



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Michael Jordan, el héroe que necesitaba la cultura estadounidense
Juan Bautista Paiva
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 7, N.º 1, octubre 2021
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

Michael Jordan, el héroe que necesitaba la cultura estadounidense

Michael Jordan, the hero that American culture needs

Juan Bautista Paiva

juanpaiva.92@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0975-6985>

Becario doctoral

Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Esta ponencia es una reflexión que busca problematizar la construcción del ídolo deportivo en la "era neoliberal" del deporte a partir de un análisis de la serie "The Last Dance" que aborda la trayectoria de Michael Jordan. La elaboración de esta presentación se produce en el marco de mi rol docente en la cátedra Culturas Populares y Deporte de la Tecnicatura Superior Universitaria en Periodismo Deportivo de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

En este sentido, el análisis del artículo profundiza en el vínculo entre Michael Jordan y la era neoliberal en el deporte a través de la construcción de su marca. Esta relación se inscribe en un contexto donde ciertos acontecimientos históricos definieron la historia del deporte dentro de una trama social que configura subjetividades y relaciones de poder. Debido a la aparición de nuevas tecnologías de la comunicación este proceso fue de escala global y significó una novedad en la forma de concebir al deporte.

Palabras clave

Comunicación, deporte, Michael Jordan.

Abstract

This presentation is a reflection that seeks to problematize the construction of the sports idol in the "neoliberal era" of sport based on an analysis of the series "The Last Dance" that

addresses the trajectory of Michael Jordan. The preparation of this presentation takes place within the framework of my teaching role in the Popular Cultures and Sports chair of the Higher University Technique in Sports Journalism of the Faculty of Journalism and Social Communication (FPyCS) of the National University of La Plata (UNLP).

In this sense, the analysis of the article delves into the link between Michael Jordan and the neoliberal era in sports through the construction of his brand. This relationship is inscribed in a context where certain historical events defined the history of sport within a social fabric that configures subjectivities and power relations. Due to the appearance of new communication technologies, this process was on a global scale and meant a novelty in the way of conceiving sport.

Keywords

Communication, sports, Michael Jordan.

Introducción

En 2020, la empresa de entretenimiento global estadounidense *Netflix* estrenó “The Last Dance”, un documental sobre la carrera deportiva de Michael Jordan durante los años que se desempeñó en el equipo de básquet los Chicago Bulls en la NBA (Asociación Nacional de Baloncesto) de Estados Unidos. El estreno de esta producción audiovisual se produjo en un contexto que indudablemente se encontró marcado por la pandemia global a causa de la propagación del virus COVID-19. En un escenario donde los Estados nación desarrollaron distintas medidas sanitarias con el objetivo de contener la propagación del virus, el lanzamiento de la serie fue uno de los acontecimientos audiovisuales más importantes del 2020 debido a la convocatoria y repercusión que generó su contenido en las agendas mediáticas.

“The Last Dance” contiene una multiplicidad de aristas que son material de análisis desde el campo de estudios de la comunicación ya que propone una narración novedosa sobre el deporte. Como se abordará en este artículo, el documental puede enmarcarse en los estudios sociales del deporte en el campo de la comunicación/cultura, que deja atrás los posicionamientos que entienden a la comunicación como una cuestión de técnica, de medios de comunicación, para entenderla como una herramienta que se transforma en “dimensión constitutiva de las prácticas sociales” (Saintout, 2017). El campo de estudios de la comunicación nos permite el acercamiento a las prácticas sociales en tanto posibilita el reconocimiento de esas prácticas en las tramas culturales que estructuran y dan sentido a los usos y apropiaciones del espacio social.

