

DOSSIER

El deporte,
entre lo local y lo global



Este dossier monográfico es una iniciativa conjunta de *Apunts. Educación Física y Deportes* y *European Journal for Sport and Society*

El deporte, entre lo local y lo global: ¿una mirada europea?

Sport, between Local and Global: a European View?



RUI MACHADO GOMES

Profesor Catedrático

Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física

Universidade de Coimbra (Portugal)

ramgomes@gmail.com



NÚRIA PUIG

Catedrática de Sociología del Deporte

Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya (Barcelona)

npuig@gencat.cat

Coordinadores del Dossier monográfico

El deporte es una construcción social que representa las ideas y los valores dominantes. Los estados nacionales han utilizado el deporte de alta competición para promover interpretaciones que pretenden demostrar cómo debe funcionar la vida social e imponer los principios de acción y las categorías mentales que contribuyen a la construcción de la identidad nacional. Por consiguiente, la crisis actual del Estado-Nación, provocada por fenómenos de interdependencia política y económica, nos ha llevado a una búsqueda creciente de identidades nuevas, bien a nivel local o a nivel global. Como resultado, los estados nacionales están sometidos en la actualidad a dos tipos de presiones que debilitan la antigua capacidad de constituir subjetividades nacionales. Por un lado, los procesos supranacionales, económicos o políticos, desvían las decisiones más importantes a las organizaciones internacionales y a las grandes multinacionales, convirtiendo el flujo de capitales y de personas en un universo deslocalizado (desterritorializado), frente a la antigua noción de Estado-Nación; por otro lado, los procesos microculturales basados en movimientos subnacionales o de las regiones, grupos, neotribus, familias y aldeas son señales de un mundo en movimiento migratorio permanente que busca formas de afiliación y de lealtad que huyen de la antigua solidaridad del Estado. Estas lógicas neo-comunitarias pueden tener características territoriales o estar fundadas en bases transnacionales, pero cues-

tionan cada vez con más fuerza la tradicional articulación entre Estado y Nación.

La globalización del deporte se ve atrapada por este movimiento simultáneo de globalización y localismo. Por un lado, observamos fácilmente en los procesos deportivos los mismos cuatro factores claves de la globalización presentados por Robertson (1992):

- La *interdependencia económica* está presente en el flujo de bienes y aparatos más o menos estandarizados, en el establecimiento de premios, en el modo de patrocinio y de financiación de los clubes y de las selecciones nacionales, en la internacionalización del mercado relacionado con el deporte profesional, que incluye la participación de los clubes en las principales bolsas mundiales, y en la emigración de deportistas profesionales, que hacen de la circulación del dinero y sus equivalentes uno de los principales modos de regulación del deporte mundial;
- El desarrollo sin precedentes de los medios de comunicación dedicados exclusivamente al deporte crea un mercado de cultura electrónica de masas, que incluye cine, música, televisión e Internet. La dimensión *comunicacional* de la globalización integra un flujo de imágenes e información entre países, producida y distribuida por los periódicos,

la radio, la televisión y el vídeo, como si tratara de un marketing deportivo. Los grandes eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos, mueven a la opinión pública de países y culturas muy diferentes entre sí. La comunicación global se refiere también a los movimientos de personas, turistas y deportistas profesionales o por placer, millones de personas que recorren el mundo todos los años;

- La *internacionalización de los conocimientos* y de las *tecnologías* del deporte incluye el equipamiento y los bienes deportivos, así como el conocimiento técnico, y difunde de tal modo los estilos de vida deportivos que éstos últimos influyen en el propio paisaje de las ciudades, en la forma de vestir, en el lenguaje y en los hábitos de tiempo libre;
- La proliferación de los *acuerdos y convenciones internacionales*, así como la consolidación de las organizaciones transnacionales no sólo promueven el isomorfismo de las prácticas y de las organizaciones transnacionales, sino también un modo de resolver los conflictos deportivos sobre una base global, reduciendo el papel de los entes nacionales de gobierno del deporte.

Sin embargo, por otro lado, el propio Robertson es uno de los autores que más han insistido en la idea de que la globalización supone la reformulación y la producción de formas nuevas de identidad y de inserción local. El núcleo de este debate lleva a una de las mayores paradojas del deporte global. A la vez que el deporte es el resultado de la intensificación de las relaciones deportivas impulsadas por la compresión espacial y temporal del mundo, también se actualiza por medio del refuerzo de las identidades deportivas locales. En realidad, la capacidad que tiene el deporte de generar flujos económicos y emocionales en todo el mundo sólo existe porque ha sido capaz de generar fenómenos de identidad nacional. La aldea global creada por la comunicación deportiva constituye el ejemplo más característico de este fenómeno de *globalización del nacionalismo* promovido por las competiciones deportivas internacionales. Por su modo de difusión, el deporte se convierte en uno de los principales motores de la mundialización, también por medio de los vínculos nacionales y locales de lealtad que promueve. Los espectáculos deportivos, que proporcionan a la conciencia colectiva un objetivo temporal, garantizan la ilusión de instantaneidad y, a la vez, de auto-referencia. Pero la universalización de los modos de vida que garantiza la cultura deportiva global

corre pareja a la mayor singularización de cada persona en su espacio privado, que permite que cada nación o región se pueda encerrar, siquiera temporalmente, en su *comunidad imaginada*.

Hay muchas más evidencias empíricas que muestran las particularidades locales del hecho deportivo a pesar de las tendencias globalizadoras. Las culturas locales introducen claras diferenciaciones en las prácticas deportivas y en los comportamientos individuales. Además, cada país tiene su propia organización deportiva; sus modos de regulación y de articulación con el Estado, el mercado y las comunidades varían en función de las características institucionales, el marco legal, los apoyos económicos, etc. (Heinemann, 2003). E incluso, se ha llegado a considerar que la propia evolución del deporte en el mundo contemporáneo es, más bien, una negación del proyecto de globalización o mundialización en su sentido más pleno (Rowe, 2003)

El dossier monográfico que presentamos en este número especial de *Apunts. Educación Física y Deportes* (en español y catalán) y el *European Journal for Sport and Society* (en inglés) centra su atención en la complejidad de las relaciones entre lo local y lo global. De ahí su título: “El deporte, entre lo local y lo global”. Sin discutir la existencia de procesos globalizadores en el deporte, la mayoría de autores reflexiona sobre la compleja relación entre lo local y lo global. Ahondan en los mecanismos del desarrollo de las sociedades y el modo en el que, desde siempre, han procesado e incorporado tendencias externas a ellas. Cuestión que ya Max Weber desarrolló en sus escritos con el concepto *Versgesellschaftung* cuya traducción del alemán a otra lengua resulta tan difícil y que requiere, en consecuencia, de grandes explicaciones.

Nos preguntamos si el hecho de que haya habido una tendencia a centrarse más en los mecanismos de encuentro entre lo local y lo global o en las respuestas locales a las tendencias globales no se debe precisamente a que todas las personas que participan en este monográfico son europeas, pertenecientes a seis países distintos (Alemania, España, Francia, Grecia, Reino Unido y Portugal). Viven en un continente pequeño pero con grandes diferencias culturales, de las cuales el lenguaje no es más que una muestra. En Europa se vive, ante todo, la *Diferencia* y en cada país europeo también. Entonces, si el quehacer sociológico está condicionado por el contexto de quienes se dedican al mismo, quizás la principal contribución de este monográfico sea que aporta muchas

precisiones a las relaciones complejas entre lo local y lo global en el deporte y que enfatiza en los fenómenos locales del deporte en la era de la globalización.

El dossier monográfico consta de dos partes y una entrevista. El título de la primera parte ya alerta sobre sus contenidos: ¿Qué significa la globalización del deporte?

Eric Dunning, en “Reflexiones sociológicas figurativas y de proceso sobre el deporte y la globalización: Algunas observaciones conceptuales y teóricas, con especial referencia al fútbol”, ofrece una descripción sumamente pedagógica para no iniciados sobre la globalización en el deporte haciendo especial énfasis en el fútbol y los problemas que le están asociados.

Klaus Heinemann (“Lo global y lo local en la tecnología del deporte”) analiza las relaciones de lo global y lo local en un ámbito poco conocido pero sumamente importante de cara a la tesis “localizadora” que defiende, como es el de la tecnología de los aparatos deportivos (barcos de vela, bicicletas, etc.).

Algo similar es la reflexión de Manuel García Ferrando en “La dualidad glocalizadora del deporte contemporáneo”. Aplicando el concepto de Robertson sobre *glocalización* analiza la construcción de las identidades nacionales en el marco de tres eventos deportivos globales: los Juegos Olímpicos de Barcelona 92, el Campeonato Europeo de Fútbol de 1996 y el Mundial de Fútbol de Corea-Japón 2002.

Finaliza esta parte Rui Gomes (“El ocio y el deporte en la época del turismo global”) con el análisis de la construcción de las realidades subjetivas individuales en el marco de los fenómenos planetarios del turismo. Considerando que la experiencia del viaje turístico es una experiencia de desconexión espacial, reconoce que los ambientes de hiperrealidad han producido también un movimiento de regreso a la naturaleza. El ecoturismo, el ocio al aire libre y el ecodeporte han ganado adeptos, como reacción a la artificialidad de la vida, a la velocidad y al sedentarismo urbanos, mostrando cómo la construcción imaginaria de una naturaleza salvaje debe mucho a la nueva búsqueda de las *raíces locales* y, por lo tanto, a la puesta en valor de los *particularismos exóticos*.

Hemos titulado la segunda parte de un modo voluntariamente ambiguo: La diversidad global y local en el deporte. Los artículos que la componen se mueven entre el análisis de las diferenciaciones locales, la traducción local de tendencias nacionales o internacionales o la comparación entre países.

Klaus Willimczik en “El Deporte en Alemania: De una categoría ontológica a un concepto del presente”, presenta una investigación sobre el proceso de heterogeneización del sistema deportivo alemán partiendo de las teorías sobre el lenguaje de Wittgenstein y la de los modelos prototípicos para plantear el análisis empírico. Sugiere la existencia de seis modelos distintos agrupados en torno al concepto Deporte.

Antonio Borgogni (“De las políticas internacionales y nacionales a las acciones sociales locales”) analiza la puesta en marcha de programas de intervención social mediante el deporte en ciudades italianas. Ello ha sido posible gracias al proceso de descentralización política realizado en Italia en el último decenio y al encaje de estos programas con las disposiciones y sensibilidades europeas relativas al deporte. Resulta de todo ello un modo particular –exclusivamente italiano– de desarrollo de las políticas deportivas locales.

Finalmente, desde planteamientos teóricos distintos, Thomas Horky (“Contenidos y modelos de elaboración de la información deportiva en la prensa escrita: Resultados de un estudio comparativo internacional”) y Eric De Léséleuc, Pappous Athanasios y Anne Marcellini (“La cobertura mediática de las mujeres deportistas con discapacidad. Análisis de la prensa diaria de cuatro países europeos durante los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000”) ofrecen los resultados de los análisis comparativos de prensa escrita de varios países en relación a eventos deportivos. De nuevo, en el marco de tendencias generales, surgen particularidades locales que, sin duda, con análisis más afinados aún se podrían precisar más.

