

Olympic games. Images, rituals and representations in the digital age.

Quiroga Sergio Ricardo.

Cita:

Quiroga Sergio Ricardo (2022). *Olympic games. Images, rituals and representations in the digital age*. *Pensar a Pratica*, 25, 1-22.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/210>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/Rzo>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Jogos olímpicos. Imagens, rituais e representações na era digital

Juegos olímpicos. Imágenes, rituales y representaciones en la edad digital

Olympic games. Images, rituals and representations in the digital age



Sergio Ricardo Quiroga

e-mail: CIENCIAXXII@yahoo.com.ar

Resumo: Este trabalho é um estudo sobre as imagens da televisão argentina na cobertura dos Jogos Olímpicos de Sydney 2000. O corpus é a transmissão pelo canal argentino T&C Sports da cerimônia final dos Jogos Olímpicos. Este trabalho buscou, através da análise qualitativa da informação televisiva na cerimônia de encerramento dos Jogos Olímpicos de Sydney 2000, buscar analisar a construção do evento global e as referências globais e locais. Descrevemos as etapas da cerimônia de encerramento das Olimpíadas de Sydney 2000, destacando a cobertura televisiva dos rituais olímpicos, discursos institucionais, comemorações, representações, os ícones da Austrália e o show e festa.

Palavras-chave: Cerimônia; Rituais; Shows, Televisão

Resumen: Este trabajo es un estudio sobre las imágenes de la televisión argentina en la cobertura de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000. El corpus es la transmisión de T&C Sports de la ceremonia final de los Juegos Olímpicos. Este trabajo buscó, a través del análisis cualitativo de la información televisiva en la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000, analizar la construcción del evento global y las referencias globales y locales. Describimos las etapas de la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000, destacando la cobertura

televisiva de rituales olímpicos, discursos institucionales, celebraciones, actuaciones, íconos australianos y el espectáculo y la fiesta. La ceremonia fue una mezcla de rituales olímpicos, discursos, fiestas y espectáculos.

Palabras clave: Ceremonia; Rituales; Espectáculos, televisión.

Abstract: This work is a study on the images of Argentine television in the coverage of the Olympic Games in Sydney 2000. The corpus is the transmission of T&C Sports of the final ceremony of the Olympic Games. This work sought, through the qualitative analysis of television information at the closing ceremony of the Sydney 2000 Olympic Games, to analyze the construction of the global event and the global and local references. We describe the stages of the closing ceremony of the Sydney 2000 Olympics, highlighting television coverage of Olympic rituals, institutional speeches, celebrations, performances, Australian icons, and the show and party. The ceremony was a mix of Olympic rituals, speeches, parties, and shows.

Key words: Ceremony; Rituals; Shows, television; Audience

Submetido em: 04-11-2020

Aceito em: 19-11-2021

Introducción

Un deporte moderno es un fenómeno mundial y está influenciada por las tendencias de la globalización. El desarrollo de los deportes en las pantallas de televisión muestra la sinergia entre medios y organizaciones deportivas. El deporte se ha convertido en todo un espectáculo en especial para la televisión y tienen mutuas influencias recíprocas. Los Juegos Olímpicos modernos y el desarrollo de los medios audiovisuales han tenido una relación muy estrecha a lo largo de su historia y cultura (QUIROGA, 1999,2000). La restauración de los Juegos Olímpicos al final del siglo pasado coincidió con el advenimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación.

El corpus de este trabajo es la transmisión del Canal T&C Sports de la Ceremonia de Clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney en septiembre de 2000. En este trabajo se procuró, a través del análisis cualitativo de la información televisiva de la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000, relevando cuáles eran los contenidos privilegiados. Se examinó el evento del cierre de la manifestación olímpica como un evento global con referencias tanto globales como locales que se encontraron en la transmisión televisiva. La elección de la mediatización televisiva se debe al reconocimiento de la importancia que ha adquirido este medio en los últimos tiempos en la vida cotidiana y en la construcción de imaginarios, y en donde el salto exponencial en términos de audiencia reflejo que se ha convertido en el principal referente para los ciudadanos de la gran mayoría del mundo.

La prensa deportiva ha crecido desde 1976 aproximadamente, se ha convertido en una especialización periodística vigorosa y se ha adaptado al creciente poder del deporte y sus organizaciones. De ser una especialización periodística en medios de comunicación generalistas, paso a tener sus propios medios y canales, que solo relataban y transmitían competiciones deportivas. Medios y periodistas han participado en la cobertura los principales eventos

mundiales en los medios de comunicación. Estudios precedentes exponen la el crecimiento de la preocupación académica por el periodismo deportivo y la relación deporte y medios de comunicación. Mencionamos algunas obras pioneras editadas por Lawrence A. Wenner: *Media, Sports and Society* (1989) y *MediaSport* (1998), así también como las editadas por Alina Bernstein y Neil Blain: *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimension* (2003); David Rowe: *Critical Readings: Sport, Culture and the Media* (2004).