Jordan es la cultura

En la década de 1990 el nombre Michael Jordan fue una marca deportiva que, tal vez, haya sido la más reconocida y popular a nivel internacional. Su imagen ha quedado guardada en la memoria de millones de personas como una de las referencias culturales más importantes a finales del siglo XX. La construcción de la marca deportiva alrededor de su figura habla sobre la inauguración de un nuevo momento histórico para los organismos, equipos, clubes y hasta los propios jugadores de la NBA porque se crea un escenario donde incrementa el predominio de influencia y decisión por parte de las corporaciones transnacionales por sobre las instituciones encargadas de legislar el deporte.

De esta manera, los eventos deportivos pasaron a ser deporte televisado (Barnett, 1990), lo que permitió abrir nuevos mercados especializados ya que la cobertura televisiva llegó a los rincones más remotos del planeta. Alrededor de esto se crea toda una estructura de medios de comunicación y programas sobre deportes, como noticieros, programas de entretenimiento y de educación que tenían al deporte como tema central de sus agendas. Estos se instalaron rápidamente en la vida cotidiana de las personas durante la década de 1990. El monopolio gubernamental sobre las agendas deportivas había sido quebrado y Michael Jordan fue el héroe deportivo que encajó perfecto en la cultura norteamericana que se encontraba siendo exportada a todos los rincones del mundo tras la caída del Muro de Berlín.

En ese marco, EE. UU. necesitó mostrar ante el mundo que su cultura era exitosa y Jordan era la muestra de esto. La imagen impoluta que transmitía dentro de la cancha, la construcción de su masculinidad a partir de su éxito deportivo y el contexto de transnacionalismo del deporte hicieron que su nombre haya sido uno de los más conocidos del mundo durante la década de 1990. Miles de personas alrededor del planeta conocieron al básquet a partir de su figura y supieron primero de los Chicago Bulls antes que de la NBA. Esto no es menor porque da cuenta de cómo una marca, una franquicia o un deportista pueden estar por sobre el deporte.

“The Last Dance”

En el documental de referencia, se narra cómo alrededor de la trayectoria deportiva y la figura de un basquetbolista se creó una moda y una cultura que trascendió al ámbito deportivo. Esto no es una afirmación menor ya que es una muestra de la importancia política, económica y cultural del deporte en las sociedades contemporáneas. Sin lugar a duda, los deportes concitan una enorme atención en todo el mundo y tiene la capacidad de moldear emociones y trayectorias para

millones de personas que se materializan en proyectos de vida y forma de entender la existencia en este mundo (Besnier; Brownell; Carter, 2018). Las imágenes de Jordan dentro de una cancha de básquet o su protagonismo en la película Space Jam (1995) han quedado en la memoria colectiva de una época donde las referencias culturales norteamericanas invadieron nuestro país y, al igual que en el deporte nacional, el Estado perdió poder.

En el quinto capítulo se puede observar como en el primer año de la marca Air Jordan en el mercado se vendieron \$126 millones de dólares y los contratos aumentaron para para el basquetbolista, que firmó con otras multinacionales como Wilson Sporting Goods y Mc Donalds. En la entrevista a uno de los raperos más populares de EE. UU. en la década de 1990, Nas, el artista declara: "necesitabas esos tenis para ser como él, era más que un símbolo de estatus, sabías que él era el mejor". A esto, un periodista que es entrevistado agrega: "antes de Michael Jordan los tenis eran solo para jugar al básquetbol, de repente se convirtieron en moda y cultura". Este fragmento finaliza con las palabras del protagonista declarando: "mi forma de jugar era mi mayor publicidad, lo que hacía en la cancha, mi dedicación al deporte".

A lo largo de la serie, se puede observar la construcción de la figura de Michael Jordan como la síntesis de la inauguración de una nueva etapa de la forma de entender al deporte. En todos los episodios se narran diversas situaciones que hacen a esta "era neoliberal" del deporte. Por ejemplo, circunstancias donde el resultado está por encima de la competencia, el éxito deportivo es asociado a lo mediático, las rutinas de entrenamientos se hacen para conseguir "cuerpos perfectos", la construcción de masculinidades impolutas y la realización de las prácticas deportivas donde lo individual está por sobre lo colectivo. Estas aristas se posicionan como las más interesantes en términos de análisis para indagar en torno a este nuevo momento histórico.