En este sentido creemos que hay mucho camino por recorrer en los estudios comparativos sobre el deporte si se tiene en cuenta la perspectiva que nos ocupa. La dimensión comparativa de los estudios históricos y sociológicos debe considerar simultáneamente los niveles local y global. No se trata de rechazar el nivel nacional, sino de superar el nacionalismo metodológico. Uno de los desafíos más importantes consiste en trasportar a la narrativa sociológica el paso desde la identidad nacional homogénea a la *multiplicidad de identidades*. Desde el punto de vista metodológico, los instrumentos de observación deben permitir la mirada simultánea tanto a *lo muy pequeño* como a *lo muy grande*. La opción de los estudios comparativos debe seguir *estrategias comparativas contrastivas*, apropiadas para captar los niveles de realidad social con profundidad. Hace muchos años que se escribe la historia de los sistemas deportivos desde una perspectiva nacional y etnocéntrica. Ahora tenemos

la consciencia de que no se puede seguir considerando el Deporte desde una perspectiva nacional. Las teorías de la globalización proporcionan nuevas posibilidades, que deben confrontarse con los estudios a escala nacional. Sin embargo, centrarse en lo *global* plantea la necesidad de un nuevo nivel de conceptualización. No se puede concebir el mundo como una multiplicidad de sociedades nacionales o regionales perfectamente delimitadas. Por esta razón se deben sustituir las formas tradicionales de comparación, que consideran que las unidades nacionales de análisis constituyen entidades autónomas, por análisis globales de las relaciones transnacionales de interdependencia.

Para acercarnos a las realidades cotidianas de quienes trabajan en el deporte en esferas internacionales y que, sin duda, sienten en su propio quehacer estas paradojas de lo global y lo local nos pareció importante entrevistar a Pere Miró, director de Solidaridad Olímpica y de Relaciones con los Comités Olímpicos Nacionales del Comité Olímpico Internacional. Núria Puig y Anna Vilanova dan cuenta de la entrevista en la que él, sin ser precisamente un teórico, explica con precisión la visión simultánea global/local que debe aplicar permanentemente en la realización de sus tareas profesionales.

Quienes han escrito los artículos de este dossier monográfico, se conocen a partir de haber compartido experiencias académicas y, como es habitual, han finalizado por tejer relaciones de amistad. El núcleo original nace de un grupo de trabajo que constituyeron en 1992 el Institut Nacional d'Educació de Catalunya y las universidades de Hamburg, Leicester, Lyon y Roma. Desde entonces, el grupo ha ido evolucionando (hace un tiempo se unieron al mismo las universidades de Cassino

y Coimbra) y nunca ha dejado de reunirse una vez al año para compartir experiencias docentes y de amistad. Por ello, en el momento de iniciar los agradecimientos queremos, en primer lugar, dar las gracias a los colegas y a los muchos alumnos y alumnas que nos han acompañado a estos encuentros durante tantos años y que, sin duda, han sido el motor y el estímulo para que quisiéramos seguirnos reuniendo.

Al profesor Javier Olivera, director de *Apunts. Educación Física y Deportes*, y al profesor Dieter Jütting y el profesor Berndt Schulze que lo son del *European Journal for Sport and Society* porque confiaron desde el inicio en nuestra propuesta y nos han dado en todo momento el apoyo necesario para llevarla a cabo.

A las instituciones donde trabajamos y a su gente que apreciaron la idea y nos han dado el apoyo humano, material y financiero necesario para llevarla a cabo; en especial el Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya, la Universidade de Coimbra y la Università di Cassino.

A los autores y autoras que han respondido con profesionalidad y entusiasmo a nuestros ruegos.

Y, claro está, a quienes han asumido la difícil tarea de traducir los textos escritos en los idiomas originarios. El trabajo ha sido inmenso y el rigor con que se ha hecho encomiable.

Referencias bibliográficas

- Heinemann, K. (ed.) (2003). *Sport and Welfare Policies*. Schorndorf: Hofmann.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Rowe, D. (2003). Sport and the Repudiation of the global, *International Review for the Sociology of Sport*, 38/3, pp. 281-294.

Reflexiones sociológicas figurativas y de proceso sobre el deporte y la globalización: algunas observaciones conceptuales y teóricas, con especial referencia al fútbol



ERIC DUNNING

Catedrático emérito de Sociología
University of Leicester (Reino Unido)
ed15@le.ac.uk

Traducción del inglés:
Centro Linden (Pamplona, Navarra)
info@centrollinden.com

Foto: <http://www.le.ac.uk/so/staff/photographs/ed15.jpg>

Resumen

Este artículo se divide en tres partes. La primera, consiste en un comentario conceptual-teórico sobre la globalización y en varios ejemplos del mundo globalizado del deporte; la segunda, es un comentario sobre el desarrollo y la extensión global del fútbol; y la tercera, expone el comentario de algunas patologías relacionadas con el deporte. A lo largo del artículo se aplica el enfoque sociológico figurativo y de proceso desarrollado por Norbert Elias. En resumen, este trabajo es fundamentalmente un ejercicio de sociología relacional y de proceso.

El 'fútbol' –'Football Association' en su nombre originario– se ha convertido en el deporte de equipo más popular del mundo. Surgió a mediados y finales del siglo XIX en Gran Bretaña e Irlanda y se extendió rápidamente por todo el mundo. El artículo analiza ese proceso y finaliza con el comentario sobre: la anomia que experimentan muchas personas deportistas de alto nivel; los escándalos sexuales relacionados con el deporte que aparecen principalmente en la prensa amarilla; y, para terminar, el azote continuado, a nivel mundial, de la violencia en el fútbol.

Palabras clave

Globalización; Sociología figurativa y de proceso; Fútbol; Difusión del deporte.

Abstract

***Figurational/Process-Sociological Reflections on Sport and Globalisation:
Some Conceptual-Theoretical Observations with Special Reference to the 'Soccer' form of Football***

This paper falls into three parts. The first involves a general conceptual-theoretical discussion of globalisation and some examples from the realm of global sport; the second involves a discussion of the development and global spread of 'soccer'; and the third involves a discussion of some sporting and/or sport-associated pathologies. Throughout, the discussion uses the figurational/process-sociological approach developed by Norbert Elias. Expressed simply, the essay is fundamentally an exercise in process- and relational sociology.

'Soccer' – 'Association Football' to give the game its proper name – has become the world's most popular team-sport. It emerged in the middle and latter parts of the 19th century in Britain and Ireland and spread from thence rapidly throughout the world. The paper analyses this process and finishes with a discussion of: the anomie experienced by many top-level sportspersons; the sports-related sex scandals reported mainly in the tabloid press; and finally, the continuing world-wide scourge of 'soccer hooliganism'.

Key words

Globalization; Process and Figurational Sociology; Football; Spread of Sport.

Este artículo consta de tres partes diferenciadas y quizá con escasa conexión entre sí: en la primera, comento algunas cuestiones conceptuales o teóricas relacionadas con los procesos de globalización; en la segunda, me ocupo más concretamente de la globalización del fútbol, el deporte de equipo más popular hasta el momento; y, en la tercera, analizo algunas de las patologías relacionadas con la globalización del deporte.

Deporte y globalización

Al tratar los temas relacionados con la globalización y con la globalización del deporte desde el punto de vista de la sociología figurativa o de proceso, se topa como mínimo con cinco requisitos principales, que son:

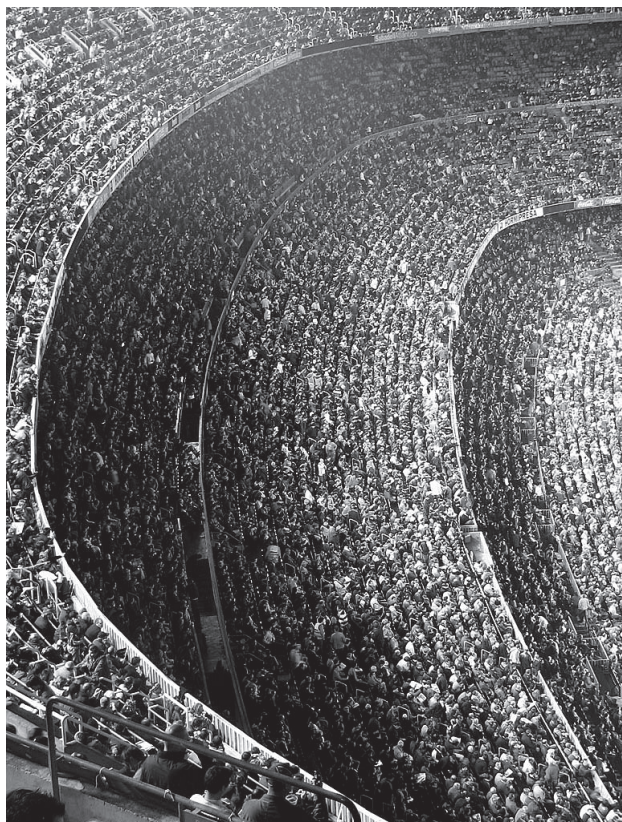
- es necesario observar el deporte y su contexto social como procesos y no como situaciones fijas. Es decir, hay que evitar la falacia de lo que Elias (1978a) llamó *Zustandsreduktion*, la reducción de los procesos a estados. También es necesario explicar los procesos en referencia a otros procesos;
- es necesario observar la historia y el desarrollo del deporte, al igual que los procesos de globalización, desde una perspectiva a largo plazo, desde el punto que Giddens (1984) denomina ‘the longue durée’;
- el interés debe centrarse en las cadenas y redes de interdependencia emergentes tanto dentro del deporte como las que afectan a éste. También se debe centrar el interés en los equilibrios cambiantes entre las fuerzas centrífugas y centrípetas a las que se someten las cadenas de interdependencia, de diferentes longitudes e intensidades, junto con los correspondientes niveles y formas de estado;
- se debe buscar la diferenciación entre los grupos e instituciones que se benefician y aquellos que salen perjudicados en las distintas fases del proceso. Dicho de otro modo, se debe percibir de qué modo la integración y las instituciones emergentes afectan a las situaciones de poder y a las posibilidades de supervivencia de los grupos relacionados con el deporte, que llevan a formas de reclasificación de éstos a lo largo del tiempo, en el sentido apuntado por Durkheim (1897);
- se debe evitar el enfoque limitado, tanto al ámbito nacional como lo que podríamos llamar ‘eurocentrismo’ u ‘occidentocentrismo’ y, por el contrario, observar las representaciones deportivas emergentes en el contexto global de una red cada

vez más amplia de relaciones de interdependencia. En concreto, reconociendo el papel desempeñado por la ‘anglosajonización’, la ‘europeización’ y la ‘americanización’, se deben buscar las raíces y las consecuencias de la ‘asiatización’ y, sobre todo, la ‘japanización’ y la ‘chinicización’ que surgieron en el tránsito de los siglos XIX y XX al XXI.

Un enfoque de este tipo supone indagar en los aspectos anteriores con el fin de evitar tres tipos recurrentes de problemas: en primer lugar, el prejuicio estático de muchos de los paradigmas y teorías sociológicas convencionales (p.ej. Parsons, 1951); en segundo lugar, lo que Elias (1987) llamó ‘el repliegue al presente de los sociólogos’, es decir, la mayor o menor separación total de sociología e historia; y, en tercer lugar, la tendencia a identificar conceptos como ‘sociedad’ y ‘sistema social’ con la idea de naciones-estados supuestamente autosuficientes.

En mi opinión la mayoría de la gente tiende a pensar que la globalización es un proceso relativamente reciente, asociado principalmente al desarrollo del capitalismo durante y tras el siglo XIX o incluso, quizás, posterior a la Segunda Guerra Mundial. Desde el punto de vista de la sociología figurativa, sin embargo, es más acertado observar lo que ocurrió en ese contexto sólo como una fase relativamente reciente de un proceso social más largo en el tiempo y con raíces más profundas. Se trata de un proceso inherente al hecho de que el *Homo Sapiens* evolucionó biológicamente como una especie globalizadora, que dependía para su supervivencia más del aprendizaje que de las formas instintivas de comportamiento. Un hecho que ilustra la ‘globalización’ de la especie es el factor de extenderse por todo el mundo y convertirse en la especie dominante. El caudal social del conocimiento construido –por supuesto el conocimiento se puede tanto obtener como perder– incluye entre otros elementos, tanto documentados como no escritos, el modo de practicar las diferentes formas de deporte, fabricar balones y otros útiles relacionados con esta actividad.