Garry Whannel(1983) conceptualizó la intersección entre medios de comunicación y deporte como un espacio de conflicto social, mercantilización, globalización, nacionalismo con los aspectos de género, etnicidad y clase social. Alina Bernstein y Neil Blain (2003) –*Sport, Media, Culture*–examinaron los conflictos y tensiones entre lo global y lo local en la comunicación deportiva. Koppett (1994) analizó el modo en que el periodismo deportivo refleja las tendencias sociales y contribuye a incrementar el interés por el deporte, luego Lowes (1999), mostró como la estructura organizativa de las redacciones y las relaciones con las fuentes propicia que la información deportiva tenga incidencia en la transformación del deporte en un espectáculo comercial incrementando el interés por la comunicación deportiva, Boyle (2006) indagó en el modo en que la globalización, la mercantilización y el nuevo paradigma digital transformaron las pautas organizacionales de los periodistas deportivos y desplazándolos profesionalmente al ámbito de las relaciones públicas (BOYLE, 2013) y Quiroga (2008, 2017) encontró que los periodistas arman sus agendas con los deportes más populares al estudiar las percepciones de audiencias de los periodistas deportivos de Argentina.

El periodismo deportivo ha cambiado fruto de las innovaciones tecnológicas la aparición de sponsors y el desarrollo del deporte con estructuras mundiales. El deporte en sí se ha transformado (LUNZENFICHTER 1997). Por otro lado, la presencia de la TV en el campo olímpico ha cambiado el papel tradicional de la prensa escrita, las radios y las interrelaciones entre el deporte y medios de comunicación. Los medios han visto en el deporte una fuente

de ingresos y han hecho el trabajo del periodismo crítico deportiva más difícil en nuestros días (QUIROGA, 2000, 2008).

El ideario Olímpico

Las ideas olímpicas han sabido progresar en el tiempo y en ese camino, ha sido capaz de beneficiarse de la revolución en el área de la tecnología, aprovechando el nacimiento de distintos medios a lo largo de la historia. Con las primeras imágenes de cine, la radio en los años 20 y la televisión después de la Segunda Guerra Mundial, rompieron la hegemonía de la prensa escrita que durante sesenta años había reinado solo (LUNZENFICHTER 1997).

En nuestro tiempo, los estudios contemporáneos consideraran cómo la cultura del deporte afecta a las decisiones políticas, los paradigmas económicos e intelectuales, públicos deportivos y el fenómeno de la ampliación del significado del deporte como cultura. No hay que olvidar que el deporte es maravilloso, es parte de nuestra cultura y civilización, pero el origen occidental de los deportes olímpicos está caracterizado por las normas, valores y patrones de conducta que prevalecen en Occidente. A través del tiempo, el hombre ha debido superarse y lograr controlar la fuerza y velocidad, medir su rendimiento con registros (EICHBERG, 1981) El programa de deportes olímpicos fue un programa de deportes europeos en sus comienzos, hecho que comenzó a transformarse con el correr de los años.

La televisión y el Espectáculo

Whannel (1992) señala que el periodismo de televisión de alta calidad en nuestros días ha desempeñado un papel importante en la movilización de la opinión pública en apoyo del cambio político y estas décadas de televisión han contribuido en gran medida al

fortalecimiento de la diversidad cultural de nuestras sociedades y ha transformado la presentación de los Juegos Olímpicos (WHANNEL, 1988, 1989 y 1993, GRUNEAU, 1989). Desde Sídney 2000 televisión por Internet (webcasting) ha llevado las imágenes del deporte mundial, el espectáculo y los rituales olímpicos, los estereotipos de deporte, los estilos de vida asociados, la cultura del deporte de élite a una audiencia global. En los años 2000 los Juegos Olímpicos son narrados de manera atractiva por las imágenes de las transmisiones televisivas y el webcasting. Antes de la televisión, la prensa escrita era el ojo de su tiempo, la historia de las sociedades modernas. Los periodistas deportivos dieron cuenta con sus crónicas de las múltiples dimensiones del deporte y el olimpismo. También de los negocios del deporte, las organizaciones, los deportistas, la corrupción y el dopaje.

La televisión es un medio especial de comunicación de masas que utiliza el lenguaje audiovisual como vehículo de representación referencial de la realidad. Los Juegos Olímpicos y en especial a la Ceremonia de Apertura y Clausura, se ha transformado en todo un espectáculo televisivo.

