

El deporte y la movilidad social: la fama entre golpes y puntapiés

Sports and social mobility: Fame between blows and kicks

Carlos Toncel Sanjuán

Carlos.Toncel@uac.edu.co

Universidad Autónoma del Caribe

RESUMEN

El deporte es un camino expedito y de ascenso vertiginoso a la fama, al reconocimiento. Para muchos, esta vía resulta ser la predilecta y supone el más rápido ascenso social sobre todo para atletas provenientes de las clases menos favorecidas. El deporte como vehículo de movilidad social es precisamente el tema central del presente artículo de reflexión, en el cual se analizará además, la competencia generada en torno al deseo por alcanzar el reconocimiento y como esa competencia es inherente a la historia del ser humano. Asimismo, se tocará estrecha relación existente entre la consagración del deportista, su ascenso social y su figuración en los medios masivos de comunicación.

Palabras clave: *Movilidad social, medios de comunicación, periodismo deportivo, competencia y deporte.*

ABSTRACT

Sport constitutes an easy way and a vertiginous ascent to fame and public recognition. A lot of people favors this way because it's the quickest to move up socially, mainly among athletes coming from less-favored areas. Sport as a vehicle of social mobility is precisely the main subject of this article that will also deal with the rivalry generated around the desire of recognition and how that rivalry is inherent to the history of humankind. Likewise, the article will shed light on the close relationship that exists between the consecration of the athlete, his social ascent and his coverage and appearances on mass media.

Key words: *Social mobility, mass media, sports journalism, competitions and sports.*

De lo general a lo particular

*Corre, jadeando, por la orilla.
A un lado lo esperan los cielos de la gloria;
al otro, los abismos de la ruina.*
Eduardo Galeano

Escribir sobre deporte es un ejercicio que ofrece variados campos en los que juega con propiedad y protagonismo. Es evidente que el deporte “se ha convertido en protagonista en diversas y diferentes dimensiones que le quitan el rótulo de inquilino exclusivo y consuetudinario de los medios masivos de comunicación” (Toncel, 2009, pp. 90-91), sin embargo, no se puede desconocer que existe una fuerte ligazón entre los campos de incidencia del deporte, así sean diferentes a su naturaleza, y la visibilidad que tiene en los medios masivos. En este sentido, el sociólogo argentino Pablo Alabarces (2000) legitima los estudios sociales del deporte apuntando su presencia en “todas las superficies discursivas: televisivas, radiales y gráficas, la conversación cotidiana y los graffittis callejeros o sanitarios” (p. 16). Asimismo, plantea la deportivización de la agenda. Éste calificativo no solo se aplica a los medios, sino también a la cotidianidad de las personas, en la homilía de un sacerdote para llamar a la cordura de las barras para evitar actos violentos, o la necesidad de un animador de un evento para despertar las fibras sentimentales –pidiendo un viva por el equipo de la ciudad- de los asistentes al evento.

En consonancia con lo expuesto en el párrafo anterior, el antropólogo ecuatoriano Jacques Ramírez (2003) señala que el deporte no está separado ni funciona en contra de la sociedad e insiste en las interconexiones que existen entre ellos. Soporta su aseveración en que el deporte forma parte de la sociedad, al igual que la sociedad tiene que ver con el deporte (Medina Cano en Ramírez, 2003). Por otra parte, Dávila y Londoño (2003) apuntan: “el fútbol es juego (...) no obstante, este paréntesis que constituye el partido de fútbol es también al mismo tiempo una representación de la realidad” (p. 126). Un par de planteamientos que inevitablemente conectan algunas de las situaciones asociadas a la alegría, la tristeza o los hechos violentos, que se dan en un escenario deportivo, como un reflejo de lo que vive a diario un individuo y una confirmación de que en el fútbol, por ejemplo, además de disputarse un partido están en juego fenómenos sociales.

En efecto, el fútbol ha sido generador de diferentes miradas desde el campo de las ciencias sociales, bien sea como integrador de identidades (Dávila y Londoño, 2003; Villena, 2003), “narcotizador” de conciencias (Levinsky, 2002), canal privilegiado para la transmisión de valores cívicos (Villena, 2002), como un socializador y alfabetizador de muchos niños, “que deletrean con más facilidad el nombre de Ronaldo que el de Tiradentes” (Alabarces, 2009, p.1), como trampolín para quienes desean hacer una carrera política (Villena, 2003; Galeano, 2010),

o también como un camino de ascenso vertiginoso a la fama, al reconocimiento. Es precisamente este último aspecto, el tema central del presente artículo.