Dado que actualmente los sociólogos prefieren el pensamiento centrado en el presente (Goudsblom, 1977), se olvida con frecuencia que las sociedades de los estados-nación de la Europa Occidental se integraron como partes de una sola unidad, que en la época del Imperio Romano se sometía en gran medida a un control centralizado, y que siguen imprimiendo su huella en la actualidad. Resulta frecuente, por lo tanto, encontrarse con



Se puede decir que, junto a la guerra y la religión, el deporte parece ser uno de los medios más eficaces de conseguir la movilización colectiva que se han diseñado nunca. (Foto: <http://www.flickr.com/photos/spiros2004/2620070829/>)

discursos ‘eurocentralistas’ sobre los ‘tiempos oscuros’ en los que la ley del Imperio Romano dejó de regir en Occidente en el siglo v d.C. y valorar dicha época como un período de desintegración, anarquía y desorganización. Desde el punto de vista de la sociología figurativa y de proceso, sin embargo, conviene recordar la evolución de las civilizaciones, incluidas la Romana Oriental o Imperio Bizantino, en el Lejano, Medio y Próximo Oriente y observar esta ruptura no tanto como la causa de una desintegración, sino como el origen de una nueva forma de integración, más conflictiva y violenta, junto a un cambio en el orden social europeo en lo referente al equilibrio entre fuerzas centrípetas y centrífugas, inicialmente a favor de éstas últimas (Elias, 1939; 1978; 1982; 2000). Este cambio resultó clave para el establecimiento de las condiciones estructurales previas que facilitaron el peculiar dinamismo de Occidente, en comparación con el Oriente Próximo y el Lejano Oriente; es decir, los procesos de larga duración de luchas hegemónicas y de eliminación y la formación de monopolios políticos

que condujeron a la creación de las naciones-estado y, de modo correlativo, de la ciencia moderna, la industrialización y –lo que resulta más importante en el contexto presente– aquello que Norbert Elias (Elias y Dunning, 1986) denominó ‘la deportivización de los pasatiempos’. Dentro de este establecimiento de las condiciones previas antes mencionadas también se encuadran las guerras y batallas comerciales entre las naciones-estado y entre las formas feudales y dinásticas. Esta complejidad de procesos contribuyó, y a la vez dependió, de la emergente hegemonía global de Occidente, un modelo de dominio global, que comenzó en los siglos xv, xvi y xvii y duró tres o cuatro siglos. Es en la actualidad cuando parece decaer con el cambio hacia un poder global (hasta el momento principalmente un poder de tipo económico, puesto que los EEUU mantienen su supremacía militar) de Extremo Oriente. Sin duda, es posible que seamos testigos en la actualidad de los primeros pasos de los procesos de ‘asiatización’ y ‘chinización’. Estos procesos no han tenido todavía una influencia directa en el deporte, que sigue presentado mayoritariamente formas europeas y norteamericanas.

El sociólogo holandés Ruud Stokvis (1992, p. 112) expresó, en relación con el trabajo sobre el deporte de Elias y mío que, aunque no está en total desacuerdo con nosotros, nuestro enfoque, en su opinión, tiende a llevar la investigación ‘con demasiada frecuencia al terreno de la violencia y de su control, mientras que otros aspectos para investigar, como ... la organización formal y la estandarización (del deporte), su difusión en sociedades nacionales y en todo el mundo, la profesionalización y la comercialización, se quedan fuera’. Se trata de una crítica extraña. Ignora el hecho de que la comercialización, la profesionalización y la difusión del deporte constituyen el núcleo de *Barbarians, Gentlemen and Players* (1979; 2005) de Dunning y Sheard y da por sentados los procesos de civilización en el deporte y en las sociedades, considerando los temas de la organización formal, el profesionalismo y la comercialización separados de la violencia y del control de la violencia. Resulta difícil, sin embargo, imaginar la organización nacional e internacional de los deportes, tal como son en la actualidad, sin tener en cuenta que se habían producido previamente, por un lado, una importante unificación nacional; por otro, procesos que de modo empírico propiciaron el desarrollo del transporte moderno y las infraestructuras de comunicaciones; y además un monopolio de la violencia bajo control estatal como consecuencias de lo que Elias (1939; 1978; 1982; 2000) denominó ‘luchas

hegemónicas' o 'de eliminación', en primer lugar entre contendientes por la 'posición real' y, más adelante, como consecuencia de una democratización parcial de los 'modos de gobierno', por el parlamentarismo y el control parlamentario. De modo similar, mientras que las primeras etapas del desarrollo del capitalismo moderno conllevaron el uso de la fuerza y de la violencia en mayor medida que en la actualidad, en las sociedades más desarrolladas, está claro que una de las condiciones previas de los actuales procesos de comercialización en el mundo del deporte y en cualquier otro ámbito es la existencia de espacios sociales de paz en los que:

- la producción y distribución de bienes se desarrolla con regularidad y, en general, con pocas interrupciones;
- existe la posibilidad de obtener suficientes ingresos para adquirir los bienes producidos; y
- se dispone de tiempo libre y recursos de ocio, pues ya no es necesario dedicar la mayor parte del tiempo y de la energía a la simple supervivencia.

En cualquier caso, la existencia de normas globales para el deporte presupone en sí un mínimo grado de colaboración no-violenta entre las partes que representan a las diferentes naciones. Las organizaciones deportivas internacionales no se crearon en tiempo de guerra y las competiciones internacionales como los Juegos Olímpicos y los campeonatos mundiales de fútbol y de rugby se suelen suspender cuando hay conflictos bélicos. Está claro que a veces sufren la amenaza de las escaladas de tensión entre los grandes poderes, que llegan casi hasta la situación de guerra real, como ocurrió con el boicot de los EEUU a los Juegos Olímpicos de Moscú 1980, resultado de la acción soviética en Afganistán. Para terminar, cito el siguiente fragmento de un artículo de periódico de 1992 (lamentablemente en su momento no tomé nota de la referencia exacta) que, aunque algo extenso, describe la influencia de la guerra en dos deportistas olímpicos bosnios, y que muestra claramente cómo la existencia del deporte moderno depende fundamentalmente de espacios sociales de paz:

Atrapados en Sarajevo, dos desafortunados miembros del Comité Olímpico Bosnio intentan seguir con sus entrenamientos –a pesar de las intervenciones de la artillería serbia, los disparos de los francotiradores y la mala alimentación. Los dos se han clasificado para los Juegos Olímpicos, pero temen que no podrán estar en Barcelona

porque –aunque resulte extraño escribir esto en 1992– están sitiados. No hay otra corredora de fondo en el mundo que esté sometida al miedo que supone saber que se está al alcance de un francotirador, pero la bosnia musulmana Mirsada Buric, de 22 años, intenta que la situación no le supere. Sigue corriendo por las ruinas del complejo olímpico de Sarajevo pero su ciudad ya no es un lugar seguro donde practicar deporte. “Me ha disparado un francotirador y casi me alcanza una bomba. La mayor parte de mi entrenamiento consiste en subir y bajar escaleras y dar saltos”, dijo, mientras sus palabras eran traducidas por un intérprete en una de las pocas líneas telefónicas con que cuenta la ciudad devastada. Estuvo detenida por las fuerzas serbias durante 13 días, conjuntamente con 350 vecinos y familiares de su pueblo, cercano a Sarajevo, que ha sido invadido. Es tan famosa en Sarajevo que le permiten quedarse con más cantidad de comida... El otro deportista sitiado es Vlado Paragik, de 25 años, campeón de judo que ha perdido cerca de 4 kilos de peso, por la sencilla razón de que, como cualquier otra persona de la ciudad, no consigue todos los días la cantidad suficiente de comida. Se le plantea el problema de que se tiene que enfrentar con otros judokas a finales de mes si quiere llegar a España... Su plan de entrenamiento se ha visto interrumpido mientras tuvo que prestar servicio en una especie de fuerza policial, patrullar en primera línea, esquivar balas y proyectiles. Al comienzo de las batallas también tuvo que abandonar su hogar; otro refugiado más para las estadísticas. Los pistoleros serbios que controlan los montes que rodean Sarajevo se han negado a conceder a Paragik y Busic un visado seguro y las fuerzas de Naciones Unidas no han insistido en el tema. El viernes pasado las fuerzas serbias, que no intentan evitar que mejore la moral de los sitiados, paralizaron el intento de utilizar una carretera secundaria para escapar del bloqueo.

Aunque resulte irónico, los deportistas y las deportistas de Serbia y de su aliado Montenegro no tuvieron ningún problema para competir en Barcelona, a pesar de la prohibición de Naciones Unidas de celebrar competiciones deportivas con lo que queda de la antigua Yugoslavia. Tomaron parte como deportistas individuales, con uniforme blanco y bajo la bandera olímpica.

Hay todavía más argumentos en contra de Stokvis. Aunque no todos los deportes tienen el mismo grado intrínseco de violencia y las posibilidades de que se produzca una interacción violenta más allá de lo que establecen las normas del deporte tienden a ser más grandes en deportes de contacto físico, como el fútbol y el rugby, y en los deportes de combate, como el boxeo, todos los deportes son inherentemente competitivos y, por

tanto, pueden generar sentimientos hostiles y agresivos. Estos pueden derivar en resultados violentos en caso de que las personas que participan no hayan interiorizado totalmente aquellas normas que exigen el autocontrol ante los impulsos violentos. En pocas palabras, parece razonable suponer que el nivel de violencia, incluso en deportes sin contacto, dependerá probablemente, *ceteris paribus*, del nivel de civismo, en primer lugar de las personas competidoras y, en segundo lugar, de las sociedades a las que pertenecen, incluidos los grupos sociales de clase o etnia. Se puede dar incluso el caso, como sugiere la investigación de Richard Sipes (1973), de que cuanto más violenta y agresiva es una sociedad en general, mayor será la tendencia a que sus miembros favorezcan deportes violentos y agresivos. Piensen, por ejemplo, en la violencia de los juegos griegos y romanos, especialmente éstos últimos, y piensen en cómo reflejaban los torneos y juegos populares de la Edad Media europea, en general, el modo de vida violento de la sociedad de la época (Guttmann, 1978; 1986; Elias y Dunning, 1986; Sheard y Dunning, 1979; 2005). Sin duda, como he dado a entender anteriormente, parece razonable suponer que una de las condiciones previas subyacentes que explican la creciente popularidad actual del deporte, así como su creciente importancia social y, en consecuencia, los procesos de comercialización que sufren, es el hecho de que en la Europa Occidental y en la mayoría de países occidentales, no hemos sufrido una guerra interna desde hace más de 60 años. La palabra clave en este punto es *interna*.

El novelista George Orwell describió en 1950 con agudeza el deporte como 'la guerra menos los disparos'. Se trata de una valoración perspicaz pero negativa del deporte, que no tiene en cuenta suficientemente la manifiesta diferencia existente, por ejemplo, entre los grupos armados inclinados hacia la muerte y la destrucción que se originaron a escala mundial entre 1939 y 1945 –me refiero, obviamente, a la segunda Guerra Mundial– y el movimiento a gran escala que sucede en la actualidad de modo regular, compuesto por hombres –y cada vez más mujeres– cuyo objetivo es participar y acudir como espectadores a los eventos deportivos. De hecho, se puede decir que, junto a la guerra y la religión, el deporte parece ser uno de los medios más eficaces de conseguir la movilización colectiva que se han diseñado nunca. Y resulta así por la combinación de la función representativa y de generación de pasiones (Murphy, Williams y Dunning, 1990). Dicho de otro modo, se puede afirmar que el deporte funciona en sus aspectos principales

de modo semejante a la religión, como lo conceptualizó Durkheim y a la guerra. Puede tratarse también del proceso a largo plazo, del que somos testigos en la actualidad, por el que el deporte está sustituyendo paulatinamente a ambos. Es decir, aunque no se puede defender con un mínimo de seriedad que el deporte sea un aspecto de la vida que se relacione con temas teológicos fundamentales, como el origen del universo, sí que puede

- proporcionar una fuente central de significado y de sentimientos de continuidad para las personas;
- actuar como centro de identificación colectiva; y
- ofrecer experiencias que son semejantes a la pasión generada en las religiones y en las guerras primitivas.

