

El discurso del triunfador en el arquetipo del héroe deportivo (grandeza y miseria de una nación)

MAXIMILIANO KORSTANJE
maxikorstanje@hotmail.com
Universidad de Palermo (Argentina)

Recibido: 30 de agosto de 2008
Aceptado: 3 de noviembre de 2008

RESUMEN

El siguiente trabajo intenta reflejar como juegan en el desempeño deportivo los factores nacionalistas y el discurso en la prensa escrita. Se ha tomado como análisis empírico el papel de la auto-punitividad como mecanismo generador de cohesión social y exacerbación del "orgullo nacional". Desde una perspectiva cualitativa, demostramos que las competencias deportivas emulan ciertos criterios vinculados al héroe mito-arquetípico, tales como carisma, nacionalismo, hegemonía y sacrificio.

Palabras clave: Juego Olímpicos, Éxito, Fracaso, Héroe Nacional

Triumphant Profile of Sport Hero (Nation Pride and Mysery)

ABSTRACT

The present article tries to reflect how works certain nationalist factors in the journalist press. We had taken as empiric analysis the role of self-punishment as mechanism to generate of social cohesion and exaggeration of "national pride". From a qualitative instance, we demonstrated that the sport competitions emulate certain criterion pertained to the myth-archetypal hero, such as charisma, nationalism, hegemony and sacrifice.

Keywords: Olympic Games, Success, Failure, National Hero

SUMARIO: 1. Introducción. 2 Estado de la cuestión inicial – Moral y Estado Nacional. 3. La figura heroica. 4. La auto-punitividad como forma de superioridad. 5. Lo heroico como discurso auto-punitivo. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Las Olimpiadas o Juegos Olímpicos tienen su origen histórico en Grecia (en la ciudad de Olimpia por el 770 AC) cuya función era puramente religiosa. En estos espectáculos (celebrados en honor a ciertos dioses) participaban diferentes atletas los cuales se esforzaban por demostrar cierto dominio o habilidad sobre su contrincante; de esta manera los pueblos griegos evitaban por disuasión ir a la guerra con sus vecinos trasladando hacia lo atlético sus propias rivalidades y practicas bélicas (SPIVEY, 2004).

En la actualidad, la Organización de estos eventos se lleva a cabo cada 4 años en donde miles de atletas representando a sus respectivos Estados-Nación participan en un sinnúmero de disciplinas deportivas. Existe por lo tanto, una fascinación mundial por esta clase de espectáculos que son transmitidos por televisión pública y cerrada, o por la prensa escrita durante el lapso en que duran las respectivas competencias. En efecto, los Juegos Olímpicos prestan a ser tratados desde diversas y múltiples perspectivas. En nuestro caso, hemos escogido el papel del deportista como figura heroica desde una posición mito-poética (antropológica).

Como se observa en el cuadro número 1, la cantidad de medallas obtenidas por la “delegación Argentina” en los Juegos Olímpicos Beijing 2008 no es significativa en comparación con otros países como China, Estados Unidos, Rusia, Gran Bretaña, Alemania o Australia, Corea o Japón entre otros. Específicamente, en el medallero general Argentina obtuvo el puesto número 34, con 2 medallas de oro y 4 de bronce, totalizando 6.

Medallero Final – China 2008					
Puesto	Delegación	Oro	Plata	Bronce	Total
1	China	51	21	28	100
2	Estados Unidos	36	38	36	110
3	Rusia	23	21	28	72
4	Gran Bretaña	19	13	15	47
5	Alemania	16	10	15	41
6	Australia	14	15	17	46
7	Corea	13	10	8	31
8	Japón	9	6	10	25
9	Italia	8	10	10	28
10	Francia	7	16	17	40
34	Argentina	2	0	4	6

Fuente: Clarín. Edición 24-08. Disponible en www.jjoo.clarin.com. Buenos Aires, 2008.

No obstante, desde lo cualitativo la prensa de ese país resalta cada triunfo deportivo como una verdadera hazaña que refuerza el papel del héroe mítico de sus propios deportistas. En este sentido, el presente artículo intenta ser un abordaje empírico de la actuación de algunos atletas argentinos y el tratamiento discursivo de sus aciertos o éxitos (en el plano deportivo) por la prensa escrita. Los medios masivos de

comunicación se han convertido en las últimas décadas en verdaderas expresiones simbólicas generadoras de opinión y sentido (MCQUAIL, 1999; STONE, 1987; ROSHCO, 1975; MCCOMBS, 1977; NOELLE-NEUMANN, 1995; LORGE, 1936).

Utilizando metodológicamente el análisis discursivo vamos a demostrar que existe una relación entre los triunfos deportivos y la exacerbación o creación mítica del héroe como forma de cohesión nacional; en otras investigaciones hemos propuesto que la identificación de los aparatos políticos con respecto a los héroes identificando cuatro variables principales en ese proceso: el carisma, el nacionalismo, la hegemonía y el sacrificio como forma distintiva. Asimismo, creemos que la posición inicial puede y debe ser mejorada incorporando nuevos elementos al análisis como la relación entre el éxito y el fracaso; o la auto-punitividad o inferioridad impuesta como forma motivante para la propia superación (KORSTANJE, 2008a).

2. Estado de la cuestión inicial – Moral y Estado Nacional

La posibilidad para el hombre de superar sus propias posibilidades siempre ha sido una habilidad adquirida por su propia naturaleza (desde el momento en que asigna a sus necesidades materiales y biológicas cierto simbolismo). En la antigüedad, las civilizaciones del Mediterráneo competían con la necesidad de demostrar que la propia sociedad tenía los recursos técnico-productivos más avanzados de la época a la vez, que su propio discurso apuntaba a resaltar esa diferencia como criterio de superioridad frente a la naturaleza y a los otros hombres (KORSTANJE, 2008b); sin embargo, este tema ha traspasado las barreras del tiempo y en consecuencia observándose en otras sociedades y momentos de la historia. Como análogamente resaltara el profesor GIUCCI con respecto al uso del automóvil y el vértigo de la movilidad, “la velocidad es la poderosa aliada de la modernidad cinética y su mejor propaganda. Es además una misteriosa sinestesia y una experiencia de la intoxicación... somos la flecha sinérgica que corta el espacio de modo convulsivo, generando a su paso una forma de belleza pasajera y fugaz, que desde mediados del siglo XX caracteriza a la modernidad. En la velocidad hay mucho del mundo guerrero, aunque esta vez el enfrentamiento es contra los límites” (GIUCCI, 2007: 147).

