

Academia, comunicación, cultura y deporte

Año
2018

Autor
Quiroga, Sergio Ricardo

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Quiroga, S. R. (2018). *Academia, comunicación, cultura y deporte*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Título: Academia, comunicación, cultura y deporte

Autor: Esp. Sergio Ricardo Quiroga

Email: sergioricardoquiroga@gmail.com

Proyecto PROICO 04-1616. Cambios y Tensiones en la Universidad Argentina en el marco del centenario de la Reforma de 1918". UNSL

ICAES – Argentina.

Resumen

En este trabajo pretendemos examinar el desarrollo de los estudios sociales de deporte en el ámbito argentino y latinoamericano en los últimos veinte años, dado el desarrollo de ese campo ha cobrado relevancia y vigor académico. Es posible que estemos en un momento de creciente reconocimiento académico de las formulaciones interdisciplinarias de estudios sociales del deporte, en donde existe potencialmente un terreno aún virgen y que constituye un gran desafío para los estudiosos en la misión de reconocer límites, fronteras o posibilidades.

Palabras claves: Comunicación, academia, cultura, deporte.

Abstract

In this paper we intend to examine the development of sports social studies in Argentina and Latin America in the last twenty years, given the development of this field has gained relevance and academic vigor. It is possible that we are in a moment of growing academic recognition of the interdisciplinary formulations of sports social studies, where there is potentially a still virgin terrain and that constitutes a great challenge for scholars in the mission of recognizing limits, borders or possibilities.

Keywords: Communication, academia, culture, sport.

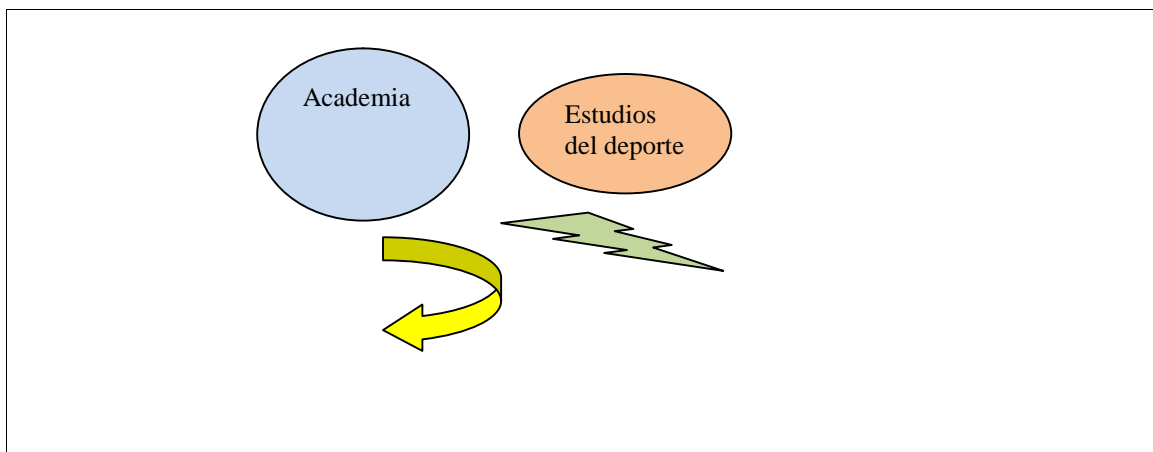
Introducción

En este ensayo buscamos examinar el desarrollo creciente de los estudios sociales del deporte en el ámbito latinoamericano y argentino, indagaciones que con variados prismas, han buscado iluminar nuevas dimensiones de un amplio campo de estudios. En los últimos años, el desarrollo de ese terreno interdisciplinario ha tenido relevancia y vigor académico, a pesar de que su clima conceptual y sus fronteras resultaban aún imprecisas.

Tras el desarrollo de diversos estudios e investigaciones en el espacio social se ha notado una profundización de los estudios sociales del deporte y de las múltiples relaciones difusas y contradictorias, que luego ha incidido firmemente en la agenda académica de los investigadores. Asistíamos a un momento de creciente reconocimiento de la interacción entre estos dos campos culturales-académicos que exponían complejidad e interdisciplinariedad y al gran desafío para los estudiosos de iluminar, reconocer límites, fronteras o posibilidades de este terreno desconocido.