En las relaciones entre los medios de comunicación y los Juegos Olímpicos Slater (1998) describe cuatro períodos. El primero de ellos recorre desde el principio de los JJOO hasta 1932, antes de los satélites de televisión 1936-1964, el tercer período 1968-1988, y la era de Internet desde alrededor de 1992 hasta nuestros días. Los primeros tres períodos según Slater se definen por las innovaciones tecnológicas que resultan de los medios de comunicación, en la introducción de una nueva tecnología de la televisión y las decisiones administrativas adoptadas por los funcionarios (SLATER, 1998). En el caso de la televisión, los Juegos Olímpicos siempre han sido un escenario privilegiado para la experimentación y la presentación pública de las innovaciones técnicas (MORAGAS SPA, 1998). El desarrollo de la relación entre la televisión y los Juegos Olímpicos ha sido sinérgica desde los 80. En los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, se utilizó la televisión como demostración experimental hasta Nagano (1998) con la primera

televisión por Internet (Webcasting) el proceso que fue descrito por Montserrat Llinés y Ana Belén Moreno (1998) ha expuesto las características de la llegada televisiva a los JJOO y al deporte mundial. Real y Beeson (2002) señalan que la meta-narrativa posmoderna olímpica se construye a partir de mediados de siglo. Los autores identifican este cambio con la transformación sutil de los Juegos Olímpicos como un proyecto modernista, como un espectáculo posmoderno y como un fenómeno que va desde los meta-relatos de los Juegos Olímpicos y la distribución global del poder que determina las manifestaciones superestructurales en las narrativas Olímpicas. La televisión moderna primero (WHANNEL 1993) y luego Internet ha conectado los Juegos Olímpicos con una audiencia global y transforma la dimensión cultural de los Juegos. Sin embargo, la influencia de este fenómeno en nuestros días, en nuestras sociedades constituye una cuestión compleja.

Corpus

El corpus de la investigación es el programa de la transmisión por T&C Sport de la ceremonia de clausura Olímpicos de Sídney en septiembre de 2000. En este estudio, se procuró, a través del análisis cualitativo de la información televisiva de la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000 recorrer la construcción televisiva de la Ceremonia de Cierre.

El discurso televisivo

En el discurso televisivo de las últimas décadas, como en todo el discurso social, hay mutaciones profundas que afectan las representaciones sociales y que han generado una nueva relación con el entorno. Este ha sido traducido por nuevos ritos y mitos (IMBERT, 1999). El rito es un dispositivo formal de

prácticas recurrentes que transmiten una cierta representación de la realidad y cumplen una función social: crear, fortalecer el vínculo con el medio compartiendo el mismo espectáculo, creando un consenso formal en torno a ver, como un dispositivo formal, el rito podría definirse de la siguiente manera: Tiene un carácter repetitivo: de ahí su función reproductora, Tiene sus soportes físicos (verbales, visuales, gestuales) que le dan cierta seguridad, Tiene una visibilidad social: esta es su función demostrativa, Es una forma fuertemente codificada: es su función comunicativa, Contiene una fuerte carga simbólica: de la cual se deriva su función persuasiva” (IMBERT, 1999, p. 1).

A pesar de que su fragmentación es la principal característica del lenguaje televisivo, esto es polimórfico, ya que abarca numerosas formas, códigos y contenidos. Todo es perceptible para los ojos y los oídos, se puede codificar o volver a codificarse en el sistema de televisión audiovisual: la palabra hablada, la escrita de la imagen fija, lo animado el origen de fotomecánica, el astuto fabricado, la generada digitalmente, los ruidos, la música, los códigos cotidianos de lo verbal, el lenguaje teatral, de la vida. Nada escapa a las pantallas de televisión de su visualización. El discurso de la televisión es una práctica social en que las personas o grupos de uso de la lengua producen un mensaje con intenciones de uno o varios receptores (ORZA 2002, p. 33). El discurso televisivo ha sido fue objeto de varios análisis desde diversas perspectivas y puntos de vista.

La producción televisiva puede ser caracterizado como una práctica nacida desde la TV con la participación de los emisores y receptores en distintos grados (toda la comunicación es intencional) y el texto televisivo se constituye en un recurso expresivo del lenguaje audiovisual como un canal de ideas y conceptos. La narrativa de la televisión pasa a constituirse en una organización temporal y espacial de temáticas que contienen secuencias coherentes en donde se estructura su discurso.

Audiencias Nómadas y Públicos Deportivos

La cuestión de si las audiencias son nómadas o si los programas de la audiencia crean sus audiencias resulta un tema controvertido. Las dos cosas pasan. Los programas de fútbol (fútbol latinoamericano) y otros deportes populares como el baloncesto y el vóley ball se ajustan atractivamente a las audiencias y constituye un entretenimiento popular en los contextos familiares. Los principales deportes televisados en cada país obtienen sus propios públicos. La estimación del público potencial de la televisión argentina hacia el 2000 no era fácil. Tres canales deportivos más importantes son en la Argentina: T&C, Fox Sport y ESPN. El más importante contenido de la programación televisiva en la pantalla de estos tres canales en el año 2000 era de fútbol y T&C fue el único canal que mostró la Ceremonias Olímpicas y los Juegos Olímpicos.