Las organizaciones instituciones atribuyen sus logros y fracasos a dos causas centrales: a) un diseño equivocado de la institución con respecto al cumplimiento de determinado objetivo, y b) un error subjetivo dentro de la misma organización. En este sentido, la fuerza moral actúa como reforzador para la concreción de las propias metas estableciendo los pasos a seguir en tal empresa. Por consecuente, la moralidad de una estructura se encuentra ligada no sólo a su actividad sino a sus metas y logros (HARDIN, 2003: 163-196). No obstante, este concepto trae consigo una propia contradicción y limitación en cuanto a la relación de las ideas con sus prácticas. Por ejemplo, si basamos que la moral de los deportistas se basa exclusivamente en el logro de las metas por las cuales éstos se esmeran en competir (siempre y cuando respetan las reglas del certamen) comprendemos que cada institución tiene su propia moral (diferente o similar a la de los guerreros medievales); y que a los ojos de una

institución externa los comportamientos de otra no pueden ser juzgados como “inmorales”. Si bien esto es aplicable para ciertos contextos históricos, puede no serlo para otros en donde la fuerza moral parece adquirir una cohesión internacional. Es menester, pues, analizar con mayor exhaustividad el papel del Estado en ese proceso.

C. BRIONES explica que los procesos de construcción tanto del Estado como aparato de legitimidad como la Nación restringen los análisis históricos que a la vez reclaman para sí unificando y homogeneizando ya no formas de sentir dispares sino grupos humanos totalmente diversos. Luego de una breve pero seria revisión sobre las corrientes “instrumentalista”, “formalista”, “materialista” y “primordialista” sobre la etno-génesis, la antropóloga argentina sostiene:

“Más que constelaciones consistentes de diacríticos, las identidades son suturas contextuales, articulaciones de las muy distintas subjetividades inscriptas por relaciones que repercuten sobre diversas dimensiones de lo social. En otras palabras, emergentes contextualizados de una praxis hegemónica, que al investir con sentidos sociales históricamente cambiantes a la diversidad, busca simultáneamente absorber, neutralizar, o domesticar ciertas prácticas, al tiempo de erigir otras como marca de la diferencia. Las identidades trabajan por tanto dentro de estructuras de identificación que siempre involucran ambivalencia y distanciamiento, exclusión y deseo de un otro” (BRIONES, 1998: 91).

Según la autora, los Estados Nación construyen su identidad por medio de ciertos procesos de “desmarcación” por los cuales se individualiza a diversos grupos como “étnicos” mientras se naturalizan ciertas características del grupo dominante. Este hecho conlleva a una “indexicalización metaprágmática”, término el cual amerita ser discutido. En principio, se refiere a indexicalización debido a los signos que presuponen y generan sentido alrededor de ciertos contextos donde ocurren eventos; a su vez, metaprágmático hace referencia a aquellas relaciones sociales y su posterior interpretación heurística. Así, BRIONES se encuentra convencida que uno de los mecanismos que genera identidad es el discurso *metaprágmático* cuya finalidad es otorgarle sentido al objeto al cual describe, creando marcos temporales específicos, leyendas, mitos que luego son deshechos según las circunstancias (Ibid.: 125-128).

Si bien el trabajo de BRIONES se encuentra orientado al papel de la alterización de los Estados modernos con respecto al cuarto mundo, hay en él ideas más que interesantes que pueden ser aplicadas a nuestro trabajo. Entre ellas, la posibilidad de que los discursos sean re-pensados bajo una dinámica política que resalta ciertos hechos y oculta otros, enfatizando en ciertas prácticas y desdeñando de otras. La conquista de América fue un “descubrimiento” y no una “invasión” mientras la expulsión de los “moros” de España fue un acto heroico de reivindicación territorial y no una “deportación masiva genocida”. En este sentido, los discursos nacionales con cierto eje deportivo adquieren caracteres simbólicos profundos cuya tendencia es homogeneizar pertenencias, prácticas, e identidades totalmente dispares y en ocasiones en conflicto (Ibid.: 190-194).

Por otro lado, D. BROWN (1989: 47-62) propone comprender los Estados dentro de una clasificación de cuatro tipos: el primero de ellos, es el *Estado pluralista* en donde los grupos humanos se ordenan mediante ciertos criterios generando a su vez sentimientos de alianza y rivalidad conocidos como “nacionalismos étnicos”; segundo, tenemos al *Estado clientelar* el cual gobierna con la asignación y distribución de recursos específicos sobre los diferentes grupos humanos que conforman la nación. Por su parte, el *Estado corporativo* canaliza todos sus recursos en lograr lealtad absoluta por parte de sus miembros generando liderazgos totalitarios explícitos; finalmente, el Estado clasista organiza su poder por medio del lema “divide y triunfarás”, mecanismo que le permite a ciertas facciones imponer la “conciencia étnica” y “el conflicto” como formas de dominación de aquellos grupos que se abstienen de ciertas marcaciones.

En este contexto, se podría suponer que los Estados cuya tipología es “clientelar y corporativa” disponen en mayor medida de los triunfos deportivos como forma de generar cierto “capital simbólico”; de tal manera, persiguen el éxito deportivo generando verdaderas conexiones de alianzas entre los diferentes grupos y equilibran las relaciones de poder. Por el contrario, los Estados clasistas y pluralistas tendrían una tendencia menor al uso de los éxitos deportivos por experimentar niveles de cohesión menores en comparación a otros tipos puros. Pero precisamente, la postura de BROWN carece de exactitud debido a su naturaleza “instrumentalista”. Así, las estructuras culturales no dependen en todos los casos de la formación estatal; la etnicidad es un proceso complejo, multifactorial y re-elaborado constantemente (BRIONES, 1998: 95). En consecuencia, no existe una correlación certera entre el tipo de Estado y la forma de crear mitos heroicos (sea deportivo o no), sino más bien cada tipología tiende a crear sus propios valores culturales, mitos fundadores, rituales y héroes de forma diferente.

También, consideramos errónea la postura de las “escuelas materialistas” entre ellas la teoría de la dependencia que postula las diferencias entre los hombres no son de orden cultural, sino material y económico. Siguiendo a ROFMAN y ROMERO existe un sistema mundial de relaciones forjado por diferencias en las formas de producir por lo cual algunas sociedades (en superioridad) intentan dominar a otras. Estas vinculaciones están estructuradas en términos políticos por el cual ciertos sistemas se transforman en centros y otros en periféricos con cierto grado de dependencia económica:

“La relación de dominación se materializa por medio de estructuras de poder localizadas en el centro en correspondencia con estructuras ubicadas en los sistemas nacionales de la periferia, que tienen objetivos convergentes con las primeras. Las clases y grupos propietarios en las sociedades dependientes también poseen intereses propios, cuya articulación y correspondencia con las estructuras centrales integran el fenómeno mismo de la dependencia” (ROFMAN, A. y ROMERO, L., 1997: 64).