Es más, el carácter inherentemente conflictivo del deporte significa que se presta fácilmente a identificaciones de 'nuestro grupo'/'su grupo'. El éxito del deporte en este sentido depende claramente del hecho de que, en su forma moderna, los peligros físicos inherentes a cualquier movilización de grupo en conflicto se minimizan mediante la combinación de controles personales y sociales (*Selbstzwänge* y *Fremdzwänge*, Elias, 1939). Por supuesto, los casos de violencia en el fútbol (*hooligans*), que se convirtieron en un fenómeno global en la segunda mitad del siglo xx, suponen un ejemplo del potencial de violencia que es inherente a las sociedades y los deportes 'civilizados' de la actualidad; al igual que ocurre con la amenaza de los grupos terroristas en los grandes eventos deportivos. Sin embargo, en ambos casos, la violencia no se genera en el mundo del deporte *per se*, sino que surge en grupos cuya tendencia violenta tiene sus raíces fuera del propio deporte. De esta manera, se puede defender que los *hooligans* y el terrorismo deportivo dan medida del éxito del deporte, es decir que los *hooligans* y los terroristas se acercan al deporte porque éste es un fenómeno de éxito global. Permítanme ahora pasar al desarrollo del fútbol, como principal deporte de equipo a escala mundial.

La sociogénesis y difusión del "Deporte de las Gentes": Los orígenes y la difusión global del fútbol

Esta parte del artículo se refiere al "Deporte de las Gentes", no al "Deporte de la Gente" al que se refirió James Walvin en 1975, pequeña diferencia que no

carece de importancia. Se trata de transmitir la idea de que, aunque la *Association Football* se inventó en Inglaterra en el siglo XIX, después se ha convertido en deporte *global* de casi *todas* las gentes del mundo. En 1966, el periodista Laurence Kitchin (*The Listener*, 27-10-1966), se refirió, a mi juicio con gran precisión y de modo premonitorio, al fútbol como ‘el único idioma global aparte de la ciencia’. En esta afirmación se encuentra una parte central del significado social del juego. Se ha convertido en un fenómeno *global* y ampliamente *compartido*, superando el ámbito nacional y diferenciador. Como tal, y a pesar de todos los conflictos y tensiones que se generan en torno a él y para los que sirve de canal de expresión, (implica el cambio tensión-equilibrio entre procesos de integración y de desintegración), si se entiende y utiliza adecuadamente, constituye un elemento potencialmente importante para la paz y el entendimiento mutuo en nuestro problemático mundo globalizado.

Es importante también señalar que, en el curso de su desarrollo hacia un deporte global, el fútbol se ha convertido en un juego de todas las gentes en dos sentidos: en primer lugar, en el sentido de que se ha convertido en una actividad en la que participan directamente y como espectadoras gentes de todo el mundo, en gran medida con independencia de su ‘raza’, credo o color. Al decir esto, mi declaración no intenta negar que las tensiones de tipo racial o religioso no sigan siendo una seria y continua amenaza sobre el juego; y, en segundo lugar, el fútbol se ha convertido en el deporte de toda la gente, en el sentido de que es un deporte tanto de mujeres como de hombres, aunque no lo sea, por supuesto, en la misma proporción, como lo demuestra el hecho de que sigue siendo en gran medida un deporte masculino. Como sugeriré más adelante, el hecho de que el fútbol siga siendo un deporte mayoritariamente masculino ayuda a explicar algunos de los problemas con los que se encuentra.

Permítanme en este punto hacer un breve apunte terminológico y otro de tipo sociológico. El apunte terminológico es que el término inglés ‘soccer’ es un neologismo del siglo XIX, derivado de la palabra ‘association’. El nombre real del juego es ‘Association football’, en contraposición, por ejemplo, a ‘Rugby football’, ‘American Football’, ‘Australian rules football’, ‘Gaelic football’, etc. El apunte de tipo sociológico es que el fútbol se puede describir como uno de los mayores ‘inventos colectivos’ de la historia, un término que pretende expresar el hecho de que no se puede atribuir el origen a una persona en particular, como sucede erróneamente

con el rugby. (Me refiero al mito de que el rugby fue inventado por un escolar de la localidad de Rugby, William Webb Ellis, en 1823, cuando rompió las normas escolares existentes en aquel momento al coger el balón del suelo y correr con él en las manos [Dunning and Sheard, 1979; 2005]). Se trata en su quintaesencia de una creación ‘social’ o ‘de grupo’, que empezó a tomar su forma moderna en el segundo y tercer cuartos del siglo XIX. A pesar de los recientes argumentos contrarios de John Goulstone (2001) y Adrian Harvey (2005), es casi seguro que se desarrollara originariamente en una o más escuelas públicas inglesas y en las universidades de Cambridge y Oxford y no se puede olvidar el lugar que ocupaban dichas escuelas y universidades en la sociedad británica a mediados y finales del siglo XIX.

En 1953, el periodista Geoffrey Green especuló con el hecho de que fueran varias las escuelas públicas implicadas en este proceso. Un año después, el antiguo director Morris Marples sugirió que Charterhouse y Westminster pudieron haber sido los primeros lugares. Más recientemente, en una afirmación absurda, sin hacer referencia a fuente primaria o secundaria alguna y olvidando aparentemente el hecho que los muchachos jugaban con un balón de forma extraña, ni esférica ni



En el curso de su desarrollo hacia un deporte global, el fútbol se ha convertido en una actividad en la que participan directamente y como espectadoras gentes de todo el mundo. (Foto: <http://www.flickr.com/photos/syrialooks/153589599/in/photostream/>)

oval, Richard Giulianotti se decide por Harrow: “Los viejos de Rugby y Eton”, informa –o más bien desinforma– al lector, “desarrollan un juego áspero y con las manos, mientras que los de Harrow prohibían esas acciones” (Giulianotti, 1999, p. 4). De hecho, como Graham Curry (2001) consiguió demostrar, la enorme cantidad de *evidencias* históricas disponibles sugieren con fuerza que el prototipo inicial de juego con limitación del uso de las manos, es decir, principalmente utilizando los pies y sin tanta aspereza, fue invención de los muchachos de Eton. Lo llamaron ‘el Juego de Campo’ (‘the Field Game’). Puede que funcionaran de acuerdo con algunos profesores, pero está claro que los Old Etonians del Trinity College, Cambridge, algunos estudiantes, otros amigos del College (‘College Fellows’), aunque sin intención, desempeñaron un papel central en iniciar avances en el juego que serían muy importantes en el posterior desarrollo del mismo. De hecho son las normas de Cambridge de 1863, en gran medida basadas en las de Eton –como se ha demostrado– las que adoptó, con pequeños cambios, la ‘Football Association’ cuando más adelante se fundó ese mismo año. Resumiendo, parece que el deporte de las gentes comenzó como actividad exclusiva del estrato superior de la élite social inglesa. ¿Cómo se puede explicar la extensión del juego, su transformación desde una actividad social de élite a un deporte popular global?

La difusión del fútbol comenzó en Gran Bretaña e Irlanda. Desde el comienzo fue un proceso de expansión tanto geográfica como social. El proceso de difusión internacional fue algo más lento y limitado dentro del imperio británico, en el que, a excepción de Canadá –influenciado por los Estados Unidos– el cricket y el rugby eran los principales deportes exportados por el Reino Unido. No es el caso, sin embargo, de lo que el historiador Harold Perkin (1989) denominó el ‘Imperio Británico informal’. Es decir, el formado por soldados británicos, marineros, comerciantes, ingenieros y otros profesionales que formaron clubes en los lugares del extranjero, independientemente de las colonias, en los que se establecieron o en los que trabajaban y donde los propios del lugar copiaron el juego de los británicos, así como extranjeros educados y formados en Gran Bretaña que formaban clubes al regresar a su país de origen. Más recientemente el juego empezó a desarrollarse en los antiguos dominios, sobre todo en Australia, por medio de los emigrantes del este y del sur de Europa. Como ha señalado Vamplew (1988), esto llevó a los australianos de descendencia británica, apegados a

alguna de las dos formas de rugby existentes en el país, a llamar al fútbol ‘wogball’, término peyorativo y políticamente incorrecto.

Quienes lean este trabajo se habrán dado cuenta de que he empezado utilizando los términos “Gran Bretaña” y “británico” y no “Inglaterra” e “inglés”. Es así porque los habitantes de otras partes del Reino Unido, además de los ingleses, y de Irlanda empezaron a ser parte importante en el desarrollo del juego. En un primer momento éste fue el caso en concreto de los escoceses, que fueron importantes tanto en el deporte en sí como en su administración, tanto en Inglaterra como en Escocia. Por ejemplo, Lord Kinnaird (Green, 1953, p. 44), un Old Etonian escocés, estudiante del Trinity College Cambridge fue uno de los primeros presidentes de la Football Association; y a su vez la Football League, formada en 1888, fue una idea de otro escocés, William McGregor. Los escoceses fueron también los padres del regate y parte central de los primeros profesionales. Entre estos últimos estaban James Love y Fergus Suter de Partick Glasgow quienes jugaban –y les pagaban por hacerlo– en Lancashire, Darwen, contra los Old Etonians en la final de la Copa FA de 1879, y Peter Andrews y James Lang, que jugaron en Sheffield con el Heeley Club hacia la misma época (Green, 1953 p. 96). Hombres como los anteriores eran llamados despectivamente por los gurús del amateurismo como ‘los profesores escoceses’, quizás por lo que podían enseñar a los ingleses de un juego que empezaba a constituirse, quizás por el hecho de que, ilegalmente, les pagaban.

Hacia finales del siglo XIX y comienzos del XX, comenzaron los movimientos para formar organizaciones internacionales de fútbol pero, con la prepotencia imperial típica, los británicos se negaron a tomar parte, aparentemente porque no creían que unos ‘meros extranjeros’ fueran capaces de dirigir un deporte que ellos (los británicos) habían inventado. La FIFA (Federación Internacional de Asociaciones de Fútbol) se creó en París en 1904 con delegados de Bélgica, Dinamarca, Francia, Holanda, España, Suecia y Suiza. Los representantes de Gran Bretaña e Irlanda se hicieron notar por su ausencia. La ‘Football Association’ británica se asoció a la FIFA en 1906. Sin embargo, la abandonó en 1914, volvió en 1924, la volvió a abandonar en 1928, para volver a afiliarse, de modo definitivo, en 1945. El uso de los acrónimos FIFA y UEFA, en parte anglicismos, para denominar a las primeras organizaciones internacionales del fútbol es ya un signo de globalización. Al igual que el dominio del juego y de su organización,

primero fuera de Gran Bretaña y más tarde fuera de Europa. Esta última afirmación no significa negar el hecho de que el poder económico de Europa permitió a sus ligas de fútbol importar buenos jugadores del resto del mundo, haciendo que dichas ligas fueran cada vez más cosmopolitas e internacionalizadas. Sin embargo, el primer elemento de la globalización *per se* del fútbol lo constituye una de las condiciones previas para lo que podríamos llamar la ‘internacionalización doméstica’ de las ligas europeas. ¿Cómo se puede explicar la emergencia del fútbol en el siglo xx como el deporte de equipo más popular? Muchos sociólogos e historiadores que han escrito sobre el tema parecen pasar por alto las razones que explican el éxito del fútbol. Sin embargo, éstas son inherentes a la propia estructura del juego y no son difíciles de encontrar. Por ejemplo, el fútbol es un juego que no requiere mucho en cuestión de vestimenta o equipamiento y es, comparativamente, barato jugarlo. Sus ‘leyes’ o normas –quizá con la excepción del fuera de juego– son relativamente fáciles de entender y facilitan un juego rápido, fluido y abierto, un juego en el que se puede obtener un equilibrio entre un complejo de polaridades interdependientes, como el ataque y la defensa, la fuerza y la técnica, el juego individual y el colectivo (Elias y Dunning, 1966; 1971; 1986; 2005; Dunning, 1999). Por supuesto que los partidos pueden ser aburridos. También pueden defraudar las expectativas de jugadores y espectadores. Pero la estructura del juego, tal como se empezó a forjar a partir de 1860 –como suele ocurrir con otros desarrollos sociales, no siguió una línea recta– permitió la generación continua de niveles de significado e interés que la mayoría de las veces satisfacen tanto a jugadores como a espectadores y que llevan a discusiones interminables sobre, por ejemplo, si el Chelsea de Hiddinck insiste demasiado en el aspecto defensivo o si el Arsenal de Wenger insiste demasiado en el ataque. En el fondo de esta estructura reside el hecho de que los partidos de fútbol sean luchas competitivas en lo físico, en lo mental y en lo táctico entre dos grupos, jugados con un balón y gobernados por normas, rituales y controles que intentan cuadrar el círculo entre los aparentes contrarios de rivalidad y amistad y que permiten que surjan las pasiones y a la vez mantenerlas dentro de lo que se consideran unos límites ‘civilizados’, socialmente aceptados. Desde el momento en que se aceptan voluntariamente, las normas y hábitos del fútbol limitan también el riesgo de lesiones serias en los jugadores, aunque, obviamente, no eliminan totalmente dicho riesgo. Tampoco están

los espectadores completamente seguros en los eventos, como lo muestran trágicamente los ejemplos de Heysel y Hillsborough.