Acerca de la recepción

Las teorías de la recepción rechazan el concepto de efecto y poner la atención en el proceso de “negociación del sentido” en la interacción entre emisores y receptores. El contexto de recepción es un lugar de negociaciones entre emisores y receptores y estas “negociaciones” se pueden producir otros medios diferentes si los mensajes resultan contradictorios. El contexto de recepción se muestra como un espacio de lucha y confrontación entre las interacciones de texto con las posiciones sociales y discursivas de las audiencias. Los miembros de los diferentes públicos pueden elegir que contenidos consumir, cuales no y pueden apropiarse de los mensajes para su propia cultura y experiencia.

La transmisión de los Juegos Olímpicos en la televisión es un espectáculo y una construcción de la representación olímpica, los idiomas y los imaginarios. Constituye un escenario de análisis complejo en donde asisten las interacciones entre las imágenes,

las representaciones globales, los medios locales y las audiencias locales.

En algunas teorías de la recepción se entienden a los públicos como activos y el proceso de recepción como un espacio de interacción y de negociación, en donde la experiencia de los espectadores es relevante. Para Martín-Barbero (1987) la cultura es la gran mediadora. Mata afirma que para conocer la cultura masiva que tenemos que entender

el proceso complejo de lo que pasa en y entre los medios de comunicación como instancia pública de interpolación y el conocimiento, como mecanismos claves en la reproducción del sentido del orden social en el lugar donde emisores y receptores de negociar estos significados” (MATA, 1991, P. 41).

Estas negociaciones dependen en última instancia de la experiencia (SCHMUCLER, 1999 en GRIMSON-VARELA 1999), donde se pueden producir diferentes significados si los mensajes resultan contradictorios. Otro elemento a considerar es el estudio de los fenómenos de las audiencias es la experiencia de los públicos. Ahora, el proceso de revisión de la recepción pasa entre dos extremos tradicionales: desde una entidad pasiva, a la visión de los estudios culturales, en que los textos aparecen como polisémicos y el receptor como un actor activo para interpretar lo que quiera.

La Audiencia Argentina

Los espectadores argentinos vieron por las pantallas los deportes más populares en el país como el voleibol, tenis, hockey, algunas competiciones de natación, judo y algunas carreras de pista y campo. El público prefería ver en televisión los deportes que tenían cierta popularidad en Argentina y aquellos deportes en donde los atletas argentinos tenían la posibilidad de ganar los juegos o alguna medalla.

Los tiempos de transmisión de los Juegos Olímpicos fueron complicados para el público argentino, no se encontraban en un “prime time” TV y frecuentemente la transmisión fue en la madrugada argentina cuando la gente generalmente duerme. La transmisión de los Juegos Olímpicos tenía algunas restricciones en Argentina, ya que había sido codificada y no todas las personas tenían la oportunidad de llegar a ella. La audiencia argentina debió abonar la transmisión (*pay per view*) para ver la manifestación olímpica en Sídney 2000.

Narrativas

Los narradores de la Ceremonia de Clausura Olímpica en Sídney estuvieron a cargo dos periodistas deportivos del Canal T&C Sport. Los conductores de los programas tradicionales de la señal televisiva resultaron ser los locutores presentadores de la manifestación olímpica. T&C Sport tenía en el año 2000 los derechos de transmisión del fútbol argentino (el deporte más popular en el país) para 2012. En su pantalla, el canal mostraba su ingrediente fundamental: las transmisiones de fútbol de los días viernes, sábado y domingo en directo. T&C Sport se dedicó preferentemente al fútbol de fin de semana, el tenis, el baloncesto y el voleibol.

En la transmisión televisiva de la Ceremonia de Clausura no hubo presentadores de televisión o intelectuales famosos y la cobertura televisiva resultó en directo. En los Juegos Olímpicos de Sídney, T&C Sport a través de su pantalla mostró la gran actuación de las del hockey femenino “El Leonas” (como suelen llamarse), el equipo de voleibol y sus medallas. Otros deportes difundidos eran el, tenis, algunas competiciones de natación, judo y algunas carreras de atletismo. La característica principal de la Ceremonia de Clausura, en comparación con la Ceremonia de Apertura como Moragas Spa (1998) ha manifestado es la informalidad. La Ceremonia de Clausura Olímpica luce como una continuación de la Ceremonia de Apertura, pero con sus propias características y estuvo

en la pantalla de la televisión argentina durante aproximadamente una hora y treinta y ocho minutos.