Dentro de la perspectiva de las teorías de la dependencia, entonces los Juegos Olímpicos (como así cualquier otra competencia de impacto internacional) son una

escenificación por la cual se legitiman (por vías de la paz) las dependencias simbólicas establecidas en el plano material.

Según esta escuela, ello explicaría los motivos por los cuales aquellas naciones que más medallas obtienen, son las mismas las cuales mantienen la hegemonía en las técnicas productivas. No obstante, esto no parece seguir una correlación tan exacta, ya que entran en la competencia criterios (cualitativos) de localidad, apoyo interno o popular que coadyuvan e incentivan a los deportistas provenientes del país anfitrión. Por otro lado, cada deporte sigue criterios históricos, políticos y culturales que le dan diversas magnitudes e impacto emocional a un deporte para una nación con respecto a otro. Un ejemplo claro, para el caso de Argentina sería un logro casi “heroico” conseguir una medalla de “bronce” en Básquetball mientras es casi una humillación conseguir una de “plata” en deportes donde el “imaginario popular argentino” se considera hegemónico como el fútbol. No es el valor en sí mismo del premio el criterio que otorga el estatus de heroico o humillante, sino la dimensión simbólicamente vivida de logro. Por ese motivo, la metodología utilizada para estudiar fenómenos de esta naturaleza debe ser “cualitativo-hermenéutica” y no “correlacional o deductiva”.

Por el contrario, para C. GEERTZ (2005: 206) el nacionalismo y la formación del Estado se adquiere cuatro fases bien definidas: a) aquella en la cual los movimientos nacionalistas comienzan a formarse, b) la fase específica en que triunfan o toman cuotas significativas de poder, c) aquella por la cual se organizan en estructuras normativas más complejas como los Estados, y d) una esfera presente en donde se ven obligados a interactuar con otros Estados. Obviamente las aplicaciones ideológicas, van variando acorde a cada fase y deben ser analizadas por separado. De todos modos, ésta sigue dos dinámicas contrarias, es por un lado epocalista y por el otro esencialista. Los elementos esencialista tienen como característica principal de tradición cultural mientras el epocalismo está orientado a cierta innovación (Ibid.: 211). Quizás esta burda simplificación sea suficiente para comprender a los nacionalismos como movimientos producto de la tensión institucional entre ambos factores; la necesidad de mirar al futuro con cierta nostalgia por el pasado. Para una mayor claridad explicativa el mismo autor, entonces escribe:

“Así como la conciencia debilita y agota la mentalidad, la ideología nacionalista agota el nacionalismo; lo que hace la ideología de manera selectiva e incompleta es articularlo. Las imágenes, metáforas y giros retóricos con que se construyen las ideologías nacionalistas son esencialmente recursos, expedientes culturales, utilizados con la finalidad de hacer explícito uno u otro aspecto del proceso más amplio de redefinición colectiva, la finalidad de expresar el orgullo esencialista o la esperanza epocalista en formas simbólicas específicas que puedan ser descritas, desarrolladas, celebradas, y usadas antes que vagamente sentidas” (GEERTZ, 2005: 217).

En los discursos nacionalistas, cualquiera sea su origen o circunstancia, ciertos grupos intentan justificar sus prácticas como necesarias a los nuevos tiempos mientras

que por el otro se proclaman defensores de una moral tradicional paradójicamente amenazada por esos nuevos tiempos. El problema de la tesis de GEERTZ es en primera instancia laxa en su constitución teórica por la cual no queda bien claro los diferentes matices que marcan el esencialismo del epocalismo como así tampoco sus aplicaciones prácticas al deporte. Por otro lado, GEERTZ no logra explicar claramente o mejor dicho convincentemente los factores que dan inicio a los procesos nacionalistas.

3. La figura heroica

Básicamente, cabe comprender al mito como toda historia narrada siempre en un tiempo atemporal mejor o deseable al actual donde por designio divino “los hombres” interactuaban en igualdad de condiciones con seres super-naturales. No obstante, no todas las corrientes antropológicas comprenden la acción del mito sobre las prácticas sociales de la misma forma. Es evidente, que la función mitológica ayuda a comprender el mundo en el cual nos movemos y condiciona de alguna manera nuestras propias acciones, pero ¿qué dinámica adquieren?

Para responder esta cuestión es necesario dividir y clasificar a las teorías antropológicas en dos grupos:

a) aquellas que promueven al mito como una entidad cíclica, capaz de funcionar en pasado-presente en forma recurrente y espiral. Para estos antropólogos, ningún proceso supera al anterior sino se complementan en un ciclo de creación-destrucción-creación. Para estos autores el héroe mitológico adquiere características extraordinarias las cuales son imitadas como arquetipos a seguir (ELIADE, 2006; LÉVI-STRAUSS, 2002; LEACH, 1954; KORSTANJE, 2008c).

b) aquellas teorías que propugnan al mito como una institución procesual por la cual cada proceso actúa y supera al anterior alterando el estatus del individuo. Dentro de esta corriente, los autores consideran al héroe como una figura cambiante cuyas influencias sobre el resto de los individuos es compleja, fluctuante y diversa. En otras palabras, la extraordinariedad del pasado no penetra en el presente en forma discursiva. En efecto, los rituales (como un evento deportivo) son comprendidos como formas simbólicas de producción humana no dominada por ninguna linealidad sino de nueva adaptación (VAN GENNEP, 1986; TURNER, 1999; GEERTZ, 1980 Y 2005; CLASTRES, 1996)

Como sea el caso, lo cierto es que como acertadamente señalara Max WEBER (1996: 172) el héroe basa su legitimidad y dominación sobre el carisma; entendida ésta última como aquella fuerza la cual “descansa en la entrega extraordinaria a la santidad, heroísmo, o ejemplaridad de una persona y a las ordenaciones por ella creada o reservadas (llamada)”. En este sentido, creemos que el “deportista moderno” encarna el papel o rol del héroe mitológico con arreglo a una lógica o tipo de liderazgo carismático, un sentimiento de representación comunitaria o nacional, un intrépido personaje que encara los obstáculos y los supera, y un ejemplar del consumo conspicuo-ostentoso con miras al logro de valores “abstractos” basados en el orgullo,

la estirpe, o la honorabilidad (KORSTANJE, 2008a).