El deporte había vivido un singular desencuentro con la academia (Alabarces, 1998). Dunning advirtió sobre la escasa atención que las ciencias sociales prestaron al deporte que no consideraron objeto de reflexión e investigación (Elias y Dunning 1992:14).

Diagrama 1 Divorcio Academia y Deporte



El deporte como fenómeno de la cultura social había sido diseñado y pensado por otros terrenos de producción intelectual y no es hasta mediados de los noventa que se puede notar una producción autónoma de estudios sociales y culturales del deporte.

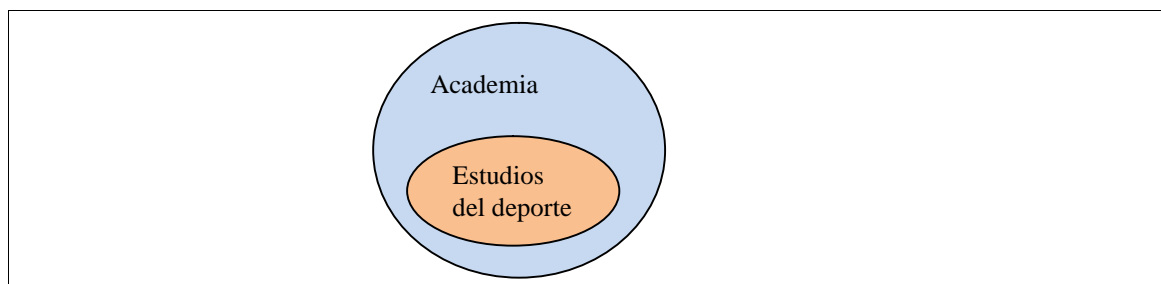
Sin duda, los aportes relevados en ese tiempo no eran considerados relevantes. Muestra de ello es que en Argentina, un pequeño número de tesis de licenciaturas en el período 1995-2005 hacían referencia al tema. El desinterés y la escasa convocatoria que los temas vinculados a la trama comunicación-deporte producían en los académicos de las universidades argentinas eran notables. Producción aislada y desinterés de los cuerpos académicos institucionalizados convivían en un marco desorganizado. La increíble producción del Área Interdisciplinaria de Estudios del Deporte SEUBE - FFyL - UBA (www.efdeportes.com/aied), el conjunto de investigadores latinoamericanos que publicaban en la revista *Educación Física y Deporte* - EFDeportes (www.efdeportes.com) con el consiguiente aumento de seminarios y producciones que estudiaban los fenómenos ligados al fútbol, lo masculino en el deporte, las hinchadas y la violencia, entre otras temáticas.

También en CLACSO se formó el Grupo de Trabajo *Deporte, políticas públicas y sociedad* que buscó estudiar las políticas públicas dirigidas a la promoción, el desarrollo y el impacto de la actividad física y el deporte. A través del deporte, los estudiosos indagaban en cómo el mismo se ha convertido en un espacio para observar cómo se piensan y resuelven las desigualdades y las exclusiones, cómo se elaboran los proyectos para la ampliación del acceso de los sectores más vulnerables y qué sentidos se le asignan distintos actores sociales a las prácticas deportivas, entre otras cuestiones.

Comunicación, Medios y Deporte

Sin duda, las relaciones múltiples entre medios, deporte y comunicación presagiaban la configuración de una zona de exploración teórica nueva. Examinar el deporte como práctica social, como un lugar de producción de significaciones, como espacio social, como discurso de la postmodernidad, nos remitía a determinadas configuraciones culturales en los términos de Elías, al advenimiento de estudios culturales sobre determinados colectivos sociales y el deporte y a cuestiones epistemológicas que atraviesan la cultura.

