siga girando. El jugador francés Emmanuel Petit declaró en 1998 que “se juega un partido cada dos días. Ningún atleta puede soportar tanto esfuerzo. Yo no quiero que las drogas sean cosa cotidiana en el fútbol, pero hacia eso vamos”¹²². Años más tarde, el

¹²⁰ Esposito, Roberto (2005): “El implante”, en *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Amorrortu editores, Buenos Aires – Madrid, p. 206.

¹²¹ Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001.

¹²² Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

arquero alemán Toni Schumacher fue acusado de traición a la patria “cuando reveló que los jugadores de la selección de su país eran farmacias ambulantes y que no sabía si representaban a Alemania o a la industria química germana”¹²³.

Por su lado, Havelange –ya retirado de la presidencia- acusa y protege a capa y espada a su negocio: “Todos los ciclistas se dopan. Pero en el fútbol, eso es raro. Dejen en paz al fútbol”¹²⁴.

Pero el doping parece ser necesario para que el deporte del neoliberalismo concrete sus productos: récords mundiales y la superación de los mismos continuamente. El cuerpo del atleta es utilizado y explotado intensiva y extensivamente por las presiones de las grandes empresas que representan y por las mismas organizaciones del deporte internacional, para que las competencias sigan siendo un negocio espectacular. Lamentablemente “el doping es intrínseco al D-R-R-C ¹²⁵ en la globalización”¹²⁶.

3aa) Historia de dopings y trampas

El deporte de alto rendimiento actualmente tiene fines concretos: competir, ganar y romper récords. Entonces cuando los esfuerzos humanos parecen acercarse a su límite, la ciencia y la técnica están a su disposición para lograr lo que el cuerpo solo no puede. “Para las orientaciones técnicas y científicas de la modernidad, el cuerpo es un bosquejo, un borrador cuyos rendimientos hay que controlar y mejorar. O bien suprimir para que haya mejor funcionalidad. Cuerpo supernumerario al que el hombre le debe la precariedad y al que quiere volver impermeable a la vejez o a la muerte, al sufrimiento o a la enfermedad”¹²⁷, y a los límites físicos impuestos por la naturaleza.

Ya desde los primeros Juegos Olímpicos, en 1904 las “pociones mágicas” tenían un ticket con destino a la gloria. El maratonista inglés que representaba a Estados Unidos Thomas Hicks estuvo a punto de morir por competir bajo los efectos de la mezcla de

¹²³ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

¹²⁴ Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001

¹²⁵ *El deporte concebido como la comparación de rendimientos corporales para designar campeones, registrar records u obtener medallas y trofeos*. Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

¹²⁶ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

¹²⁷ Le Breton, David (2002): “El camino de la sospecha: el cuerpo y la modernidad”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, p 249.

brandy con sulfato de estrocinina que le suministraron sus entrenadores para que pudiese terminar la competencia. Ese día el maratonista perdió al menos cinco kilos y al finalizar la carrera, entre los laureles del triunfo, en estado atónico y casi adormecido, anunció su retiro.

Ante sucesos similares, la IAAF prohíbe en 1928 sustancias dopantes (estimulantes). Esta regla tenía que ver con una cuestión moral y de autocontrol, ya que en ese momento no existían medios para detectarlas. La regla se imponía mediante el discurso de la ética del deportista y su deber como ejemplo de la sociedad, principalmente de los jóvenes.

Las anfetaminas aparecieron en los Juegos de Berlín, en 1936. Estas permitían disminuir el hambre y estimular el sistema nervioso. En un artículo publicado en *La Nación*, titulado “La década infame”¹²⁸, cuenta que durante los Olímpicos de Helsinki ‘52 se encontraron jeringas y ampollas en lugares habitados por atletas, y que el episodio se repitió en Melbourne ‘56.

Tras la Segunda Guerra mundial, se decía que la República Democrática Alemana (RDA) era una fábrica de atletas químicos bajo la dirección estatal. El líder de la RDA, Walter Ulrich inició- a partir de 1949- un proyecto estatal para los deportistas, que funcionaba en el laboratorio de Kreicha, donde trabajaban 1.800 científicos. Su mayor logro fue el desarrollo del esteroide Oral Turniabol.

A partir de allí, en los ‘60 comenzó el dopaje como se lo conoce hoy en día. Surgen los anabólicos esteroides, pero también comienzan los controles antidoping, debido a la muerte del ciclista danés Knut Jensen durante los Juegos de Roma ‘60. El atleta murió durante la competencia y la autopsia reveló que había ingerido anfetaminas. Además ya se sospechaba el uso de hormonas sintéticas, como la testosterona.

Los controles comenzaron en 1966, y la mayoría de las federaciones lo implementaron recién en 1970. Pero la ciencia recién encontraría la manera de detectar anabólicos en 1974, cuando la manera de evadir que el control diese positivo ya se estaba llevando a cabo.

Desde entonces, el dopaje comenzó a ser un método sistemático y organizado dentro de los equipos. “El primer producto exitoso de este modelo fue Kornelia Ender, quien ganó sus dos primeras medallas olímpicas (de plata) en Munich ‘72 a los 13 años. Un año más tarde batió tres récords mundiales y en 1976, en Montreal, se convirtió en la

¹²⁸ “La década infame”. En *La Nación*, 24 de septiembre de 1998

primera mujer de la historia que ganó cuatro medallas de oro en una edición de los Juegos Olímpicos”¹²⁹. Luego se supo que desde chica había sido estimulada con esteroides anabólicos y que la misma droga había sido suministrada al a menos diez mil atletas.

Tras la caída del Muro de Berlín la mayoría de los entrenadores inmigraron a China, lugar donde entre 1990 y 1998 se detectaron casi 40 casos positivos, y en 1998 a la nadadora Yuan Yuan le encontraron en el aeropuerto de Sydney 13 frascos de somatotropina sintética, es decir, la hormona de crecimiento humano.

Sin embargo, el caso de doping que marcó un antes y un después en el mundo del deporte fue el de Ben Johnson en Seúl '88. Científicamente era un caso más de consumo de estanozolol, el esteroide anabólico, pero para el deporte, o mejor dicho para el imaginario deportivo instalado mediáticamente, fue un duro golpe a la credibilidad de los Juegos.

El atleta canadiense había ganado la medalla de oro en los 100 metros llanos, y había batido el record mundial. Tres días después fue descalificado y suspendido por dos años. Volvió en 1993 y los suspendieron nuevamente, esta vez de por vida, por encontrar en su orina niveles excesivos de testosterona.

El entrenador del equipo canadiense, Charles Francis, le admitió a al Corte Suprema de Ontario que el uso de dicha sustancia formaba parte del plan de entrenamiento desde 1981, y el médico del equipo, James Astaphan, declaró que ésa era la única manera de mantener competitivos a los atletas.

Hay que aclarar que no fue el COI quien inició la demanda contra Ben Johnson sino el propio gobierno canadiense. Las organizaciones internacionales suspendieron al velocista y, rápidamente, pusieron los ojos en otro héroe. “El COI, la FIAA y la Federación de Atletismo de Canadá apoyaron y protegieron la creación del “atleta más rápido del mundo” a base de drogas porque exacerbaba el interés del público y patrocinadores, produciendo más dinero”¹³⁰. Como el proyecto no funcionó, simplemente, miraron para otro lado, contradiciendo y refutando su propio discurso antidoping. Es interesante recordar que en estos Juegos a Samaranch se lo felicitó a nivel mediático por su labor a la hora de buscar tramposos en el alto rendimiento.

¹²⁹ Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, 163.

¹³⁰ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

Durante los años posteriores, Ben Johnson denunció que “los atletas y sus managers les decían a los organizadores: “No vamos a participar de la competencia si somos controlados”. Todo funcionaba así”¹³¹. Además aclaró que su doping positivo había tenido que ver con la mala suerte, “no hubo engaño en Seúl. Todos corríamos en las mismas condiciones y ganó el mejor. Yo consumía esteroides, pero todos los que estábamos allí ese día lo hacíamos”.

Otro escándalo lo protagonizó la alemana Katrin Krabbe, en Sudáfrica. Se encontró en su análisis clenbuterol, sustancia que algunos ganaderos suministran a las vacas para aumentar su volumen muscular. Ante esto intentó cambiar la orina por una que llevaba escondida en la vagina, dentro de un pequeño depósito del tamaño de un tampón, pero con tanta vigilancia no pudo hacerlo.

Diez años más tarde las trampas siguieron siendo parte del espectáculo. En el Tour de Francia, en 1998, la policía encontró 400 frascos de anabólicos y 250 dosis de eritropoyetina o EPO en el auto del masajista del equipo Festina. Esta última droga es una hormona segregada de los riñones que estimula la producción de glóbulos rojos.

El equipo fue expulsado, pero la investigación judicial que se realizó después demostró que el equipo consumía EPO desde 1993, como parte de un plan de entrenamiento, controlado por el médico.

También eran habituales en los ciclistas las transfusiones de sangre. Se extraían medio litro, lo congelaban y lo volvían a aplicar la noche antes de correr para aumentar la cantidad de glóbulos rojos. Por esto fue descalificado en 1999, también en el mismo evento, el italiano Marco Pantani, quien se había consagrado en la edición anterior del certamen.

Ese mismo año dos deportistas estadounidenses del atletismo fueron suspendidos por tiempo indeterminado. El velocista Dennis Mitchell y el campeón olímpico de lanzamiento de bala, Randy Barnes. Se les habían efectuado controles sorpresivos y ambos dieron positivo. Barnes había conseguido la medalla de oro en 1996 y es poseedor del record mundial, en tanto Mitchell había obtenido la medalla de bronce en los 100 metros en 1992. Lo más hipócrita del caso fue que Mitchell era el presidente del Comité de Atletas de la Federación de Atletismo de Estados Unidos, una entidad pionera en la lucha contra las drogas en el país.

¹³¹ “Ben Johnson, sin mentiras”. En *La Nación*, 5 de agosto de 1998

A los pocos meses, el ciclista holandés Michael Van der Wolf se sumó al escándalo del doping ese año, al igual que la nadadora Michelle Smith, quien había obtenido tres medallas en Atlanta '96.

Para todo esto Samaranch, presidente del COI, encontró una salida fácil para la desilusión en la que había caído el espectáculo deportivo y sus estrellas. Ante la sorpresa del mundo sostuvo: “Hay que reducir drásticamente la lista de productos considerados doping. Para mí, todo lo que no atenta contra la salud del atleta, no es doping”. El dopaje había pasado a ser la escena del moderno espectáculo deportivo, y los laureles parecían coronar a los tramposos más hábiles.

En los panamericanos de Winnipeg en 1999, las pruebas de doping del saltador en alto cubano Javier Sotomayor, que ostentaba el record mundial, habían dado positivo. Si bien se encontró cocaína –cuyos efectos parecen no afectar el rendimiento del deportista, pero si la actitud del atleta- Sotomayor fue despojado de su medalla dorada a los días de haberla ganado.

En los Juegos de Sydney 2000 se encontraron 11 casos positivos, lo que demuestra que las artimañas para evadir los controles están a la orden del día. En una jornada de natación se lograron 13 récords mundiales. No solo los escépticos pusieron cara de duda ante el logro. Roland Baar, miembro alemán del COI, señaló que “en natación es muy llamativa la ola de récords mundiales que se han registrado, pero puede deberse también a que aquí en Australia es uno de los deportes preferidos y existe un ambiente especial. Más no se puede decir, no hay pruebas para afirmar otra cosa”¹³².

El contrabando de sustancias prohibidas en Australia durante 1999 fue notablemente mayor que el año anterior. Entre julio del 97 y junio del 98 fueron detenidas 376 personas cuando trataban de introducir al país sustancias prohibidas. Un año antes, los detenidos fueron 147, y en el periodo 95-96, solo 32¹³³.

No sería en la natación, sino en el atletismo donde años más tarde se descubriría el fiasco de la fiesta. La superestrella del atletismo en los Olímpicos de Sydney fue Marion Jones, quien sumó tres medallas de oro y dos de bronce. Los diarios de la época recuerdan que su carisma había eclipsado la de otros atletas de renombre y con muchas expectativas en aquellos juegos.

Pero el cuento de hadas se transformó en una historia de terror y desilusión. Marion Jones fue sentenciada en enero de 2008 por un juez federal de Nueva York a cumplir

¹³² *Clarín*, 24 de septiembre de 2000.

¹³³ *Clarín*, 3 de enero de 1999

una pena de seis meses de cárcel. Los cargos que se imputaron fueron dos: primero, estuvo involucrada en un fraude de cheques en el que estaba envuelto su ex pareja Tim Montgomery. Y el segundo, fue haberle mentido en una audiencia federal en 2003 de que no consumía sustancias prohibidas. En 2007, admitió que entre septiembre de 2000 y julio de 2001 había consumido el esteroide THG, conocido como “el limpiador”.

La estadounidense tuvo de devolver las cinco medallas que había ganado en los Juegos y su nombre fue borrado de la lista de ganadores olímpicos.

En los Juegos de Atenas '04 se registraron 26 casos positivos, el más llamativo fue el del húngaro Robert Fazekas, quien había alcanzado la medalla de oro en disco. Si bien no se demostró que hubiese ingerido algún tipo de sustancia dopante, el atleta “no pudo orinar por un grave bloqueo psicológico”¹³⁴, dijo el portavoz del Comité Olímpico Húngaro.

El doping parece ser la única manera de alcanzar o mantenerse dentro de la lista de los deportistas de elite, y la única manera de que los récords se sigan quebrando y que el show siga funcionando.

Pero, la preguntara sería ¿por qué los atletas corren tantos riesgos, primero en cuanto a su salud, y segundo, en cuanto a su imagen pública? La ambición de gloria y éxito económico parecen dominar la razón.

Durante el mandato de Samaranch, “la gloria y los dólares han sido abundantes tanto para los administradores como para los atletas. A medida que el deporte aficionado comenzó a recibir más dinero de la TV y de los patrocinios, no sólo los atletas se beneficiaron. Las federaciones crecieron en prestigio y en riqueza. Todo se podría echar a perder si el público descubriera que a muchos de sus héroes los alimentaban con drogas ilícitas. Estos temores crearon la “cultura de la ceguera”. Los funcionarios deportivos que debían estar combatiendo el doping, volvieron su mirada hacia otro lado. Peor aún, comenzaron a proteger a sus estrellas de posibles riesgos”¹³⁵.

Con la llegada de Rogge a la presidencia del COI, el doping pasó a estar en el eje central de su discurso, debido al descreimiento que venía sufriendo el deporte. En la fiesta de inauguración de Beijing 2008, pidió a los deportistas que rechacen el dopaje y las trampas, ya que su labor constituye un ejemplo para toda la juventud mundial.

¹³⁴ “Le sacaron el oro”. En *Diario La Razón*, 25 de agosto de 2004

¹³⁵ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 211.

Además agregó que se debe competir con los valores olímpicos: excelencia, amistad y respeto. Y que los Juegos Olímpicos son más que simples récords, significando la reunión pacífica de 204 comités nacionales olímpicos, cualquiera sea la étnica, religión u opinión política de sus integrantes.

Durante su mandato implementó los controles sorpresivos en cualquier momento del año y no solo durante las competencias, lo que provocó que muchos atletas fueran suspendidos antes de los Juegos. Sin embargo el doping sigue siendo necesario. Un ejemplo de la normalidad con la que se utiliza el dopaje, es la delegación búlgara de levantamiento de pesas, que debió suspender a los ocho deportistas que habían clasificado para Beijing porque los análisis de todos dieron positivos. Entre los atletas suspendidos figuraba el campeón del mundo 2007, que esperaba ganar el oro este año. También se encontraban los ganadores de la medalla de plata y bronce en Atenas.

En Beijing se realizaron 4500 controles antidoping, alrededor de 320 controles por día. Asimismo se implementará el análisis para detectar HGH, que todavía no es seguro que sea eficiente. Además las muestras de todos los medallistas serán conservadas por ocho años y ellos permitirán a los laboratorios establecer técnicas de detección, porque según cuentan los especialistas, el dopaje genético deja huellas. La cantidad de pruebas van en aumento. En Atenas se llevaron a cabo 3.600 pruebas, 90 % más que en Sydney.

Sin embargo el doping no da tregua. Son tan ineficientes los controles con respecto a las drogas que se utilizan hoy en día que el dopaje sigue evolucionando mucho más rápido que la posibilidad de detectarlo. Recientemente, se conoció el uso de tetrahydrogestrinona (THG), una nueva sustancia que deriva de los esteroides, y que se enmascaró en el mercado como suplemento nutricional. Este producto incrementa la masa y fuerza muscular. Por supuesto, como toda droga tiene efectos secundarios negativos¹³⁶.

Pero las trampas no son exclusivas del doping en los seres humanos. En Beijing, cuatro caballos de los equipos de salto de la equitación olímpica dieron doping positivo, por lo que fueron suspendidos. Incluso uno de ellos pertenecía al jinete que había conseguido la presea de bronce, que tuvo que devolver.

También, se han registrado casos en donde hombres compiten como si fueran mujeres. Los organizadores de Beijing han creado un laboratorio para determinar el sexo de los atletas que pudieran ser sospechosos de competir como mujer pero de ser en

¹³⁶ www.boxeomanía.com.ar

verdad hombres. Pareciese un poco exagerado pero ya se han registrado en la historia problemas de esta índole. La ambición por el triunfo parece estar a prueba de todo tipo de manipulación corporal.

Santhi Soundarajan, representante de India, fue desposeída de su medalla de plata de los Juegos Asiáticos de 2006 al descubrirse que era un hombre. No es el único caso. La atleta polaca Ewa Klobukowska, medalla de oro y bronce en los Juegos de Tokio, también, fue descalificado por no su superar la prueba de género. Otro caso llamativo es el de la polaca Stanislaw Walasiewicz, que luego se nacionalizó en Estados Unidos como Stella Walsh. Su nombre saltó a la fama después de 40 años de haber conseguido el título olímpico de los 100 metros en Los Ángeles '32 y la plata en Berlín '36. Walsh fue asesinada en 1980 en un asalto a mano armada en un supermercado de Cleveland. La noticia no hubiese tenido mayor repercusión, sino fuera porque la autopsia reveló que Stella Walsh tenía genitales masculinos.