El economista estadounidense de origen noruego, T. VEBLEN (1974), en su desarrollo sobre “la clase ociosa”, menciona a los deportistas y militares como individuos basados en un criterio de segmentación estamental honorífico el cual divide a los hombre por motivos abstractos tales como meritos, triunfos, orgullo, prestigio y estatus entre otros. Por otro lado, en un brillante análisis morfológico y semántico del héroe greco-latino, el profesor BAUZÁ escribe:

“De entre los diferentes rasgos que caracterizan al héroe existe uno muy significativo que se erige como común denominador de esta figura en todos los tiempos: el de ser un transgresor, pero para alcanzar esa categoría heroica esta transgresión debe apuntar hacia lo ético. En efecto, por la transgresión el héroe se eleva por encima del establishment histórico-político que pretende coaccionarlo, y lo que es más importante, mediante su acción intenta también apartarse del determinismo fatalista y convertirse en artífice de su propio destino” (BAUZÁ, 1998: 162)

Otro interesante abordaje del antropólogo argentino Cesar CERIANI CERNADAS en la tribu *qom* ha demostrado (según el modelo de drama social de Victor Turner) en primer lugar, que los rumores tobas sobre los mormones ofrecieron un explicación (justificación mito-poiética) discursiva como reguladora del conflicto; por otro lado, los modelos míticos ofrecen representaciones simbólicas de identidad ante dicho drama o conflicto. Los procesos de crisis o ruptura son sustentados ideológicamente por medio de rumores y chismes. Aquellos unidos al rumor y por tanto a la *mitopoiesis* construyen una identidad alternada (contraria) a aquellos sobre los cuales el chisme hace referencia discursiva. En estos procesos, existen sentimientos ambiguos de fascinación y miedo, que implican un vínculo de poder y sumisión. Particularmente, CERIANI CERNADAS (2003) se propone describir como los conflictos inter-grupales se articulan y legitiman por medio de la manipulación de los elementos mitológicos.

En cambio para P. CLASTRES, la guerra debe ser comprendida como una actividad productora de orden económico y social. En la guerra, los hombres forman diversas jerarquías y pautas de producción que no abandonan cuando celebran la paz. Alrededor, entonces, de estos sujetos se va conformando todo un orden simbólico de prestigio, distinción y poder que fundamenta la razón de ser de la propia sociedad guerrera. El “colectivo guerrero” siempre está compuesto por pocos individuos, aun cuando su llamada se extiende a toda la sociedad. Esto se debe gracias a la noción de que sólo unos pocos pueden llegar a formar parte de este selecto grupo por sacrificio y mérito; es el papel de la “hazaña” como eje mito-creador del “orgullo o la gloria” de “ser guerrero” (reconocimiento social):

“Esta superioridad del grupo de los guerreros reposa, en efecto, exclusivamente en el prestigio que les dan los hechos de armas. La sociedad funciona como un espejo que devuelve al guerrero vencedor una imagen halagadora de sí mismo, no sólo para que juzgue legítimos sus esfuerzos y los

riesgos corridos, sino también para que se sienta alentado a proseguir la realización de su vocación beligerante” (CLASTRES, 1996: 226).

Es posible, como afirma P. PETTIT (2003: 75-117) que la conducta de los individuos sea sensible a los premios y oportunidades disponibles a su favor (materiales o simbólicas), a la vez que éstos pueden ser alterados y modificados acorde al cambio de las pautas de comportamiento. Por lo tanto, se asume que las sanciones y los premios en un sentido amplio incitan a la competencia entre los actores involucrados; en concordancia con lo expuesto G. MEAD había establecido una diferencia conceptual entre juego y deporte.

Aun cuando ambos, ayudarán al individuo a relacionarse con su ambiente, lo hacían evidentemente de diferente manera. El juego vinculaba al niño con sus aspectos imaginarios del “yo” en donde éste proyectaba sus propios sentimientos en interacción con un “otro” incorpóreo. Pero el deporte, exigía un esfuerzo de interacción mucho mayor pues suponía que el participante debía tener internalizado todos los pasos (reglamento) previos para poder participar de la competencia. En cualquier acción, el deportista ya tuvo que haber anticipado la posible reacción de su contrincante.

De esa forma, para MEAD (1999) el deporte comprende un nivel de socialización más complejo y denso que el juego; más específicamente “el otro generalizado” en mí pone en funcionamiento ciertos mecanismos de solidaridad por los cuales se lleva a cabo una re-adaptación del rol en la que el “yo” se transforma “en mí”. Sin embargo, la postura de MEAD muestra ciertas incongruencias por cuanto es difícil pueda ser contrastada empíricamente. Además, si consideramos a la competencia como agente socializador (por internalización normativa) deberíamos omitir las disrupciones anómicas en ese proceso –como por ejemplo el dopaje. En cierta manera la postura del profesor G. MEAD parece contradictoria ya que antepone la práctica al fin, y olvida que en ciertas ocasiones el sujeto invierte ese orden. Es decir, la imposición misma del deporte parece estar vinculada a la posibilidad de querer triunfar, en consecuencia la socialización persigue la misma dinámica. Entonces, las prácticas anómicas no son un producto de la falla en la socialización sino su propia naturaleza.

Ahora bien, si seguimos al mismo CLASTRES, nos daremos cuenta que todo “guerreo” o “deportista” necesita de un símbolo material que lo presente ante su grupo como parte de la cofradía. En el caso de Guaicurú o los Chulupí (en el Chaco argentino) la cabellera del enemigo “muerto” implica un pasaje automático al título de “guerrero”, en el caso de los deportistas modernos, esa función la cumple la “medalla” basada en tres materiales los cuales detentan tres grados diferentes de prestigio social: el oro, como el máximo exponente de la “gloria obtenida”, la plata como su subalterna más inmediata y por último el bronce. Sin embargo, para comprender cabalmente este proceso es menester analizar la forma en que la misma sociedad valora o desprecia los logros de sus propios “guerreros/deportistas”.