Deporte y neoliberalismo

Es en la década de 1980 que los estudios culturales, bajo la influencia de la escuela de Birmingham, desarrollan estudios etnográficos con un objetivo claro: la "democratización" de los intereses de trabajo que incluían la categoría de "cultura popular" (Clifford; Marcus 1986). Asimismo, en este contexto los estudios poscoloniales realizan un aporte sustancial al señalar que toda producción de conocimiento nunca es inocente desde una perspectiva política, sobre todo en contextos que ya han sido afectados por el poder y la desigualdad (Besnier; Brownell; Carter, 2018). De esta manera, las investigaciones sobre las prácticas deportivas,

históricamente vinculadas a los sectores populares, empiezan a ser convocantes en las academias.

El debilitamiento y el progresivo desguace de los Estados de Bienestar de la posguerra empiezan a producirse ante el avance de las nuevas ideas políticas y económicas de carácter neoliberal originadas teóricamente en la Escuela de Chicago. El menor peso de intervención por parte de los Estados en las sociedades civiles en lo que refiere a las "economías nacionales", que se definen a partir de políticas de los territorios nacionales, quedaron reducidas a una posición de complicación ante el avance de las actividades transnacionales (Hobsbawm, 1994). Las transformaciones en las actividades económicas y técnicas; en el funcionamiento de la ciencia y en importantes aspectos de la vida privada fueron posible debido a una vertiginosa aceleración del perfeccionamiento en las comunicaciones y el transporte, dando lugar a lo que para la década de 1970 ya se denominaría como la "aldea global" (Macluhan, 1962).

La elección de la utilización de la categoría transnacionalismo se debe a que hace alusión a las variadas y crecientes conexiones entre las personas a través de las fronteras nacionales que son posibilitadas por las nuevas tecnologías de movilidad (Hannerz, 1996). Es importante aclarar que estos vínculos "transnacionales" no son internacionales porque no necesariamente involucran a Estados, sino que se producen entre distintos actores, individuos, grupos, movimientos o emprendimientos comerciales. Durante los últimos treinta años, los megaeventos deportivos reúnen rasgos característicos de este transnacionalismo, como las prácticas de seguridad y vigilancia.

Detenernos a reflexionar en torno a este momento histórico es importante para entender la nueva diversidad de temáticas que nutren la agenda de los estudios deportivos para la segunda década del siglo XXI en América Latina. Este interés hacia el deporte por parte de la academia no es casual que se produzca en la década de 1980 y 1990. Durante este tiempo los ámbitos deportivos profesionales comienzan a desarrollar una serie de transformaciones que están directamente asociadas a la transnacionalización de las relaciones políticas, económicas y culturales entre los Estados- Nación a partir de la década de 1970 en las sociedades occidentales.

En este contexto de aparición de nuevas tecnologías que potenciaron las comunicaciones internacionales, el deporte comienza a existir en un "espacio global" que supera las fronteras nacionales, culturales y políticas. Las prácticas deportivas comienzan a separarse de su especificidad que se encuentra en el territorio nacional y los deportes se sitúan como una práctica cultural dentro de dos procesos distintos

pero unidos: una conectividad global intensificada y la creciente conciencia social de un mundo como lugar único (Giulianotti; Robertson, 2004).

Por lo tanto, el profesionalismo en el deporte desarrolla una serie de transformaciones que tienen como objetivo darle otras características estéticas y dinámicas a los espectáculos deportivos para que sean un bien cultural más atractivo para la televisación de su imagen en nuevos mercados globales. Por ejemplo, los deportes comienzan a cotizar a través de acciones en las bolsas de los mercados más importantes del mundo y cada evento deportivo se transforma en una inversión de millones de dólares debido a los derechos de la televisación de la imagen. Asimismo, el crecimiento de las grandes marcas de indumentaria deportiva; los sponsors de los equipos y los contratos de los jugadores se expresan en millones de dólares. En este escenario, las corporaciones multinacionales y cadenas de televisión tienen el mismo poder, o más, que los Estados sobre las agendas deportivas nacionales y globales.