Santhi Soundarajan, Ewa Klobukowska en el tercer lugar del podio, y Stella Walsh

Con el neoliberalismo, el éxito en la única meta. Pero no cualquier éxito. El éxito que viene acompañado por el incremento económico, y por consiguiente, de popularidad mediática. El deporte se impregnó de la necesidad desmedida de ganar, exponiendo a los atletas a todo tipo de situaciones con tal de conseguir unos segundos de glorias, aunque los costos de este sean altísimos y de por vida.

“El gran intoxicado es el deporte convertido en gran empresa de la industria del espectáculo, que acelera más y más el ritmo de trabajo de los atletas y los obliga a olvidar cualquier escrúpulo con tal de alcanzar rendimientos de superhombres. La obligación de ganar es enemiga del placer de jugar, del sentido del honor y de la salud del hombre; y es la obligación de ganar la que está imponiendo el consumo de las drogas del éxito”¹³⁷.

¹³⁷ Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001

3b) La tecnología al servicio del hombre

Para que el deporte siga siendo una práctica rentable, se necesita mantener la espectacularidad del mismo. Para esto “lo más importante es la aplicación intensiva y extensiva de la Ciencia y la Tecnología en los materiales e instrumentos utilizados en las competencias y en el cuerpo mismo del atleta-competidor, en función de garantizar su triunfo”¹³⁸ y de romper las marcas a un ritmo vertiginoso, acorde a la concepción del tiempo contemporáneo.

Es tan importante la aplicación planificada de la ciencia y la tecnología que ocupan el lugar de responsabilidad máxima a la hora de producir campeones, dejando los dotes naturales del hombre en un segundo plano. “Los soportes en ciencia y tecnología del deporte son centros de investigación del más alto nivel, calificación y reconocimiento públicos y privados. Los campeones, los eventos deportivos se producen con la lógica y dinámica con que se produce cualquier otro bien”¹³⁹.

Los Juegos exponen una muestra de los avances científicos aplicados al hombre para seguir en la elite deportiva, y para demostrar que con un poco de ayuda se superarn los límites impuestos por la naturaleza.

Las diferentes marcas les proporcionan a los mejores atletas todos los accesorios externos para lograr vencer al resto sin que esto sea dopaje, pero mejorando sus actuaciones notablemente.

Por ejemplo, para los Juegos de Sydney 2000 la Federación Internacional de Natación Amateur aceptó la utilización de un traje enterizo. Este fue confeccionado con una lycra que ayuda a desprejar las demoras provocadas por el rozamiento de la piel con el agua. Además cuidaba mejor la energía, porque contaba con una técnica de comprensión que mejorar la circulación de la sangre y reduce la vibración muscular. O sea que utiliza el oxígeno con mayor eficacia¹⁴⁰.

Recientemente, la marca Speedo creó una malla corporal Fast Skin (piel rápida), que también fue aprobado. El mismo imita el sistema hidrodinámico de los tiburones: se adhiere a la piel y disminuye el roce con el agua. Se dice que mejora cerca del 3% el

¹³⁸ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

¹³⁹ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

¹⁴⁰ Lladós, José Ignacio: “Guerra contra el tiempo”. En *La Nación*, 6 de agosto de 2000.

rendimiento del atleta¹⁴¹. Se podría decir que es algo así como la sustitución de la piel humana.

Por otro lado, Nike generó unas camisetas y pulóveres para maratonistas que al tener poros facilita la transpiración. Algo similar, logró producir Adidas, con su Climalite, un poliéster tejido en forma más amplia con el fin de que circule más aire.

En cuanto a los calzados, las innovaciones, confeccionadas por ingenieros y biomecánicos, son constantes. Para Sydney 2000 se implementaron las pantuflas con efecto suelo. En el caso de los botines de fútbol, por ejemplo en el 2002, Nike diseñó los botines más livianos del mercado. Para esto tuvo que intercambiar el cuero natural por uno que está hecho de fibra sintética, que es más resistente y delgada. A este recubrimiento se lo denominó Nike Skin¹⁴². Un nombre muy parecido al que utilizó Speedo. El factor común es la sustitución de la piel humana por una con menos fricción.

Con la misma lógica, los escenarios sufrieron modificaciones. Con el afán de seguir consiguiendo récords, la Federación de Atletismo cambió el piso sintético por la pista de carbonilla, en Munich '72. En la Eurocopa del año 2000, se estrenó una pelota que entre sus capas de espuma contiene un gel especial, que absorbe mejor los golpes. Al momento del impacto, la pelota se deforma levemente, y luego vuelve a la normalidad. El objetivo era agilizar el juego, respondiendo a la rapidez del tiempo contemporáneo.

Para el Mundial del 2002, se utilizó la Fevernova, una pelota de Adidas. Esta está hecha de un nuevo caucho sintético e incluye infinitas micro células llenas de gas comprimido, que le permite aumentar la precisión y la potencia¹⁴³.

La tecnologización del deporte también está en el tenis. Ni rastros quedan de las raquetas de maderas con las que jugaba Guillermo Vilas. Ahora la marca Head les implantó un chip para controlar inteligentemente la tensión de las cuerdas.

Los entrenamientos, también, son cómplices de los avances tecnológicos. En el 2002 el club deportivo AC Milán conectó cada aparato de ejercicio a una computadora central a la que llegan datos vitales del jugador que la usa. De esta manera prevén prevenir lesiones físicas¹⁴⁴.

Ya al finalizar la década pasada, algunos equipos de la NBA contaban en sus canchas con un programa llamado “Advanced Scout”. El sistema posee una base de

¹⁴¹ www.boxeomania.com.ar

¹⁴² Milla, Guillermo: “Tecnología de punta para el deporte”. En Clarín, 15 de junio de 2002..

¹⁴³ *Ibidem* 142

¹⁴⁴ *Ibidem* 142

datos en donde figuran los resultados parciales, las combinaciones de jugadores y las faltas, etc. A partir de toda esta base de datos, el programa se encarga de encontrar coincidencias y el entrenador las puede utilizar para mejorar la performance del equipo.

“Habíamos perdido los dos primeros juegos. Entonces recurrimos al sistema, que nos mostró algunos datos interesantes: la combinación de dos jugadores, Hardaway y Shaw, era perdedora, mientras que la de Shaw y Armstrong –un suplente-, era una dupla verdaderamente ganadora”¹⁴⁵, aseguraba el entrenador Bob Salmi, de Dallas Maverick en ese entonces.

En la actualidad existen sistemas de entrenamiento aún más sofisticados que permiten mejorar el rendimiento, incluso, de deportistas individuales. Este es el caso de la cámara hipóxica, una especie de carpa que en su interior reduce la presión ambiental y simula las condiciones a la que se enfrentaría un deportista si tuviese que entrenar en la altura.

Para que el rendimiento del deportista mejore, tiene que dormir dos horas en su interior. De esta manera aumenta en su cuerpo los glóbulos rojos y así mejora entre un 5 y 8 por ciento la resistencia, en pruebas de largo rendimiento.

Este tipo de entrenamiento evita dar positivo en los controles antidoping, teniendo resultados similares si se realizasen prácticas antidopivas, como el EPO. “Sin embargo, es casi imposible igualar lo que logran en los deportes las sustancias prohibidas”¹⁴⁶.

3c) El doping del futuro cercano

La estimulación con agentes externos al cuerpo humano parece haber encontrado un punto de superación: el doping genético. Consiste en insertar o inyectar genes dentro de las células para que realice o corrija acciones que antes no hacía. “La técnica más usada es inyectar genes a través de virus inocuos (que no generan daño) llamados vectores, a los que se les ha modificado su información genética y codificado nuevos genes”¹⁴⁷. O sea las personas cuentan con unos 30 mil genes que son los que la definen como ser humano. Al modificarlos, estarían cambiando la estructura genética de una persona.

¹⁴⁵ Sabbion, Gianni: “La tecnología llega hasta las canchas de básquet”. En *Clarín*, 23 de mayo de 1998

¹⁴⁶ www.boxeomania.com.ar

¹⁴⁷ Estévez, Martín: “Suicidio genético”. En *Revista Fox Sport*, 12 de julio de 2008

No se ha hecho público ningún caso de doping genético aún pero se cree que ya está incursionando en el mundo del deporte, en países donde existen recursos para poder aplicarlo.

Este tipo de modificación tiene una aparente ventaja: no es detectado por los controles, porque es el propio cuerpo el que genera las modificaciones en el organismo. La única manera de controlarlo es mediante la extracción de tejido muscular de los atletas y exponerlo a un análisis específico.

Esposito afirma que mientras históricamente fue el hombre quien se proyectó en el mundo y luego en el universo, “ahora es el mundo, en todos sus componentes naturales y electrónicos, químicos y telemáticos, el que penetra dentro de él en una forma que parece abolir la separación misma entre adentro y afuera (...), la técnica se instaló en nuestros propios miembros”¹⁴⁸. El cuerpo no está del lado de la naturaleza debido a la artificialización del mismo. Se le inserta en el cuerpo algo que no es cuerpo, se trata de dominar su propia naturaleza para implantarlo en la elite del alto rendimiento.

Los deportistas del futuro podrán estar hechos a medida de las circunstancias que los rodeen, serán atletas mejorados, que salten más alto, que corran más rápido y que sean más fuertes. Pero se cree que la aplicación de este tipo de doping no será utilizado masivamente, simplemente, porque cuesta mucho dinero.

La modalidad de utilizar la técnica para “mejorar” el rendimiento, se relaciona con los mismos principios de la eugenesia. Durante el nazismo, pretendía mejorar los rasgos hereditarios humanos, manteniendo la raza alemana pura. “Pero la eugenesia estuvo antes del nazismo y continuó por otras vías y con otros nombres”¹⁴⁹.

Se creen que existen tres tipos de modificaciones genéticas hasta el momento utilizadas en el deporte¹⁵⁰ para mejorar la calidad de las performances:

- ➡ Repoxygen, que consiste en insertar en las células el gen de la EPO (eritropoyetina) que permite la síntesis de glóbulos rojos, para mejorar la resistencia.
- ➡ IGF-1 modifica el AND muscular mediante un gen que fabrica la misma sustancia, similar a la insulina.
- ➡ Miosina IIB es una sustancia, que mediante su aumento proporciona alta velocidad de contracción muscular y potencia.

¹⁴⁸ Esposito, Roberto (2005): “El implante”, en *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Amorrortu editores, Buenos Aires – Madrid, p. 208.

¹⁴⁹ Schmucler, Héctor (2001): “La industria de lo humano”, en *Artefacto* n° 4. Buenos Aires

¹⁵⁰ Estévez, Martín: “Suicidio genético”. En *Revista Fox Sport*, 12 de julio de 2008

Con el avance de la aplicación de la terapia genética a los atletas, se pronostica que permitirá que las empresas dedicadas a la biotecnología tengan la posibilidad de modificar a los atletas desde la adolescencia, interviniendo y manipulando su desarrollo natural.

Aunque todavía no se haya hecho público ningún caso de aplicación de este método, los científicos aseguran que ya se ha experimentado en ratones. El COI ante el advenimiento del nuevo doping ya ha penado la práctica desde el 2003. Sin embargo, en el 2006 trascendió que el entrenador alemán Thomas Spingstein, quien entrenaba a su mujer Grit Breuer, fue llevado a juicio cuando se publicaron unos e-mails, en los cuales solicitaba a un médico holandés una dosis de Repoxygen.

Los investigadores creen que no es exagerado pensar con inyecciones de cóctel químicos que modifique la información genética en las células y hacerlas capaces de sintetizar hormonas de forma permanente para generar masa muscular adicional donde se quiera. Se pronostica que la fuerza muscular aumentaría en un 27 por ciento sin necesidad de entrenamiento¹⁵¹.

Previamente a los Juegos de Beijing, en la III Conferencia sobre el doping, la WADA advirtió que los primeros casos de la utilización de la manipulación genética para mejorar el rendimiento se podrían registrar en China, aunque no sucedió. El presidente de la WADA, Richard Paund, sostuvo que “parece inevitable que el doping genético llegue a las competencias”¹⁵².

Estas modificaciones de la naturaleza, al igual que cualquier tipo de doping tienen sus consecuencias negativas sobre los organismos de los atletas. Pero en paralelo al doping tradicional, el mismo profesionalismo, la ambición de gloria y éxito van presionándolos para que el atleta acepte o pida el dopaje, volviéndose, tarde o temprano, ratones de laboratorio.

Las presiones tanto sociales como económicas y la cultura del éxito realizada por los medios ponen al deportista en dos posiciones opuestas: los perdedores y los ganadores. No hay grises ni siquiera se reconoce el esfuerzo. En esta lucha por quedar del lado de los buenos (únicos televisables), “la naturaleza comienza a ser modificada sistemáticamente para cumplir las normas industriales y del consumidor”¹⁵³.

¹⁵¹ Kukso, Federico: “El cóctel de los campeones”. En *Página 12*, 17 de julio de 2004

¹⁵² Estévez, Martín: “Suicidio genético”. En *Revista Fox Sport*, 12 de julio de 2008

¹⁵³ Rabinow, Paul (1996): “Artificialidad e ilustración. De la sociología a la biosocialidad”, en Jonathan Crary y Sanford Kwinter, *Incorporaciones*, Madrid, Cátedra, p. 214.

3d) Pocos países con posibilidades de doping y coronaciones

“Un día en el siglo XXI, Juan se despertó y descubrió que ya no era hombre pero seguía siendo deportista. Estiró el brazo derecho que le trasplantaron a los 12 años para ganar potencia, sacudió la pierna larga que los genetistas le forjaron antes de que naciera y miró de reojo a su esposa, una atleta de elite con la que lo estimularon a casarse para asegurar la continuidad de la especie deportiva. Juan no tenía ni el aspecto ni los sueños ni las debilidades ni las relaciones de cualquier otro individuo. Juan hacía una sola cosa: competir”¹⁵⁴. Y seguramente Juan no era argentino, tampoco uruguayo o peruano, menos era iraní, ni nigeriano. Juan era un deportista más de las grandes potencias mundiales, como Estados Unidos, Inglaterra, Francia que pudieron costear su transformación.

Las posibilidades de mejoramiento del rendimiento corporal – mediante la tecnología interna o externa-, no están al alcance de cualquier atleta. Esto queda claro a la hora de leer el medallero olímpico, en donde podemos detectar una profunda brecha entre los países económicamente dominantes y aquellos que se encuentran en vías de desarrollo.

En Beijing 2008, los países que se encontraban en las diez primeras posiciones del medallero olímpico pertenecen al Grupo de los 8¹⁵⁵. Los recursos que manejan las potencias mundiales, y sus presupuestos destinados al deporte y a la ciencia permiten a sus atletas estar cerca del éxito deportivo. China no es una excepción, ya que está considerada dentro de las cinco potencias emergentes en el mundo, junto a Brasil, India, México y Sudáfrica.

Esta es una clara señal para comprender que el mundo del deporte continúa en las líneas trazadas por el mercado, existiendo en la actualidad, como en todo el siglo XX una “división internacional del deporte”¹⁵⁶.

¹⁵⁴ Scher, Ariel y Flores, Gustavo: “¿Superhombres o infrahumanos?”, *Clarín*, 2 de enero de 2000.

¹⁵⁵ Se denomina **G8** a un grupo de países industrializados del mundo cuyo peso político, económico y militar es muy relevante a escala global. Está conformado por Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Reino Unido y Rusia. La pertenencia al grupo no se basa en un criterio único, ya que no son ni los ocho países más industrializados, ni los de mayor renta per cápita ni aquellos con un mayor Producto Interior Bruto. (Wikipedia.org)

¹⁵⁶ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

Entre 1896 y el 2008 se han repartido 11.341 medallas, de las cuales Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia, Canadá, Inglaterra, Rusia y China se han apoderado del 70%¹⁵⁷. En el siguiente cuadro podremos entender cuantitativamente cual es el porcentaje de naciones que no consiguió ninguna medalla durante los Juegos de verano, tras la segunda guerra mundial.

Juegos Olímpicos de verano	Cantidad de países sin ninguna medalla	Porcentaje
Londres '48	37	63%
Helsinki '52	47	68%
Melbourne '56	37	55%
Roma '60	45	54%
Tokio '64	40	43%
México '68	44	39%
Munich '72	47	39%
Montreal '76	41	44%
Moscú '80	36	45%
Los Ángeles '84	47	33%
Seúl '88	52	33%
Barcelona '92	63	37%
Atlanta '96	78	40%
Sydney '00	80	40%
Atenas '04	74	37%
Beijing '08	87	43%

Los datos de esta tabla fueron calculados con información de Wikipedia.org

En la tabla no se contabilizan los países que lograron tan solo una presea. A modo de ejemplo, en Beijing 19 delegaciones se llevaron tan solo una medalla, mientras que en Atenas fueron 10. En Atlanta 20 naciones tuvieron un solo premio y en Barcelona, 14.

El éxito deportivo está del lado de los países ricos. Históricamente, los países del G-8 acaparan el 60% de las medallas de oro con tan solo el 13% de la población mundial.

¹⁵⁷ *Ibidem* 156.

El llamado G-77¹⁵⁸, que está compuesto por 133 países, obtuvo solo el 8,4% del total de los oro con cerca del 80% de la población del mundo.

En el caso latinoamericano, en particular, sólo 12 países han conseguido el oro y solamente 16 obtuvieron una medalla alguna vez. La excepción ha sido Cuba. Del otro lado del océano, Europa consiguió el 62% del total de todas las medallas entregadas, el 9,7% fueron para el G-77, África solo ganó el 1,8%, Asia el 8,3% y América del norte, el 19,5%.

Continente	Porcentaje de medallas ganadas entre 1896 y el 2000
Europa	62%
África	1.8%
Asia	8.3%
América del norte	19.5%
América central y del sur	8.4%

Por lo que podemos concluir, los Juegos están destinados a los europeos y a ciertas naciones invitadas como Estados Unidos y China que ganarán masiva y no excepcionalmente. “En cualquier competencia la suerte está echada, de antemano se puede saber casi siempre –con excepciones que confirman la regla- quienes serán los ganadores. Las potencias deportivas son aquellos países que también lo son en lo económico, político, miliar, científico-técnico, etc...y los que tienen más poder de decisión sobre el destino del mundo”¹⁵⁹.

El alto rendimiento competitivo requiere dinero y solo los países con un potencial económico a nivel mundial logran poder invertir lo que se necesita para formar

¹⁵⁸ El **G-77** o grupo de los 77 es un grupo de países en vías de desarrollo con el objetivo de ayudarse, sustentarse y apoyarse mutuamente en las deliberaciones de las Naciones Unidas.