Precaentamiento

Desde la antigüedad el deporte ha estado presente en la cotidianidad del ser humano. De hecho, actos de la prehistoria como correr para escapar de los animales, la caza, el lanzamiento de armas como la jabalina, o la lucha cuerpo a cuerpo del hombre con sus enemigos tienen mención obligada cuando se toca el surgimiento del deporte. Por ejemplo, el tejo o turmequé deporte autóctono de Colombia y declarado deporte nacional por el Congreso de la República en junio de 2000, “como competencia fue practicado en sus inicios por una raza indígena descendiente de la familia Chibcha con el objetivo de desarrollar puntería” (García, 2004, p. 1).

Por su parte, Carl Warren (1975) le apunta al mundo de los sueños y las realidades que vive el ser humano para contextualizar el carácter de sinonimia entre las prácticas prehistóricas y la naturaleza del deporte. Para ello, plantea un hombre irremediamente identificado con el combate, con la condición de héroe.

Antiguamente los hombres eran guerreros y cazadores, hoy nuestros modernos deportes no son más que nuevas versiones, refinadas a través del tiempo, de los encuentros más

sangrientos y primitivos. El béisbol, por ejemplo, combina la acción de arrojar una piedra, golpear con una estaca y huir de un enemigo. La caza y la pesca han cambiado muy poco desde los tiempos prehistóricos (p. 366).

Lo anterior, puede evidenciarse en que si bien los deportes han experimentado algunos cambios en su reglamentación, su práctica guarda los parámetros y la naturaleza con la que fueron concebidos. Adicional a esto, el surgimiento de nuevos deportes o los llamados deportes extremos, presentan características como el riesgo, la competición con uno mismo y con los demás, la habilidad técnica y el hecho de realizar acciones compartidas con el grupo (Etayo, 2009). En el caso del paintball, por citar un ejemplo, se deriva de una práctica usada originalmente para entrenar soldados para la guerra, y ahora es un deporte en crecimiento (Paredes y Jurado, 2009).

Los planteamientos destacados sirven para apuntar que la condición de competencia está enclavada en el deporte desde sus primeros ejercicios de surgimiento y se mantiene en forma. Arango (2005) la considera importante en la consagración de los héroes y las crónicas sobre ganadores y perdedores y la conecta con las reseñas históricas de la humanidad. El apunte de Arango se sitúa en el campo de los antecedentes del periodismo deportivo; en el concepto de Alabarces (2009) el presente del manejo mediático evidencia

el paso de héroes deportivos “al modelo del *star system*, que ha transformado las épicas populares en anécdotas del *jet-set*”. Señala el autor que esa producción de héroes populares se ha convertido en un argumento mediático; en consonancia con lo anterior, Pérez (2009) plantea: “el periodismo deportivo no dejará nunca su espíritu de ser un constructor de héroes o villanos, es lo que le da vida, es lo que buscan los lectores, radioescuchas, internautas o televidentes” (p.5)

A partir de los anteriores puntos de vista, no es arriesgado considerar que el deporte, además de su condición innata de espectáculo, es un campo abonado para la construcción espacios de controversia, lo de héroe y villano, o lo de deportista de comportamiento responsable y el indisciplinado; y en ese espacio, los jueces son los receptores de los medios, llámense habituales o esporádicos, ellos condenan o exaltan bajo criterios emocionales, lo que hace inevitable que los deportistas que alcanzan una mediana figuración en los medios estén ‘condenados’ a ser reconocidos, pero no todos a ser ídolos.

Alcanzar la condición de ídolo, buscar el reconocimiento, supone una competencia que persigue la supremacía, de hecho el deporte se estructura a partir de la competencia, de la necesidad de ganar. En esencia, el enfrentamiento no choca con la naturaleza del deporte, que si bien se inició con un espíritu lúdico, más como una batalla del fuerte y débil (Pérez, 2009), evolucionó con el paso de

lo amateur a lo profesional, condición en la que se mueven intereses económicos, sociales y políticos, entre otros.