Diagrama N° 2 Estudios Sociales del deporte



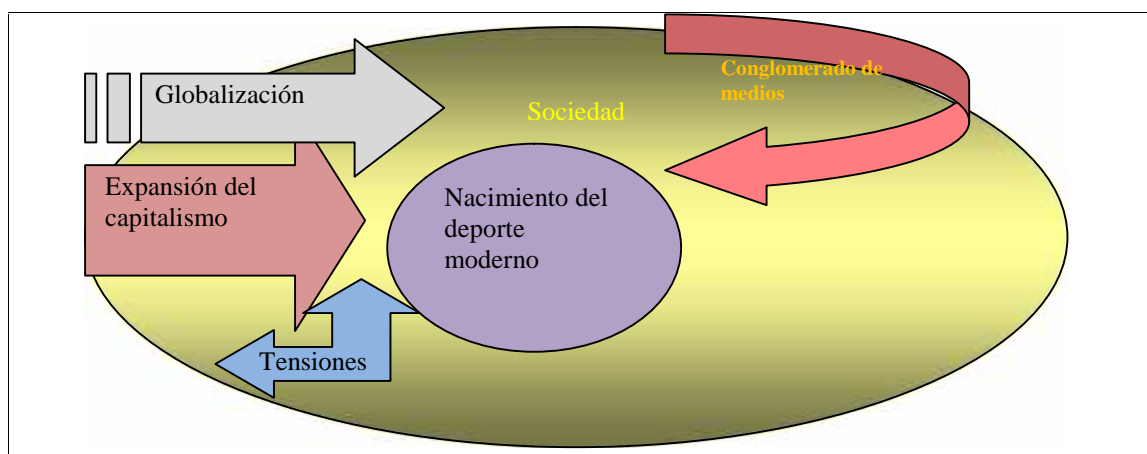
En su *Tesis II* Brohm (1994) destaca que la educación capitalista que promueve el propio sistema, ha buscado la integración social del individuo que se lograría con la educación-sumisión del cuerpo como infraestructura material a institucionalizar y para los cuales la burguesía educa con vistas a ser alienado por la máquina, alienado en el ocio, alienado en la medicina, etc.

El juego y el deporte como parte de la cultura y como construcción social ha influido e interactuado en la estructuración y en el moldeamiento de las sociedades. El desarrollo del capitalismo y los medios de comunicación en su faz expansiva ha impulsado hace relativamente pocos años, a la constitución de un proceso informativo especializado de los medios de comunicación como el periodismo deportivo y las transmisiones deportivas. Las instituciones organizadoras del deporte mundial, las federaciones internacionales han visto aumentar sus ingresos por la venta de derechos de transmisión junto al incremento de la corrupción, los negociados y las coimas para el otorgamiento de sedes. Cachorro ha afirmado que las posibles formas de nombrar los eventos deportivos responderían a matrices culturales, al establecimiento de relatos, a las narraciones deportivas o a la producción producir textos (Cachorro 2007).

El Deporte fenómeno del siglo XX

El deporte constituye el fenómeno cultural más relevante de la sociedad contemporánea. Brohm (1994) ha destacado que la constitución del deporte mundial corrió en paralelo a la constitución del capitalismo y al imperialismo global. El deporte no es inocente ha declarado (Eichberg, 1998), al tiempo que destaca que en el deporte como en la vida existen una infinidad de tensiones y que cuando se las pretende armonizar, pueden ignorarse sus aspectos más importantes (Eichberg, 1998).

Diagrama 3 Capitalismo y Deporte



El nacimiento de lo que hoy se llama deporte puede ser considerado el resultado del desarrollo y evolución del desarrollo de las fuerzas de producción capitalistas, la disminución de la jornada laboral, la urbanización y la modernización de los transportes y la propia educación capitalista (Brohm, 1994). Pero, lo que hoy se conoce como el deporte moderno según sociólogos contemporáneos como Pierre Bourdieu (1988; 1990), Barbero González (1994), Brohm (1994) y Elias y Dunning (1992) es una configuración creada en el siglo XIX en Inglaterra en las denominadas *hight school*. El deporte como institución apareció en Inglaterra en la época industrial moderna con distintas significaciones según Brohm (1994), ya que mientras la burguesía concebía al deporte como espacio de ocio, como una forma de pasatiempo y entretenimiento, las clases obreras lo necesitaban para sus cuidados y la recuperación física. El deporte se convirtió en una expresión de estatus y distinción de las clases altas o sectores privilegiados. Brohm, (1994:47) destaca sobre su nacimiento "...*el deporte no es una institución homogénea sino una práctica de clase*".