El fútbol a su más alto nivel también tiene cualidades parecidas a las del ballet y esto, junto al color de las indumentarias de los jugadores y otros elementos de presentación dramática, ayudan a explicar su atractivo para los espectadores. El atractivo se puede ver aumentado por los elementos de ‘carnaval’ espontáneo o planeado que aportan las aficiones. Por supuesto, hay otros deportes que poseen algunas de las características enumeradas anteriormente, pero sólo el fútbol la integra todas; la mayor parte del tiempo, por lo menos. Y esta es la razón por la que se ha convertido en el deporte de equipo más popular del mundo entero. Para acabar permítanme comentar algunos de los aspectos más problemáticos del fútbol.

Algunos problemas del fútbol en la actualidad

No es necesario ser un genio para darse cuenta de que, a pesar de –y probablemente también a causa de– su éxito, el fútbol no está exento de problemas. En el contexto del presente artículo, sólo es posible ofrecer un breve comentario de cuatro de estos problemas. Como sugerí anteriormente, un rasgo común a por lo menos dos y tal vez tres de ellos es el hecho de que comenzó como un juego masculino y en gran parte hoy en día sigue siéndolo. Asimismo, el dinero parece estar en la raíz de tres de los problemas. Los cuatro problemas son:

- la creciente desigualdad en todos los países que juegan al fútbol entre clubes capaces de competir a nivel internacional y el resto;
- la anomia experimentada por muchos jugadores de alto nivel y retirados;
- los escándalos sexuales y su exposición, especialmente en la prensa amarilla; y
- el continuo azote a nivel mundial de la violencia en torno al fútbol (*hooligans*).

Permítanme que pase a analizarlos individualmente.

La creciente desigualdad entre clubes es un fenómeno de nivel mundial y se expresa en Inglaterra por el hecho de que los cuatro o cinco equipos que encabezan la *Premier League* han crecido tanto, tanto en jugadores como en recursos, que cada vez les resulta más difícil a los demás equipos, incluso a los más próximos en la ta-



El problema de los 'hooligans' está muy relacionado con el hecho de que sigue siendo un terreno básicamente masculino. (Foto: <http://www.sxc.hu>)

bla clasificatoria, vencerlos. Esta desigualdad es, por supuesto, en parte consecuencia de la frecuente aparición en televisión, los ingresos por publicidad y la participación de multimillonarios del resto del mundo, pero también es, una vez más, consecuencia de la globalización del juego. Es decir, estamos en los momentos iniciales de la formación de ligas intercontinentales, que llevan al desprestigio de las ligas nacionales. Este proceso va a llevar a la desaparición de los clubes más modestos o a su conversión en semi-profesionales o, a más largo plazo, en completamente aficionados. Se trata de un nuevo elemento de injusticia que conduce a que el juego sea en sí injusto. Además, en muchas ligas nacionales el resultado de los partidos resulta completamente predecible; en el caso de Gran Bretaña, Arsenal, Chelsea, Liverpool y Manchester United ganan casi siempre. Esta situación podría llevar a que se redujera el interés en los clubes modestos por los 'grandes partidos', que les daban antes la posibilidad de atraer la atención a nivel nacional. De la misma manera, se reduce el interés de los espectadores, produciéndose un efecto de espiral descendente.

El dinero es, sin duda alguna, el elemento central de estos problemas. Sin embargo, hay alguna razón para creer que tanto el segundo como el tercer problema apuntado anteriormente –la anomia del jugador y los escándalos sexuales amplificadas por los medios de comunicación– también hunden sus raíces en el dinero. Los jugadores de alto nivel se pueden volver anómicos porque sus vidas apenas se estructuran sobre obligaciones laborales y porque disponen de mucho tiempo y dinero. Se pueden generar en ellos deseos sin límite, junto a un

sentimiento de superioridad e inviolabilidad, aumentado este último por la adulación del público y su estatus de persona famosa. La existencia de grupos de admiradoras, algunas dispuestas a explotar a los jugadores y vender sus historias a los medios de comunicación, también tiene su importancia.

El tema resulta bastante complejo y en este punto no queda sino añadir que, mientras que el fenómeno de las informaciones sobre presuntos o reales abusos sexuales de futbolistas sobre mujeres parece nuevo en el Reino Unido, existe en el mundo del deporte de élite de Estados Unidos desde hace más de 30 años. Mi sospecha es que se trata de un tema extendido en el tiempo y en el espacio, relacionado con el sexo masculino y que se da también en el ejército, y que lo que está aumentando en el Reino Unido es la información sobre estos asuntos más que propiamente el número de incidentes en sí mismo. Resulta ser así porque anteriormente había acuerdos tácitos entre jugadores, entrenadores y periodistas para no sacar los casos a la luz y en la actualidad se han roto dichos acuerdos, en parte por el mayor peso del feminismo y el mayor poder de la mujer.

Permítanme ir cerrando el artículo con unos comentarios sobre la violencia en torno al fútbol (los *hooligans*), otro problema relacionado con el hecho de que sigue siendo un terreno básicamente masculino. Lo primero es que, a pesar de la relativa ausencia de violencia por parte de hooligans ingleses en la Euro-2004 de Portugal, existen como mínimo cuatro razones para creer que, mientras su perfil, situación social y, en cierta medida, composición social han cambiado de algún modo, sería prematuro pensar que el fenómeno de los hooligans pertenece ya al pasado. En concreto por las siguientes razones:

- se prohibió a más de 2.000 *hooligans* ingleses fichados viajar a la Euro-2004. Si no hubiera sido así, sin duda se habrían producido más incidentes;
- el fenómeno de los *hooligans* continúa siendo un problema de escala mundial en el fútbol;
- durante la propia Euro-2004 hubo noticias de incidentes en bares repartidos por toda la geografía del país, provocados por aficionados que veían los partidos por televisión especialmente tras las derrotas de Inglaterra contra Francia y Portugal. De hecho, este tipo de desórdenes constituyen un dato recurrente en todos los torneos internacionales importantes en los que se ha clasificado Inglaterra a partir de Italia-90, sobre todo cuando perdieron la tanda de penalties contra Alemania;

- el rodaje de películas como *The Football Factory* e *ID* y la publicación de libros sobre el gamberrismo en el fútbol basados en Cass Pennant y Stephón Hickmott, indican que existe un interés continuado e importante en el tema. No se trata, como creen a veces los políticos, de una cuestión que vaya a desaparecer sin más.

Referencias bibliográficas

- Curry, G. (2001). *Football: A Study in Diffusion*. Tesis doctoral no publicada. Leicester: University of Leicester.
- Dunning, E. y Sheard, K. (1979). *Barbarians, Gentlemen and Players: a Sociological Study of the Development of Rugby Football*, Oxford.
- Dunning, E.; Murphy, P. y Williams J. (1988). *The Roots of Football Hooliganism: an Historical and Sociological Study*. London.
- Durkheim, K. (1897). *Suicide: a Study in Sociology*. London, 1952. Versión española: (1992) *El suicidio*. Madrid: Akal.
- Elias, N. (1939). *Über den Prozess der Zivilisation*. Basel. Versión española: (1987) *El proceso de la civilización. Investigaciones socio-genéticas y psicogenéticas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1950). Studies in the Genesis of the Naval Profession. *British Journal of Sociology*, Vol 1, No 4.
- (1983). The Retreat of Sociologists to the Present. *Theory, Culture and Society*, 4(2-3).
- Elias, N. and Dunning, E. (1986). *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford. Versión española: (1992) *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Green, G. (1953) *The History of the Football Association*. London: Naldrett Press
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity.
- Goudsblom, J. (1977). *Sociology in the Balance*. Oxford.
- Guttman, A. (1978). *From Ritual to Records: the Nature of Modern Sports*. New York.
- (1986). *Sports Spectators*. New York.
- Kitchin, L. (1966). The Contenders. *The Listener*. London.
- Marples, M. (1954). *A History of Football*, London.
- Murphy, P.; Williams, J. y Dunning, E. (1990). *Football on Trial*. London.
- Orwell, G. (1950). *Shooting an Elephant*. London.
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. Glencoe, Ill. Versión española: (1988). *El sistema social*. Madrid: Alianza editorial.
- Perkin, H. (1989). Teaching the English How to Play: Sport and Society in the British Empire and Commonwealth. En *International Journal of the History of Sport* 6 (2).
- Sipes, R. (1973). War, Sports and Aggression. *American Anthropologist*, 75.
- Stokvis, R. (1992). Sports and Civilization: is Violence the Central Problem? En E. Dunning y C. Rojek (eds.). *Sport and Leisure in the Civilizing Process: Critique and Counter-Critique*, Basingstoke, Macmillan.
- Wray Vamplew, W. (1988) *Pay Up and Play the Game: Professional Sport in Britain. History of the Football League, 1888-1988*. London: Collins Willow.

Lo global y lo local en la tecnología del deporte



KLAUS HEINEMANN

Catedrático emérito de Sociología

Universität Hamburg (Alemania)

klauswhein@aol.com

Traducción del alemán:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

En el presente artículo se analizan los efectos de la globalización y el influjo de las culturas locales sobre el desarrollo y el uso de las tecnologías del deporte –como por ejemplo, de barcos de vela, bicicletas, esquís, etc.– y sobre la expansión de los mercados de comercialización de artículos deportivos. Se señala que sólo cuando exista una profunda diferenciación de una tecnología del deporte concreta podrá hacerse visible la diversidad de los efectos globales y locales. Contra la tesis de una estandarización mundial de bienes y servicios uniformes y, por tanto, de una nivelación de la práctica deportiva, se encuentra el hecho de que con el desarrollo tecnológico se incrementan enormemente los “grados de libertad”, que abren un espacio casi inagotable a la individualización y a la capacidad de adaptación a las culturas locales.

Palabras clave

Tecnología deportiva; Globalización; Culturas locales; Desarrollo de las sociedades.

Abstract

The Global and the Local in Sports Technology

The present article analyses the effects of globalisation and the influence of local cultures on the development and use of sport technologies, such as, for example, sailing boats, bicycles, skis, etc., and on the expansion of commercialisation markets for sports articles. It is pointed out that, only when there is a profound differentiation in a specific sport technology can the diversity of global and local effects become visible. Against the thesis of a world standardisation of uniform goods and services and, therefore, of an evening up in the practice of sports, is the fact that with technological development the “degrees of liberty” increase enormously, opening up a practically inexhaustible space to individualisation and the capacity of adaptation to local cultures.