A modo de conclusión

En esta nueva "era neoliberal" del deporte, se desarrollan distintas construcciones mediáticas sobre el sentido de las prácticas deportivas profesionales que tuvieron una importante repercusión en la sociedad y, con el avance del tiempo, se cristalizaron como sentidos sociales sobre cómo se debe vivir las experiencias relacionadas a los deportes. En relación a esto, es importante dar cuenta de dos aristas que hacen a este contexto.

En primer lugar, el resultado prima por sobre la práctica del deporte y ganar lo es todo. Los deportistas con buenos resultados son patrocinados, firman contratos millonarios y son aclamados por los medios de comunicación. Mientras que quienes pierden quedan relegados y son blancos de críticas constantemente en las agendas mediáticas.

En segundo lugar, aparecen los deportistas como "superhombres", que no conocen la derrota y son poseedores de cuerpos perfectos y personalidades carismáticas impolutas. Sus nombres pasan a ser grandes marcas, que son puestas a la venta y son consumidas por millones de personas que se identifican con los "valores" del deportista. Durante la década de 1990, la gran referencia de estas transformaciones fue Michael Jordan, su carrera deportiva creció de la mano de la televisación transnacional del básquet y, de esta manera, logró construir una nueva forma de narrar el deporte.

Estos dos ejes son el reflejo de la inauguración de un nuevo momento histórico en el deporte: la era neoliberal, definida por la promoción de la privatización y el libre

mercado (Besnier; Brownell; Carter, 2018). Si bien ninguna práctica deportiva quedó totalmente sumisa a las fuerzas mercantiles, ya sea por los organismos que los regulan o por la presencia de los Estados nación, la mayoría de los deportes se reestructuraron de una forma notoria para maximizar sus oportunidades comerciales. Las experiencias del deporte planificadas desde el Estado como “un modo de inserción democrática” (Jara, 2014) para la garantización del ejercicio de los derechos pareciera haber quedado atrás en un mapa internacional cada vez más influenciado por el Consenso de Washington.

Referencias

- Alabarces, P. (2013). “Estudios sobre el deporte: por qué vale la pena este libro”. En *Deporte y Ciencias Sociales* (1.ª ed.). La Plata, Buenos Aires, Argentina: Edulp, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata. La Plata: Edulp, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata.
- Barnett, S. (1990). *Game and Sets. The Changing Face of Sport on Television*. Londres, BFI.
- Besnier, N.; Brownell, S. y Carter, T. F. (2018). *Antropología del deporte. Emociones, poder y negocios en el mundo contemporáneo*. 1º ed.- Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores.
- Clifford, J. y Marcus, G. (comps), (1986). *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley, University of California Press.
- Giulianotti, R.; Robertson, R. (2004). “The Globalization of Football: A study in the Glocalization of the ‘Serious Life’”. *British Journal of Sociology*.
- Hannerz, Ulf (1996). *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid, España: Cátedra. Universidad de Valencia.
- Hobsbawm, Eric (1994). *Historia del siglo XX*. Biblioteca E. J. Hobsbawm de Historia Contemporánea.
- Jara, Osvaldo (2014). *Cultura deportiva argentina: propuestas para su restauración*. -1 ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Fabro.
- Mc Luhan, Marshall (1962). *La Galaxia Gutenberg*. Nueva York, EE.UU.
- Saintout, F. (2017). “Los estudios socioculturales y la comunicación: Un mapa desplazado. Crítica de los estudios socioculturales en América Latina”.