El deportista (como el antiguo guerrero) no son nada sin el reconocimiento social, y el prestigio que ésta les confiere. Claro que, lo que una sociedad hoy considera

“heroico” puede mañana considerarlo “repudiable” sobre todo cuando el guerrero no alcanza el éxito; en consecuencia, siempre éste se encuentra en obligación de “huir para adelante”, constantemente hambriento de triunfos e insatisfecho de prestigio (CLASTRES, 1996: 238). De esta manera, la sociedad se asegura (por disuasión o coerción) el refuerzo de su propia autoestima (seguridad) en lo interno, y el respeto de sus vecinos en el plano geo-político externo. Lejos de lo que sostenía E. DURKHEIM o MEAD, la psicología del guerrero es “egoísta” y si obedece a sus superiores lo hace sólo en forma temporaria por motivos de coacción (DURKHEIM, 1999). Asimismo, su afán de “hazañas” hace que anteceda su propio “ego” al bienestar general; entonces, el guerrero al igual que el deportista no va “al combate” por el bienestar de la Nación sino en búsqueda de su “gloria personal”.

De esta manera, todo acto heroico requiere un objeto material que recuerde la hazaña. Los guerreros nórdicos solían mencionar leyendas en las cuales la cabeza del enemigo simbolizaba para los dioses su propia victoria. George DUMÉZIL no se equivoca cuando escribe:

“Un detalle del mito de Hrungnir confirma el valor iniciático o de promoción de este duelo famoso: desde entonces dicen, Porr lleva en la cabeza, como un estorbo certificado de su victoria, el pedazo de piedra de amolar (hein), arma del gigante que allí se le fue a clavar. Se trata de una representación auténtica, popular, que los lapones no han dejado de apropiarse” (DUMÉZIL, 1990: 195-197).

En este sentido, la mitología germánica establecía una recompensa una vez caído el guerrero al ser seleccionado por Odín (y sus Valkirias) en el Valhalla. Por difícil que parezca, la fuerza (macht), el coraje, y la valentía eran criterios distintivos del guerrero vikingo con arreglo a criterios de solidaridad grupal vengativa; a diferencia del guerrero romano cuya figura promovía la superioridad cultural mediterránea sobre el mundo natural, los germanos propugnaban el papel ínfimo del hombre con respecto a la naturaleza y los designios de Odín/Woddan o Voden (para los anglosajones), dando como origen a sentimientos desconocidos por el mundo latino como la “predestinación” y auto-humillación (MEUNIER, 2006; KORSTANJE, 2008d) Como bien mencionara el profesor WEBER (2004), centurias más tarde, la “predestinación y la autohumillación” estarían presentes en los procesos sociales que dieron nacimiento al capitalismo.

La idea subyacente en todo esto es que ese sentirse inferior “frente al mundo” implicaba una constante demostración de fuerza y valor en los campos de combate. Lo importante no era en sí morir (caer), sino hacerlo “con dignidad” demostrando ciertas habilidades las cuales eran recompensadas por los dioses por medio de banquetes en la “tierra de los muertos”. Este es uno de los elementos más arcaicos, encontrados de auto-punitividad en los pueblos de la antigüedad clásica. De alguna u otra manera, es posible este sentir haya traspasado las barreras del tiempo imponiéndose en las sociedades modernas, aunque una afirmación de esta envergadura es solamente una especulación. Tema del cual nos ocuparemos en el próximo apartado.

En resumidas cuentas, es interesante abordar al deporte como un proceso ritual con

finés políticos cuya máxima función es la de mantener el orden sacro por medio de mecanismos mito-poético como el triunfo, la derrota, la competencia, la destreza y la hegemonía¹. Por lo tanto, en toda competencia deportiva se insertan tramas de significación simbólica que retroalimentan la mitología de cada civilización como así también su inherente sentimiento de superioridad y superación (constante búsqueda de hazañas simbólicas). Pero ¿cómo explicar entonces el principio de auto-punitividad justificativa cuando las metas parecen no ser alcanzadas?

4. La auto-punitividad como forma de superioridad

En forma teórica hemos demostrado en otro artículo que existen componentes específicos por los cuales un grupo se identifica con la posibilidad de triunfar en tal o cual actividad y de esa forma refuerza su legitimidad o sentimiento de superioridad sobre los otros grupos. Más específicamente, KORSTANJE (2008a) establece un marco de referencia basado en cuatro variables plausibles de ser analizadas: 1) el carisma como mecanismo social de cohesión; 2) el nacionalismo, 3) la hegemonía y 4) la formación de arquetipo mítico en donde el héroe se presenta como miembro indiscutible del grupo dominante. El triunfo deportivo reclama para sí ya no sólo cierta superioridad (por logro extraordinario) del participante implicado sino también para toda la comunidad donde éste forma parte. En otras palabras, la propia “superioridad” se conforma en cuanto a la “inferioridad” de otros y se justifican por mutua oposición dialéctica.

Los procesos nacionalistas obedecen a factores demasiados complejos, aun cuando denoten en sus símbolos cierta sacralidad; en esa exacerbación ególatra algunos autores han encontrado una forma de auto-proyección de la propia sociedad (DURKHEIM, 1992; COULANGES FUSTEL, 2005). En este sentido, es claro que la pertenencia a un grupo privilegiado requiere de cierto sacrificio generando cierto costo para quienes desean formar parte de este colectivo (ELÍAS, 1998). El triunfo alcanzado, con la mayor cantidad de obstáculos posibles, por parte del héroe no sólo refuerza su originalidad y personalidad extraordinaria, sino que además confirma el estatus de perteneciente a un grupo de “elegidos”. Esta tendencia específicamente paranoica y megalómana puede observarse en la estigmatización del diferente por esta clase de super-estructuras (KORSTANJE (2008a). No obstante, este modelo tiene algunas limitaciones que consideramos oportunas tratar. En primera instancia, el trabajo de referencia (exclusivamente teórico) carece de una demostración empírica que permita dilucidar ciertas cuestiones o elementos como por ejemplo, el papel simbólico de los metales preciosos (medallas) como forma de distinción (coronación). En segundo lugar, si bien las categorías establecidas puedan explicar como las estructuras políticas tienden a vincularse con los espectáculos, poca especificación hace sobre el deporte en sí mismo. Por último, admitimos no existe la debida atención al vínculo antropológico entre éxito y fracaso en las competencias deportivas como así tampoco la consideración simbólica

¹ Incluso en la derrota, el participante tiene la “fantasía” de triunfar en un futuro por lo cual no sólo se compromete con su rol y objetivo, sino que sigue “en carrera”. Este hecho lejos de generar segregación genera un refuerzo de la actividad psíquica puesta en la competencia.

de la prensa (escrita o visual) en las sociedades de origen de los atletas. Dicho en otros términos, que el éxito o fracaso en una competencia sea tal no está sujeto a la interpretación del participante sino al “imaginario colectivo” creado por otros mecanismos y discursos justificativos (teoría de la auto-punitividad).