Ceremonia de Clausura. Estructura de la Ceremonia de Clausura de los Juegos Olímpicos de Sídney

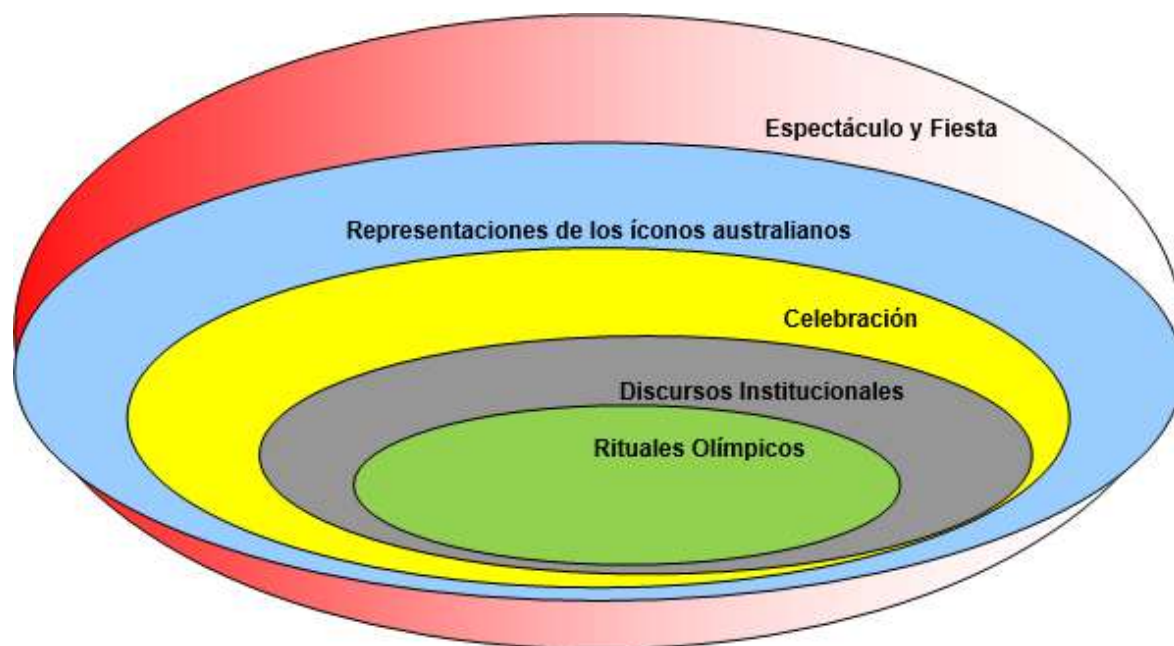
En la Carta Olímpica (2001) se describen en el artículo 69, las características principales de la Ceremonia de Clausura en los puntos 2.1 a 2.6. Sin embargo, podemos describir los pasos de la Ceremonia de Clausura de Sídney en la cobertura televisiva en los rituales olímpicos, los discursos institucionales, la celebración, las representaciones de los Iconos de Australia y el espectáculo y la fiesta en los términos de MacAloon (1992). La ceremonia fue una mezcla de ritual olímpico, los discursos institucionales, fiesta y espectáculo y la fiesta. Acordamos con los argumentos iniciales de Macaloon (1981,1992) cuando considera la reproducción y la configuración del diagrama del modelo de sistema de actuación olímpica. MacAloon describe la clasificación de los marcos en: espectáculo, festivales-rituales-juegos, entre “festival” y entre el rito y ceremonias de juego (MACALOON 1992, p. 40-41) Las partes de la Ceremonia de Clausura de Sídney que se describen en este trabajo son los rituales olímpicos, los discursos institucionales, la celebración, las representaciones: Iconos de Australia, el espectáculo y la fiesta.

Faces de la Ceremonia Olímpica Sydney 2000

Ceremonia de clausura olímpica Faces Sidney (diagrama elaborado por el autor basado en MacAloon (1981, 1992))

Partes	
Rituales Olímpicos	El desfile con la bandera olímpica y el traslado a los representantes griegos de la próxima ciudad anfitriona. En Sydney 2000 podemos ver la presencia de la bandera olímpica en manos de sacerdotes griegos. La llama olímpica se apaga cuando aparece un avión. Esta imagen trata de decir que la llama olímpica viaja en avión a la próxima ciudad anfitriona. Se produce el canto del Himno Olímpico de Ivana Kenley.
Discursos Institucionales	El discurso del presidente del COI, Juan A. Samaranch se refiere a la existencia y la vida del Movimiento Olímpico. El presidente declara cerrados los Juegos de la XXVII Olimpiada. Este discurso institucional se describe en el artículo 69 - punto 2.5 del Capítulo Olímpico
Celebración	La presencia en el gran escenario de los mejores bailarines del mundo (940) y los mejores grupos de música australiana. Vanesa Amorosi, John Paul Young, In Excess, Yothu Yindi cantaron "Treaty", Kylie Minogue, Men at Work, Jimmy Barches, etc. En la escena hay 144 pies gigantes, 72 flechas, 12 carteles y 12 muñecas gigantes. Es la hora más feliz: el baile de los atletas y el público en un clima de amistad y alegría.
Representaciones de los Iconos australianos	Aparece la cultura de la playa, el "tiburón blanco", Bananas en pijama, Cocodrilo Dundee (Paul Hogan) y otros íconos. Es la continuación de la hora feliz: el baile de los atletas y el público en un clima de alegría y fiesta.
Espectáculo y Fiesta	Juegos artificiales y clima de fiesta