A propósito de intereses, la competencia en el deporte no es exclusiva del campo de juego. Mientras el deportista lucha por la supremacía, el hincha adhiere al triunfo porque mide su aporte en términos de afición y se siente parte del éxito, su premio es la satisfacción personal, de hecho, también aporta a la competencia desde el antagonismo que supone la elección de un equipo.

Elegir un equipo es una forma de elegir como transcurren los domingos. Unos optan por una escuadra de sólido arraigo familiar, otros se inclinan con claro sentido de la conveniencia por el campeón de turno. En ocasiones, una fatalidad regional decide el destino antes que el sujeto cobre conciencia de su libre albedrío y el hincha nace al modo ateniense, determinado por la ciudad (Villoro, 2006, p.17).

En este sentido, el proceso de reconocimiento que busca el hincha lo lleva a insertarse en algunas dinámicas, por ejemplo, la pintura en la cara, vista por el antropólogo Juan Rivera Gómez (2005) como un mecanismo de diferenciación y establecimiento del territorio, porque identifica e incluye y excluye al mismo tiempo, acepta en un bando y rechaza al otro y evoca figuras guerreras, códigos y símbolos de connotación bélicas; o

las destacadas por Omar Rincón (2008) como más importantes que el gol, el punto o la vuelta, como son los cánticos, amores y pasiones. Ferreiro (2003), por su parte, reconoce el ritual que se vive en las graderías y entre los espectadores, pero también destaca como complejo el que se vive en el campo de juego, en el espacio en el que se dirimirá la superioridad, en el que se avanzará en el proceso de reconocimiento.

En el fútbol, ritual sublimado de la guerra, once hombres de pantalón corto, son la espada del barrio, la ciudad o la nación. Estos guerreros sin armas ni corazas exorcizan los demonios de la multitud, y le confirman la fe: en cada enfrentamiento entre dos equipos entran en combate viejos odios y amores heredados de padres a hijos. El estadio tiene torres y estandartes, como un castillo, y un foso hondo y ancho alrededor del campo. Al medio, una raya blanca señala los territorios en disputa. En cada extremo, aguardan los arcos, que serán bombardeados a pelotazos. Ante los arcos, el área se llama *zona de peligro*. En el círculo central, los capitanes intercambian banderines y se saludan como el rito manda (...). (Galeano, 2000, p. 18)

Si bien, la descripción metafórica de Eduardo Galeano dista mucho de ver en el gramado a veintidós hombres con el rostro pintado o con lanzas y armaduras corriendo tras una pelota, si es

consecuente con la realidad que el deporte reconoce el enfrentamiento como un camino al logro de la supremacía, en un sentido más de actuación que de conflicto. El boxeo, por ejemplo, supone liarse a golpes en un cuadrilátero como la única opción de reconocimiento para un grupo representativo de la sociedad, en este sentido la excepción a la regla parece invisible, sus practicantes no solo tienen hambre de gloria.

Los boxeadores son sistemáticamente miembros de las clases populares de cada sociedad, y describen en sus carreras el clásico periplo del héroe clásico, de la miseria a la fama, periplo que incluye casi inevitablemente la caída en el abismo –nuevamente, la pobreza. (Alabarces, 2009, p.12)

La movilidad social, ejercicio inherente al deporte

Este apartado se orienta a leer el deporte como medio para que los actores sociales puedan transformar sus estilos de vida, sus formas de relacionarse con los demás y sus aportes potencialmente realizables al contexto local al que pertenecen. Desde este punto de vista, la categoría de movilidad social aplicada al deporte se puede concebir, desde Medina (2009), como un vehículo útil para “una gran mayoría de la población y los grupos sociales que forman parte de las clases bajas, es una de las pocas oportunidades de movilidad social y de reconocimiento” (p.1). En coherencia con esto, la frase “Serás lo que

debas ser o no serás nada”, utilizada por el Canal FOX SPORT para promocionar su transmisión de los partidos de la Copa Libertadores 2009, se presenta como el eslogan de la promoción de un partido de fútbol. De este texto se infiere relaciones que trascienden el plano deportivo, dado que toca aspectos diferentes a la naturaleza del deporte, pero que son consecuencia de la práctica deportiva. En orden a ello, se plantean intereses que no son estrictamente deportivos, pero que sí guardan relación con los ingresos percibidos por su práctica, en la medida en que también están íntimamente conectados con la necesidad del crecimiento personal, alcanzar el estatus deseado, el mejoramiento de sus condiciones de vida a partir de los triunfos logrados por su capacidad física y sus habilidades.