Key words

Sports technology; Globalisation; Local cultures; Development of societies.

Sobre la relación entre lo global y lo local

En la discusión sobre la relación entre la globalización (económica), por un lado, y el peso de las peculiaridades culturales locales, por otro, se enfrentan tres líneas de argumentación:

- Desde la perspectiva económica la globalización se refiere a los procesos –y sus consecuencias– que propician el libre acceso a todos los mercados, a la apertura cada vez mayor de las fronteras locales y, por tanto, a la creciente permeabilidad de las fronteras políticas y el desarrollo de mercados

de libre acceso para el capital, los productos y los servicios, las tecnologías y las personas que trabajan. Así, se reducen cada vez más las diferencias económicas, políticas y culturales, de modo que llegaríamos a vivir en la denominada “sociedad mundial”, caracterizada por unas condiciones de producción y una organización laboral iguales para todos, por la propagación en todo el mundo de productos y servicios estandarizados y homogéneos y, como resultado, también de formas de vida, de pensamiento, de valores, homogéneas, y también de un ordenamiento político y económico unificado.¹

¹ La “cultura” McDonalds se utiliza a menudo como metáfora de una globalización de este tipo. Ohamae (1985) cree haber mostrado en su estudio sobre la homogenización de la civilización material, hasta qué punto se ha producido una equiparación de estilos de vida y de hábitos de consumo. Las diferencias en cuanto a percepción de la vida, hábitos de consumo, actividades de ocio, objetivos y expectativas de la generación de jóvenes de América del Norte, Japón y Europa son –según sus conclusiones– menores que las existentes entre la generación más joven y la mayor en los mismos países; la “distancia horizontal” entre los distintos países es menor que la “distancia vertical” entre las generaciones.

- Las culturas locales mantienen sus peculiaridades sin variación. Esta tesis se basa en que la población sólo puede conservar su identidad y sus características históricas si cuida su propia cultura. La individualidad y la identidad están impregnadas y unidas a su sello territorial-cultural. Se produce una vuelta a las raíces propias e históricas que se reflejan, por ejemplo, en el idioma, los estilos de vida, las formas individuales de usos y costumbres y por supuesto también en las culturas deportivas.
- La cultura global y la local están entrelazadas. Esta tesis afirma que cada extensión de las culturas globales provoca al mismo tiempo una diversificación cultural de los tipos de comportamiento –en nuestro caso del hábito deportivo correspondiente y de la práctica social del deporte. Pero lo “local” no tiene por qué identificarse con regiones de delimitación clara y establecida. Es más, la diversidad y la diferenciación de los productos ofrece así mismo la posibilidad de una individualización del consumo (deportivo) y de la aparición de microculturas neo-locales.

En este artículo se tratará la relación entre la globalización y la localización, y por tanto también las tesis expuestas, en un aspecto muy concreto, el desarrollo de las tecnologías del deporte y la expansión internacional de los mercados de los artículos deportivos. Se intenta dejar claro que sólo la más amplia diferenciación del fenómeno analizado –en este caso la tecnología del deporte– y el estudio específico de cada uno de sus elementos concretos puede aportar indicios para formarse una opinión sobre cuál de las tesis mencionadas describe la realidad existente –refiriéndonos por supuesto siempre a un caso concreto. La tesis, que se va a desarrollar a continuación, afirma que ninguna de estas líneas de argumentación puede reivindicar una validez general; es más, su significación varía incluso ya al hablar de distintas tecnologías del deporte y mercados de artículos deportivos.

Si se entiende globalización en el sentido indicado anteriormente, es decir que en todo el mundo se ofertan y consumen los mismos bienes y servicios producidos en último término con similares tecnologías de fabrica-

ción, cabe pensar que los desarrollos de las tecnologías deportivas –como pueden ser las bicicletas, tablas de surf, barcos de vela, aparatos de fitness, esquís, palos de golf, etc.– y los mercados de productos deportivos son un ejemplo clásico de globalización: fabricantes de artículos deportivos que operan en todo el mundo –enseguida nos viene a la mente Adidas o Nike– dominan con sus productos el mercado en probablemente todos los países. Son artículos que se fabrican en grandes series y que reciben la aceptación suficiente en los grandes mercados como para que puedan aprovecharse todos los beneficios de la producción en masa. Por toda la tierra se venden –según parece– los mismos artículos deportivos y, como es inherente al programa de aprovechamiento de estos artículos, se utilizan de la misma forma.

Sobre la diferenciación del topos “tecnología deportiva”

Esta visión superficial enmascara no obstante la relación existente entre globalización y peculiaridades locales. Si se analiza con más detenimiento es demasiado superficial referirnos a la tecnología del deporte teniendo en cuenta únicamente el aparato deportivo concreto –ya sea la bicicleta, el barco de vela, los esquís, los palos de golf u otros artículos deportivos como las zapatillas de deporte, la ropa deportiva, etc.– Para nuestro tema es imprescindible plantear la siguiente diferenciación:

- *Componentes tecnológicos específicos* –en el caso de los barcos de vela se trata, por ejemplo, de velas, arboladura, cornamuzas, motor, jarcia, equipos de anclaje, equipo de navegación, equipamiento interior.²
- *El aparato deportivo* como complejo tecnológico, compuesto por la unión y la combinación de diversos componentes. Este aparato se contruye en la mayoría de los casos mediante la combinación correcta de elementos tecnológicos. Así, el barco de vela se compone del casco, el motor, arboladura, las velas, los instrumentos de navegación, equipos de anclaje, winches, cornamuzas, etc.; la bicicleta del cuadro, las ruedas, los neumáticos, las mar-

² *Arboladura*: Es el conjunto de todos los palos, vergas y perchas de madera o hierro, destinado a suspender las velas y a que éstas puedan orientarse convenientemente al viento.

Cornamuzas: Piezas metálicas o de madera en forma de T fijas en cualquier parte del buque que sirven para amarrar los cabos.

Jarcia: se refiere a todos los cabos de un barco.

Winche: Cilindro con un sistema interno que permite multiplicar la fuerza ejercida sobre los cabos (Nota de la trad.)



El barco de vela: la combinación de una tradición milenaria con la moderna tecnología. (Foto: Klaus Heinemann)

chas, los frenos, las amortiguaciones, los aparatos de medición, etc.³

- La *compleja tecnología del consumo*.⁴ Además existen una serie de premisas que condicionan el aprovechamiento adecuado de los complejos tecnológicos; condiciones que se cumplen en un sistema material y social diferenciado: el esquí como deporte de ocio sólo es posible con la correcta combinación y adecuación de los siguientes elementos: esquís, fijaciones, ropa, accesorios, arrastres, pistas, mantenimiento de éstas, cañones de nieve, ambiente deportivo, hoteles, alojamientos, restaurantes, escuelas de esquí, comercio; medios de transporte, vías de comunicación, infraestructuras. Montar en bicicleta va estrechamente relacionado con cascos, aparatos de medición, mochilas, ropa resistente, alimentación específica, redes de carriles para bicicletas, mapas de itinerarios, medios de información. El deporte de la vela con el complejo tecnológico barco de vela, puertos, instalaciones de servicios, mapas navales, comercio de equipamientos, seguros, sistemas de seguridad, escuelas de formación, predicciones meteorológicas, señales náuticas, sistemas de información, etc. Es toda esta compleja tecnología de consumo la que aporta a quien se interesa por el deporte su valor vivencial y de ocio y que ha favorecido que el esquí, el ciclismo, el fitness, la vela, etc. se hayan convertido en deportes de masa (Bökemann, 1989).

El uso de aparatos deportivos (esquís, bicicleta, barco de vela, etc.) se encuentra pues ligado a sistemas

materiales estrechamente entrelazados entre sí, debido a los requerimientos de uso y garantía de estos aparatos y sus componentes y por las características de la infraestructura (como pueden ser, los carriles de bicicleta, los puertos deportivos, los campos de golf). Además, una inserción del deportista en variados sistemas sociales ya que el uso de complejos tecnológicos se relaciona irremediamente con una serie de procesos de venta, asesoramiento, formación, mantenimiento, servicio y reparación especializados.

La *cultura de uso* en la que se encuentran insertados los distintos aparatos deportivos (es decir, el complejo tecnológico correspondiente y la compleja tecnología de consumo), o sea el modo cómo se usa la bicicleta en un determinado país, la forma en la que se navega, cómo se esquía y qué pautas de comportamiento, valores y emociones destacan en ello, etc. Cultura de uso significa pues, por un lado, el modo y manera en que se practica deporte con los aparatos deportivos, y por el otro, cómo se inserta el deportista en la red de sistemas materiales y sociales; por ejemplo, hasta qué punto se hace uso de los servicios de reparación y servicio y hasta dónde realiza la propia persona que practica el deporte los trabajos de reparación.

Los cuatro niveles mencionados influyen en el comportamiento deportivo de las personas y esto significa: una creciente sustitución de los modelos, estrategias y técnicas manuales por ayudas tecnológicas que cambian completamente los modos de hacer. De este modo, el análisis de las “historias evolutivas” de las tecnologías del deporte pueden aportar a su vez resultados esenciales sobre la relación entre lo local y lo global en el desarrollo de la práctica deportiva de un país.

Así pues, esta diferenciación del hecho “tecnología del deporte” deja claro todo lo que se ha de tener en cuenta en un modelo explicativo sobre la relación de lo local y lo global, puesto que, cualquiera de estos cuatro componentes de una tecnología del deporte dispone de su propia “historia de evolución y uso”. Esto significa que se han de tematizar las tesis descritas al principio sobre la relación entre lo global y lo local para cada uno de estos cuatro elementos por separado y, el resultado final es que para cada una de las tecnologías del deporte resultan distintas relaciones de interacción entre lo global y lo local. A continuación, nos ocupamos de todo ello.

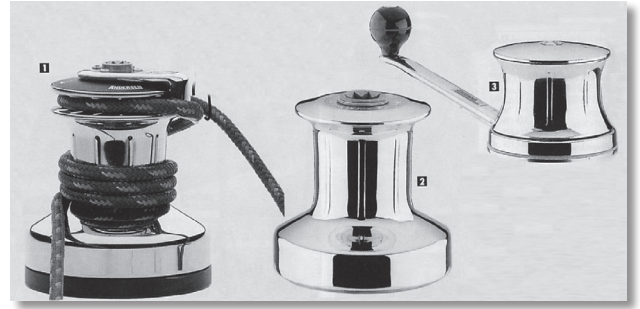
³ Me centraré en este artículo principalmente en estas dos tecnologías (barcos de vela y bicicletas), porque así puedo referirme a resultados de mis propios análisis empíricos (Heinemann, 2001).

⁴ Utilizo el concepto de tecnología del “consumo” para dejar claro que mis argumentos no se aplican a las tecnologías del deporte de alto rendimiento, sino al deporte de ocio, aunque a menudo la interacción entre ambos no puede pasarse por alto.