Diagrama de Ceremonia de Clausura Olímpica: Faces Sydney (diagrama elaborado por el autor basado en MacAloon (1981, 1992))



Rituales Olímpicos

El desfile con la bandera olímpica y la transferencia a los representantes griegos de la próxima ciudad anfitriona. En Sidney 2000, pudimos ver la presencia de la bandera olímpica en las manos de los sacerdotes griegos. La llama olímpica se extingue cuando un avión aparece, que trata de significar que la llama olímpica viaja en avión a la próxima ciudad anfitriona, mientras se escucha el canto del himno olímpico por Ivana Kenley.

Los Discursos institucionales

El discurso del presidente del COI, Juan A. Samaranch comunicar el mensaje se refiere a la existencia y la vida del Movimiento Olímpico. El presidente declara los Juegos de la XXVII Olimpiada cerrado. Este discurso institucional se describe en el artículo 69 – punto 2.5 del capítulo olímpico con las palabras exactamente.

Celebración

La presencia en el gran escenario de los mejores bailarines del mundo (940) y los mejores grupos de música australiana. Estas bandas de presencia y todo el mundo lo sabía. Vanesa Amorosi, John Paul Young, en exceso, Yothu Yindi cantó el “Tratado”, Kylie Minogue, Men at Work, Barches Jimmy, etc. En la escena hay 144 pies gigantes, 72 flecha, 12 carteles y 12 muñecos gigantes. La hora feliz, la celebración se vive en el medio de la danza de los atletas y el público disfruta con alegría.

Representaciones

La cultura de Australia y los iconos de la playa, el “tiburón blanco”, Bananas en Pijamas, Cocodrilo Dundee (Paul Hogan) y los iconos de otros. La continuación de la celebración, la hora feliz, la danza de los atletas y el público con alegría disfrutando.

Espectáculo y fiesta

La presencia de los fuegos artificiales, música, y clima de fiesta

Representaciones Olímpicas

El término representación no es fácil de definir. La representación es un término complejo y problemático. Raiter (2002, p. 11) describe la representación social como la creación de imágenes para los medios de comunicación sobre un tema en la agenda pública. El autor observa la imagen mental de las cosas, eventos o acciones, proceso vivo para las audiencias, donde la tarea de saber de algo y el conocimiento no se sustituyen por la imagen mental.

La presentación de Australia: la sede olímpica

Para los argentinos, Australia es un país especial y remoto. Australia es uno de una nación, un país con poco más similar con Argentina. Algunas de las mismas características son el clima, la situación geográfica, el mismo tiempo histórico para adultos y desarrollo, etc. Algunas diferencias fueron la madre patria, el lenguaje, la diferente evolución y la situación real de cada país. La ceremonia de clausura olímpica mostró la realidad de un país moderno del mundo, de los objetos principales iconos y celebridades, su propia cultura de las tensiones: los aborígenes frente a los habitantes jóvenes unirse y conformaron la nueva sociedad australiana. Australia está presente en las comunidades de las naciones como un país joven y potente, con una importante cultura de la tensión y de organización de la sociedad moderna y bien social. La representación de Australia en la ceremonia de clausura olímpica coincidió con estos conceptos.

El Periodismo y la transmisión

Los dos periodistas deportivos del Canal T&C Sport desarrollaron un papel diferente en la retransmisión televisiva. Uno de ellos tenía un papel principal y era el actor importante en la transmisión de TV, ya que era el periodista más experimentado en las descripciones de los Juegos. La cobertura televisiva se caracterizó por la presencia de pocas palabras y los comentarios como si las imágenes y la música de la Ceremonia de Cierre eran más impresionantes e impactantes

El periodista deportivo habla sobre la historia de la referencia de Apertura Ceremonia de Clausura – “Vuelve el rojo de la muchacha de 15 años” (Nickk Wester) “Mientras que Nick estaba a punto de tomar el avión para extinguir el fuego”. El periodista deportivo afirmó durante la ceremonia “esto es una fiesta impactante que vivir

todo Sydney” – “Aquí no sólo” – “títeres en el escenario, personajes famosos y extraños fuegos artificiales” – “Cambiar el paisaje, cambiar los actores”. “Eso ha sucedido en el estadio. Esto es increíble todo lo que están poniendo en el escenario”, dijo el periodista deportivo principal. Él señala que “esta es la vista impresionante, pero debe ser más impresionante desde abajo”

Un momento especial en la ceremonia de clausura olímpica es la presencia en el escenario de Yothu Yindi quien canta “El Tratado”, en donde expone en la escena mundial de la demanda de los aborígenes australianos. Yindi cantaba que “las palabras son simples y baratas, más baratos que nuestra tierra y todas las promesas eran de no-cumplimiento, es como escribir en la arena”. Mientras Yindi cantó la TV mostró los anillos olímpicos como fondo. La imagen de los anillos olímpicos constituye una dimensión global y la cantante es una expresión de la cultura aborígen y local. Una descripción de a televisión contradictoria sucedió cuando uno de los periodistas preguntó en la cobertura televisiva en directo –“Nosotros no podemos ver a los atletas argentinos. Esperamos verlos” y más tarde el mismo periodista dijo que “todos los atletas argentinos estaban conectados con la ceremonia”.