En este sentido, el deporte se asocia a factores de reconocimiento, cumplimiento de logros y posicionamiento social. Sin embargo, este es un tema que ofrece la oportunidad de diversas miradas. Los comentarios de las abuelas contextualizan la situación. Hace algunos años, sin precisar cuántos, el que un niño se dedicara a la práctica de algún deporte podría considerarse el primer síntoma de amenaza a la consolidación de un profesional. Que la formación se concibiera como la prioridad no es cuestionable, pero evidentemente el deporte lucía estigmatizado y era de fácil asociación con perder el tiempo o ser un fracasado, término que en el caso de análisis, era sinónimo de no tener posibilidades futuras

de ingreso de dinero y por ende no poder garantizar una estabilidad económica y una posición social que por lo menos le permitiera estar por encima del promedio de los jóvenes de su barrio.

Sin importar si resulta exitoso o no, el presente del deporte muestra un camino expedito a las oportunidades. El hecho es que el joven ve en el deporte esa posibilidad directa de triunfo, pero en un alto porcentaje deja de lado la alternativa de la formación académica. Lo anterior por considerar que su tránsito es más largo, y en la balanza que utiliza para sopesar las posibilidades de elección enfrenta irreductiblemente unas condiciones actuales de desempleo con las habilidades que considera tener, todo enfrentado también al inevitable deseo de conseguir más 'rápido' el ascenso vertiginoso al éxito, a la fama.

Los principios de igualdad y meritocracia se trasladaron especialmente en el ámbito del deporte, ya que la capacidad y habilidad física podrían ser atributos de sujetos que procedieran de clases menos favorecidas. En ese sentido el deporte es uno de los objetos más valiosos que ha encontrado la modernidad para su legitimación social. (Rodríguez, 2006, p. 186)

Existe un alto número de evidencias que confirman al deporte como una ruta muy transitada cuando se busca el reconocimiento social al utilizarlo como recurso movilizador. Si bien An-

tezana (2003) precisó que "(...) cualquiera, independientemente de sus determinaciones sociales de origen, puede acceder, a través del fútbol, a la riqueza económica, a la fama internacional (...)", (p. 89) no es exclusivo del balompié el trampolín que permite dar el salto de la pobreza a la riqueza, o de un anonimato obediente a las razones de dinero, a un status sostenido por los ingresos económicos.

Tal y como lo planteamos en el apartado anterior, el boxeo es una de las disciplinas deportivas que tiene en su palmarés interesantes ejemplos al respecto. Manny Pacquiao¹⁴, quien ahora goza del reconocimiento del mundo deportivo, vivía en una humilde casa de paredes de cartón en Kibawe (Filipinas) y cuando tenía trece años decidió marcharse porque "le causó estupor cómo su progenitor mató al perro mascota del hogar, lo puso en la estufa y se lo comió como si degustara en provocativo pollo frito" (Quesada, 2009, mayo 10). El camino de Pacquiao hasta la fama se parece al de muchos otros pugilistas: vivió en la calle, durmió sobre cartones, hasta cuando alguien le tendió la mano y lo llevó al boxeo. Después llegó una hilera de triunfos y reconocimientos, como el que le hicieron en el estadio de los Gigantes de San Francisco, novena de béisbol de las Grandes Ligas de Estados Unidos y la favorita del boxeador

¹⁴ Boxeador filipino campeón mundial en tres categorías diferentes. Es considerado, libra por libra, el mejor boxeador del mundo.

filipino, cuando fue invitado a hacer el lanzamiento de la primera bola.