El fenómeno de la concepción moderna del deporte tiene apenas menos de ciento veinte años. La perspectiva dominante del deporte en las sociedades capitalistas se colocó sobre la constitución del trabajador-deportista de alto rendimiento y la producción de resultados en su máxima expresión competitiva.

Medios, comunicación y Juegos Olímpicos

Un estudioso de la comunicación y del Movimiento Olímpico como Moragas Spa (2007) señala que tratar de la relación entre deporte y comunicación implica redefinir al deporte en el marco de la nueva sociedad globalizada (Moragas Spa, 2007).

El rescate del barón Pierre de Coubertín de los Antiguos Juegos Olímpicos pretendió unir moral y deporte representando el esfuerzo del ser humano por alcanzar siempre los mejores resultados o *performances* y lograr un deportista que resultara el más fuerte, que fuera más alto y más lejos (*citius, altius, fortius*), lema que expresa uno de los ideales del Movimiento Olímpico. En términos de Barbero González (1994) los cambios surgidos en la esfera deportiva y el movimiento olímpico obedecieron a dos figuras. Por un lado, el Barón Pierre de Coubertin fundador de los JJOO modernos, apasionado de las “*public school*” inglesas, concebía al deporte y a la idea olímpica como una cultura muscular, amateur, de caballeros. Con otro pragmatismo Juan Antonio Samaranch nombrado en 1980 presidente del COI adaptaba esas concepciones elitistas a los nuevos vientos de la aldea global dándole nuevas características a los JJOO.

El Comité Olímpico Internacional (COI) ha generado progresiva aunque marginalmente iniciativas de estudios del deporte y el olimpismo con múltiples actividades. Una red de Centros de Estudios Olímpicos que examinan e indagan en una variedad de temáticas los hechos, eventos y fenómenos que los Juegos Olímpicos atraviesan. Los JJOO constituyen un mega-evento deportivo, un show mediático, un producto apreciado tenazmente por la televisión y los medios, hace también que las ciudades busquen ser sedes y pujen por albergar miles de turistas, deportistas y un ejército de periodistas.

Medios, Deporte e interacciones

En 1900, el invento de los hermanos Lumiere que fue el origen del cine influyó progresivamente en la sociedad como todos los medios creados por el hombre. La máquina de imágenes móviles captó imágenes de los primeros Juegos Olímpicos. En los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, se realizó una demostración experimental de la nueva tecnología de la televisión (Montserrat & Moreno, 1998). La llegada de la webcasting se produciría más tarde durante los juegos Olímpicos de Sidney en el 2000. Unos años más tarde Moragas Spa (2007) destacó que las grandes cadenas de televisión dependían del éxito y la espectacularidad de los deportes (su potencial capacidad de entretener) de los cuales estos medios han adquirido los derechos y los patrocinadores.

Miquel de Moragas Spa (1998) denomina mediático al deporte que estaba en las pantallas. El deporte mediático pareció haber creado una lengua singular en la dinámica de la sociedad moderna para cumplir una tarea comunicativa distinta al ofrecer un lenguaje común a toda la humanidad, no exento de conflictos y contradicciones. El deporte en la pantalla ha influenciado a una sociedad de rasgos sedentarios, personas que se constituyen en públicos, y que se reúnen en un verdadero ritual en términos de Auge, a presenciar el show televisivo que conforma un espectáculo deportivo.

Los JJOO de Londres 2012 mostraron por otro lado, el auge de las redes sociales en un tiempo en que la presencia y rapidez de la información y las posibilidades comunicativas causan gran impacto.

En este contexto, y a los fines del acercamiento al objeto deporte como fuente de estudio, como objeto de construcción investigativa y en la aproximación del campo deporte-medios nos encontramos con:

-) Los componentes históricos, comunicativos, sociológicos y psicológicos del deporte (Rodríguez, 1995).
-) El deporte como fenómeno mass mediático y sus sinergias (Moragas Spa, 1998).
-) El periodismo deportivo, los periodistas, sus audiencias y sus agendas.
-) Las interacciones y relaciones entre deporte y el campo lúdico.
-) Los juegos populares, la cultura y la comunicación. La geografía y el deporte. Deportes populares y no populares, olímpicos y no olímpicos.
-) El fenómeno de la violencia, la cultura del aguante y las hinchadas (Alabarces, Frydenberg y Di Giano (1998) y Alabarces y Rodríguez (1996).
-) El deporte como ritual y dramatización social (Rodríguez, 1995).
-) Los estudios sociales sobre los megaeventos, arquitecturas, ciudades sedes, economía, academia y los Juegos Olímpicos.
-) La identidad y la cultura popular (Eichberg; 1998).