Evento global y amalgama

Las imágenes olímpicas ofrecidas por la televisión argentina expusieron los ritos, la música moderna, australiana, y las referencias olímpicas como el conjunto de las representaciones olímpicas. Un espectáculo especial para la televisión: la tradición, los discursos institucionales, la música, los actores, los deportistas, los iconos, las historias de ficción, las acciones de la realidad estuvieron presente en la ceremonia de clausura olímpica. Expuso una amalgama entre un evento local con simbología mundial en un escenario global. Los espectadores disfrutaron de la ceremonia de clausura olímpica como tiempo de entretenimiento televisivo, quizá imaginando que algunos sueños

humanos y en especial a la idea de que el diálogo de las culturas, a pesar del origen occidental de los deportes olímpicos es posible, e hizo olvidar por momentos, el reconocimiento de las tensiones y contradicciones presentes.

Referencias

- BERNSTEIN, A., & BLAIN, N. (ed.) **Sport, Media, Culture: Global and Local Dimension.** London: Fran Cass. 2003
- BLANCO PONT J., MENDOZA PADILLA M. AND ALFONSO A. **Imágenes mediáticas del Fin del Milenio La experiencia franco-española.** Paper AIJIC 2001, La Plata Argentina. 2001.
- BOCZKOWSKI, P. J. **The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. Journal of Communication, 54(2), 197–213.** doi: 2004. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02624.x>.
- BOYLE, R. **Reflections on communication and sport on journalism and digital culture.** Communication and Sport, 1(1–2), 88–99. 2013. <http://dx.doi.org/10.1177/2167479512467978>
- DAHLGREN, P. **The Modes of Reception: For a Hermeneutics of TV News.** In Television in Transition, Drummond, Philip y Richard Paterson (eds.), BFI, Londres, p. 235–249. 1085.
- Downing, T. (1995). **Olympism on Screen.** Olympic Review 25–2.
- EICHBERG H. **The unexplored areas in Olympic sports.** Denmark. Pages 69–72. 1981.
- GRIMSON, A. Y VARELA, M. **Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión,** EUDEBA: Buenos Aires. 1999.
- GRUNEAU, Richard (1989) **Television and the Question of Ideology, in the Olympic Movement and the Mass Media** (ed. Roger Jackson) Calgary, Canada, Hurford. 1989.

HALL S. **Encoding and Decoding in Television Discourse en Culture, Media and Language.** Londres: Hutchinson. 1980.

IMBERT, G. **La hipervisibilidad televisiva:** Nuevos imaginarios / nuevos rituales comunicativos. Textos de las I Jornadas sobre Televisión, diciembre 1999. <https://www.um.es/tic/LECTURAS%20FCI-II/FCI-II%20tema2textocomplementario2.pdf>

Jensen, Klaus y Jankowsky, Nicholas (1993), **Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas**, Bosch, Barcelona, 324 p.

KELLNER D. **Popular Culture and the construction on postmodern identities.** In Lash & J. Friedman (Eds) *Modernity & Identity* Oxford Blackwell. 1992.

KOPPETT, L. **Sports Illusion, sports reality:** A reporter's view of sports journalism and society. Urbana: University of Illinois Press. 1994.

LEWIS, Justin. **Extender la democracia:** acercar los estudios de la audiencia a la política. Paper of World Congress of Intercultural Communication, Barcelona 2002 - INTERNET <http://www.barcelona2002.org>

LOWES, M. D. **Inside the Sport Pages:** Work Routines, Professional Ideologies and the Manufacture of Sports News. Toronto: University of Toronto Press. 1999.

LUNZENFICHTER, Par, Alain. "**L'évolution du Journalisme aux Jeux Olympiques**", 9no. Seminario Internacional de Periodistas Deportivos, Olimpia (Grecia) 20 al 25 de Mayo, pág. 9-10. 1997.

MACALOON, J. **This Great Symbol:** Pierre de Coubertin and the Origins of the Modern Olympic Games. Chicago University of Chicago Press, 1981.

MACALOON, J. **Olympic Games and the theory of spectacle in modern societies.** Ed. *Rite, Drama, Festival, Spectacle: Rehearsals Toward a theory of cultural Performance.* Philadelphia: Institute for the study of Human Issues Press, pp. 1-15. 1984.