¹⁵⁹ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

campeones. Cada vez que la ciencia logra un avance, ya sea a partir de doping o no, el abismo entre los países que pueden hacer uso de la nueva tecnología y los que todavía siguen luchando por becas dignas para sus deportistas, se amplía inmensamente. Así seguirán siendo los atletas de los países dominantes las únicas estrellas del espectáculo.

4. Las graves consecuencias del deporte de elite

El deporte de elite parece ser un negocio inmenso pero al mismo tiempo es una práctica insana. El dopaje es un secreto a voces. Y a pesar de que la actividad física históricamente estuvo relacionada con la salud, podemos asegurar que el deporte de alto rendimiento tiene consecuencias fatales sobre los atletas.

La técnica aplicada al cuerpo para lograr de él un mejor rendimiento es el objetivo de este siglo, lejos de los ideales tradicionales olímpicos. “Para Castel, a todas esas prácticas las ampara un objetivo común: la propuesta de un nuevo modelo de humanidad, desprovisto de las profundidades del inconsciente, del compromiso social y del peso de la historia. La mutación también implica un decidido apego a los valores de mercado –como rentabilidad, eficiencia y performance. Y la búsqueda de soluciones técnicas para todos los problemas (ya sean del alma, del cuerpo o de la sociedad). Junto con la decadencia de la fuerza biopolítica de las instituciones estatales y la diseminación de la lógica empresarial para toda la sociedad, se privilegian los resultados rápidos, tangibles y medibles, (...)”¹⁶⁰. Solo muy a lo lejos podemos vislumbrar las consecuencias.

4a) Costos físicos del alto rendimiento

Existe una larga lista de efectos secundarios como parte del proceso de entrenamiento del alto rendimiento. Por supuesto que si a esto se le agrega algún tipo de método o sustancia prohibida, las consecuencias son más controversiales. Pero los especialistas sostienen que el dopaje es la única forma de aguantar las exigencias de las competencias actuales, o mejor dicho, de mantenerse en la cima del alto rendimiento.

Durante los primeros años del deporte moderno dirigido por el COI, las trampas estuvieron presentes, pero todavía el ideal deportivo se mantenía cerca de la salud. Con

¹⁶⁰ Sibilía, Paula (2005): *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, p. 251.

los años, el doping pasó a ser una imposición del deporte de elite. Algunos atletas cuentan que ser un atleta olímpico implicaba la entrega del cuerpo a nuevas experimentaciones poco saludables y con importantes consecuencias. Los relatos de los atletas de la RDA son un fiel ejemplo: “El aerosol incorporaba un precursor de la testosterona que no sería detectada en las pruebas antidopaje. Entre los atletas que se probó estaba el nadador Raif Hannemann. “Era como una erupción volcánica”. Según el atleta era obligatorio para cualquier atleta que quiera participar en Seúl pero “destruía mis membranas nasales y me daba náuseas”. Los efectos secundarios eran tan grave que no pudo competir”¹⁶¹.

En esta carrera por conseguir una medalla olímpica y todas las cámaras del mundo en la hazaña, el deportista presta su cuerpo para la experimentación, y al mismo tiempo para la explotación. Porque no solo es el atleta quien saldrá favorecido con el triunfo, sino su entorno, su país y sus sponsors. “El D-R-R-C hace del cuerpo un objeto de experimentación científico y tecnológico con la pretensión de convertirlo en una máquina de resultados, records, de manera permanente e infinita. El campeón, que derriba e impone records, simboliza el manejo y técnica del cuerpo propio del mundo industrial”¹⁶².

Pero los problemas de salud llegaron con el tiempo y se instalaron para quedarse. En el 2004, 175 ex deportistas recibieron 10 mil euros en compensación por los problemas de salud que había causado el doping en RDA. Sin embargo, las consecuencias fueron demasiado altas como para ser saldadas económicamente. La ex campeona olímpica y mundial de 100 y 200 metros libres, Bárbara Krause tuvo dos hijos con mal formaciones en sus pies. Su compañera Andrea Pollack tuvo un aborto y la corredora Katrin Krabbe perdió el hijo que esperaba. Todas alegan problemas hereditarios.

También la terapia genética tiene sus consecuencias negativas, principalmente porque se estaría experimentando con humanos sin cumplir las etapas normales de una investigación clínica. Si la modificación genética se mantiene en el cuerpo podría generar cánceres y otras enfermedades por falta de adaptación en el organismo. Asimismo, puede causar infartos cerebrales, infarto agudo de miocardio, una embolia o una hipertensión arterial.

¹⁶¹ www.sañiquerol.com

¹⁶² Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

El alto rendimiento, en el largo plazo, pasará factura, aunque en el imaginario social aún se lo relacione con la salud y la perfección corporal.

4b) Lo reprimido que vuelve

Existen casos fatales por el uso de diferentes sustancias prohibidas que llevaron a los atletas a la muerte. Son tan duras y exigentes las pruebas y es tan importante el reconocimiento a nivel social, que los atletas con recursos suficientes para incursionar en el doping, lo hacen sin recaudo.

Pero las consecuencias no tardan en llegar. “El hombre reducido al cuerpo, el cuerpo convertido en un instrumento, sin falta, lo reprimido vuelve de una manera o de otra. El espesor humano sigue presente, aunque sea como enfermedad, como depresión, como rechazo o como accidente, o simplemente como lo inesperado”¹⁶³

El ciclista español José Manuel Fuente comentó abiertamente en 1.993: “Nos pinchábamos nosotros mismos”, “nosotros llevábamos nuestro maletín”¹⁶⁴. Si bien aseguró que lo hizo entre 1.973 y 1.976 las consecuencias fueron de por vida.

Fuente tuvo que dejar las competencias por una afección renal que provocaron los estimulantes. 20 años más tarde murió de pancreatitis tras un trasplante de riñón.

En el siguiente cuadro, enumeraremos algunas de las muertes que se registraron en competencias internacionales no solo por el doping, sino también por las exigencias contemporáneas del éxito¹⁶⁵.

Año	Deporte	Nacionalidad	Atleta	Causa de la muerte
1896	Ciclismo	Galés	Arthur Linton	Utilización desmesurada de cafeína y estricnina, después de haber ganado la carrera París – Burdeos.
1955	Piloto	Francés	Pierre Levegh	Perdió el control del auto y se estrelló en una tribuna, causando más de 100 muertes en las 24 horas Le Mans. Consumía anfetaminas.
1960	Ciclismo	Danés	Knud Enemark Jensen	Consumidor de anfetaminas y Roniacol (vasodilatador). Murió en la prueba de 100 Km. contrarreloj en los Juegos Olímpicos de Roma. Su compañero, quien salvó milagrosamente su vida, declaró:

¹⁶³ Le Breton, David (2002): “El camino de la sospecha: el cuerpo y la modernidad”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, p. 239.

¹⁶⁴ http://www.elpais.com/articulo/deportes/Nos/pinchabamos/mismos/elpepidep/19931123elpepidep_9/Tes/

¹⁶⁵ <http://www.aerobicsevilla.com/artirevis/articulos/dopaje+deporte.html>

1961	Ciclismo	Italiano	Alessandro Fantini	“Todos consumen algo, quizás equivocamos la dosis”. Las anfetaminas habían causado una hemorragia cerebral. Se cayó durante la Vuelta a Alemania y se fracturó el cráneo.
1967	Ciclismo	Belga	Roger de Wilde	Muere durante el transcurso de una carrera, se cae y se fractura el cráneo. La autopsia reveló una utilización sistemática de anfetaminas.
1967	Ciclismo	Británico	Tom Simpson	Se cayó en la décima tercera etapa del Tour de Francia, y falleció poco después. La investigación reveló el consumo de anfetaminas que, asociadas al fuerte calor y a un esfuerzo terrible, condujeron a la muerte al corredor.
1973	Lanzamiento de disco	Danés	Kaj Andersen	Se suicidó tirándose desde una de las torres de la catedral de Copenhague, un año después de su fracaso en los Juegos de Munich.
1985	Lanzamiento de disco	Húngaro	Janos Farago	Murió de un cáncer renal a los 38 años. Su esposa confesó que debido a un fuerte consumo de anabolizantes había aumentado 35 kilos su peso. Falleció después de haber ingerido unas 400 dosis de productos anabolizantes que le había dado el médico de la federación Armin Klunber.
1987	Heptatleta	Germano oriental	Bridgitte Dressel	Murió durante una administración intravenosa de oxígeno en el gabinete de un médico.
1991	Ciclista	Belga	Luc De Rijck	Murió a los 43 años debido a un tumor cerebral. Antes de su muerte, el propio deportista había atribuido sus problemas de salud al consumo de anabolizantes.
1995	Discóbolos	Suecos	Goran Svenson	Ambos por consumo de esteroides anabolizantes.
1997			Stefan Fernholm	
1998	Velocista	Estadounidense	Florence Griffith - Joyner	Murió a los 38 años de un ataque cardíaco. El uso prolongado de anabólicos le había hecho mutar el tejido muscular de su corazón en tejido conectivo, afectando su funcionamiento.

El fútbol no está al margen de estas consecuencias¹⁶⁶. El club la Fiorentina fue un lugar polémico durante los ´70. Gabriella Bernardini, viuda del futbolista Bruno Beatrice, denunció la muerte de su marido a los 39 años por leucemia, como causa del uso de doping masivo y descuidado en los años ´70. El jugador habría muerto

¹⁶⁶ <http://espndeportes.espn.go.com/news/story?id=335705&redir=true>

tras tres meses de agonía, con baba en la boca, sangre en las encías, solo hueso en las piernas y un dolor que pudo más que la morfina.

En el juicio se recordó también la muerte de Nello Saltutti, de un infarto en 2003 a los 56 años. Su padre sostuvo que la Fiorentina los obligaba. “Si estabas dispuesto a pasar por el aro, tenías opciones de jugar para el equipo, y sino aceptabas las reglas del juego terminabas en el banco o en el equipo de reservas”¹⁶⁷.

A la lista se suma Ugo Ferrante, quien murió de cáncer a los 59; Adriano Lombardio, del mal de Gehring, y Giuseppe Longoni, que estuvo en silla de ruedas antes de morir. También se nombró a aquellos que sufren las consecuencias de la ingesta de sustancias prohibidas, como Massimo Mattolini - recibió un trasplante de riñón-; Giancarlo De Sisiti – fue tratado por un absceso en el cerebro- y Mimmo Caso -tiene un tumor en el hígado-.

Ante la evidencia, un juez instructor llamado Rafaele Guriniello, se tomó el trabajo de revisar 24 mil fichas de futbolistas hasta cuatro décadas atrás y encontró que el caso de tumores de hígado, colon y páncreas era sorprendentemente elevado.

Otro dato oscuro invade el fútbol: la muerte súbita, muchas de ellas, lamentablemente, filmadas en vivo. A pesar de que su relación con el doping parece ser mala palabra para la dirigencia deportiva, los fanáticos y los medios, existen demasiados casos como para no levantar una ola de sospecha sobre las causas de las mismas.

Año	Jugador	Momento del fallecimiento	Nacionalidad
1964	Miguel Martínez	Entrenamiento en Montevideo	Español
1973	Pedro Berruezo	Durante un partido contra Pontevedra en Sevilla	Español
1973	Michael Klein	Tras sufrir un desmayo en el entrenamiento de su equipo	Rumano
1987	Javier Sagarzazu	Durante el entrenamiento	Español
1995	Calmito Augusto	Choque con otro jugador en un partido	Brasileño
2002	Pedro Alberto	Durante el	Español

¹⁶⁷ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=972033

2003	Sergio Sánchez	entrenamiento Durante el entrenamiento	Español
2003	Michalis Michael	Mientras corría a ayudar al arquero lesionado	Chipriota
2003	Mark-Vivien Foé	Durante un partido de la copa federaciones	Camerunés
2004	Miklos Feher	Durante un partido de la liga portuguesa	Húngaro
2004	Sergihno	En un partido de la liga brasilera	Brasilero
2005	Hugo Cunha	En un partido entre amigos	Portugués
2006	Abdelwahab	Entrenamiento	Egiptio
2007	Sixto Rojas	Entrenamiento	Paraguayo
2007	Antonio Puerta	Partido de la Liga	Español
2007	Phil O'Donell	Durante un partido	Escocés

A pesar de que en ningún de los casos (y estos son solo alguno de ellos, también existen casos de basquetbolistas) se relacionó las muertes con el dopaje, varias sustancias prohibidas son causantes de la muerte súbita, tales como la efedrina, las anfetaminas, la cocaína, los diuréticos, los anabólicos esteroides, la insulina, y el beta 2 agonistas¹⁶⁸. Sin embargo, los medios ni siquiera usaron esta hipótesis como una causa posible. Parecería que el negocio del fútbol es tan grande, que no deja ver más allá de los millones y el campo de juego. Sin embargo, para otros deportes no tan populares, esta clase de hipótesis es considerada probable.

4ba) La mujer más veloz del planeta

Ningún medio dejó de publicar la muerte de la velocista estadounidense Florence Griffith-Joyner de un ataque cardíaco a los 38 años. Y como nunca antes en su carrera se habló la posibilidad de que la atleta se haya dopado para conseguir el podio en Seúl '88.

¹⁶⁸ <http://www.efydep.com.ar/medicina/causasno.htm>, texto escrito por el Dr. Norberto Debbag M.N 51320, Cardiólogo – Deportología, Club Atlanta, en 2008.

Dueña de los récords mundiales en los 100 y 200 metros y triple campeona en los Juegos de Seúl, su carrera estuvo bajo sospecha pero nadie se atrevió a confirmarlo en su momento. Además la autenticidad de sus marcas, habían quedado en un segundo plano tras el doping positivo de Ben Johnson. Sospechosamente se retiró cinco meses después de haberse consagrado en los Olímpicos, en el mejor momento de su carrera.

Ahora muerta, parecería que la hipótesis se confirmaba. Los especialistas aseveran que era casi imposible bajar de un año a otro casi 5 décimas de segundo en los 100 y 200 metros, en el primer nivel atlético como lo hizo Florence.

Para entonces el atleta Carl Lewis y Joaquín Cruz la habían acusado de competir bajo un programa sistemático de dopaje. Algunos medios también se atrevieron a cuestionarla en su momento, pero fueron los menos: “Los periodistas quisieron saber como había hecho para progresar tanto en tan poco tiempo. “Con trabajo duro y dedicación”, contestó ella. Alguien volvió a la carga: “¿Trabajo duro y qué?... ¿Medicación?”¹⁶⁹.



1984



1988

Su fisonomía muscular entre 1984 y 1988 había cambiado indisimulablemente. Su masa muscular había aumentado con notoriedad, sus senos se habían achicado y su mandíbula se había alargado varios centímetros. Incluso su voz sonaba grave y áspera. A pesar de ser evidente el uso de sustancias químicas, Florence pasó en toda su vida cuanto control antidoping se le efectuó.

Con el tiempo que logró en Seúl (10 s 49) en los 100 metros hubiera ganado la medalla dorada entre los hombres en los Juegos de Melbourne. Es más, en 100 países ningún hombre era capaz de correr tan rápido.

¹⁶⁹ Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte*. Diario Olé, 160.

El precio de la administración de sustancias prohibidas pudo con su vida y con su éxito. Tras su muerte, nadie hablaba de sus logros deportivos, sino de las artimañas con que los logró.

5. Conclusión. Ratas de laboratorio.

“Drogas aplicadas masivamente a deportistas, pueden producir medallas de oro, trofeos internacionales, infartos, apoplejías, alteraciones del metabolismo, trastornos glandulares, impotencia, deformaciones musculares y óseas, cánceres o vejez prematura”¹⁷⁰, corrobora Eduardo Galeano.

Las trampas pasan facturas con altos costos por pagar. Sin embargo la cultura del éxito económico y social todo lo permite y lo exige. A cambio de la explotación intensiva y extensiva de los sus cuerpos, los deportistas consiguen ser la hazaña deportiva del año, los mejores contratos con las empresas internacionales y los medios de comunicación a sus pies. Del otro lado de la hoja quedó la lealtad por lo que se hace y por los ideales que se elevaron históricamente en el deporte.

El médico del Comité Olímpico Argentino, Néstor Lentini, asegura que “si esto sigue así, los Juegos, en lugar de una competencia de atletas, serán una competencia de compañías biotecnológicas”¹⁷¹.

El doping parece no tener solución, las trampas ya son intrínsecas al deporte de elite, y las consecuencias también. El mundo económico y el culto al éxito se apoderaron del deporte. “Por la ley del mercado, la mayor rentabilidad exige mayor productividad y, para lograrla, vale todo: la deslealtad, las trampas y las drogas, que forma parte del juego sucio de un sistema de juego”¹⁷².

Pero los deportistas no son los únicos culpables de su propia miseria. El deporte de elite es un negocio formidable, en el que se encuentran también involucrados los dirigentes, las marcas comerciales, los medios masivos y las audiencias que demandan el espectáculo, a pesar de ser de público conocimiento que el deporte está sucio.

Los organismos internacionales, los medios y los sponsors oficiales dedicados al deporte necesitan que se mantenga un aura olímpica, que se sigan rompiendo records y que el hombre se siga superando a cualquier costo, para poder mantener el negocio

¹⁷⁰ Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001

¹⁷¹ Ryan, Mariano: “El doping, ese jugador que también compete en serio”. En *Clarín*, 3 de agosto de 2008.

¹⁷² Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001

multimillonario que tienen entre las manos. Los deportistas, aparentes estrellas del espectáculo, sólo son las ratas de laboratorio que entregan su cuerpo a cambio de la fama y el éxito momentáneo.

Capítulo III: “La ilusión de los públicos fascinados”

4. Introducción

5. Fantasía mediática. Entre lo simbólico y lo real.

2a) Deportistas históricamente estereotipados. Masculino y musculoso.

2aa) Mujeres, preferiblemente pocas y hermosas

2ab) Blanco y negro

2ac) Los Paraolímpicos

2ad) El negocio del estereotipo

2b) Hazañas heroicas y mediáticas

2ba) El tratamiento mediático de la des-ilusión

6. Fascinación de los públicos

3a) La fantasía del deportista en la sociedad

3b) Fascinación y sentimiento de comunidad

4. Conclusión

1. Introducción

En el último siglo, los públicos se han fascinado con el deporte de elite. Las audiencias crecen de manera increíble cada cuatro años, tanto para los Juegos Olímpicos como para los Mundiales de fútbol. Esta demanda ha hecho del deporte una de las empresas internacionales que más dinero producen, principalmente después de que en los '70 se empezó a adaptar el deporte a las necesidades y prioridades de la televisión.