Los juegos populares tienen gran fascinación, entretenimiento y revelan gran riqueza y diferenciación de los sistemas deportivos tradicionales como la prestación de rendimientos o federada. La gente practica distintos deportes que contribuyen esencialmente a la cultura social. Los deportes populares son muy distintos a las prácticas deportivas tradicionales, y éstas prácticas deportivas son una de las formas de

vincularse con el deporte y un exponente del componente democrático de nuestras sociedades (Quiroga, 2005).

Todas estas prácticas lúdicas, culturales y sociales suceden en el espacio público, que puede ser tomado como una configuración cultural en los términos de Grimson (2012), es decir, aquel caracterizado por aquellas configuraciones culturales como “*campos de posibilidad*”. Emiliozzi (2013) ha analizado las posibilidades que toma el cuerpo en el deporte y el capital que el deportista apuesta, analizando el cuerpo como lugar de inscripción de ciertas reglas sociales, en el que la vida biológica es atravesada por prácticas y modos de subjetivación.

Sin duda, el deporte resulta un prisma para mirar nuestras sociedades, al tiempo que la investigación cultural en deporte y medios puede ser establecida como un espacio, un observatorio desde donde poder ver, estudiar e interpretar algunos de los fenómenos sociales (Rodríguez 1995).

La investigación latinoamericana

En Latinoamérica la investigación en comunicación-deporte y en deporte-medios se encuentra en pleno desarrollo. Distintos colectivos investigativos han procurado indagar en las más variadas significaciones del deporte, sus antropologías y epistemologías, la construcción del movimiento y el gesto social, la vida social y el deporte, el periodismo deportivo y sus audiencias, la construcción de sus agendas, los imaginarios sociales y deportivos, los grandes espectáculos deportivos, las banderas, los símbolos, los rituales, las hinchadas, las banderas, el nacionalismo, lo masculino o femenino del deporte, las relaciones entre deporte, comunidad y democracia, las miradas sociales desde el fútbol, etc. Las temáticas expuestas y el trabajo interdisciplinario dan cuenta de un amplio espectro de notable crecimiento en los últimos años, que además lograron espacios institucionales en las universidades.

Desde el marco institucional que ofrecen las organizaciones que agrupan a los comunicadores en distintas regiones (*el deporte puede ser estudiado desde variadas disciplinas y desde diversas epistemologías*), en el trabajo de dilucidar y exponer los componentes sociales del deporte, las identidades sociales, las distintas influencias en la constitución de subjetividades, las concepciones de cuerpo en la cultura contemporánea en las clases populares, medias y altas, el rol del héroe deportivo, la influencia de sus narrativas en los imaginarios populares y los fenómenos de violencia (Alabarces 2008).

Por otro lado, no hubiera habido crecimiento del deporte negocio o espectáculo, sin el desarrollo de los medios y la aparición de las audiencias.

La producción argentina y latinoamericana en esta temática ha sido relevante. Desde tomar al deporte como objeto de estudio desde variados prismas, abordajes y perspectivas y modelos de análisis y sus mediaciones, pasando por el nacimiento del deporte moderno y su exportación imperialista, los procesos de difusión local a principios del siglo XX y la llegada del fútbol en la Argentina.

En la Universidad de Buenos Aires se han desarrollado distintas investigaciones con la temática deporte-sociedad. La actividad del Área Interdisciplinaria de Estudios del Deporte SEUBE - FFyL - UBA (www.efdeportes.com/aied) que resultó muy importante. Diversas problemáticas y cuestiones han sido estudiadas como la construcción de las figuras míticas de los deportistas de alto nivel ha merecido la investigación de la academia, Se trató de estudiar como los medios construyen la imagen de un atleta durante una competencia y revela la idolatría presente en nuestra sociedad (Helal, 1999) y destaca la categoría de ídolos-héroes.