La diversidad de las evoluciones de los componentes tecnológicos

Cada componente tecnológico tiene su propia “historia evolutiva” y esto significa que en cada componente se encuentra otro efecto de lo global y lo local. Esto se desprende de los siguientes argumentos:

- El desarrollo de los componentes tecnológicos se encuentra determinado de modo creciente por los avances de las investigaciones científicas y de ingeniería en las que se basan (sobre todo en el área de la tecnología de la preparación y la producción). No obstante estas investigaciones no suelen ser guiadas, es decir, no se orientan hacia metas concretas, áreas de aplicación o necesidades específicas de grupos exactamente definidos y menos aun hacia los deportistas. Este proceso de innovación apenas se puede conducir desde el exterior, tampoco su utilización posterior en las distintas áreas de la ingeniería aeronáutica, náutica, el sector militar, la construcción de motores –y tampoco en el deporte. Las innovaciones decisivas que han modificado las distintas modalidades deportivas de modo tan radical en los últimos 30 años, se basaron en principio en tecnologías de origen difuso, de uso abierto o en tecnologías desarrolladas para otros campos de aprovechamiento distintos de aquellos en los que posteriormente se han aplicado.⁵
- Estos desarrollos suelen tener por regla general un origen local, en un determinado país, en el que se investigan determinados problemas, se desarrollan nuevas técnicas y se introducen en la vida diaria. O formulado de otro modo: la globalización en el sentido mencionado anteriormente suele tener su punto de partida en las “culturas y tradiciones de investigación y desarrollo” locales de un país. Si



La aparición de los winches ha facilitado el trabajo de izar las velas haciéndolo más accesible a todas las personas. (Foto: catálogo Niemeyer www.awn.de)

queremos descubrir por qué y de qué modo se desarrollaron determinados componentes tecnológicos para equipos deportivos, tendremos que dirigir nuestra mirada no sólo a las condiciones culturales, de política de investigación, financieras, etc. del país en cuestión, sino preguntarnos también por qué se utilizó el conocimiento de un país, preciso y destinado a un área de aplicación, para un determinado componente.⁶

- El análisis del desarrollo de los componentes tecnológicos individualizados que constituyen un aparato deportivo presenta una imagen difusa que no permite determinar de modo general la relación entre lo global y lo local. Ya no es posible fijar el origen y la distribución de cada componente tecnológico: muchas veces se remonta a cien o más años atrás y se han convertido en una tecnología generalizada.⁷ Otros tipos de componentes tienen su origen claro en un determinado país, pero no están protegidos por patentes o un *know how* técnico exclusivo, de modo que los adoptaron pequeñas empresas de fabricación para sus mercados regionales, adaptándolos a los requerimientos específi-

⁵ Un ejemplo típico de esto es el desarrollo de materiales plásticos, vitrofibras y fibras de carbono, que han revolucionado entre otros campos la construcción náutica. Del mismo modo el GPS, desarrollado en su origen con fines militares. Otro ejemplo es el desarrollo de la electrónica, cuyo punto de partida se encuentra en la investigación espacial de EEUU. Sin duda pues un fenómeno local. Pero de este modo se ha desarrollado también una electrónica para barcos que se produce en muchos países, aunque los norteamericanos y los ingleses lideren el mercado en este ámbito.

⁶ ¿Por qué, por ejemplo, se utilizaron pues las fibras de vidrio y de carbono, desarrolladas por la industria aeronáutica –sobre todo de USA– para la reducción de peso, hace unos cuarenta años en gran medida en Alemania y Suecia para la construcción de barcos de vela?

⁷ ¿A qué cultura se puede adscribir, por ejemplo, el desarrollo de las ruedas de la bicicleta? Es una pregunta de difícil respuesta. Por el contrario, sabemos en qué condiciones desarrolló Dunlop a finales del siglo XIX el neumático con aire y cómo se impuso éste. La introducción del neumático relleno de aire inventado por Dunlop para las bicicletas se rechazó y obstaculizó en un principio, por un lado, porque se consideró muy poco estético, y por otro porque el argumento de que era más cómodo al reducir las vibraciones y además más seguro, no se tuvo en cuenta puesto que utilizaban la bicicleta sobre todo hombres jóvenes y deportistas, atraídos especialmente por el prestigio que suponía la incomodidad y el peligro de andar en ella. No obstante este tipo de ruedas con neumático con aire tuvo gran éxito en las carreras de bicicletas. En un principio se intentó solventar (sin éxito finalmente) este problema implantando normas disuasorias, hasta que este tipo de ruedas se introdujeron de modo generalizado (Hughes, 1987).

cos de los clientes, fabricando a menudo bajo pedido, pero esto no se limita a un solo país concreto. Un ejemplo de esto son las velas de material plástico o la introducción de fibra de vidrio en el casco del barco de vela. Otros componentes tecnológicos requieren un conocimiento técnico específico y están, debido a ello, protegidos por patentes, de modo que hay pocas empresas, en algunos casos una sola, que lideran el mercado mundial –como ejemplo de esto son la arboladura y los winches en los barcos de vela, y de un modo más limitado los cambios de marchas de las bicicletas.

La diversidad cultural de los complejos tecnológicos

Los complejos tecnológicos presentan en lo que se refiere a nuestra perspectiva temática una imagen distinta:

- Un complejo tecnológico –como puede ser el barco de vela o la bicicleta– se compone de una combinación razonable de componentes tecnológicos concretos. Estas combinaciones pueden poseer a su vez un carácter innovador y, del mismo modo, los requerimientos planteados al complejo tecnológico “aparato deportivo” puede impulsar el desarrollo posterior de los componentes tecnológicos. El modo en que esto se produce es siempre un proceso abierto, evolutivo de interconexiones y dependencias que, además, en muchos casos se produce en un territorio delimitado regionalmente. Formulándolo de otro modo, diremos que el desarrollo de un complejo tecnológico “aparato deportivo” se divide en una diversidad de procesos distintos de desarrollo técnico de cada uno de los componentes tecnológicos y de los complejos tecnológicos con diferentes bifurcaciones y ramificaciones, en las que se interrelacionan de modos diversos lo global y lo local. Se producen aquí diversas tomas de decisión sobre el desarrollo técnico y la presentación material del aparato deportivo en cuestión (Rammert, 1994).
- El uso de los conocimientos de las ciencias de la naturaleza y la ingeniería y el uso puntual y la combinación específica para el equipo de los componentes tecnológicos al crear los complejos tecno-

lógicos suele adaptarse a la cultura en cuestión. La tesis es, pues, que aunque sea de desarrollo local, el conocimiento global disponible en las diferentes formas descritas y el acceso a los componentes tecnológicos se aprovechan y aplican de modo distinto en cada entorno cultural (local, por tanto). Existe un conjunto de conocimientos de ciencias de la naturaleza y de la ingeniería y de componentes tecnológicos que en principio puede ser “capturado” por todos los constructores y empresas de todo el mundo (Hughes, 1987), pero se utiliza de modo selectivo dependiendo de las características culturales específicas, el tipo de presentación material de la organización y por tanto de los requerimientos específicos del propio mercado, puesto que: el desarrollo de los aparatos deportivos –son característicos aquí los barcos de vela y las bicicletas– supone previamente el análisis de las indicaciones de orientación y las pautas de desarrollo. Las “pautas de orientación”, por las que se guía el desarrollo de una tecnología deportiva, pueden obedecer por ejemplo a requerimientos como la velocidad, seguridad, potencial de riesgo, estado más actual del desarrollo tecnológico, estándares de calidad, comodidad, economía, confort, diversidad de potenciales de utilización, comportamiento medioambiental, etc..., No se trata de valores de tipo técnico, sino de características sociales, valoraciones culturales y del resultado de la lucha de distintos actores con intereses y criterios de valoración bien distintos, que además son temporales y variables.⁸ Estas pautas no son pues características resultantes de un “capricho” de la técnica; no son tampoco resultado de parámetros impuestos por la ingeniería; son más bien el resultado de las peculiaridades culturales y las estrategias sociales con las que los actores implicados, con su influjo y sus recursos encuentran, en el marco de las condiciones (culturales, legales, económicas) existentes unas soluciones más “adecuadas” a sus expectativas; es decir, técnicamente óptimas para la resolución de sus problemas. La explicación de la génesis y el desarrollo técnico requiere pues destapar las “pautas de orientación” dominantes en cada momento, así como los factores y fuerzas: los actores implicados, los intereses, sus peculiaridades organizati-

⁸ El neumático con aire se impuso finalmente por que se definió una nueva “pauta de orientación” para la función de las bicicletas: se definió como instrumento con el que desplazarse con la mayor rapidez posible, sin riesgos y de forma cómoda de un lugar a otro.

vas, y al mismo tiempo las condiciones generales (culturales, normativas, políticas y económicas), los acuerdos institucionales de coordinación e interacción- y a su vez descifrar su modo de influencia en cada caso. Los nuevos complejos tecnológicos aparecen pues de acuerdo a la significación que se concede a estas pautas de orientación, o dentro de la arquitectura de una tecnología compleja del deporte con distinta valoración de las orientaciones existentes. El desarrollo tecnológico no es culturalmente neutro, ni resulta de una necesidad tecnológica “lógica” imperiosa (Schubert, Friederici, 2002).⁹

- Es al mismo tiempo característica del mercado de artículos deportivos una diferenciación extremadamente funcional y además estética de la oferta, que en parte se rige por pautas de orientación de influjo cultural. Por un lado esto resulta en una diferenciación de las posibilidades de aplicación de los aparatos deportivos según tipo de rendimiento –palos de golf y raquetas de tenis, esquís para nivel debutante, avanzado y profesional, etc.–, por otro, unas áreas especiales de aplicación –velas para distintos tipos de mares, zapatillas de deporte para las distintas modalidades deportivas, bicicletas para distintos terrenos, esquís para diferentes tipos de nieve, adaptado a la cartera de cada uno, etc. Cada vez hay una mayor diferenciación de las cualidades funcionales y estéticas.

El influjo de las pautas de orientación dominantes puede medirse en los criterios que quienes realizan pruebas para las revistas especializadas juzgan como recomendables o critican en los barcos de vela o las bicicletas. Estos criterios se han ido modificando con el paso del tiempo, incluso en aspectos básicos. Esto demuestra que quienes realizan las pruebas en los diversos países utilizan para la valoración de un equipo deportivo distintos criterios de evaluación dependiendo de las “pautas de orientación” predominantes en su país.

Un ejemplo de esto: Cada país de Europa dispone de una tradición propia, desarrollada a lo largo de los años, en la construcción de barcos la cual tiene como

consecuencia que exista un estilo de “arquitectura” de los barcos de vela típico en cada país: los barcos escandinavos no destacan por sus velas, sino por su excelente construcción interior de madera y su gran calidad de construcción –que se refleja en los precios–. Los barcos de vela franceses son objetos de construcción relativamente ligera, sólida y también económica. Los astilleros alemanes suelen ser empresas pequeñas que se adaptan concretamente a los deseos de sus clientes. En los últimos años se han impuesto dos astilleros más grandes que producen grandes cantidades de construcción en serie con precios económicos y que distribuyen con una política de precios de descuento.¹⁰ Los barcos de vela ingleses son renombrados como equipos sólidos, incluso en condiciones meteorológicas adversas, con una construcción interior muy somera.

Observaciones sobre la compleja tecnología del consumo

Las peculiaridades de la compleja tecnología del consumo dependen de modo decisivo de las distintas modalidades deportivas, es decir de la infraestructura requerida, las redes de distribución necesarias, los requerimientos de garantía, servicio y reparación, etc. del aparato deportivo. Por este motivo, podemos señalar aquí también algunas observaciones.¹¹

- Las empresas de todo el mundo ofrecen un abanico muy amplio de artículos deportivos –así por ejemplo Adidas o Nike ofertan aproximadamente 750 modelos distintos de zapatillas de deporte entre los que la clientela puede elegir. Ocurre algo similar en la variedad de ropa deportiva y aparatos deportivos (raquetas de tenis, esquís, palos de golf, etc.). Brindan una imagen de mercados globales de artículos deportivos, pero esta imagen es falsa. Ningún establecimiento de artículos de deporte ofrece a la venta todos y cada uno de los 750 modelos fabricados por dichas firmas; 30 modelos distintos ya son muchos. ¿Cómo se efectúa la selección? Depende únicamente de las peculiaridades regionales y de las preferencias individuales de la

⁹ Aunque el desarrollo de los ferrocarriles, por ejemplo, tiene una antigüedad superior a los 150 años y esta técnica se aprovecha en todos los países, en cada uno de ellos tiene una forma distinta –con la consecuencia, por ejemplo, de que los trenes alemanes tienen problemas para viajar por las vías francesas.

¹⁰ Se refleja aquí también una peculiaridad alemana que resulta en las enormes tasas de crecimiento de los ofertantes de descuentos. Es típico de esto la nimia frase publicitaria de una cadena de establecimientos de venta de electrodomésticos. “Geiz ist geil” (‘la avaricia es guay’)

¹¹ En relación a este tema, carecemos de estudios empíricos significativos.

clientela. La persona responsable de compras ha de elegir entre tanta diversidad.