Los medios, no solo modificaron las diferentes disciplinas (con el aval de la dirigencia deportiva) a lo que ellos creían más rentable, sino que fueron construyendo la imagen del atleta de elite como aquel que parece alcanzar todos los puntos necesarios para ser considerado una persona exitosa y un modelo a seguir. El alto rendimiento comenzó a ir de la mano del prestigio social. Porque vivimos inmersos en la ilusión de que el deporte, es transparente, entretenido y saludable.

En esta construcción dejaron afuera a un montón de deportistas que no logran la hazaña televisable o que no cumplen con los estereotipos previstos para alcanzar ser un deportista estrella. También dejaron afuera toda actividad que fuese amateur, de aficionados o se practique solo en algunas regiones. Por supuesto, las artimañas para alcanzar la cima, como la droga aplicada sistemáticamente, tampoco se muestran.

La sobreexposición mediática de las competencias a diario parecería demostrar que todo lo que pasa en el deporte se ve. De esas 24 horas de transmisiones continuas, los deportes más populares de cada nación – fútbol, baseball, football americano- se llevan los *prime times* y la mayor parte de las repeticiones. Nada se ve del deporte amateur, excepto algún evento auspiciado por un patrocinador de renombre, como puede ser una maratón.

La capacidad de reconocer que el deporte está inmerso en una bola de intereses tanto nacionales, empresariales, televisivos, de los organismos internacionales y de las empresas farmacológicas no es una idea que se haya implantado en el sentido común. Todavía, y a pesar de las evidencias, los semidiosos deportistas y la competencia de igual a igual de los Juegos Olímpicos siguen dando vueltas de manera arraigada en la realidad del imaginario social, que no cede ante la fascinación que esto les provoca.

Para comprender esta problemática, trabajaremos con la teoría de Stuart Hall¹⁷³ que sostiene que la ideología, del deporte en este caso, permite la reproducción de las relaciones sociales de producción actuales. Tal como afirma este autor, estas relaciones sociales se producen por medio de la palabra y el lenguaje para adquirir sentido.

Pero este sentido se origina y funciona a nivel de cadenas discursivas, “a nivel de grupos, a nivel de campos semánticos y a nivel de formaciones discursivas. Si se penetra en un campo ideológico y se escoge cualquier representación nodal o idea, inmediatamente se pone en movimiento una cadena de asociaciones connotativas”¹⁷⁴.

Según este autor esta cadena significativa fue iniciada en un momento histórico específico, y la relación de equivalencia existente fue variando a través del tiempo. “Asimismo no está determinada por una única causa sino es el resultado de una determinación excesiva”¹⁷⁵. O sea que el deporte de elite es más que el deporte de elite. Hay un sentido que lo supera y al mismo tiempo le da identidad.

Para Zizek esta determinación excesiva se produce cuando se acolchonan los significantes flotantes (en este caso “salud”, “actividad física”, “universalidad”, “ocio”, etc.) mediante un significante amo (“deporte de elite”). Este autor habla de un plus metafórico, mediante el cual conecta todos los elementos, y determina retroactivamente la identidad. Solo habrá encadenamiento si un cierto significante acolchona todo el campo y al englobar, efectúa la identidad de este¹⁷⁶.

¹⁷³ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona.

¹⁷⁴ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 47.

¹⁷⁵ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 56.

¹⁷⁶ Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.126.

Este designante rígido apunta a ese núcleo imposible- real, a ese objeto más que el objeto. “La contingencia radical de la nominación implica una brecha irreductible entre lo real y los modos de simbolización”¹⁷⁷. Lo que se entiende socialmente como deporte es lo que se simboliza de él, y no la práctica concreta real.

Esta falla es la que permite que la fantasía llene este espacio, para así poder disimular la incongruencia. Esta contradicción da lugar a la negación interna que subvierte el principio de totalidad, pero al mismo tiempo lleva al desarrollo permanente de la ideología.

Nuestro objetivo en esta tercera parte del trabajo es analizar la brecha existente entre la fantasía ideológica del deporte de elite y la práctica concreta del mismo, para poder comprender la fascinación del público mundial por un deporte que no es lo que dice ser. O sea entender como es que la fantasía ideológica estructura la realidad social basada en una ilusión que posibilita el hacer y no el saber.

2. Fantasía mediática. Entre lo simbólico y lo real.

Si tuviéramos que analizar como los medios construyen al deporte, tendríamos que utilizar significantes tales como “saludable”, “transparente”, “entretenido”, “apolítico”, “universal”, “inclusivo”, “ético” y “democrático”. Sin embargo si nos guiamos por el desarrollo del capítulo I y II de esta tesina podemos afirmar que el significado de esas palabras nada tienen que ver con los datos concretos de la actualidad.

Según Hall¹⁷⁸ el sentido de las palabras depende de la posición que ocupan dentro de las cadenas de significaciones, y no la correspondencia literal y estricta que existe entre un término aislado. “El significado no es un reflejo transparente del mundo en forma de lenguaje, sino que surge a través de las diferencias existentes entre los términos y las categorías”¹⁷⁹

El deporte de elite da a la lista de adjetivos significados que ante el análisis despiertan demasiadas contradicciones pero que frente al sentido común son intrínsecos del deporte

¹⁷⁷ Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.137.

¹⁷⁸ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 53

¹⁷⁹ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 53

de alto rendimiento. Zizek asegura que la significación “literal” de los significantes flotantes depende de un plus de significación metafórico que en este caso se lo da el deporte de elite¹⁸⁰ como designante rígido.

Si seguimos la cadena significativa del deporte, estas connotaciones pertenecen a las actividades físicas de la edad moderna. El deporte, tal y como lo conocemos hoy, aparece con la cultura del ocio. El deporte permitía la formación física, pero también la formación espiritual. Se confiaba en la capacidad reformadora del deporte. Además se exaltaba la lucha y el sacrificio como elementos claves de la formación humana.

El deporte en el modelo anglosajón de la Europa occidental tenía una función educativa, porque este revalidaba valores como el ejercicio físico, el disfrute del aire libre, la higiene y la camaradería.

Paralelamente, en el Reino Unido, los higienistas aseguraban que del deporte prevendría la catástrofe biológica de millones de seres humanos que pertenecían a las incipientes urbanizaciones. Sus movimientos se habían estrofiado por la especialización laboral y los límites de la ciudad. Asimismo, los políticos alimentarían esta idea porque veían la actividad física como un medio de integración para evitar la agresividad social cotidiana debido al industrialismo, y los males que azotaban esa época: el alcoholismo y las enfermedades venéreas.

“Los pensadores que promulgaban el orden vigente dirían que el deporte era como una fórmula de participación simbólica en la competición, la victoria y el éxito al alcance de cualquiera”¹⁸¹. El deporte se encontraba al alcance de todos los ciudadanos, porque como dirá más tarde Coubertín “lo importante es competir”. La desigualdad no se solucionaba pero se le daba a las nuevas masas tranquilidad de universalidad, o sea la certeza de que eran todos iguales ante el mundo del deporte.

Con el crecimiento de las ciudades y la aparición de la juventud – como momento de la vida relacionado con el estudio y no con el trabajo aún-, el deporte dejó de ser practicado solo por aristócratas, y pasó a ser una actividad para llevar a cabo al aire libre, en las plazas públicas, los días domingos. Recordemos que las reivindicaciones laborales de las clases populares, principalmente el domingo como día de ocio, permitieron esta democratización.

¹⁸⁰ Un deporte de elite necesariamente competitivo y televisable.

¹⁸¹ Vilanou, Conrad: “Deporte del siglo XX: metrópolis, política y espectáculo”, escrito de la Universidad de Barcelona, en <http://www.seer.ufgrs.br/index.php/Movimento/article/viewFile/2628/1257>.

Si bien todos podían practicar deportes, existía una distinción entre aquel que lo hacía los domingos en la plaza pública y aquel que ejercitaba en las universidades, como parte de su rutina diaria. Las diferencias en los resultados eran notables. Uno era por ocio y distracción, el otro tenía como objetivo la competencia. Y para competir se requerían arduos entrenamientos, una buena alimentación, una guía técnica y las rentas suficiente para poder sostener estas necesidades sin tener que trabajar.

Es allí donde surge la idea de un deporte de elite, o sea un deporte competitivo que podían practicar unos pocos. Cuando se crean los Juegos Olímpicos modernos, la intención de Coubertín era que estos fueran practicados solo aquellos que no necesitaban vivir de lo que mejor hacían. A nivel mundial, esta diferencia sigue prevaleciendo. El deporte era *amateur*, o sea que era para la elite, los mejores posicionados económicamente. Con la profesionalización tardía, se creyó que esto permitiría una mayor universalización, pero sin embargo las diferencias siguen siendo las mismas. La división internacional del deporte no se ha achicado todavía.

Actualmente el deporte de elite sigue destinado también a una sola parte de la población mundial, que no solo puede alimentarse correctamente sino que además de tener los genes adecuados, debe tener el suficiente dinero para el material de entrenamiento y los medicamentos necesarios para el alto rendimiento. O sea sigue siendo una actividad elitista a pesar de hacer alarde de universalidad y democratización de las actividades.

El deporte “profesional” estuvo en toda su historia del lado de los países ricos, donde las posibilidades económicas de alentar y brindarle todo lo necesario para llevar a triunfar, estaban al alcance de todos aquellos ciudadanos que disfrutaban de cuerpos privilegiados¹⁸². Fue así como el deporte de elite se plagó de significantes que las sociedades burguesas alentaban, donde el éxito económico permitía la práctica y el triunfo de un atleta.

El “deporte de elite” acolchona y totaliza la significación. El point de capiton acolcha la significación porque al mismo tiempo encarna la falta. El plus de significación le permite ese punto inalcanzable, y le permite al deporte como objeto su identidad.

¹⁸² Por supuesto que existen excepciones, como puede ser el caso de Diego Maradona, quien no solo surgió de un barrio humilde, sino que se desarrolló en un país que económicamente apuesta muy poco dinero al deporte. Pero aquí hablamos de entrenamiento sistemático de deportistas en todas las disciplinas.

Pero esta ilusión es necesaria a nivel social. Zizek¹⁸³ explica que la realidad no puede reproducirse sin una mistificación ideológica. Este desequilibrio entre lo real y lo simbólico es parte del síntoma social. “Por eso, para explicarse, organizar y entender su cotidianidad y las relaciones y los proyectos que se juegan en ellas, para reconocer y diferenciarse las sociedades construyen representaciones de sí mismos y de sus relaciones con los otros. Tales representaciones atraviesan de manera transversal prácticas, creencias y hasta opiniones y están en la trama misma de la cultura de una comunidad”¹⁸⁴.

Según el autor, el síntoma es la excepción que muestra la regla. Gracias a él se llega a la pura significación, dándole sentido a la totalidad. La realidad se puede demostrar con la excepción. La fantasía ideológica del deporte es la excepción que nos permite alcanzar la realidad.

A continuación analizaremos solo algunos ejemplos donde el discurso sobre el deporte nos permite analizar esta brecha, ya que “el lenguaje es el medio por excelencia a través del cual las cosas son “representadas” en el pensamiento, y por lo tanto, es el medio en el que la ideología es generada y transformada”¹⁸⁵.

2a) Deportistas históricamente estereotipados. Masculino y musculoso.

A pesar de que la carta olímpica sostiene la universalidad, la intención de apoyar la promoción de la mujer en el deporte y la no discriminación¹⁸⁶, todavía existe una selección de género y de capacidades a la hora de hablar de deporte.

Los medios de comunicación masivos toman y refuerzan los estereotipos que más venden y que coinciden con los valores políticos, sociales y culturales vigentes. En el caso de los medios deportivos la idea de un deporte masculino de primera línea y un deporte femenino, más bien de entretenimiento, se trasmite a diario. La seriedad con la que se habla de los atletas hombres, sus logros y hazañas está alejada de la “simpatía” con la que se transmiten noticias donde mujeres estuvieron involucradas. En la práctica,

¹⁸³ Zizek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18, p. 56.

¹⁸⁴ Martini, Stella (2003): “La sociedad y los imaginarios”, Documento de la Cátedra Martini. Buenos Aires, p. 17.

¹⁸⁵ Hall, Stuart. (1998): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18.

¹⁸⁶ <http://www.coes.org.sv/cartaolimpica2007.pdf>

el deporte de elite es masculino por naturaleza y solo para unos pocos favorecidos por sus genes, mientras que en los discursos el deporte es global.

Existen dos formas de practicar deporte -una tiene que ver con el deporte en sí y la otra con el espectáculo deportivo-. La práctica del deporte por placer u ocio, no mediatizado es desvalorizado por los imaginarios sociales, que manejan la idea de que si el deporte no es competitivo no tiene sentido. Es por esto que simplemente no se mediatiza. La TV claramente tiene fines comerciales aunque sostenga que en su canal está “todo el deporte”.

Asimismo, el deporte espectáculo y sus protagonistas (con su nueva función de entretenimiento) están sometidos continuamente a responder a los estereotipos vigentes para poder aparecer en los medios.

Existe en el discurso mediático, una especie de nominación de los deportes dependiendo el sexo. El estereotipo de hombre está asociado a la fuerza, potencia, resistencia y velocidad. Mientras que el estereotipo femenino se entrelaza con la flexibilidad, expresividad, gracia y ritmo. Por lo tanto practicar deportes para el hombre tiene que ver con la capacidad de acción, mientras que la mujer tiene que responder a estereotipos actuales de belleza y además realizar una hazaña televisable.

Al finalizar los Juegos de Sydney 2000, el discurso sobre Maurice Green, ganador de los 100 metros llanos, se caracterizaba por frases tales como: “El hombre que casi no toca el suelo”¹⁸⁷, “bala de cañón”¹⁸⁸, “rueda humana”¹⁸⁹. Mientras que para Marion Jones, también ganadora de los 100 metros llanos femeninos, el discurso estaba marcado por la delicadeza y la simpatía: “voló en los 100 metros”¹⁹⁰, “Una atleta distinta”¹⁹¹, “su carisma eclipsó”¹⁹², “un par de piernas veloces y un corazón de acero”¹⁹³.

Vale aclarar que los discursos mediáticos no mencionaron en ningún momento el posible doping de ambos deportistas. Sin embargo, un tiempo después Maurice Green

¹⁸⁷ “Los mejores de la cuadra”. En *Clarín Deportivo* 24 de septiembre de 2000. Sobre Maurice Green en Sydney 2000.

¹⁸⁸ <http://elmundo.es/2000/09/14/documentos/14N0187.html>

¹⁸⁹ <http://elmundo.es/2000/09/14/documentos/14N0187.html>

¹⁹⁰ “Los mejores de la cuadra”. En *Clarín Deportivo* 24 de septiembre de 2000. Sobre Maurice Green en Sydney 2000”.

¹⁹¹ “Los mejores de la cuadra”. En *Clarín Deportivo* 24 de septiembre de 2000. Sobre Maurice Green en Sydney 2000. Sobre Marion Jones, quien se descubrirá tiempo después que durante los Juegos de Sydney estaba dopada.

¹⁹² “Sydney: luces y sombras”. En *Clarín Deportivo*, 2 de octubre de 2000

¹⁹³ “Los mejores de la cuadra”. En *Clarín Deportivo* 24 de septiembre de 2000. Sobre Maurice Green en Sydney 2000

fue acusado de haber sido “generado” gracias al doping sistemático y Marion Jones admitió haber ganado en Australia dopada.

Los medios de comunicación mucho tienen que ver con estas ideas de lo femenino, lo masculino, lo bello y lo feo. Pero sin embargo no es algo que se hable abiertamente, sino que está implícito, porque está del lado de lo natural, de lo que es y debe ser. Según Zizek, “la creencia, lejos de ser un estado “íntimo”, puramente mental, se materializa siempre en nuestra actividad social efectiva. La creencia sostiene la fantasía que regula la realidad social”¹⁹⁴. En los medios los hombres logran hazañas mucho más memorables que las mujeres, aunque en la práctica no se pueda percibir tal diferencia. En los resúmenes de los eventos deportivos que hacen los canales, las imágenes y proezas de los hombres copan la pantalla, a diferencia de las mujeres que solo aparecen si pertenecen al país donde se está transmitiendo o realmente superaron el objetivo esperado por ser de sexo femenino. Pero esto es producto de la post producción y no de la importancia natural masculina.

Además de estereotipos sexuales, la fuerte presencia de la televisión en los deportes también formó ideales corporales dependiendo del deporte, la ubicación en el campo de juego o el sexo.

En la historia, cada época contó con un ideal físico diferente que simbolizaba los valores que se estimaban en ese entonces. Por supuesto que los estereotipos de los atletas fueron acompañando estos valores que en las diferentes sociedades históricas imperaban.



Si comparamos estas dos imágenes podemos ver como las nadadoras argentinas¹⁹⁵ tienen físicos muy diferentes y no comparten un mismo estereotipo de cuerpo atlético. En los años ´30, las mujeres mantenían sus figuras, no se les notaban tanto los músculos

¹⁹⁴ Zizek, Slavoj (1992): “Como inventó Marx el síntoma”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p. 64.

¹⁹⁵ Jeanette Campbel (foto blanco y negro), nadadora argentina, ganadora de la medalla de plata en 100 metros libres, en Berlín ´36. En la foto a color está la cordobesa Georgina Bardach, ganadora de la medalla de bronce, en Atenas 2004.

y tapaban gran parte de su cuerpo. En el 2000, los cuerpos femeninos atléticos tienen sus músculos bien marcados, sus espaldas son anchas y sus cadenas se afinan, o sea, se masculinizan. Sus trajes no responden a la moda imperante sino a mejorar los tiempos dentro del agua, con el fin de acercarse a las marcas récords de los hombres.

Con la llegada de la televisión esta comenzó a difundir imágenes de los atletas a nivel mundial, transmitiendo un estereotipo de cuerpo tanto para los hombres como para las mujeres, envidiados y objeto de deseo del resto de la sociedad. El cuerpo del atleta está asociado con el bienestar corporal, la salud física, la vida sana; todos valores positivos de la sociedad actual, pero que no coinciden con lo que sucede en la práctica del deporte de elite contemporáneo.