También podemos destacar el registro periodístico de narrar historias y el show de las experiencias mediáticas, la identidad y el fútbol (Villena Fiengo 2003), la relevancia del concepto de ritual y su amplitud teórica para las expresiones deportivas, el nacionalismo en el deporte, los héroes y las banderas y las contribuciones de Alabarces cuando estudia el fútbol tribal, los rituales de la violencia y la interpretación de esos fenómenos sociales. Otros temas concomitantes son la cultura del aguante caracterizada por Archetti (1992:210) como un ritual y como "*una resistencia al dolor y a la desilusión*" y las hinchadas con las contribuciones de Alabarces, Frydenberg y Di Giano (1998) y Alabarces y Rodríguez (1996). La temática de la violencia ha recibido los aportes en el terreno europeo y anglosajón de Giulianotti Bonney y Hepworth (1994), Dunning (1994) y Elias (1992) y de Armstrong (1998).

La violencia suele tener en los medios distintos acercamientos. Alabarces (1999) afirma que cuando el periodismo suele tratar temas de violencia lo hace atendiendo a la "*lógica de casos*" (Ford y Longo 1999), es decir el problema asoma en la agenda periodística cada vez que se produce y se reactualiza.

También son inspiradoras las contribuciones de Conde y Rodríguez (2002) que estudiaron la aparición de representaciones femeninas en los medios, sugiriendo que este relato contribuye a la feminización del fútbol y al aumento de la práctica de asistencia de las mujeres a los estadios (Conde y Rodríguez, 2002). Por otro lado,

Hargreaves, (1994) ha destacado la diferencia entre poder cultural de hombre y mujeres al tiempo que “*el deporte constituye una parcela incomparable de la vida cultural en la que se fomenta el sexismo y en donde las mujeres están seriamente discriminadas*” (Hargreaves, 1994:109).

Agendas deportivas y audiencias

Desde 1976 se observa un crecimiento constante del deporte en los medios con programas, especialmente el fútbol, que comenzaron a existir en la televisión en todo el mundo. El deporte se constituyó en un menú privilegiado de las audiencias. La complejidad de las modalidades deportivas ha provocado procesos periodísticos especializados. Esta situación generó una transformación de las estructuras de empresas periodísticas que tuvieron que incorporar un variado número de especialistas (Quiroga, 2016). Montserrat y Moreno (1998) han examinado profusamente la cobertura de la radio y la televisión en los JJOO.

El periodismo deportivo suele brindar más atención en sus agendas y contenidos a los deportes que promueven las instituciones deportivas más organizadas, aunque las percepciones de audiencia de los periodistas se orientan hacia los deportes más populares en Argentina como el fútbol, el basquetbol o el voleibol (Quiroga, 2008). La distinta organización de cada deporte y su presencia e influencia de los medios hacen que el mismo tenga mayor exposición en las pantallas y resulte en el presente y en el futuro más practicado. En el caso del fútbol, la presencia en la televisión de los equipos más populares hace que los mismos consigan más simpatizantes y socios que los que no aparecen.

Señala Moragas Spa (2007) que los periodistas tienen una responsabilidad educativa porque se ven comprometidos por este proceso de pérdida de autonomía y por tanto, de posible pérdida de independencia profesional (Moragas Spa, 2007).

Cada deporte y tuvo que hacer uso de un mayor número minutos de pantalla, de espacios radiales, de páginas para tratar con información. El periodismo deportivo ha adquirido un crecimiento notable como especialidad periodística aunque sus agendas son compuestas, fundamentalmente por el deporte de elite y el deporte espectáculo. Fernández Vázquez y Feijóo Fernández, (2012) dan cuenta de cómo el nacimiento de nuevos canales y el desarrollo y la expansión de los medios de comunicación como Internet, han llevado a los dueños y gerentes de la televisión a repensar la forma de hacer publicidad.