Un ejemplo claro de auto-punitividad moderna es aquel sentimiento por el cual se critica al Estado Nacional no invertir en materia de deportes negándoles a los participantes las herramientas materiales que necesitan para competir. De esta forma, se teje una telaraña discursiva que resalta la inferioridad de condiciones (operativas) con respecto a participantes de otras naciones. En consecuencia, los logros de estos actores son vividos como verdaderas hazañas en donde priman la auto-superación y el éxito en conjunción con otros signos individuales como “el orgullo nacional, el amor a la patria, la fuerza interior a pesar de los obstáculos y la confianza en las propias características naturales”. Ser “atrasado” en un sentido, refleja ser un “adelantado” por causa de ese mismo “atraso”

Este proceso de auto-castigo o punitividad tiene como objetivo resaltar una y otra vez la idea que las habilidades del deportista (en este caso argentino) no obedece a un criterio adquirido por el entrenamiento y el acceso a ciertos bienes materiales, sino por el contrario a una naturaleza innata y otorgada por la divinidad. En este sentido, el deportista que triunfa es ensalzado no sólo como un héroe (por merito propio) sino como naturalmente superior con respecto a otros héroes (los cuales tienen a su disposición mayor apoyo estatal). Por lo tanto, no es la cantidad en sí de medallas obtenidas un criterio único para crear una discursividad mitológica sino el impacto cualitativo (simbólico) creado por la misma sociedad.

Luego de hechas las aclaraciones pertinentes nos disponemos a analizar los recortes periodísticos de tres fuentes -desde una perspectiva cualitativa-, que cubrieron el desempeño de los deportistas argentinos en Beijing 2008. En el transcurso del mismo, intentaremos demostrar que el principio justificativo de auto-punitividad funciona como un mecanismo generador no sólo de cohesión social, sino de mito-poiesis.

5. Lo heroico como discurso auto-punitivo

Con motivo de los triunfos deportivos argentinos en ciclismo y la ventaja que demostrara el equipo de Fútbol con Brasil vencéndolo por tres goles contra cero, el periódico *La Razón* (ed. n° 4302, matutina, 20 de agosto de 2008) publicaba en su tapa “Héroes”. Este ejemplar (de la prensa escrita), que llega gratuitamente a miles de argentinos diariamente, comenzaba su portada diciendo “En Pekín, los ciclistas Juan Curuchet y Walter Pérez le dieron a la Argentina su 16 medalla dorada en la Historia de los Juegos Olímpicos. Y la Selección de fútbol llegó a la final, al arrasarse a Brasil en otra actuación inolvidable”.

Del párrafo que antecede se desprenden dos ideas, por lo menos, interesantes: a) el factor histórico (epocalista) que hace referencia al récord de haber llegado a la medalla número dieciséis; y b) la victoria de Argentina sobre Brasil vivida como una forma de hegemonía bélica, utilizando términos de gran impacto emocional como “arrasar”. Si

nos remitimos a analizar los dos artículos dedicados por el periódico a los dos eventos señalados notamos una sustancial diferencia: en el caso de los ciclistas, se menciona una y otra vez, que éstos “no eran candidatos” a quedarse con las medallas de oro, pero lo lograron tras una dura “batalla”. Este triunfo que es particular a dos atletas, es colectivo de todo “el pueblo argentino”. De esta manera, este medio publica una frase de Walter PÉREZ (uno de los ciclistas) que refleja el sentimiento de autopunitividad: “podemos ganar en básquet o en fútbol, que tienen apoyo económico. Pero los deportistas aficionados hacemos todo a pulmón”.

Por el contrario, para el caso de la Selección de Fútbol el mismo medio titula “baile Olímpico” haciendo referencia a la gran ventaja en el marcador de la selección argentina con respecto a su histórico rival, Brasil. Se complementan la redacción con fotografías de los jugadores celebrando el triunfo, y de D. A. MARADONA, el “legendario” jugador de la selección con una sonrisa en su rostro, con un pie de foto que dice así: “estoy orgulloso de tener un yerno que le hace dos goles a Brasil ... Además se emocionó con el regalo que le hizo Riquelme. Me dio la cinta de capitán y me dijo que nunca me la tendría que haber sacado” (La Razón, ed. n° 4302, matutina, 20 de Agosto de 2008, “Baile Olímpico”, pp. 6-8).

La figura del héroe mítico original se encuentra evidentemente plasmada en Diego Maradona, como arquetipo del orgullo nacional argentino. No obstante, a diferencia del ciclismo no se ha encontrado ningún discurso relacionado al “sentimiento de autopunitividad”, sino todo lo contrario una especie de reafirmación de una supuesta “superioridad argentina” en ese deporte.

De todos modos, otro medio, *El Argentino*, publicaba ante el mismo evento: “un equipo que fue superando adversidades, le ganó sobre el final a Costa de Marfil al inicio, superó por la mínima a Australia con el gol de Lavéís, después pasó por Serbia y Holanda (sufriendo la lesión de Ustari), hasta llegar a la semifinal y barrer indiscutiblemente a Brasil por 3 a 0 y baile incluido”². En esta instancia, está claramente identificada la idea de auto-degradación que mencionábamos anteriormente. La función de este proceso se encuentra vinculado a una posterior “exacerbación del ego nacional” con arreglos a criterios extra-ordinarios como “el coraje”, “la estirpe”, “la potencia” y “las adversidades u hostilidades”.

Por otro lado, se torna más interesante aún el sentido que se le otorga a los metales preciosos como distintivos de las jerarquías entre los mismos deportistas. El oro no sólo simboliza la máxima posición sino una especie de genealogía la cual se corporiza inserta en una trama histórica y generacional con el fin de mantener “la gloria nacional”. Metafóricamente también se alude, al bronce como una forma de perpetuación histórica. Es el ejemplo, del equipo femenino de Jockey que tras vencer a Alemania por 3 a 1, accedió al tercer lugar. La nota del diario clarín (23-08-08) titula “Las Leonas ya están en el bronce”, frase generalmente utilizada para memorar a los

² El Argentino. “Javier Mascherano: estatua de oro”. Sección Deportes. Año 1, Número 24. 22 de Agosto 2008. Pág. 17.

grandes “próceres”. En otras palabras, estar en el “bronce” significa pasar a la historia como un “Héroe Nacional”³.