Estos conceptos no tienen un significado literal, sino que consiguen sentido dentro de una cadena significativa, en este caso la del deporte de elite. “Los sistemas de referencia que se dedican a clasificar el mundo y le permiten ser, de esta forma, adecuado dentro del pensamiento social, dentro del sentido común”¹⁹⁶.

Tampoco se asocia el deporte espectáculo con los atletas que tienen capacidades especiales. Existe un estigma social, una especie de rechazo con respecto a aquellas imágenes de deportistas con discapacidad. Los prejuicios y la incapacidad de la audiencia y de los medios para poder asimilar diferencias y reconocer logros paraolímpicos es muy fuerte todavía.

Es por eso que a la hora de elegir un modelo deportista que protagonice una campaña publicitaria, los deportistas estrellas del momento cuentan con un cuerpo socialmente sano y éxito económico gracias a su buen trabajo profesional. Las mujeres deben sumarle un cuerpo que se acerque a los parámetros corporales de las modelos. El resto no vende y, por lo tanto, no se muestra.

2aa) Mujeres, preferiblemente pocas y hermosas

La historia del deporte, al igual que lo que sucede en las sociedades, está atravesada por el sexismo y la discriminación. Por ejemplo, desde sus comienzos los Juegos Olímpicos discriminaron a las mujeres. Pierre de Coubertin sostenía públicamente que “las mujeres solo tienen una función en el deporte, coronar al vencedor con las

¹⁹⁶ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 53

guirnaldas del triunfo”. El deporte olímpico contemporáneo fue hecho por y para los hombres. Recién en Ámsterdam '28 las mujeres pudieron participar del evento organizado por el COI, pero aún hoy en día la cantidad de mujeres atletas nunca se puso a la par de la de los hombres.

Juegos de Verano	Mujeres	Hombres	Total ¹⁹⁷
Roma '60	611	4727	5338
Tokio '64	678	4473	5151
Ciudad de México '68	781	4735	5516
Munich '72	1058	6065	7137
Montreal '76	1247	4781	6028
Moscú '80	1124	4043	5217
Los Ángeles '84	1567	5230	6797
Seúl '88	2186	6279	8465
Barcelona '92	2707	6657	9364
Atlanta '96	3513	6797	10310
Sydney 2000	4069	6582	10300
Atenas 2004	4440	5569	11099
Beijing 2008	4520	5980	10500

En los últimos años el COI ha decretado que toda nueva disciplina que surja debe tener su versión femenina para tener la posibilidad de ser incorporada a los deportes olímpicos. Sin embargo la jerarquización de partidos o eventos deportivos en que participan ambos sexos está todavía vigente. Para ejemplificar esto tomamos las finales de tenis femeninas. Estas nunca se llevan a cabo los domingos en el horario central, sino los sábados y parecerían ser la previa al gran evento masculino del otro día. Asimismo, durante los Juegos Olímpicos las finales femeninas se corren, juegan, nadan, saltan un día antes que las masculinas sin excepción alguna.

El discurso de los medios favorece a este sexismo ya que acompañan la idea del hombre –y no la mujer- del deporte. Normalmente los eventos más promocionados por los canales incluyen hombres, y los deportistas que más espacio tienen, ya sea al aire o en la prensa gráfica, son varones. Mientras que las atletas mujeres que logran un espacio

¹⁹⁷ Los datos de toda la tabla fueron sacados de la enciclopedia Wikipedia.

en la pantalla chica se caracterizan por ser “sexies” y “bellas”¹⁹⁸, más allá de su performance¹⁹⁹, respondiendo a la construcción del espectáculo televisable.

La misma jerarquización sexista sucede a la hora de las becas deportivas. Los hombres reciben mucho más dinero que las mujeres por practicar un deporte profesionalmente, ya que se reedita mucho mejor para el patrocinador.

2ab) Blanco y negro

En cuanto a la discriminación racial, los jugadores negros también sufrieron el desplazamiento de los lugares centrales por parte de los blancos. El caso extremo es el de Sudáfrica mientras existía el apartheid. Entonces, los jugadores blancos y negros practicaban deportes por separado. No se permitía la participación de equipos mixtos ni el enfrentamiento entre negros y blancos. En 1959, debido a esta situación, el COI le negó la participación en los Juegos Olímpicos a Sudáfrica.

En la actualidad, existen estudios en Estados Unidos que demuestran que si se introduce un jugador blanco adicional al equipo, el número de fans aumentará más que si el jugador es morocho. “Y la mayoría de los negocios deportivos están más interesados en ganar que en el racismo, ¿no es cierto?”²⁰⁰

Onofre Ricardo Contreras Jordán estudió, en particular, el caso estadounidense y explicó que existen dos tipos de estigmas para los jugadores negros en oposición con los blancos; uno es positivo y el otro negativo²⁰¹. El primero se relaciona con la superioridad atlética del “afroamericano”. El estereotipo del jugador negro se relaciona con un talento natural que está en el imaginario social apegado al color de la piel.

Por otro lado, el estigma negativo responde a la idea de que si bien los “afroamericanos” son físicamente superiores, los blancos son más inteligentes y constantes. Según este artículo, debido a la cantidad de horas diarias que se televisan los deportes en donde participan en su mayoría los “afroamericanos”, los estigmas se generalizaron hasta llegar a ser estereotipos.

¹⁹⁸ <http://www.mujeres hoy.com/secciones/2285.shtml>

¹⁹⁹ Un ejemplo puede ser el de la rusa Anita Kournikova, mediáticamente bella, y por lo tanto vendible pero sin logros importantes en los torneos internacionales de tenis.

²⁰⁰ S. Rosner and K. Shropshire (2006): “Preface”, en *The business of sport*. Jones and Bartlett Publishers, Massachusetts, p. XIV. La traducción es nuestra.

²⁰¹

<http://telefonica.net/web2/efjuancarlos/LOS%20ESTEREOTIPOS%20RACISTAS%20EN%20EL%20DEPORTE%5B1%5D.pdf>, artículo de Onofre Ricardo Contreras Jordán, catedrático, de Didáctica de la expresión corporal, de la Universidad de Castilla, La Mancha.

Esta tendencia se puede apreciar a nivel planetario. Incluso en nuestro país la discriminación por ser de países limítrofes o centroamericanos es moneda corriente, principalmente si el atleta no tiene rasgos occidentales.

A pesar de que la ciencia no ha podido comprobar esta creencia social, los estigmas y la discriminación sigue caracterizando al mundo discursivo del deporte.

2ac) Los paraolímpicos

Otro caso de estereotipación tiene que ver con las habilidades de cada persona. Los Juegos Olímpicos cuentan con un certamen llamado Juegos Paraolímpicos para todas aquellas personas que sufren de algún tipo de discapacidad. Es un certamen que tiene menor trascendencia si se lo compara con los Juegos de verano y de invierno, y es el que menos aparece en los medios masivos de comunicación. Es un torneo aislado que nada tiene que ver con la integración de personas con capacidades especiales, sino más bien con el aislamiento de los mismos.

Durante los Juegos de Beijing las autoridades que organizaron el torneo redactaron un “manual de instrucciones” sobre el trato a personas con capacidades diferentes para los voluntarios, por el cual, luego, tuvieron que disculparse. “La guía describe a los discapacitados como “un grupo especial” con “personalidades y formas de pensar especiales”, además de señalar que “a menudo” son “mentalmente sanos”, aunque podrían tener “personalidades inusuales debido a la discapacidad y desfiguramiento”²⁰².

Asimismo describe a algunos discapacitados como solitarios, poco sociales e introspectivos, y que además pueden ser testarudos y controladores o susceptibles y desconfiados. “En la guía se aconsejaba a los voluntarios no llamar a los atletas o espectadores paraolímpicos “lisiado” o “paralítico”, aún si estuviesen “solo bromeando”²⁰³.

La discriminación y la falta de conocimiento también se da en el seno del COI. Este año se dio un caso que revolucionó al Olimpismo y a la opinión pública. Al velocista sudafricano Oscar Pistorius le amputaron las dos piernas por debajo de la rodilla cuando tenía menos de un año. Para correr utiliza dos prótesis de fibra de carbono de última tecnología, llamadas cheetas. Con ellas logró ser marquista paraolímpico de los 100, 200 y 400 metros.

²⁰² http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1017756

²⁰³ <http://www.pagina12.com.ar/diario/deportes/8-104511-2008-05-20.html>

Se sospecha que debido a su creciente participación en torneos para “normales” la Asociación Internacional de Federaciones Atléticas (IAAF) sancionó en marzo de 2007 una regla que prohibía dispositivos técnicos que incluyan resortes, ruedas y otro tipo de elementos que den ventajas. Por lo tanto cuando el atleta trató de competir para poder clasificar para los Juegos de Beijing 2008, la IAAF declaró que la prótesis era una ayuda técnica que le da superioridad con respecto a los velocistas “normales”.

El atleta apeló el fallo al Tribunal Arbitral del Deporte (TAS), que se pronunció unánimemente a su favor. Asimismo el TAS sostuvo que la IAAF no tuvo en cuenta los estudios que fueron encargados a la Universidad de Colonia (Alemania), y que decían que las prótesis no serían una ventaja para Pistoruis.

“La resolución de la TAS parecería indicar que los Juegos Olímpicos no están restringidos a los deportistas que se encuadran en la tipología del cuerpo biológico “normal” o “apto”. Es decir que si una parte del cuerpo del deportista es artificial, esto no derivaría necesariamente en su exclusión de los Juegos”²⁰⁴.

Es tan fuerte la estereotipación de los deportistas por parte de los dirigentes que ante la diferencia, solo pensaron en la exclusión del atleta, aunque fuese difícil para este llegar a las finales. Incluso si el estudio de las prótesis hubiese dado que realmente era una ventaja para el *sprinter*, se podría proponer regular la tecnología que utiliza e integrarlo al evento. Finalmente Pistoruis no clasificó para su país, pero su lucha por ser parte de un deporte que integre y no excluya, es un antecedente relevante. No solo para el mundo del deporte, sino también para los medios que de alguna manera tuvieron que involucrarse con los reglamentos y deportistas paraolímpicos, gracias a la trascendencia de la noticia.

Quien si logró clasificar fue la nadadora, también sudafricana, Natalie Du Toit, que sufrió una amputación de su pierna izquierda en 2001. Participó en los 10 kilómetros de aguas abiertas que se disputó por primera vez en el programa olímpico. Ella fue la primera mujer minusválida en participar en los Juegos de verano.

2ad) El negocio del estereotipo

²⁰⁴ <http://www.pagina12.com.ar/diario/deportes/8-104511-2008-05-20.html>

La fascinación mundial por el deporte y el gran aprecio a los atletas desde la aparición de la televisión, han llevado a las grandes compañías a contratar estrellas atléticas para que protagonicen sus publicidades por unos cuantos millones de dólares.

Las estrellas masculinas del deporte representan valores tales como el éxito económico, profesional y tranquilidad, siempre acompañados por bellas modelos o actrices.

Por otro lado, a las mujeres, solo las contratan para publicidades si responden a los ideales de belleza imperante, sin importar el éxito en su disciplina. Tal es el caso de Anna Kournikova, que sin ganar grandes torneos en el tenis internacional, ha logrado una trascendencia mediática increíble en los últimos años.

Diferentes es el caso de los hombres. La importancia de su labor es esencial a no ser que tenga los valores físicos y los escándalos necesarios para trascender. Por ejemplo, el jugador David Beckham, quien durante su estadía en los Estados Unidos no ha paró de aparecer en diferentes campañas publicitarias, aunque su rendimiento como deportista no fue sobresaliente.

El futbolista Lionel Messi es otro hombre figurita repetida en las publicidades. Vende desde yogurt hasta indumentaria deportiva. Su cara es moneda corriente en la vía pública. Si bien no tiene características de “*sex symbol*” la figura de Messi puede vender gracias a su talento como jugador.

Lo sorprendente de la publicidad es el mensaje que sus avisos quieren dar. Por ejemplo cuando Messi aparecía en la publicidad de la Serenísima, el aviso daba a entender que el yogurt era necesario para poder crecer y tener la fuerza del jugador. Lejos parecía estar la sustancia real que le habían dado a Messi la posibilidad de crecer: el HGH.

También el argentino protagoniza otra publicidad donde solo está su cara real acompañada de un cuerpo robotizado que da la patada perfecta. La publicidad es de calzados deportivos y parece transformar el cuerpo del futbolista en una máquina de goles.

Ya sea con la intención de parecerse a sus ídolos o de adquirir sus habilidades, el éxito de la publicidad y el *marketing* con atletas han encontrado en el mundo del deporte una de las inspiraciones creativas con más repercusión a nivel social, y como si esto fuera poco, con posibilidad de trascendencia mundial. La globalización de los efectos de la publicidad halló en el deporte a su mejor aliado.

El deportista pasó a formar parte del *jet set* mundial. Su vedetización permite a los medios hablar de sus millones en igual medida que de su talento. Pablo Alabarce plantea que durante los '90: “Los jugadores, asimismo, se ven fuertemente atravesados por la lógica espectacular: son nuevos miembros del *jet- set* local, inundan las pantallas, los avisos publicitarios, se transforman en símbolos eróticos, se ven sujetos al asalto sexual”²⁰⁵.

En consecuencia a esta idea, las disciplinas con menos popularidad a nivel global utilizaron las mismas estrategias para poder lograr una mayor cantidad de ingresos para sus federaciones y torneos. El ex gerente de la Federación Internacional de Voleibol (FIVB) pidió en una reunión antes de un campeonato mundial: “Debemos ser más *fashion*. Es para la televisión”²⁰⁶, por un pedido que habían hecho los compradores de los derechos de televisación. El final de esta historia cuenta que la FIVB promulgó una ley que obliga a los equipos de mujeres y hombres a usar ropa más ajustada. Incluso en algunas ligas femeninas pasó a ser obligatorio el uso de bombachones para que las jugadoras lucieran más llamativas.

El comunicado oficial decía que “no se trata de machismo, sino de enfatizar con la indumentaria los valores del voleibol: poder y velocidad”. Sin embargo, en el Mundial que se disputó en Alemania en el 2002, los seleccionados de Brasil, Bulgaria, Croacia, Italia y Rusia tuvieron que pagar multas de 3 mil dólares por utilizar “camisetas demasiado holgadas”²⁰⁷.

Otro ejemplo de la utilización de un estereotipo femenino en el deporte, puede ser el de la jugadora de Squash Vicky Botwright. El presidente de la Asociación Internacional de esta disciplina le pidió a la atleta que jugara en tanga el Open Británico para atraer la atención, y nuevos sponsors para este deporte.



²⁰⁵ Alabarces, Pablo (2001): *Fútbol y patria*, Prometeo, Buenos Aires, p 250.

²⁰⁶ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=750828

²⁰⁷ http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=750828

Por supuesto también quedan afuera de este ideal mediático y publicitario las deportistas del mundo islámico. Recién en el 2004, gracias a un traje integral, Pakistán tuvo su primera nadadora en la historia. En los medios, la hegemonía del mundo occidental como único referente desplaza otro tipo de mundo posible, y el deporte no es una excepción.

2b) Hazañas y trampas

La fantasía ideológica también se puede analizar en los eventos en sí, y en los logros de sus protagonistas. El deporte de elite parecería estar protagonizado por seres humanos convertidos en dioses por el discurso de los medios de comunicación. La televisión necesita héroes o heroínas, por lo tanto sino hay las inventan para el público.

No importa si es legítima o si utilizó todo tipo de sustancia prohibida para conseguirlo. El sistema de representación que se utiliza en el momento histórico actual para dar sentido al deporte – espectáculo deja de lado las diferencias económicas entre las naciones y las posibilidades de trampas por parte de los más ricos. Si todos los medallistas olímpicos fueran sospechados de doparse, la realidad social del deporte sería totalmente diferente. Pero recordemos que el deporte de elite, como *point de capiton*, permite un sentido no literal al hecho de que la práctica deportiva sea saludable o justa. La consistencia del sentido “depende de la “lógica” que conecta una proposición con otra en una cadena de significaciones conectadas; donde las connotaciones sociales y las significaciones históricas están condensadas y reverberan unas en las otras”²⁰⁸.

Las imágenes televisivas del deporte en el actual mercado global buscan el consumo de los espectadores de las imágenes de los héroes (reales o contruidos) realizando sus hazañas. El tratamiento de la imagen y el sonido permite generar un momento inolvidable, que nadie quiere perderse de ver, sin importar la imposibilidad de la hazaña o la sospecha de doping del protagonista.

También en esta fantasía de héroes y heroínas, prevalece el sexismo. La diferencia entre atletas hombres y mujeres es que estas últimas necesitan si o si de las hazañas para ser mediatizadas²⁰⁹, mientras que los hombres están continuamente en los medios. El discurso del deporte mediático rechaza tanto lo femenino como el deporte de la mayor

²⁰⁸ Hall, Stuart. (1998): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18.

²⁰⁹ Lallana del Río, Ibone (2004): “La atleta y los medios de comunicación en los Juegos Olímpicos”, en www.mujerydeporte.org, España.

parte de la ciudadanía, o sea el deporte por ocio. Allí no hay ni sacrificio ni hazaña televisables, por lo tanto no hay espectáculo, y los intereses comerciales van primero.

Los héroes y las heroínas en el deporte espectáculo sobreviven a diario y cada cual tiene sus particularidades. En la historia del deporte la cotidianidad puede pasar a ser una hazaña para aquellos productores que buscan la rentabilidad de sus productos continuamente. Por ejemplo, Cathy Feeman, en los Juegos Olímpicos de Sydney 2000 ganó la medalla de oro en los 400 metros llanos pero su cuota de distinción fue su origen aborígen. Feeman fue la primera aborígen en participar en los Olímpicos.

En lugar de hacer un informe (entre tantas posibilidades) de porque los pueblos originarios se encuentran tan alejados de este evento mundial, los medios capitalizaron y comercializaron los orígenes de una atleta que ha logrado pertenecer a la elite del atletismo.

“La dimensión propiamente “ideológica” es por lo tanto el efecto de un cierto “error de perspectiva”: el elemento que representa dentro del campo del significado, la instancia del puro significante – el elemento a través del cual el no sentido del significante irrumpe en pleno significado- se percibe como un punto de suma saturación de significado, como el punto que “da significado” a todos los demás y totaliza así el campo del significado (ideológico)”²¹⁰ . El deporte de elite, como significante, es el lugar a donde cualquier practicante de estas disciplinas quiere llegar. No hay otro.