MACALOON, J. **Comparative Analysis of the Olympic Ceremonies, with special reference to Los Angeles.** In Olympic Games, Media and cultural Exchanges. The Experience of the last four Summer Olympic Games. International Symposium, Palau de Pedralbes, Barcelona, April 13–15, 1991, Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport. Pages 35–54. 1992.

MARTIN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones:** comunicación, cultura y hegemonía. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona. 1987.

MATA, M. **Memorias de la recepción.** Aproximaciones a la identidad de los sectores populares. In Diálogos. FELAFACS: Lima, N° 30, junio. 1991.

MONTSERRAT L., MORENO, A. **The History of Radio and Television coverage of the Olympic Games.** En Television in the Olympic Games. The New Era. International Symposium, Lausanne, Documents du Musee. 1998.

MORAGAS SPA, M. (1998). **Olympism and Sport in the information society.** Olimpismo y Deporte en la Sociedad de la Información. Paper at the VII Sport for All World Congress, Barcelona. Spain. 1998.

MORAGAS SPA, M., RIVENBURG N., LARSON J. **Television in the Olympics** John Libbey JL, England. 1995.

OLÍMPIC CHAPTER (2001). **International Olympic Committee,** Lausanne, Switzerland.

ORZA, G. **Programación televisiva.** Un modelo de Análisis Instrumental. La Crujía Ediciones. Buenos Aires. 2002.

QUIROGA, S. **La Copa del Mundo de Fútbol:** Análisis de la construcción periodística de los mensajes deportivos. Revista Digital Académica Lecturas de Educación Física y Deporte. Año 4. Número 17. 1999. <http://www.efdeportes.com>

QUIROGA, S. **Deporte, medios y periodismo.** Revista Digital Académica Lecturas de Educación Física y Deporte. Año 5. Número 26.2000 <http://www.efdeportes.com>

QUIROGA, S. **Amalgamas, globalización, culturas y deporte.** Vozes & Diálogo. Número 6. Año 6. 2002 – 2003. Pp. 7–24. Universidade do Vale do Itajaí, Coordenação de Jornalismo, Brasil. 2003.

QUIROGA, S. (2008). **Imágenes de Público del Periodismo Deportivo.** Buenos Aires: Editorial Dunken.

QUIROGA, S. **Público e Imágenes:** Percepciones del Periodismo Deportivo. Vozes e Dialogo. V 1, n. 10, 2011. <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/3157>

QUIROGA, S. **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. 2017. http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.10_SergioQuiroga_PublicPerceptions_I.pdf

Rader, B. (1984). **In its Own Image. How Television Has Transformed Sports.** New York: The Free Press.

RAITER A. **Representaciones Sociales en Representaciones Sociales,** Alejandro Raiter, Julia Zullo, Karina Sanchez and other authors (Comps). EUDEBA, Buenos Aires, pages. 11–29.2002.

REAL M. & BEESON, D. **New Narratives in the Olympic Games:** Sport, Hegemony, and the Public Sphere. Paper of Media and Sport Interest Group. World Congress of Intercultural Communication, Barcelona 2002. <http://www.barcelona2002.org>

ROBERTS, C. **Gatekeeping theory:** An evolution. En Channels (p. 17). San Antonio, Texas: Association for Education in Journalism and Mass Communication. 2005.

SLATER, J. **Changing Partners:** The relationship between the mass media and the Olympic Games. Global and Cultural Critique Problemazing the Olympic Games. Fourth International Symposium for Olympic Research. Centre for International Olympic Studies – The University of Western Ontario, Canada. 49–86. 1998.

VILCHES, L. **Globalización comunicativa y efectos culturales.**

Mimeo, Bellaterra. 1997.

WENNER, L. A. (ed.) **Media, Sport and Society.** Newbury Park, CA: Sage. 1989.

WENNER, L. A. (ed.) **Mediasport.** London: Routledge. 1998.

WHANNEL, G. **History is being made:** Television sort and the selective tradition. En the Olympic Movement and the Mass Media (ed. Roger Jackson) Calgary, Canada, Hurford and Segreave, Jeffrey O. And Chu Donald (eds.), 1988, The Olympic Games in Transition, Champaign, Illinois, USA, Human Kinectis Books. 1989.

WHANNEL, G. **Television Sport and Cultural Transformation.**

London: Routledge 1992.

WHANNEL, G. **Profiting by the presence of ideals:** Sponsorship and Olympism in International Olympic Academy, Report of the Thirty Second Session, 17th June–2nd July, 1992, Ancient Olympic, IOC and IOA, Greece, pp. 85–93. 1993.

WHITE, A. **Sport and the Challenge of Free Expression.** Speech of the 2nd Conference for Media Professionals in a Globalised Sports Society, Copenhagen, Denmark, 12th–16th November 2000. 1–5 2000.

Publisher

Universidade Federal de Goiás. Faculdade de Educação Física e Dança. Publicação no Portal de Periódicos UFG. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.