Sin embargo, el impacto emocional dependiendo de cada disciplina deportiva parece hartamente diferente según corresponda. Así, mientras en el fútbol “el único éxito que vale” es la medalla de oro, en básquet o Jockey se considera como hazaña haber llegado a una medalla de bronce. Por ejemplo, el día 22 de Agosto de 2008 el diario *La Razón* en su edición de deportes titulaba “*el éxito, según la medalla*” en clara alusión al enfrentamiento que tenían pendientes Argentina y Nigeria, en donde luego los primeros se impondrían por 1 a 0.

En ese artículo se resalta, la euforia argentina tras el triunfo con Brasil pero se advierte la dureza del rival nigeriano evocando ya la “triste” derrota en la final de Atlanta 96. En uno de sus pasajes, la columna periodística refuerza la idea expuesta: “para ejemplo basta con citar el recuerdo de aquella final en Atlanta 96 en la que el equipo de Passarella era candidato al oro y en el minuto final la defensa no coordinó en la salida, Sensini se quedó enganchado y Argentina se quedó con la plata”⁴. En consecuencia, existe una similitud que es evocada por la prensa argentina como potencial peligro a enfrentar. El problema de no triunfar en este deporte, no es tan humillante como lo es el hecho de ser derrotado por un rival que no se menciona, pero implícitamente se re-configura como “inferior”.

En sentido análogo y tras el triunfo deportivo de la selección argentina, que le permitió la medalla de bronce, de Básquet sobre su par de Lituania por 87 a 75, el diario *La Nación* publicaba: “la Argentina se repuso de todo tipo de adversidades en estos Juegos Olímpicos y terminó con su frente bien en lo alto y arriba del podio. No importó que Emanuel Ginóbili no pudiera jugar ante los lituanos por haberse torcido el tobillo izquierdo ante los Estados Unidos en las semifinales, tampoco que otros jugadores no hayan llegado en su máximo esplendor físico”⁵.



Equipo de Básquet Argentino celebrando su triunfo. *La Nación*, 24-08-2008.

Pictóricamente, la edición muestra (con sus brazos en alto en forma de saludo) a los jugadores argentinos festejando el triunfo que les facilitó su presencia en el palco de los tres primeros del certamen. En el artículo expresa una y otra vez, la fuerza y la potencia de los jugadores argentinos frente a los diferentes obstáculos que fueron enfrentando en Pekín cuya máxima hazaña fue vencer a Lituania con su mejor jugador lesionado (E. Ginóbili).

³ *Clarín*: “Las Leonas ya están en el bronce”. Año LXIII, número 22.504. 23 de Agosto de 2008. Portada.

⁴ *La Razón*: “El éxito, según la medalla”. Número 4304. Edición matutina. 22 de Agosto de 2008. Deportes, página 6.

⁵ *La Nación*. “Medalla de Bronce Generación Dorada”. 24-08-2008. Disponible en www.lanacion.com.

Sobre el mismo evento, el diario *Clarín* titulaba “Argentina fue bronce en Básquet a puro corazón”⁶. En efecto, la reacción lituana no se hizo esperar pero la potencia argentina parece quedar plasmada cuando la misma fuente escribe “hubo un atisbo de reacción de los europeos (59-44), pero el equipo argentino apareció en toda su dimensión y, empujado desde el corazón de Nocioni, llevó a su rival a cometer tres pérdidas seguidas que fueron debidamente capitalizadas en el aro de enfrente para tomar una sólida ventaja de 24 puntos”⁷.

Tras haber analizado el abundante material empírico extraído de diferentes medios de prensa escrita, creemos es el momento de establecer los ejes teórico-empíricos que nos ayudarán a comprender el problema en estudio.

6. Conclusiones

En forma analítica podemos observar cuatro dimensiones bien definidas: 1) los éxitos deportivos son vividos y experimentados (discursivamente) como triunfos que representan a toda la nación, representación que, por supuesto, protagonizan los atletas; 2) cada deporte tiene un impacto emocional diferente en el “colectivo argentino”; 3) en las disciplinas en donde existe cierta hegemonía histórica, la nación se piensa como “superior” en cuanto a sus competidores. De esta forma, no sólo se contenta con el podio máximo sino que también despliega discursos implícitos en donde la figura del rival es construida como “inferior”; y 4) en las disciplinas en donde no existe hegemonía histórica, el discurso apunta a la auto-punitividad resaltando todos los obstáculos y problemas que tuvo el atleta.

El discurso, entonces, adquiere una naturaleza justificativa en donde “la auto-humillación” lleva inevitablemente a la “exacerbación nacional”. Incluso, un tercer puesto puede ser vivido como el triunfo más orgulloso, al mencionar una y otra vez, todos los obstáculos que heroicamente el o los atletas han podido vencer. Finalmente, así, se logra una distinción que refuerza la propia cohesión del grupo al ubicarse como en inferioridad de condiciones materiales con respecto a héroes de otras naciones. En resumidas cuentas, la evidencia empírica presentada nos lleva a validar los cuatro estadios del triunfo deportivo: el carisma, el nacionalismo, la hegemonía y el sacrificio como forma distintiva.

El elemento carismático se encuentra presente cuando se alude a capacidades extraordinarias de los propios atletas con términos relacionados con la historicidad, la superación y la destreza; el nacionalismo se observa cuando se hace referencia a la nacionalidad inserta en los triunfos deportivos como por ejemplo cuando la tapa del diario *Clarín* titulaba *Argentina: oro de campeón*⁸ (tras el triunfo con Nigeria). Es decir, un triunfo que es puramente deportivo es extendido al Estado Nación como un símbolo específico de mayor trascendencia. El tercer aspecto, la hegemonía surge

⁶ *Clarín*: “Argentina fue bronce en básquet a puro corazón”. 24-08-2008. Disponible en www.clarin.com.

⁷ *Clarín*: “Argentina fue bronce.....”.

⁸ *Clarín*: “Argentina Oro de Campeón”. Año LXIII, número 22.504. 23 de Agosto de 2008. Portada.

cuando se habla discursivamente en términos de “superioridad e inferioridad” de las partes que entran en la competencia. Por último, el sacrificio se encuentra vinculado al sentimiento de auto-punitividad. Los obstáculos o problemas en el camino del atleta hablan de su coraje y temple como también de su devoción por la nación a la cual representa (romanticismo).