Pertenecer al deporte de elite, le da a Feeman un lugar privilegiado. La atleta ha llegado a ocupar un lugar de resonancia social, ahora que es una atleta del alto rendimiento y aborígen es importante y trascendente. Su hazaña que tiene valor para el discurso del deporte de elite está en poseer las dos cualidades, pero al mismo tiempo en no cuestionar el porque los grupos originarios rechazan o no consiguen ser atletas olímpicos.

Otro héroe mediático es Michael Phelps, quien ganó el oro en las ocho competencias en las que se presentó en Beijing 2008, batiendo el récord de Mark Spitz quien obtuvo 7 medallas doradas. La hazaña era evidente, pero la diferencia con respecto a sus adversarios podría generar dudas sobre la fidelidad de los resultados, sumado al hecho de que ya anunció su retiro después de los Juegos de Londres 2021. Solo algunos pocos pusieron en duda la plusmarca de ambos, para los medios masivos fueron simplemente héroes incuestionables, y por supuesto, sumamente televisables.

²¹⁰ Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.140.

La idea de que Michael Phelps hubiese estado dopado (idea verosímil si tenemos en cuenta que una de las drogas más utilizadas en la actualidad, como es la hormona de crecimiento, no puede ser detectada aún por los controles en sangre ni en orina) rondaría el sentido común, el show de la natación hubiese sido un fiasco. La importancia que consiguieron a nivel mundial las competiciones en pileta, no hubiese sido tal. El show necesitaba a un Michael Phelps limpio, sano, saludable y superpoderoso para que su logro fuese historia.

Algunos portales, como www.yahoo.com²¹¹ publicaron notas posteriores a los Juegos en donde contaban la dieta alimenticia que había llevado al nadador a conseguir las ocho medallas de oro. La clave era el buen desayuno que comía. Parecía la respuesta a gran parte de la opinión pública que si bien siguió las competencias, la exageración de la hazaña la puso en duda.

Con la llegada de la televisión el deporte se llenó de imágenes triunfalistas, pero también el derrotismo se hizo un lugar en la pantalla. La suiza Gabrielle Andersen, llegó en el puesto 37° entre las 44 participantes que concluyeron el recorrido, en la primera maratón femenina, en Los Ángeles '84. Sin embargo su estado de deshidratación, la parálisis de medio cuerpo por los calambres y los tumbos con los que llegó a la meta, rechazando toda atención médica para no ser descalificada, hicieron de esta atleta una heroína de multitudes. A pesar de tardar 5.44 minutos en recorrer los últimos 400 metros, el público la ovacionó de pie y las cámaras la tuvieron todo el tiempo en la mira.

Fue la heroína de ese día. Ni siquiera las medallistas lograron ser recordadas de tal manera. Los medios no cuestionaron la dureza de la prueba (las mujeres corrieron los 42 kilómetros que también corren los hombres en la maratón sin asistencia médica), sino que le pusieron énfasis al esfuerzo y la epopeya.

La fantasía social acá se construyó sobre la idea de que el reconocimiento social viene de la mano del sacrificio, que en este caso pudo llevar a la atleta a la muerte. La simbolización para tapan la falla, para que el sentido del deporte de elite pudiese seguir siendo valorado y el esfuerzo imposible también, se instaló en el imaginario social. “La noción de fantasía social es, por lo tanto, una contrapartida necesaria del concepto de antagonismo: fantasía es precisamente el modo en que se disimula la figura antagónica.

²¹¹ <http://ar.news.yahoo.com/s/18082008/32/verdaderos-secretos-dieta-mejor-nadador-mundo.html>

Dicho de otra manera, fantasía es el medio que tienen la ideología de tener en cuenta de antemano su propia falla”²¹².

2ba) Tratamiento mediático de la des-ilusión

Los medios construyen hazañas pero muchas veces las prácticas reales del atletismo contemporáneo les golpean la cara. Principalmente en temas como el dopaje.

Si bien, el consumo de sustancias prohibidas es un tema que aparece en los medios de comunicación masivos, no existen aún un análisis y un seguimiento sistemático del problema. En lugar de esto, se trata a los tramposos como excepciones a la regla, cuando un análisis más profundo permitiría descubrir que las sustancias prohibidas son prácticamente necesarias para las competencias de alto rendimiento.

Sin embargo, la cobertura mediática de un caso de doping positivo no tiene la misma importancia que las hazañas atléticas. Las tapas de los diarios están destinadas a los campeones, aunque estos aparezcan (previsiblemente para un ojo más crítico) con los años bajo el título de “doping” o “escándalo”.

Si bien los casos de dopaje se publican en todos los medios existe una diferencia relevante a nivel discursivo. Cuando el triunfo llama a la puerta, los medios toman a las estrellas del circo y las elevan hasta el séptimo cielo mientras que los certámenes se llevan a cabo, con un tratamiento de la imagen que ayuda a generar “la venta” de los héroes y las heroínas.

Tal fue el caso de la corredora Marion Jones en Sydney 2000. Las fotos publicadas de la atleta glorificaban su hazaña y su simpatía. Raros fueron los periodistas que dudaron de su integridad como velocista. La fiesta de entrega de medallas se caracterizó por la emoción de un público que la admiraba y la aplaudía de pie. La cobertura mediática de sus pruebas fue exhaustiva, incluso en países como la Argentina, donde el atletismo no es un deporte de gran relevancia. Indiscutiblemente había sido la estrella femenina de los Juegos en Australia.

Siete años después admitió que había estado dopada. Los medios sólo publican la decadencia de una atleta que años atrás se encontraba en lo más alto del mundo del deporte. Las fotos la muestran llorando y arrepentida. El engaño ya estaba hecho. No existen explicaciones sobre el tema, salvo algunas columnas de opiniones que toman la

²¹² Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.173.

temática en su totalidad y entienden el problema del deporte actual. El resto solo analiza el caso puntual y lo tilda dentro de la ambición por el triunfo.



Las medallas que Jones tuvo que devolver fueron otorgadas a las corredoras que se encontraban detrás de ella. Por supuesto que a nivel mediático, esta entrega no tuvo ninguna trascendencia. La complicidad de los medios en esta fantasía ideológica de un deporte sano y justo es todavía muy fuerte a nivel social. Ellos acusan a la atleta de haberlos engañado también.

Si las cosas salen mal, el error se corrige como si fuera un trámite burocrático. Ya no tiene importancia mostrar que las ganadoras fueron otras tres mujeres, porque si se muestran hay que dar explicaciones sobre las prácticas concretas en el atletismo. Y nadie está aún dispuesto a escuchar ni a decir esto.

La emoción que provocó ver a Marion Jones ganar la final no será fácilmente olvidable a pesar del engaño. La imagen se repitió incansablemente por televisión y su cara apareció en todos los diarios. Su triunfo fue parte de un show mediático con el que palpité la audiencia mundial. Por más que su medalla haya sido devuelta, la frialdad con la que es consagrada otra corredora no logra el mismo sentido para los espectadores.

Se podría justificar diciendo que siete años pasaron antes de descubrir la verdad, que el COI no pudo detectar. Pero el caso de Ben Johnson fue a tan solo dos días de la final de los 100 metros. A pesar de esto, ni la televisión ni los periódicos tuvieron acceso a la repartición de medallas. El show estaba concluido, lo que se estaba haciendo ahora era darle la menor trascendencia al escándalo. “Samaranch se hizo el desentendido mientras que Nebiolo limitó la ceremonia al recinto privado de su despacho en el estadio de Seúl, donde le entregó a Carl Lewis, Linford Christie y Calvin Smith sus nuevas medallas de los 100 metros. “No habrá ceremonia especial”, dijo a la prensa Michele Verdier, vocera del COI, “Es una norma de la FIAA”²¹³. No mostraron lo que no se quería ver.

²¹³ Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, p. 220.

Años más tarde, en 1999, Linford Christie, tras consagrarse campeón olímpico en Barcelona a '92, dio positivo con esteroides, aunque el sprinter nunca lo admitió. Paradójicamente, se encuentra entrenando deportistas del alto rendimiento para los próximos Juegos en Londres.

Por otro lado, Carl Lewis, quien se mostró como un deportista limpio de drogas y transparente en sus aspiraciones económicas²¹⁴ (“Quiero ganar dinero, quiero ser millonario y no verme obligado a hacer un verdadero trabajo”²¹⁵), también fue cuestionado. En septiembre de 1989, una revista alemana denunció que “Lewis se había entrenado utilizando esteroides anabólicos, aconsejado por Tom Tellez. La jugada le salió mal a la revista que tras una demanda por daños y perjuicios tuvo que pagarle más de un millón de dólares a Lewis en un arreglo fuera de los tribunales.

La cosa no quedó ahí, puesto que años después un catedrático alemán, Friedhelm Beuker, especialista en medicina deportiva, llegó a afirmar en el marco de un simposio que el cuerpo de Carl Lewis ofrecía todas las características y los síntomas de un doping a largo plazo”²¹⁶. Quizás Lewis haya tenido suerte o haya calculado bien cuando dejar de consumir para que su control dé negativo o simplemente. Nunca se sabrá. Quizás Ben Johnson tenía razón, y esa tarde en Seúl todos estaban corriendo bajo los efectos de algún estimulante y él fue el desdichado en caer.

3. Fascinación de los públicos

Millones de personas alrededor del mundo observan fascinados los Juegos Olímpicos, los Mundiales de fútbol y las actividades deportivas más populares de cada país, a pesar de que la idea de que el deporte está sucio parece inocultable. Pero ¿qué es lo que provoca tanta fascinación? ¿Por qué la cultura post moderna tiene como fuente de distracción más popular al deporte a pesar de conocer las trampas? ¿Por qué tanto los

²¹⁴ “Para contratar a Lewis, por ejemplo, había que desembolsar hasta 75 mil dólares si uno lo quería en carne y hueso en una competición, pero podía facturar hasta 350 mil en un duelo con algún adversario de renombre”. *El siglo del deporte*, Clarín, 1999.

²¹⁵ Mendoza, Aníbal (1999): “Rápido como un parpadeo”, en *El siglo del deporte*. Olé, Buenos Aires, p. 92.

²¹⁶ Mendoza, Aníbal (1999): “Rápido como un parpadeo”, en *El siglo del deporte* Olé, Buenos Aires, p. 94.

medios como las audiencias viven una ilusión ideológica a la hora de ver las prácticas concretas del deporte de elite?

Una de las ideas que nos guiará en este punto es la del alemán Ulrich Gumbrecht, quien afirma que esta fascinación por la performance física existe desde la antigua Grecia. Entre el deporte antiguo y el deporte moderno existe una continuidad, que está marcada por la actitud de competencia y por la distancia con el mundo cotidiano. Según este autor, las victorias de los atletas eran “escapes de la vida humana”, un momento trascendental de alto grado de intensidad.

Asimismo, como sucede en la actualidad, los campeones o héroes gozaban de beneficios económicos y sociales. “Las victorias olímpicas aparecen como una posibilidad de escapar al efímero estatus de la vida humana”²¹⁷. En Olimpia, la grandeza atlética y la perfección física significaban estar cerca de los dioses.

Por eso, durante cinco días los ciudadanos se hacinaban en las cercanías del Santuario de Zeus para presenciar los Juegos Olímpicos panhelénicos cada cuatro años. Allí, “convergían la presencia divina y la presencia heroica de la performance atlética”²¹⁸ Su equivalente en Roma, era el Coliseo. A diferencia de Grecia, el calendario no estaba preestablecido, sino que dependía de los auspiciantes que buscaban la simpatía de las masas. Claramente, existía un aura de estrellato muy similar a que existe hoy en día con ciertos deportistas.

Pero con respecto a lo que sucede en la actualidad, el autor se pregunta: “¿Qué es lo que les provoca placer a los espectadores, en tanto no se concentran exclusivamente en quien gana o pierde, o en las marcas que pueden romper los ganadores? ¿Qué es lo que disfrutan hoy los espectadores, sin saberlo, acaso, al concentrarse con los ganadores y sus marcas?”²¹⁹

Para responder estas preguntas, que no se limitan al deporte actual, y sugiere seis fascinaciones deportivas, sin reclamar ningún valor de realidad a este número en particular. Ellas son: esculpir cuerpos, enfrentar la muerte, mostrar gracia, hacer más complejo el potencial del cuerpo, corporizar determinadas formas y generar epifanías de formas²²⁰.

²¹⁷ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 99.

²¹⁸ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 102.

²¹⁹ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): “Objetos de placer”, en *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 159

²²⁰ Se desarrollará más adelante.

Pero con la fascinación no es suficiente. La participación de diferentes maneras del espectador es clave para que pueda sentir dicha fascinación “que producen los deportes como un “estar perdido en la intensidad de la concentración””²²¹.

A pesar de realizar un recorrido histórico muy completo sobre las actividades deportivas que abarcan desde Grecia y Roma hasta la actualidad, el autor no menciona en ningún momento los diferentes estimulantes, dopajes, medicaciones especiales que consumen los deportistas. Ni tampoco sugiere el negocio que se armó alrededor del deporte, que lo fue espectacularizando hasta llevarlo a una actividad de consumo más.

Por eso tomamos el trabajo “Cuerpo, deporte y globalización”²²², del sociólogo y profesor de educación física venezolano Eloy Altuve. El autor habla del negocio del deporte en la era neoliberal, y dice que el deporte es una empresa transnacional atípica, no solo por los espectáculos propios de la actividad, sino por los negocios que se mueven alrededor de esta, como el marketing deportivo y las transmisiones de televisión. Pero para que este negocio siga funcionando existe la necesidad constante de romper records, o sea de generar un espectáculo, y esto ha convertido al cuerpo del atleta en un objeto de experimentación científico y tecnológico.

3a) La fantasía del deportista en la sociedad

A la hora de entender la estimación positiva de los deportistas exitosos en la sociedad, por ende el éxito del deporte en sí, tenemos que entender como es que se estructura la realidad atlética dentro del imaginario social. O sea comprender los marcos mentales que permiten que la ideología sobre el deporte autorice ver a los atletas de primera línea lejos de las sustancias ilícitas y las trampas. Los medios construyen héroes que realizan performances casi inhumanas, y las audiencias se sientan placidamente a ver las competencias sin necesidad ni interés de juzgarlas. El deporte debe entretener, fanatizar y no hacer pensar. En el último de los casos, es simplemente un juego.

Para el análisis del funcionamiento de la fantasía ideológica con respecto a los deportistas, elegimos tres casos emblemáticos y antagónicos.

²²¹ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): “Objetos de placer”, en *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 223

²²² Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

El primero es el del Michael Johnson. El velocista, plusmarca en 400 metros, es considerado como un héroe olímpico. Por eso, escribió su libro *Slaying the dragon*²²³ (Matando al dragón), donde explica la metodología para triunfar no solo en el deporte sino en la vida. El método consiste en controlar todo aquello que se pueda en la cotidianidad para concretar un objetivo. El rol de modelo, del que reniega pero al mismo tiempo está honrado, lo posesionó en una figura paternalista, seria, un ejemplo a seguir.

Por eso en su libro indica paso a paso como concretar una meta. Nada dice del uso necesario de la ciencia aplicada al cuerpo, solo habla del sacrificio personal y el poder mental de conseguir lo que se quiere. Según Michael “diez años atrás, he tenido que correr la misma distancia en 21 segundos, una marca buena para un atleta de secundario pero muy por debajo de la clase mundial. Una década de incansable trabajo y completa dedicación me han hecho ganar un poco más que 1.5 segundos. Un segundo y medio! Esa era la diferencia entre ser un mediocre y ser el hombre más rápido en el mundo”²²⁴.

En la fantasía ideológica del deporte de elite, solo el sacrificio personal puede llegar a alguien al triunfo. No todos hacen trampas y no hay drogas en aquellos cuyos análisis dieron negativo.

Quizás uno de los logros más importantes de Michael Johnson como deportista es no haber estado involucrado en ningún escándalo relacionado con el doping, a pesar de ser un medallista de oro. El único roce de cerca que tuvo con el tema fue el año pasado cuando tres de sus cuatro compañeros de la posta 4 X 400 confesaron haber estado dopados cuando consiguieron la presea de oro en Sydney 2000. Él también su medalla dorada.

Por supuesto que un ojo crítico no puede dejar de dudar sobre la entereza del atleta simplemente por pertenecer al alto rendimiento y haberse consagrado campeón en varias oportunidades. Sin embargo esto para la creencia social poco importa. La fantasía ideológica se posa del lado del hacer. “Saben muy bien como son en realidad las cosas, pero aún así, hacen como sino lo supiera. La ilusión es por lo tanto doble: consiste en pasar por alto la ilusión que estructura nuestra relación afectiva y real con la realidad. Y esta ilusión inconsciente que se pasa por alto es lo que se podría denominar fantasía

²²³ Johnson, Michael (1996): *Slaying the dragon*, Reagan Books, New York.

²²⁴ Johnson, Michael (1996): “Introduction”, en *Slaying the dragon*, Reagan Books, New York, p. 15 (La traducción es nuestra)

ideológica”²²⁵. O sea la audiencia mira hacia otro lado, se “desconcentra” del hecho puntual del doping y lo tapa con la espectacularidad de las marcas del campeón.

Un libro similar se escribió sobre el saltador cubano Javier Sotomayor. El autor, un periodista cubano defensor del régimen de Fidel Castro, relata la historia ejemplar y de dedicación del saltador, varias veces campeón olímpico y plusmarca. El texto relata la vida personal del atleta con excelente reputación pública y sus técnicas que dan ventaja para ser el hombre que pudo saltar más alto en la historia.

En 1999 Sotomayor dio positivo en sangre con cocaína. El gobierno de Fidel Castro sostuvo que había habido un complot contra el deportista. Finalmente la IAAF lo dejó competir “por todo lo que le había dado al deporte mundial”. Dos años más tarde volvió a dar positivo durante los entrenamientos. Esta vez le encontraron anabólicos nandrolona por lo que lo suspendieron de por vida. Anticipándose a la decisión del IAAF Sotomayor se retiró por la puerta trasera de las competencias. La sorpresa fue mundial. La opinión pública sabe muy bien que el doping es moneda corriente en el alto rendimiento, al igual que las trampas en los exámenes, pero aún así en su práctica efectiva siguen creyendo en la fidelidad y espectacularidad de las marcas. La fantasía ideológica funciona como si el deporte de elite estuviese sucio, por culpa del propio Sotomayor, y no del manejo político y económico del atletismo. El saltador es el síntoma. “La fantasía es básicamente un argumento que llena el espacio vacío de una imposibilidad fundamental, una pantalla que desvincula un vacío”²²⁶. El vacío tapado por el deporte de elite como significativo vacío. La fantasía construye una imagen del deporte de elite como si este fuese la fuente de salud y el triunfo, el resultado del sacrificio.