(...) ¡Manny, Manny!, rugió el escenario con casi 40 mil aficionados (el promedio es de 28 mil), que celebraron 'La noche de la herencia filipina', recibieron 11 mil muñecos con la figura del campeón y festejaron el jonrón con las bases llenas conectado por el paracortes colombiano Edgar Rentarúa. Pacquiao estrechó la mano del barranquillero. "Lo sentí fuerte", diría después el beisbolista (...). (Quesada, 2009, mayo 10)

El artículo de prensa reseña además que cada presentación suya paraliza Filipinas, destaca que es multimillonario y que retirado del pugilismo desea grabar una película con su amigo Sylvester Stallone e incursionar en la política. "(...) su popularidad no parece tener límite. Tanto que en la rueda de prensa previa a la pelea con Hatton, Bob Arum, su promotor, dijo saber que era el mejor boxeador del mundo, pero prefirió presentarlo como el 'próximo presidente de Filipinas'".

En el ejemplo de Pacquiao, el boxeo se constituyó en una verdadera vía de movilidad social, además de legal y limpia, si cabe el término, para reconocer como motor de ascenso en la escala social las habilidades físicas de un deportista. Dejar atrás la calle y una condición de indigencia para convertirse en centro de atracción, es una situación tan difícil de lograr como de manejar, es por ello

que la movilidad social representa en el deportista logros soñados, pero también situaciones indeseables cuando no se tiene la estabilidad emocional requerida para desenvolverse en una sociedad que exigirá del deportista comportamientos acorde a su nuevo status y su condición de ejemplo a seguir. Los flashes de las cámaras, la primera página de los diarios y la constante aparición en televisión, así como consolidan su reconocimiento, a la vez se convierten en jueces de su comportamiento y actitudes.

El barrio lo envidia: el jugador profesional se ha salvado de la fábrica o de la oficina, le pagan por divertirse, se sacó la lotería. Y aunque tenga que sudar como una regadera, sin derecho a cansarse ni a equivocarse, él sale en los diarios y en la tele, las radios dicen su nombre, las mujeres suspiran por él y los niños quieren imitarlo. (Galeano, 2010, p. 3)

Si algo confirma el poder de legitimación social del deporte son los medios de comunicación. La visibilidad en lo masivo constituye otro de los trofeos perseguidos por el deportista. Una noticia en una página de un diario destacando el triunfo obtenido, es para el deportista algo más que una información si se tiene en cuenta que el hecho como tal tiene un protagonista, que en el caso del deporte y dependiendo el enfoque de la noticia,

puede ubicar al deportista en una dimensión de héroe. El salto del anonimato a la visibilidad arrastra consigo otra serie de caracterizaciones. El atleta ya comienza a formar parte de la construcción ideal del aficionado que lo ubica entre sus preferencias o le otorga el reconocimiento social por su logro. En términos de la agenda, evidentemente la publicación de la noticia guarda estrecha relación con el interés del lector. La información es reclamada no solo por la importancia de registrar el hecho, importan además los actores que la protagonizan. El aficionado a un equipo específico busca el registro de la victoria, pero asimismo construye la historia a partir de los ídolos que considera han sido determinantes para el logro.

Martini (2000) al hablar de noticiabilidad le da un valor importante a lo que el público califica como noticia, el interés que despierta en ellos y el lugar que ésta ocupa en su vida cotidiana. Inclusive entra a considerar "(...) qué relación establecen entre la jerarquización que plantean los medios y la que ellos hacen de la realidad (...)" (p.42). En el caso del deporte, el público busca en la agenda de los medios de comunicación otra mirada a los hechos que les permita la confrontación con la lectura que ellos tienen de un evento deportivo, pero además, esperan una conexión con sus preferencias.

Evidentemente, el hincha va convirtiéndose en ídolo al deportista pero el complemento a esa consagración está en los medios. La aparición con frecuencia en el registro periodístico construye y fortalece la imagen de atleta triunfador, y por lo tanto, ésta es la imagen que comienza a prevalecer. Los antecedentes del deportista proveniente de clases menos favorecidas quedan solo en eso, antecedentes, los cuales sirven de insumo para notas periodísticas que narrarán la superación alcanzada a través de la práctica de un deporte y que legitiman la movilidad social.

Sin embargo, el panorama actual ofrece algunos ejemplos que dejan el tema de la movilidad social únicamente a las habilidades deportivas. "De modelos populares y de ascenso social, las estrellas deportivas se han transformado en figuras huecas y efímeras, de la duración de un programa de televisión" (Alabarces, 2009). Algunos atletas que han logrado su ascenso, se han destacado a partir de sus triunfos en la competencia, se están quedando solo en el reconocimiento que hacen de sus aptitudes, pero sus actitudes lo colocan en la frontera del volver al inicio; solo hizo parte del negocio del periodismo, del empresario, y del equipo.