Nuestro tiempo es una época crítica en donde han florecido y aparecen en la luz pública numerosos escándalos de doping, denuncias de arreglos de partidos en el deporte de competición y la corrupción creciente de la dirigencia deportiva. Los negocios del fútbol mundial (quizá el deporte con mayor cobertura mediática del planeta) con el tráfico de influencias y el cobro de coimas para obtener jugosos contratos de televisación u otorgar sedes, salpico a la máxima organización que lo regula: la FIFA. En el ámbito argentino, no existió demasiada claridad sobre los destinos en los clubes del dinero brindado por el gobierno argentino al programa “Fútbol para todos” cuyo final se produjo con la presidencia de Macri.

Las audiencias deportivas, el periodismo, la organización de los mega-eventos, deportivos, la interacción entre audiencias y medios, la percepción y meta-percepción de los periodistas sobre la construcción de sus agendas, han sido temas de vital interés en el estudio de las temáticas comunicación-medios-deporte.

Conclusiones Preliminares

La variada y diversificada herencia de los estudios sociales sobre el deporte de los últimos años convoca a los estudiosos a ampliar los horizontes y fronteras de los mismos usando los aportes conseguidos y la relación con otras disciplinas sociales.

Podemos colocar el foco en la forma y los procesos en que los hombres y mujeres construyen las realidades y también de manera alternativa podemos estudiar los procesos, las instituciones, los discursos, las prácticas culturales existentes y materializadas a lo largo de la historia en consonancia con los aportes de Vizer (2003).

El deporte como fenómeno social puede ser indagado desde múltiples prismas y metodologías de la investigación social que no son neutras. Sin duda los rasgos característicos de la riqueza del deporte es que podemos considerarlo como un prisma social, como un lugar de conflicto y contradicciones, como un escenario de la constitución de identidades, subjetividades e imaginarios sociales.

Los estudios e investigaciones formuladas en los últimos años profundizaron y desarrollaron los análisis echando luz y alguna claridad a los fenómenos emergentes de la tríada cultura-comunicación-deporte, esfuerzos que expusieron una fuerte incidencia en la agenda académica de los investigadores de las disciplinas sociales y una mayor presencia en las agendas de investigación universitarias.

Bibliografía

- Alabarces, P. (1998). “Desborde, exceso y ausencia: los estudios sobre deporte en la Comunicación, la Antropología y la Sociología Latinoamericana”, ponencia ante el IV Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, ALAIC, Recife, setiembre.
- Alabarces, P. (1999). ““Aguante” y represión: fútbol, violencia y política en la Argentina”, Revista *Comunicação Movimento e Mídia na Educação Física*. Volume 2, Año 2. CEFD/UFSM.
- Alabarces, P. (2008). “El deporte en América Latina”, en *Ciencia, Deporte y Cultura Física*, vol.1 N° 4, Colima: Universidad de Colima, verano. pp. 23-36.
- Alabarces, P. y Rodríguez, M. G. (1996). *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires, Atuel.
- Alabarces, P., Frydenberg, J. y Di Giano, R. (1998). (Compiladores). *Deporte y sociedad*, Buenos Aires, Eudeba.
- Archetti, E. (1992). Argentinian football: a ritual of violence? *International Journal of the History of Sport* 9/2: 209-235.
- Armstrong, G. (1998). *Football Hooliganism. Knowing the Score*, London, Berg.
- Barbero González, J. (1994). “Introducción” *Materiales de sociología del deporte*, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta, Madrid.
- Bourdieu, P. (1988) Programa para una sociología del deporte. En *Cosas Dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- Bourdieu, P. (1990) “¿Cómo se puede ser deportista?” En *Sociología y Cultura*. Mexico: Grijalbo
- Brohm, Jean Marie. (1994). 13 Tesis sobre el cuerpo”, en A: *Materiales de sociología del deporte*, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta. Madrid.
- Cachorro G. (2007). *Sujetos juveniles y enfoque biográfico*. En “*Sobre sentidos. Estudios sobre comunicación, cultura y sociedad*” Agüero R., Arrueta C. y Burgos R. San Salvador de Jujuy, EDIUNJU.
- Cachorro G. (2009). Deporte, prácticas corporales y subjetividad. En *Revista Artefacto*. Pensamiento sobre la Técnica. N° 27, Disponible en www.revista-artefacto.com.ar Revisado 19/04/2016.
- Conde, M y Rodríguez, M. (2002). Intersectando prácticas y representaciones: mujeres en el fútbol argentino. Documentos de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani Facultad de Ciencias Sociales. UBA.