El mismo lugar ocupa Ben Johnson, el tercer caso. El velocista dio positivo dos días después de haber conseguido la medalla de oro en los 100 metros llanos en los Juegos Olímpicos de Seúl 1988. Lo suspendieron por dos años, pero cuando regresó volvió a dar positivo. La IAAF lo suspendió de por vida.

“Yo no hice nada malo. Me usaron como un póster infantil sobre las drogas en el deporte, pero la mayoría de los atletas las usaban en 1988. Todos los que corrieron esa

²²⁵ Zizek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18, p. 61.

²²⁶ Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.172.

final usaban drogas”²²⁷, aseguraba 10 años más tarde, y posiblemente haya estado en lo cierto.

También había asegurado un año antes que todos los deportistas de alto rendimiento se drogaban. Según datos de médicos y científicos del deporte esto puede ser una verdad fácilmente comprobable, y hasta una necesidad del deporte actual. Sin embargo social y mediáticamente Ben es construido como un ejemplo de fiasco en el alto rendimiento, el síntoma social. Un mentiroso y alguien que embarra al resto para poder reposicionarse socialmente debido a su “oscuro pasado”²²⁸. Sin embargo, era un hecho lo que sucedió en Seúl ‘88 aunque todos miraron para otro lado. Los medios no estuvieron dispuestos, ni siquiera están dispuestos ahora, a escuchar lo que sucedía. Ben, como otros atletas que dieron positivo, encarnaron la contradicción que lleva el desarrollo permanente, en busca de la totalidad inalcanzable, porque son “las contradicciones las que conducen el proceso histórico hacia delante...”²²⁹. En busca del cierre perfecto del círculo, la contradicción permite la reproducción de las condiciones, ya que es imposible la posibilidad de un deporte limpio a estas alturas.

3a) Fascinación y sentimiento de comunidad

Teniendo en cuenta la fantasía ideológica de un deporte limpio y democrático, podemos comprender mejor como los eventos deportivos consiguen audiencias records a nivel mundial. La fantasía ideológica acapara toda la actividad, desde los protagonistas hasta la misma producción de los programas y eventos. Y con la ilusión de un deporte puro, la fascinación gana terreno.

En la cultura actual, nada es tan fascinante como el deporte, principalmente, su contemplación más que su práctica. La obra de Hans Ulrich Gumbrecht trata de explicar porque los públicos sienten esta fascinación por el deporte en la vida diaria. El autor sostiene que existe una transfiguración de los héroes por parte de los ojos de sus apasionados espectadores. “Lo que cuenta es la distancia relativa entre el atleta y el contemplador, y esta distancia se vuelve lo suficientemente grande apenas el

²²⁷ “Todavía soy el más rápido del mundo”. En *La Nación*, 25 de septiembre de 1998

²²⁸ *Ibidem* 227

²²⁹ Hall, Stuart (1998): “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructurales”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona, p. 28.

contemplador cree que sus héroes viven en un mundo diferente, pues, en esta condición, los atletas se volverán objetos de deseo”²³⁰.

Debido a este deseo el espectador se centra en la escena deportiva y siente placer en estar ahí cuando y donde las cosas ocurren en tiempo real. Esta observación de los deportes está del lado de “los placeres que no necesitan de razones o legitimaciones”²³¹, ni tampoco de una función práctica. El autor habla de una experiencia estética compartida por muchas personas. Como si los movimientos de los deportistas fueran una obra de arte, pero una obra de arte contemplada por las masas.

La fascinación por el cuerpo se encuentra sumergida en la “cultura de la presencia” y no en “la cultura del sujeto”²³². En esta última el sujeto se percibe a si mismo como mente, mientras que en la primera las personas siente que, por su existencia física, son parte del mundo de los objetos. Además “la presencia tenderá también a neutralizar la siguiente distinción entre seriedad y juego. (...) Nada puede tener jamás carácter de ficción en la cultura de la presencia o en un evento deportivo”²³³. Por lo tanto el autor habla de que el espectador se siente ante el evento deportivo en una experiencia estética “objetiva”. Según el alemán las plusmarcas o la competencia en sí no es el punto central del disfrute. “En los deportes, el objeto de la experiencia estética son los movimientos corporales, conformados por la percepción y el juicio de los diferentes espectadores”²³⁴.

Para comprender mejor el fenómeno de fascinación por el que pasan los públicos, enumeró una tipología de diferentes “fascinaciones del deporte” que se acentúan dependiendo el contexto cultural e histórico, como ya mencionamos anteriormente.

La primera se denomina “**esculpir cuerpos**” y se relaciona con el crecimiento de los músculos, las transformaciones físicas y las formas del cuerpo. Esta fascinación se encuentra dentro de una atmósfera eróticamente cargada.

“**Enfrentar la muerte**” es la segunda categoría. Tiene que ver con la violencia poco restringida, como puede ser en el boxeo. Según el autor, la admiración llega cuando se estuvo en una situación dramática de confrontarse con la muerte y en la cual, y a pesar de todo, se mantuvo la compostura y la calma.

²³⁰ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 17.

²³¹ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 23.

²³² Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 65

²³³ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 69.

²³⁴ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 160

La próxima es **“mostrar gracia”**. La gracia está del lado de los movimientos que fuera de contexto estarían cerca de lo ridículo. Pero performances donde se observa “gracia” el atleta se encuentra separado de la conciencia y de las intenciones.

En cuarto lugar está **“hacer más complejo el potencial del cuerpo”**. Aquí los elementos no humanos llegan a fundirse con el cuerpo, y pasan a ser una extensión del mismo, pudiéndolo controlar.

“Corporizar determinadas formas” es otro target de la fascinación. Lo que admiramos es que dejamos que las cosas ocurran, lejos del mundo de las intenciones y del control para poder apreciar si algo más de lo pautado se puede encontrar.

La última fascinación se denomina **“generar epifanías de formas”**. En los deportes de equipo no solo se disfruta de un gol o un *try* sino de la hermosa jugada de la epifanía de la forma. Se corporaliza la jugada, se le da sustancia.

Por supuesto que estas no son las únicas pero son las que abarcan a casi todo los deportes, con flexibilidad en los conceptos.

El autor sostiene que la fascinación del espectador, principalmente aquel que presencia el hecho deportivo en vivo, es como un “estar perdido en la concentración”, que no es una situación similar por la que pasan los atletas en el momento de sus performances. El espectador invierte sus emociones en cada evento.

El autor cita a Nietzsche, quien asegura que existen dos tipos de actitudes por parte de los espectadores. El espectador apolíneo que, a la distancia, percibe y aprecia la belleza y que no es necesariamente analítico. Pero está el espectador dionísico que “abandonan voluntariamente la posición de individualidad y distancia, para entregarse a un estado de comunión, tanto con los otros espectadores como con la energía que sube de la acción que está mirando. Este espectador se sumerge en la multitud y puede conseguir sentimientos de una felicidad que todo lo abarca. Es como una sensación de raptó e intoxicación, que no solo alienta al equipo sino que se vuelve un punto de autorreferencia.

Pero el hecho de que la apreciación del deporte no se vea en vivo cambia las cosas. La televisión y la radio han provocado un cambio hacia una actitud más analítica por parte de los espectadores. “Las palabras de los comentaristas son la razón principal de este cambio, en la medida en que cubren e interpretan el juego con una red de

conceptos. Esta red crecerá finalmente hasta convertirse en una capa de significados que separe a escuchas y observadores de la presencia de los jugadores mismos”²³⁵.

Federico Medina Cano explica, en relación a esto, que en la fiesta del deporte – especialmente en el fútbol- “se desvanecen los dispositivos de control social, se alteran las conductas cotidianas y se cuestiona el deber ser que guía las acciones de la vida diario. Es el espacio de la espontaneidad y de la expresión de las conductas inéditas. Es un estado de excepción (...)”²³⁶.

Además habla de que el espectáculo deportivo se vuelve una fiesta urbana en donde los espectadores tienen la ilusión de comunidad, abandonando su propia existencia. Por lo tanto la relación con el deporte es emocional y unificadora de la sociedad. El deporte de masas, puede “movilizar grandes procesos colectivos de adhesión y lealtades”²³⁷, generando una comunidad imaginaria, creando una trama simbólica que permite la creación del sentimiento de pertenencia a una colectividad, y que al mismo tiempo permite la horizontalización del poder.

Eloy Altuve se opone a esta explicación. Para él, la globalización ha convertido al deporte en una empresa transnacional atípica del espectáculo y del entretenimiento, y que ha reforzado el carácter instrumental de la relación individuo-cuerpo. El autor habla de una nueva dimensión de la explotación mercantil del cuerpo.

“El cuerpo convertido en un ámbito de malestar e insatisfacción, embrutecido por el trabajo, deprimido y fatigado por la deshumanizante dinámica del industrialismo-globalizado, canaliza su aspiración de perfección, bienestar, satisfacción física, felicidad, estética, a través de el D-R-R-C”²³⁸, quien constituye un escenario social que privilegia la perfección física, inmersa en un modelo ideal, perfecto, de convivencia humana que transcurre para la mayor parte de la sociedad como una forma productiva de utilización del tiempo libre”²³⁹.

²³⁵ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 238.

²³⁶ Medina Cano, Federico (2005): “Introducción”, en *Comunicación, deporte y ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, p. 10

²³⁷ Medina Cano, Federico (2005): “Introducción”, en *Comunicación, deporte y ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, p. 168

²³⁸ *El deporte concebido como la comparación de rendimientos corporales para designar campeones, registrar récords u obtener medallas y trofeos*. Altuve, Eloy (2005): “Cuerpo, deporte y globalización”, en *Revisa Digital*, Buenos Aires, Año 10, Enero de 2005.

²³⁹ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.

El deportista se vuelve objeto de deseo producto del propio deseo insatisfecho de una corporalidad adecuada, por lo cual el mismo es canalizado mediante el consumo de objetos-mercancías que publicitan los campeones o records mundiales.

Pero en ambas posiciones el objeto de deseo es una construcción simbólica, lejos de la materialidad concreta de los productos de los campeones. Ambos autores dejan afuera el porqué el deporte sigue fascinando a pesar de la necesidad constante de la aplicación técnica y científica que se necesita para triunfar.

Tampoco tienen en cuenta que el deporte en la actualidad es una actividad cultural cercana al espectáculo. Aquellos que pueden presenciar en vivo un evento son solo unos pocos. La ciudadanía mira deporte por televisión, o sea que observa un espectáculo deportivo, producto de la post-producción, en el espacio del hogar.

Las audiencias conocen la diferencia entre lo que pasa en un espectáculo en vivo y la diferencia con estar sentado, en la actividad privada de mirar televisión. Asimismo, conocen (porque no hay medio que no deje de publicarlo) que el doping es un problema importante. Sin embargo la concentración está puesta en otro lado. En la fascinación del movimiento y la heroicidad de los campeones.

4) Conclusión

La popularidad y credibilidad del deporte está sostenida por una ideología particular que permite valorizar la práctica atlética actual y al mismo tiempo reproducirla. La fantasía ideológica de un deporte de elite universal, saludable, limpio y apolítico es ese plus inalcanzable del imaginario social. Esta fantasía estructura la realidad y se concreta en creencias que se materializan en nuestra actividad social efectiva. Si esa creencia se pierde o cambia, la totalidad de la trama de la realidad se desintegra. Por eso, Žižek sostiene que una ideología triunfa cuando aquellos hechos que a primera vista incluso contradicen la creencia, empiezan a funcionar como argumentación a su favor.

Por ejemplo, aunque Messi no responda a las cualidades físicas de un sex symbol, se lo ubica en ese lugar porque cumple con otras de las cualidades impuestas por la cultura imperante, tales como tener dinero y un lugar importante a diario en los medios masivos de comunicación. Pero esto sirvió para que las adolescentes comenzaran a verlo sexualmente atractivo, y por lo tanto protagonistas de una gran cantidad de campañas publicitarias.

El deporte se impone como modelo social que potencia los estereotipos sexuales de éxito y popularidad. “(...) La fantasía funciona como una construcción, como un argumento imaginario que llena el vacío, la abertura del deseo del otro...”²⁴⁰. Para que haya fantasía es necesario el síntoma, la falla, ese no conocimiento por parte de los sujetos.

Otro ejemplo, es que durante todo el siglo XX y lo que va del XXI, muchos atletas campeones fueron sospechados de utilizar drogas para conseguir ventajas sobre sus rivales. Ya sea dopados o no dopados, los atletas siguen rompiendo marcas, logrando resultados increíbles para los seres humanos y fascinando a las audiencias. Las hazañas que conseguían les sirvieron tanto a los sponsors como a las organizaciones internacionales del deporte para mantener vivo el espectáculo deportivo, que mayor resonancia tiene en la televisión mundial, a pesar de las dudas.

Sin embargo, los especialistas afirman que “la generalización del doping es la única forma de que los deportistas-competidores produzcan records que el espectáculo deportivo demanda y pueden soportar la explotación intensiva y extensiva a la que son sometidos por la exigencia competitiva frecuente, constante y seguida”²⁴¹. En la construcción ideológica, este es un mal de pocos y no de todos. Esto permite sostener una fascinación masiva sobre un deporte que no se cuestiona.

La brecha entre lo real y los modos de simbolizarlo se llena con la fantasía ideológica, o sea con el deseo. La ideología nos ofrece la realidad lejos de ese punto traumático. La fantasía de que el deportista tramposo, que utiliza el doping como artimaña para coronarse es el problema del deporte actual, es el parche que tapa el síntoma del sistema ideológico. Es así como el deporte no se cuestiona, sino a los supuestos protagonistas que transgreden las reglas y son pescados.

El dopado y tramposo introducen desde afuera el desorden, la descomposición. Sin ellos sería posible un deporte de alto rendimiento limpio, saludable, justo y universal. Pero al reconocer los atributos de los tramposos, se reconocen los atributos del deporte competitivo. Todo aquello de lo real que se excluye de lo simbólico, retorna.

Si el aura olímpica que lo cubre por todos los lados y lo hace flotar sobre la tierra, el deporte de alto rendimiento dejaría de serlo, y pasaría a ser otra cosa totalmente diferente, pero igualmente ideológica. Porque según Zizek, “el último soporte del efecto

²⁴⁰ Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.159.

²⁴¹ Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005

ideológico (del modo en que una red de significantes nos “sostiene”) es el núcleo insensato, preideológico del goce”²⁴². O sea que el goce-preideológico está estructurado en fantasía, porque el único significante posible del goce es el significante de la falta.

“Una ideología “se apodera de nosotros” realmente solo cuando no sentimos ninguna oposición entre ella y la realidad – a saber, cuando la ideología consigue determinar el modo de nuestras experiencia cotidiana de la realidad”²⁴³. Es por eso que en la cotidianidad mediática, la fantasía ideológica sobre el deporte construye al deporte moderno como lugar de bienestar de las masas, solidaridad entre pueblos y culturas, libre de racismo, sexismo o cualquier otro tipo de discriminación. Pero nada de esto es así, a pesar de la creencia social, en la práctica efectiva, los eventos deportivos están enfermos aún de todos estos males, y quizás lo sigan estando por mucho tiempo.

²⁴² Zizek, Slavoj (1992): “Che vuoi?”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p.171.

²⁴³ Zizek, Slavoj (1992): “Como inventó Marx el síntoma”, en *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México, p. 80.

Conclusión: Zeus y la fantasía del aura olímpica

Según la historia olímpica moderna, en la antigua Grecia, cada cuatro años se paraba la guerra para abrir un paréntesis y celebrarse los Juegos Olímpicos, como una tregua sagrada. En ese entonces, se detenía el derramamiento inútil de sangre y solo el evento deportivo aparecía en el horizonte como bálsamo de las heridas producidas por las apetencias de poder, conquista y dominio.

El mundo panhelénico se concentraba en el monte Olimpo, en el Santuario de Zeus por cinco días. Allí se organizaban una secuencia de eventos atléticos y rituales religiosos. En el altar del dios Zeus se ofrecían sacrificios de animales, como la cabra, el cordero y el toro blanco, pero nunca se sacrificaron humanos.

Los concurrentes a los Juegos eran peregrinos de la paz, los embajadores del Olimpismo en cada país. Los seres mitológicos le transmitieron al hombre el espíritu, la esencia, la filosofía y la intención de los Juegos.

Sin embargo la idea de los Juegos de la antigua Grecia parece ser también una construcción apropiada para generar los valores que dice sostener el Olimpismo en la actualidad, pero que raramente se concretan en la práctica. En el 2007 la Carta Olímpica sostenía que este movimiento es una filosofía de vida, que exalta y combina en un conjunto armónico las cualidades del cuerpo, la voluntad y el espíritu. “Al asociar el deporte con la cultura y la formación, el Olimpismo se propone crear un estilo de vida basado en la alegría del esfuerzo, el valor educativo del buen ejemplo y el respeto por los principios éticos fundamentales universales”²⁴⁴.

Asimismo el objetivo del Olimpismo no es poner siempre el deporte al servicio del desarrollo armónico del hombre, con el fin de favorecer el establecimiento de una sociedad pacífica y comprometida con el comportamiento de la dignidad humana.

La tregua sagrada, al igual que en la actualidad, lejos estaba de estar relacionada con la paz y el altruismo. El objetivo era que los atletas y los espectadores pudiesen llegar al

²⁴⁴ Carta Olímpica, p. 30.

Olimpo sin convertirse en bajas de guerra. Esta tregua se aplicaba a todas las celebraciones y rituales, no era exclusiva de los Juegos.

Algunos historiadores aseguran que las propias competencias eran más bien una guerra celebrada en un ambiente de paz impuesto²⁴⁵. Las competencias tenían que ver con pruebas bélicas, como el lanzamiento de jabalina o la carrera de soldado con armadura.

Además las ciudades vecinas, mediante sus representantes deportistas, se disputaron el prestigio y el poder controlar los Juegos. El paralelismo con los Juegos modernos es evidente. Por ejemplo, la guerra fría fue parte de la competencia, ya sea a la hora de boicotear a la ciudad sede o a la hora de leer críticamente el medallero cuando Estados Unidos y Rusia competían.