Referencias

- Alabarces, P. (2000). **Los estudios sobre deporte y sociedad: objetos, miradas y agendas**. En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina* (pp. 11-30). Buenos Aires: CLACSO.
- Alabarces, P. (2009). *El Deporte en América Latina*. Recuperado el 2 de junio de 2010, del sitio Web Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20DEPORTE%20EN%20AMERICA%20LATINA.pdf>
- Antezana, L. (2003). "Fútbol: espectáculo e identidad". En Alabarces, Pablo (Comp.) *Futbologías*. Buenos Aires: CLACSO.
- Arango, G. (2005). *Siglo XIX. Hacia una Nueva Deontología del Periodismo Deportivo*. Recuperado el 24 de mayo de 2010, del sitio Web comunicación.edu.co: <http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/palabraclave/ejemplo/pclave13.htm>
- Dávila, A., & Londoño, C. (2003). La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia 1985-2000. En P. Alabarces (Comp.). *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (pp. 123-143). Buenos Aires: CLACSO.
- Etayo, M. (2009). *Análisis de los rasgos de personalidad en deportistas adultos jóvenes que practican deportes extremos acuáticos* (Tesis de grado). Recuperado el 8 de junio de 2010, de: <http://repositorios.unimet.edu.ve/docs/40/ATBF76E8M3.pdf>
- Ferreiro, J. (2003). Ni la muerte nos va a separar, desde el cielo te voy a alentar.
- Apuntes sobre identidad y fútbol en Jujuy. En P. Alabarces (Comp.). *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (pp. 57-74). Buenos Aires: CLACSO.
- García, F. (2004). *El Tejo Deporte y Cultura*. Bogotá: Artes Gráficas Industriales.
- Galeano, E. (2010). *El Fútbol a sol y sombra* (4ª ed.). Buenos Aires: Siglo veintiuno.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Medina, F. (2009). *El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad*. Recuperado el 6 de junio de 2010, del sitio Web Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20FUTBOL%20Y%20LA%20VIVENCIA%20FESTIVA%20DE%20LA%20NACIONALIDAD.pdf>
- Paredes, N., & Jurado, M. (2009). El Paintball como alternativa para el manejo de la autoagresión. *Alternativas en psicología [online] vol.14, n.20*. Recuperado de: <http://pepsic.homolog.bvsalud.org/pdf/alpsi/v14n20/v14n20a07.pdf>
- Pérez, I. (2009). *El Negocio del periodismo deportivo*. Recuperado el 2 de junio de 2010, del sitio Web Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20NEGOCIO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>
- Quesada, E. (2009, mayo 10). Manny Pacquiao salió de los tugurios de su pueblo y ahora causa sensación en el mundo del boxeo. *El Tiempo, sección Domingo a domingo*. p. 6.
- Ramírez, J. (2003). "Fútbol e identidad regional en Ecuador". En Alabarces, Pablo (Comp.) *Futbologías*. Buenos Aires: CLACSO.
- Rincón, O. (2008, abril). *Medios de comunicación y deporte: La identidad como negocio*. Ponencia presentada en el XIII Congreso Nacional de Estudiantes de Comunicación Social y Periodismo [CD-ROM] Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
- Rivera, J. (2005). El partido de fútbol como ritual. *Revista Digital*, 85 - Junio de 2005. <http://www.efdeportes.com/efd85/ritual.htm>.

Rodríguez, A. (2006). El deporte como ejercicio social. *Estudios del Hombre*. Vol. 23.

Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/esthom/volumenes/esthom23.htm>

Toncel, C. (2009). La Agenda deportiva visible en la prensa de referencia y la prensa popular de Barranquilla. *Revista Encuentros*, 14.

Villena, S. (2002). *El Fútbol y la Identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina*. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 14, 126-136. Recuperado el 6 de junio de 2010 de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=50901412>

Villoro, J. (2006). *Dios es Redondo*. México: Planeta.

Warren, C. (1975) *Géneros periodísticos informativos*. España: ATE.