La auto-punitividad puede comprenderse como aquel sentimiento por el cual se critica al Estado Nacional por no invertir en materia de deportes negándoles a los participantes las herramientas materiales que necesitan para competir. Por otro lado, se teje una telaraña discursiva que resalta la inferioridad de condiciones (operativas) con respecto a participantes de otras naciones. En consecuencia, los logros de estos actores son vividos como verdaderas hazañas en donde priman la auto-superación y el éxito en conjunción con otros signos individuales como “el orgullo nacional, el amor a la patria, la fuerza interior a pesar de los obstáculos y la confianza en las propias características naturales”.

Este proceso de auto-castigo o punitividad tiene como objetivo resaltar una y otra vez la idea que las habilidades del deportista (en este caso argentino) no obedece a un criterio adquirido por el entrenamiento y el acceso a ciertos bienes técnicos y materiales, sino por el contrario a cierta naturaleza innata otorgada por la divinidad. En este sentido, el deportista que triunfa es ensalzado no sólo como un héroe (por merito propio) sino como naturalmente superior con respecto a otros héroes (los cuales tienen a su disposición mayor apoyo estatal). Por lo tanto, no es la cantidad en sí de medallas obtenidas un criterio único para crear una discursividad mitológica sino el impacto cualitativo (simbólico) creado por la misma sociedad (o mejor dicho por su discursividad política). Incluso, creemos que nuestro aporte cuya base teórica es etno-antropológica puede servir a otras áreas de la investigación como la teoría de la comunicación de masas y el análisis discursivo.

7. Referencias bibliográficas

BAUZÁ, H. F.

1998: *El Mito del Héroe: morfología y semántica de la figura heroica*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

BRIONES, C.

1998: *La Alteridad del Cuarto Mundo: una reconstrucción antropológica de la diferencia*. Buenos Aires, Ediciones del Sol.

BROWN, D.

1989: “The State of ethnicity and the ethnicity of the State: ethnic politics in Southeast Asia”. *Ethnic and Racial Studies*. Vol. 12, number 1. pags. 47-62.

CERIANI CERNADAS, C.

2003: “Vampiros en el Chaco: rumor, mito y drama entre los toba orientales”. Trabajo inédito presentado en el *Ciclo de Seminarios Abiertos UBACYT F016*, Octubre. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

CLASTRES, P.

1996: *Investigaciones de Antropología Política*. Barcelona, Editorial Gedisa.

COULANGES FUSTEL, N. D.

2005: *La ciudad Antigua*. Madrid, Editorial Edaf.

DUMÉZIL, G.

1990: *El destino del Guerrero*. Bogotá, Ediciones silgo XXI.

DURKHEIM, E.

1992: *Formas Elementales de la Vida Religiosa*. Madrid, Editorial Akal.

2004: *El Suicidio*. Buenos Aires, Editorial Gorla.

ELIADE, M.

2006: *El Mito del Eterno Retorno*. Buenos Aires, Eméce Editores.

ELÍAS, N.

1998: *La Civilización de los Padres y otros ensayos*. Bogotá, Editorial Norma.

GEERTZ, C.

1980: *Negara*. Barcelona, Paidós.

2005: *La Interpretación de las culturas*. Barcelona, Editorial Gedisa.

GUICCI, G.

2007: *La Vida Cultural del Automóvil: rutas de la modernidad cinética*. Buenos Aires, Editora de la Universidad Nacional de Quilmes.

HARDIN, R.

2003: "Moralidad Institucional". En Goodin E. *Teoría del Diseño Institucional*. Barcelona, Editorial Gedisa, pp. 163-196.

KORSTANJE, M.

2008a: "El Ocio como mecanismo de Control Político: tras la búsqueda mítica del triunfo". *Nómadas: Revista crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Universidad Complutense de Madrid. Junio-Diciembre, pp. 113-127.

2008b: "El ocio como elemento de construcción identitaria y uniculturalismo en el Imperio Romano". *Revista Culturales*, Volumen IV, Número 7. Enero-Junio, pp.101-150.

2008c: "Interpretando el Génesis del Descanso: una aproximación a los mitos y rituales en el turismo". En prensa. *Revista Pasos*, Universidad de La Laguna.

2008d: "Las prácticas de ocio en los pueblos nórdicos según Julio César (100-44AC) y Cayo Cornelio Tácito (55-120 DC)". Material en Prensa.

LEACH, E.

1954: *Political System of highland Burma*. London, Bell.

LÉVI-STRAUSS, C.

2002: *Mito y significado*. Madrid, Alianza.

LORGE, I.

1936: "Prestige, suggestion, attitudes". *Journal of Social Psychology*. Vol 8. Número 2, pp. 386-402.

MCCOMBS, M.

1977: "Newspapers vs televisions: mass Communications effects across time". En D. L. SHAW y M. MCCOOMBS (Eds): *The Emergences of American Political Issues. The agenda setting function on press*. Saint Paul, West Publishing.

MCQUAIL, D.

1999: *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona, Paidós.

MEAD, G.

1999: *Espíritu, Persona y Sociedad*. Barcelona, Paidós.

MEUNIER, M.

2006: *Mitología Nórdica*. Buenos Aires, Libros de la Esfinge.

NOELLE-NEUMANN, E.

1995: *La Espiral del Silencio: opinión pública*. Buenos Aires, Paidós.

PETTIT, P.

2003: "El Diseño Institucional y la Elección Racional", en GOODIN E.: *Teoría del Diseño Institucional*. Barcelona, Gedisa, pp. 75-117.

ROFMAN, A. Y ROMERO, L.

1997: *Sistema socioeconómico y estructura regional en la Argentina*. Buenos Aires, Amorrortu Editores, p. 64.

ROSHCO, B.

1975: *Newsmaking*. Chicago, University of Chicago Press.

SPIVEY, N.

2004: *The Ancient Olympics: A history*. London, Oxford University Press.

STONE, G.

1987: *Examining newspapers: what research reveals about american newspapers*. Beverly Hills, Sage.

TURNER, V.

1999: *La Selva de los Símbolos*. Madrid, Siglo XXI.

VAN GENNEP, A.

1986: *Los Ritos de Pasaje*. Madrid, Taurus.

VEBLER, T.

1974: *La Clase Ociosa*. México, Fondo de Cultura Económica.

WALLERSTEIN, I.

2006: *Análisis de los sistemas mundo: una introducción*. Buenos Aires, Siglo XXI.

WEBER, M.

1996: *Economía y Sociedad: esbozo de sociología comprensiva*. México, Fondo de Cultura Económica.

2004: *La Ética Protestante*. Buenos Aires, Ediciones Libertador.