Por otra parte, al igual que en la actualidad, en la antigua Grecia, el triunfalismo estaba apegado al mundo deportivo. “Solo la victoria importaba. No había equivalencia a nuestra medalla de plata o bronce, ni se guardaban registros de los logros individuales de los atletas, solo la corona de olivos del ganador importaban”²⁴⁶. No importaba si al triunfo se llegaba mediante el engaño, lo único que interesaba era ganar. Si los pescaban debían costear unas estatuas de Zeus que se colocaban a modo de señales de advertencia junto al camino de los atletas hacia el estadio.

La historia de los antiguos Juegos Olímpicos asegura que el triunfo lo llevaba al atleta a estar más cerca de los dioses, sin embargo “ganar en los juegos panhelénicos, aseguraba, también, a muchos atletas, una fuente de ingresos que le duraba toda la vida, lo que significa que una suerte de profesionalismo ha surgido muchos antes que el ideal “amateur” en la tradición atlética occidental”²⁴⁷.

En la actualidad las trampas también están a la orden del día. Incluso en algunos casos, las consecuencias del engaño, le han costado la carrera profesional a los deportistas, y otros, incluso, hasta la vida, debido al uso sistemático de drogas que mejoran el rendimiento físico.

Sin embargo, a nivel social el triunfo es lo único que importa. La glorificación del ganador está asegurada con los laureles. El ganador saldrá en todos los medios y nadie cuestionará la validez de su logro. Incluso los mismos dirigentes deportivos ponen sus

²⁴⁵<http://www.portalfitness.com/Nota.aspx?i=1854>

²⁴⁶ Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, p. 99.

²⁴⁷ *Ibidem*, p. 100

miradas en los millones que traerá una hazaña televisable y no en el camino que tomó el atleta para llegar al triunfo.

En la antigua Grecia los públicos también estaban fascinados por la perfección corporal de los atletas y sus logros. “Claramente, las victorias olímpicas aparecen como una posibilidad de escapar al efímero estatus de la vida humana”²⁴⁸. “Ganar una competencia olímpica, entonces puede ser experimentado como un don divino, que elevaba al victorioso al estatus de semidios”²⁴⁹.

En la actualidad los deportistas triunfadores se encuentran en la misma posición para el resto de la sociedad. No solo son conocidos en el ambiente deportivo, sino que pertenecen al *jet set*. Esto les permite no solo tener ingresos gracias a su habilidad atlética sino que también lo hacen mediante contratos multimillonarios con diferentes marcas. “En la sociedad democrática actual el deporte tienen un sentido similar (al de la antigua Grecia²⁵⁰): es una forma del mérito personal. El deportista pertenece a un grupo de hombres de extraordinaria condición, a una clase de hombres de primera categoría. (...) Es una vedette, un ídolo; es un modelo, un objeto necesario de identificación y proyección”²⁵¹.

Este lugar social lo consiguió de la mano de la televisión, la cual a partir de los años 70 convirtió al deporte en un hecho mediático, ya que la transmisión de los eventos tiene bajo costo de producción e interesa a millones de personas a nivel mundial.

El interés que el deporte logró en los públicos, y su inserción en la cotidianidad de estos, ha sido utilizado por los gobiernos nacionales en un principio, y luego – y hasta la actualidad- por las empresas y por las economías de los diferentes países.

La industria del entretenimiento tiene como fuente de inspiración los propios estereotipos que maneja el imaginario social, acentuándolos, reproduciéndolos y revalidándolos. Para que un espectáculo siga siendo exitoso necesita responder a los valores de la sociedad contemporánea, atravesada por las políticas y prácticas neoliberales como la globalización. “No solo se trata ya de un proceso vinculado con la producción y el consumo de bienes materiales, sino también de bienes simbólicos estandarizados, relacionados con la imagen, la construcción de comunidades culturales virtuales a nivel internacional – del tipo “pertenecer tiene sus privilegios”-, los gustos

²⁴⁸ *Ibidem*, p. 98

²⁴⁹ *Ibidem*, p. 102

²⁵⁰ La aclaración es nuestra.

²⁵¹ Medina Cano, Federico (2005): “Los narradores deportivos y sus epopeyas cotidianas”, en *Comunicación, Deporte y Ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, p. 110

musicales, las opciones sexuales, etc. Es decir que se intentaba estandarizar la cultura a nivel internacional a través del control de las comunicaciones”²⁵². Y el deporte es un producto de consumo a nivel mundial que no necesita traducciones ni transposiciones.

Es por esto que el deporte fue el soporte comunicacional para desparramar por el mundo los logotipos de empresas internacionales, para unificar los gustos, y para crear una sola realidad deportiva mundial: la del alto rendimiento.

Durante los 70 el COI entendió que la televisión permitía conseguir una cantidad exagerada de dinero, así que no dudó en conciliar ese “matrimonio de interés”. A partir de entonces, la televisión fue un ingreso único y el más abultado de todos, por lo tanto no hay dudas que en la actualidad co-produce cualquier hecho mundial relacionado con el deporte. Incluso en el ámbito nacional, se aprecia el mismo tipo de relación.

Pero la aparición de la televisión sobrellevó cambios fundamentales. Esta modificó en su totalidad la identidad de la actividad. La televisión convirtió al deporte en un hecho mediático, que se encuentra a merced de sus intereses económicos. En este matrimonio de intereses el deporte es el miembro más débil que cedió a las necesidades de los medios. Es tan fuerte la presencia de la televisión, que puede estar en riesgo la existencia de una disciplina olímpica si la misma no es televisable.

Por su puesto que el interés que haya en tal o cual deporte a nivel mediático también genera una cantidad de ingreso para esa disciplina que no se ha logrado comparar con ningún otro medio de financiamiento hasta el momento.

La televisión coproduce cualquier evento deportivo a nivel mundial, pero tiene un requisito y una presión que recae directamente en el cuerpo de los deportistas y en los permisos por parte de los dirigentes: mantener la espectacularidad de los logros sin importar como.

La certeza de que el hombre puede seguir superándose día a día es clave para el negocio deportivo. Para esto el doping y los mecanismos para evadir los controles son fundamentales. La técnica no solo se aplica a los accesorios como calzados, trajes de baño, raquetas, sino que también se inserta dentro del propio cuerpo del deportista. Algunos concededores del tema aseguran que el doping es necesario e imprescindible en la actualidad para el alto rendimiento.

Pero esto no es una posibilidad para todos. La aplicación técnica en el cuerpo del deportista está reservada para los países que tienen presupuestos abultados dedicados al

²⁵² Lettieri, Alberto (2004): “La globalización”, en *La civilización en debate*. Editorial Prometeo, p. 79-80

deporte. Además no es solo importante contar con las mejores compañías biotecnológicas sino también con las técnicas que mejor evadan los controles antidopings.

Todo esto tiene costos altísimos por lo cual solo los países del primer mundo pueden llevarlo a cabo, y por eso mismo lideran el medallero olímpico cada cuatro años. La igualdad entre los deportistas es una utopía. El medallero es solo para el mundo capitalista.

La tecnología aplicada a los deportistas es para que consigan romper las barreras humanas y así mostrar por televisión la hazaña. Pero esta ecuación económicamente favorable es imperfecta a nivel humano.

Los deportistas, por ahora, son los únicos que sufren las consecuencias del uso sistemático de sustancias dopantes para mejorar su rendimiento. El triunfo genera una cortina de humo que los ubica en las supuestas estrellas del espectáculo y que no los deja ver las consecuencias de esto: desde problemas genéticos hasta la muerte.

Pero esto no se ve, o mejor dicho, no se quiere ver. Existe una fantasía ideológica de un deporte de elite “universal”, “saludable”, “limpio” y “apolítico”, como ese plus inalcanzable del imaginario social.

El deporte de elite, como designante rígido, clausura el sentido del deporte, ubicándolo dentro de una estimación altamente positiva, generando la idea de que el deporte une a las razas, las culturas y todos los pueblos del mundo en un acto único, como pueden ser lo Juegos o el Mundial de fútbol.

Esto es lo que los públicos creen de un deporte que cada día está más sucio, con la ayuda de sus máximos ocultadores y beneficiarios: los medios de comunicación y la gerencia internacional deportiva. Los medios y los dirigentes se encargan de reforzar la creencia de que este problema es un mal de unos pocos – los pescados- y no del deporte mismo.

A partir de esto concluimos que “el deporte no sólo revela aspectos cruciales de lo humano, no sólo refleja algunas de las estructuras de poder existentes en determinada institución, sino que es, fundamentalmente, una parte integral de la sociedad. El deporte permite reflexionar sobre lo social y los mecanismos básicos de creación de

identidades."²⁵³ El deporte nos permite dar una mirada a los valores y las creencias que rigen nuestras sociedades y sus pueblos, entendiendo que un cambio en la creencia de la supervaloración de los medios es tan necesario como un cambio en la dirigencia política mundial, para que un mundo más justo y más saludable sea posible.

La intoxicación mediática ha alcanzado los hechos culturales de la vida diaria, y le ha impuesto sus reglas y sus valores, relacionados con resultados económicos inmediatos. El deporte y la política mundial pasaron a hacer hechos mediáticos, discursivos y escasos de prácticas concretas.

La ilusión de la igualdad de condiciones tanto en la política como en el deporte refleja el discurso de una sociedad que se jacta de justa e igualitaria, en lo simbólico. Pero en las prácticas y bajo el análisis teórico la desigualdad es concreta y palpable. Por lo tanto, solo un cambio en la creencia puede llevarnos a una sociedad más justa, más democrática y seriamente igualitaria.

²⁵³ Alabarces, Pablo (1988) Compilador: *Deporte y Sociedad*, Eudeba, Buenos Aires. p. 9 a 13.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo (2002): *Fútbol y patria*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Alabarces, Pablo (1988) Compilador: *Deporte y Sociedad*, Eudeba, Buenos Aires.
- Barrea U, J. J.; Morne, J. J. (1991): *Epistemología y antropología del deporte*. Alianza, Madrid.
- Bourdieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama
- Elias, Norbert (1987): *Proceso de la civilización*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- Esposito, Roberto (2005): *Immunitas. Protección y negación de la vida*. Amorrortu editores, Buenos Aires – Madrid.
- Foucault, Michel (1992): *La voluntad de saber*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Franchebourg, Jean-Claude (1979): *Los Juegos Olímpicos en la Grecia clásica*, en Universitas. Gran enciclopedia del saber, Tomo 1, Salvat Editores SA.
- García Fernando, M; Puig N Y Lagardera F. (2002): *Sociología del deporte*. Alianza Editorial, Madrid.
- Hall, Stuart (1998): Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (compiladores), en *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós, Barcelona.
- Johnson, Michael (1996): *Slaying the dragon*, Reagan Books, New York.
- Le Breton, David (2002): *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Lettieri, Alberto (2004): *Civilización en debate*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Mandell, R.D. (1986): *Historia cultural del deporte*. Bellaterra, Barcelona.
- Martini, Stella (2003): *La sociedad y los imaginarios*, Documento de la Cátedra Martini. Buenos Aires.
- Medina Cano, Federico (2005): *Comunicación, Deporte y Ciudad*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Quiroga, Sergio Ricardo (2001): *Estudios sobre el deporte*, Libros del Roja, Buenos Aires.

- Rabinow, Paul (1996): Jonathan Crary y Sanford Kwinter, *Incorporaciones*, Madrid, Cátedra.
- Sibilia, Paula (2005): *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Simon V. y Jennings A. (1992): *Los señores de los anillos. Poder, dinero y doping en los Juegos Olímpicos*. Grupo Editorial Norma, Bogotá.
- Ulrich Gumbrecht, Hans (2006): *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires.
- Verdú, Vicente (2003): *El estilo del Mundo*, Anagrama, Madrid.
- Wacquant, Loïc y Pierre Bourdieu (1995): *Respuestas. Para una antropología reflexiva*. Grijalbo. México.
- Zizek, Slavoj (1992): *El sublime objeto de la ideología*, S XXI, México.
- Zizek, Slavoj (2003): *Ideología. Un mala de la cuestión*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Páginas de Internet consultadas

- Artículo del doctor Carlos Benítez Franco, en su página www.deporteymedicina.com.ar
- <http://ar.news.yahoo.com/s/18082008/32/verdaderos-secretos-dieta-mejor-nadador-mundo.html>
- <http://elmundo.es/2000/09/14/documentos/14N0187.html>
<http://www.mujereshoy.com/secciones/2285.shtml>
- <http://es.encarta.msn.com/encnet/refpages/RefArticle.aspx?refid=961544299>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte>
- <http://espndeportes.espn.go.com/news/story?id=335705&redir=true>
- <http://laespinadelolimpo.blogspot.com/2007/09/las-medallas-del-diablo.html>
- <http://olympicstudies.uab.es/brasil/pdf/60.pdf>
- <http://web.mit.edu/cms/Events/mit2/Abstracts/BOREIMER.pdf>, artículo escrito por Bon Reimer, School of Arts and Communication Malmö University, Sweden. La traducción es nuestra.
- <http://www.aerobicsevilla.com/artirevis/articulos/dopaje+deporte.html>
- <http://www.cnnexpansion.com/lifestyle/2008/08/25/bfquien-gano-en-pekín-los-patrocinadores>
- <http://www.coes.org.sv/cartaolimpica2007.pdf>

- <http://www.efdeportes.com/efd106/mujer-deporte-y-medios-de-comunicacion.htm>
- <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>
- <http://www.efydep.com.ar/medicina/causasno.htm>, texto escrito por el Dr. Norberto Debbag M.N 51320, Cardiólogo – Deportología, Club Atlanta, en 2008.
- ¹http://www.elpais.com/articulo/deportes/Nos/pinchabamos/mismos/elpepidep/19931123elpepidep_9/Tes/
- http://www.elperiodico.com/default.asp?idpublicacio_PK=46&idioma=CAS&idnoticia_PK=502580&idseccio_PK=1011
- http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1017756
- http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=750828
- http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=972033
- <http://www.pagina12.com.ar/diario/deportes/8-104511-2008-05-20.html>
- <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/futuro/13-1511-2006-07-16.html>
- <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/libero/9-1600-2004-08-08.html>
- <http://www.portalfitness.com/Nota.aspx?i=1854>
- <http://www.tavad.com/contraportada-doping-deporte-drogas-cocaina-crack-heroina.htm>
- www.mujoydeporte.org
- <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/viewFile/2628/1257>
- www.boxeomania.com.ar
- www.olympics.com
- www.sañaquerol.com

Artículos periodísticos

- Altuve, Eloy (2005): *Cuerpo, deporte y globalización*, en <http://www.efdeportes.com/efd80/globaliz.htm>, 10, Enero de 2005.
- Hall, Stuart. (1998): *El problema de la ideología: marxismo sin garantías*, en revista *Doxa*, Buenos Aires, año IX, N°18.
- Schmucler, Héctor (2001): “La industria de lo humano”, en *Artefacto* n° 4. Buenos Aires.

- Zizek, S. (1992): “El problema de la ideología: marxismo sin garantías”, en *revista Doxa*, Buenos Aires, año IX, Nº18.
- Kukso, Federico: “El cóctel de los campeones”. En *Página 12*, 17 de julio de 2004
- Ryan, Mariano: “El doping, ese jugador que también compite en serio”. En *Clarín*, 3 de agosto de 2008.
- Lladós, José Ignacio: “Guerra contra el tiempo”. En *La Nación*, 6 de agosto de 2000.
- Moroni, Diego: “La década infame”. En *La Nación*, 24 de septiembre de 1998
- Sabbion, Gianni: “La tecnología llega hasta las canchas de básquet”. En *Clarín*, 23 de mayo de 1998
- “Los mejores de la cuadra”. En *Clarín Deportivo* 24 de septiembre de 2000.
- Estévez, Martín: “Suicidio genético”. En *Revista Fox Sport* , 12 de julio de 2008
- “Sydney: luces y sombras”. En *Clarín Deportivo*, 2 de octubre de 2000.
- “Todavía soy el más rápido del mundo”. En *La Nación*, 25 de septiembre de 1998
- “www.mordaza.com.sydney “. En *Página 12, Suplemente El líbero*, 26 de septiembre de 2000.
- Milla, Guillermo: “Tecnología de punta para el deporte”. En *Clarín*, 15 de junio de 2002.
- Boreinstein, Ariel (1999): “Hay efectivo”. En *El siglo del deporte*. Diario Olé.
- “Blatter es el nuevo jefe”. En *Clarín Deportivo*, 9 de junio de 1998
- *Diario Clarín*, 22 de marzo de 1998
- *Diario Clarín*, 24 de septiembre de 2000.
- *Diario Clarín*, 3 de enero de 1999
- De Biase, P. y Santagari, A. (1999): “Fútbol y TV. La imagen es todo”. En *El siglo del deporte* Diario Olé.
- Fernández Moores, Ezequiel (1999): “El podio y el poder”. En *El siglo del deporte* Diario Olé.
- Galeano, Eduardo (2001): Los atletas químicos. En *El Nacional*, 4 de marzo de 2001
- García, Fabián (1999): “El basquet de los sueños”, en *El siglo del deporte* Diario Olé.
- Hendler, Ariel (1999): “Los atletas químicos”, en *El siglo del deporte* Diario Olé.
- “Ben Johnson, sin mentiras”. En *La Nación*, 5 de agosto de 1998
- “Le sacaron el oro”. En *Diario La Razón*, 25 de agosto de 2004

- Cugat, Ramón: “Messi, ¿un crack con fecha de vencimiento?”. En *Diario La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2006.
- Macaloon, John (2004): “Los Juegos Olímpicos y la globalización”. En *La trastienda de los Juegos Olímpicos, La Vanguardia*, 8 de agosto.
- Mazzei, Jesús Alfonso (1998): “Francia 98: globalización, negocios y deporte”. En *El universal* 22 de mayo de 1998
- Mendoza, Aníbal (1999): “Rápido como un parpadeo”, en *El siglo del deporte* Diario Olé, Buenos Aires.
- Rodríguez, María Gabriela (1996): “Atlanta 96: para mirarlos por TV”, en la revista digital *Educación Física y Deporte* Año 1, revista 2, Buenos Aires. <http://www.efdeportes.com/efd2/22mgr1.htm>
- Wroclavsky, David (1998): “Francia 98: fútbol, espectáculo y negocio”, *Revista Viva*.
- Scher, Ariel y Flores, Gustavo: “¿Superhombres o infrahumanos?”, *Clarín*, 2 de enero de 2000