Dunning, E. (1994). Reflexiones sociológicas sobre el deporte, la violencia y la civilización, en *Materiales de sociología del deporte*, Las Ediciones de la Piqueta, Madrid.

Eichberg H. (1998). "*Identidad Popular en el deporte y la Cultura. Sobre la democracia viva*" Conferencia regional de la Asociación Internacional de Deporte y Cultura (ISCA) Universidad de Buenos Aires, abril de 1998.

Elias, N. y Dunning, E. (1992). La génesis del deporte como problema sociológico. En *Deporte y ocio en el proceso civilizatorio*, México, FCE.

Elias, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Emiliozzi, M. (2013). El cuerpo del deportista y la apuesta de un capital simbólico. Question N° 40. Disponible en [\[http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1987/1703\]](http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1987/1703). Revisado 03/05/2016.

Fernández Vázquez, J. y Beatriz Feijóo Fernández, B. (2012). La inclusión de publicidad en informativos: el caso de deportes cuatro. Question N°36. Disponible en [\[http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1659\]](http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1659). Revisado 03/05/2016.

Ford, A. y Longo, F. (1999). La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público. En: *La marca de la bestia*, Buenos Aires, Norma.

Frydenberg, J. (1998). Redefinición del fútbol aficionado y del fútbol oficial: Buenos Aires, 1912. En *Deporte y Sociedad*. Alabarces, P., Di Giano, R. y Frydenberg, J. (comps.) Buenos Aires, Eudeba.

Giulianotti, R., Bonney, N., Hepworth, M. (1994). (eds): *Football, Violence and Social Identity*, London-New York, Routledge.

Grimson, A. (2012). *Los Límites de la Cultura. Crítica a las teorías de la identidad*. 2da reimpression. Buenos Aires. Siglo Veintiuno.

Hargreaves, J. (1994). Promesa y Problemas en el Ocio y los deportes Femeninos. En *Materiales de sociología del deporte*, Madrid, Genealogía del Poder/23, Ediciones de la Piqueta. Madrid.

Helal, R (1999). Mídia, Ídolos e Heróis do futebol. Revista *Comunicação Movimento e Mídia na Educação Física*. Volume 2, Año 2. CEFD/UFSM.

- Montserrat Llinés, Moreno , A. (1998). *The History of Radio and Television coverage of the Olympic Games - Television in the Olympic Games*. The New Era. International Symposium, Lausanne, 1998. Documents du Musee.
- Moragas Spa, Miquel de (1998). *"Olimpismo y Deporte en la Sociedad de la Información"* Ponencia VII Congreso Mundial de Deporte para Todos - Barcelona. España, pág. 4.
- Moragas Spà, Miquel de (2007). *Comunicación y deporte en la era digital*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. Disponible en 20/04/2016] http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf. Revisado 20/04/2016.
- Quiroga, S. (2005). *Deporte Informal, Cultura Social y Democracia*". Revista *Ciencia, Deporte y Cultura Física*, Volumen1, Numero 1, Invierno 2005, Universidad de Colima, México, págs. 69-81.
- Quiroga, S. (2008). *Imágenes de Público del Periodismo Deportivo*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Quiroga, S. (2016). *Public perceptions, sports ideologies and journalism*. Anuario Janus JANUS 2017 Anuário de Relações Exteriores, OBSERVARE, Universidade Autónoma de Lisboa. Lisboa, Dezembro de 2016. Págs. 114-119.
- Rodríguez, M. (1995). *"La dimensión cultural del deporte"*, CD BOOKS en la Educación Física y el Deporte, Buenos Aires, diciembre 1995, pág. 8 y 10.
- Villena Fiengo, Sergio (2003). "El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos" en *Futbologías. Identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires, CLACSO.
- Vizer, E. (2003). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. 1ra edición. Buenos Aires: La Crujía.
- Web *Play the Game*. Disponible en www.playthegame.org. Revisado 18/01/2017.