Esto se puede mostrar también con el ejemplo de la bicicleta: Desde los años 80 existe una enorme variedad de bicicletas en el mercado – también en este caso presentadas por empresas pequeñas y medianas–. Pero 1. esta amplia variedad de bicicletas (de carreras, de montaña, de trekking, de ciudad, tandem, bicicletas eléctricas, plegables, reclinadas, en todas sus variantes, equipamientos y precios) no se ofrecen en la misma medida en todos los establecimientos de los distintos países (europeos); es mucho más amplia en las tiendas de bicicletas de Alemania que en, por ejemplo, las españolas o las holandesas, y 2. el aparato deportivo “bicicleta” y su uso se interpreta de distinto modo en los diferentes países. En Alemania se considera mucho más un medio de transporte y un aparato saludable, de modo que todos los grupos de edad, todas las clases sociales, hombres y mujeres, familias e individuales, tienen una bicicleta y en la mayoría de los casos la utilizan. En España la bicicleta no suele ser un “aparato de transporte”;¹² dominan las bicicletas de montaña y las de carretera, que son un signo del estilo de vida de la cultura masculina juvenil; es decir, es más inusual ver montadas en bicicleta a las generaciones un poco mayores o a las mujeres. Acorde a estas distintas culturas de uso, se desarrollan las diferentes infraestructuras –que se ven por ejemplo en la red de carriles de bicicleta finamente entrelazada que cruza Alemania (con mapas específicos, guías, lugares gastronómicos, etc.) y la espesa red de instalaciones de servicios.

- Las grandes empresas de artículos deportivos que operan en todo el mundo (Adidas, Nike, Puma...) copan, en realidad, un total el 20% del comercio mundial de artículos deportivos. Esto significa que el mercado de estos artículos se caracteriza porque la mayoría de los fabricantes son pequeñas o medianas empresas (con menos de 500 trabajadores), activas en mercados o ramos delimitados, como

por ejemplo, el surf, escalada, snowboard, parapente, bicicleta, barcos de vela y toda su diversidad de accesorios. Esto es un indicador de que estas empresas trabajan en un medio muy turbulento y de rápido cambio que requiere un alto grado de flexibilidad y adaptabilidad y que exige una gran cercanía a la clientela y a sus gustos y deseos individuales. Esto significa, a su vez, que estos oferentes pueden responder de modo local a las preferencias (también las culturales y las que se han presentado a los largo de la historia) de cada lugar.

Un ejemplo típico se encuentra en los estudios de Chantelat (2001) sobre el mercado de esquíes de esquí alpino: en ellos se indica que los fabricantes de esquíes que operan en todo el mundo para los tres grandes mercados –Europa, América del Norte y Japón– fabrican tres tipos de esquíes de diferente construcción y hacen también una publicidad diferente para cada uno (“etnpublicidad”). Esto no sólo es necesario por las diferencias en los tipos de nieve, sino sobre todo, porque la técnica del esquí y la significación –aun más importante– del deporte del esquí en la cultura deportiva es diferente.¹³

Se plantea aquí por ende el problema de qué se entiende en cada momento por “local”; es decir en que delimitaciones espaciales se basa. Alguna vez puede considerarse –como en este ejemplo– Europa frente a América y Asia, en otros ejemplos –como en los barcos de vela– los distintos países europeos, pero también puede establecerse –como en el caso de las modalidades y culturas deportivas tradicionales– las distintas regiones de un país (Cataluña en España, Baviera en Alemania, Gales en Inglaterra).

Distintas culturas de uso

Se tiende a considerar “el” deporte como un patrón universal de cultura, ya que todas las modalidades deportivas se practican en todos los países con los mismos reglamentos. El deporte, según se dice, habla todos los idiomas. Que esta generalización no es aplicable desde

¹² Desde hace poco la ciudad de Barcelona, por ejemplo, dispone de bicicletas de ciudad para su préstamo (“Bicing”), algo que en Alemania no funcionaría, porque todo el mundo posee ya una bicicleta.

¹³ La tesis aquí defendida sobre la diferenciación regional de la tecnología del deporte y de los mercados de artículos deportivos fue sustentada de modo teórico y empírico por el premio Nobel de Economía 2008 Krugman (2004) con su análisis de las estructuras comerciales y las localizaciones de la actividad económica. Su tesis se contrapone a la suposición clásica de la teoría económica de que cada país produce aquellos bienes que le aportan una ventaja en los costes frente a otros países. Mucho más importante para la estructura de los mercados es el conocimiento exacto de las peculiaridades regionales y las preferencias de quien compra(hábitos de consumo).

la perspectiva de la tecnología del deporte ya ha quedado claro con los argumentos presentados. Esta imagen se dispersa aun más si analizamos los distintos modos de uso de un aparato deportivo. Ya se ha mencionado este aspecto en el apartado anterior. Se forma un cuadro de diversidad del deporte y se refleja su resistencia frente a todas las tendencias de “homogenización”. No existe, dice Pfister (2005, 504) “en la comunidad científica histórico deportiva (...) ninguna duda de que el deporte, a pesar de los procesos de globalización, ha mantenido su propia diversidad”. Quien no se percate de ello corre el peligro “de pasar por alto o no ver siquiera los orígenes específicos de las distintas culturas, los trasfondos y las relaciones y también los objetivos, significados y motivos”.

Pero para poder descifrar estas diferenciaciones hay que analizarlas muy minuciosamente en repetidas ocasiones. Nadie discute que “en todo el mundo” se juegue, por ejemplo, al fútbol y que las competiciones se rigen en principio por las normas establecidas por la FIFA. Pero los estudios de Brandl-Bredenbeck (1999) –que pone de manifiesto las diferencias en la adaptación según la cultura de la práctica del fútbol en USA y en Alemania– muestran cómo los actores sociales integran una cultura global en su propia cultura originaria teniendo como resultado:

- La juventud americana relaciona el deporte principalmente con competición y victoria, mientras que la juventud alemana parte de un concepto difuso de ocio.
- Mientras que para la juventud de Alemania el rendimiento y el esfuerzo se asocia al entrenamiento, para la juventud americana el rendimiento y el esfuerzo son un factor autónomo,¹⁴ independiente del entrenamiento y la competición.
- Los valores apreciados en la cultura americana como la capacidad de decisión, la hombría y la victoria no se encuentran suficientemente representados en el fútbol. La estructura de juego del fútbol no es compatible con el concepto habitual del deporte existente en USA. Existe una escasez de los fascinantes momentos de toma de decisiones y de éxito y pocos resultados relevantes estadísticamente. Las características que Guttmann (1979) estableció como típicas para el deporte, es decir, la cuantificación, la especialización y la consecución

de récords, se encuentran mucho menos reflejadas en el fútbol que en el béisbol o el baloncesto, que recogen de forma más clara estas características esenciales del concepto del deporte: racionalización y cuantificación se detectan en una gran cantidad de datos estadísticos a lo largo del juego; los índices de acierto son casi tan importantes como el estado del marcador; el alto grado de especialización permite adscribir a unos jugadores concretos el éxito o el fracaso

Por tanto aunque el deporte –el fútbol, en este caso– sea un fenómeno universal, se ve que en el concepto de la población joven de Alemania se concede al deporte un sentido más individualizado que el que le atribuye la juventud de América del Norte. Modelos de comportamiento idéntico se someten a una interpretación distinta dependiendo de los contextos culturales; las ofertas globales se encuentran en los microentornos con respuestas locales que varían en cada cultura.

O formulado de modo más general: al igual que las distintas “pautas de orientación” “guían” el desarrollo de las nuevas tecnologías, existen distintas “pautas de uso” para las tecnologías del deporte, dependiendo de la época y de la cultura. En ellas puede predominar la búsqueda del riesgo y la aventura, la experiencia (de la naturaleza), el dominio de la técnica, el prestigio y la valoración sociales, etc. (Heinemann, 2001).

Se precisarían aquí más estudios comparativos interculturales sobre las diferencias en la práctica deportiva para poder analizar por ejemplo la interacción de los cuatro elementos tematizados de una tecnología del deporte y la interacción de lo global y lo local.

La globalización como ampliación de los niveles de libertad

Podemos resumir todo lo expuesto anteriormente del siguiente modo. Contra la tesis de una estandarización mundial de productos y servicios iguales y, por tanto de una nivelación de la práctica deportiva, nuestras conclusiones muestran una gran ampliación de los “niveles de libertad”, que abren un espacio casi inagotable para la individualización y la capacidad de adaptación a las culturas locales. Cuanto más complejo sea el equipo deportivo y la compleja tecnología del consumo, mayores

¹⁴ Es esto un resultado que puede explicarse –según Brandl-Bredenbeck (1999)– sobre todo por la técnica de trabajo puritana profundamente anclada en USA y de la idea de la “muscular christianity”. El sueño del éxito depende inmediatamente del esfuerzo y el rendimiento individual.



Los plotter con mapas y GPS facilitan el complicado trabajo de navegación. (Foto: catálogo Niemeyer www.awn.de)

“niveles de libertad” se emplean para aplicar las tecnologías y adaptarlas a la cultura específica existente. Se trata de:

- niveles de libertad en el uso de los conocimientos de ciencias naturales e ingeniería disponibles para el desarrollo de los componentes tecnológicos;
- niveles de libertad en la arquitectura del aparato deportivo; es decir en la combinación de los distintos componentes tecnológicos que lo constituyen;
- niveles de libertad en la diversidad de la organización de la producción, la comercialización, etc. debido a los distintos actores que participan en estos procesos.
- niveles de libertad en la gama de ofertas específicas de cada región;
- niveles de libertad en su ejecución, uso y en el tipo de interpretación y significación que cada sociedad hace del aparato deportivo.

De este modo el avance de la tecnologización del deporte supone una ampliación de las posibilidades de opción y los niveles de libertad. Cuanto mayor sea el nivel de libertad, más clara y marcada la dependencia y la impregnación en los avances tecnológicos de la inserción cultural, económica, política, etc. de los actores. También son mayores las alternativas de elección y la asignación de función y significación por parte de cada persona usuaria. El individuo crea su propio mundo material –su barco de vela– para aprovecharlo después, es

decir para interrelacionarse con él. El objeto se convierte en parte integrante de la propia identidad.¹⁵ A la vista de los procesos anteriormente descritos de la diferenciación (funcional y estética) y del enorme incremento del número de alternativas, aumentan de modo ingente las posibilidades de una creación y un equipamiento personalizado de la arquitectura y de su inclusión en los distintos sistemas materiales y sociales. Que muchas empresas fabriquen y comercialicen en todo el mundo artículos deportivos similares no significa ni que quienes los compran adquieran la misma „cesta de la compra de artículos deportivos“, ni que se concedan a estos artículos deportivos y por ende a su deporte el mismo sentido y una significación similar.

Por otro lado, también será preciso buscar una nueva interpretación para lo “local”. Ya no está necesariamente ligado a un espacio impregnado de sus peculiaridades culturales y claramente delimitado, sino que se producen microculturas en las distintas modalidades deportivas de modo neolocal. En cada modalidad deportiva –como se muestra claramente por ejemplo en el ciclismo de montaña, la escalada, el parapente, el skating, el surf, aparecen microculturas con sus propios valores y normas, hábitos deportivos típicos, formas de consumo, redes sociales, escenificaciones del deporte, significaciones, no ligados a un lugar fijo o a una región establecida. En lo global se forman culturas deportivas particulares, neo-locales. Para las distintas personas o agrupaciones de una microcultura persiste la capacidad de creación y modificación de la realidad social, pero no (ya sólo) sobre la base de culturas vigiladas y ancladas en lo local.

La globalización como comparación de sociedades

En este último apartado se esboza una justificación para las tesis aquí presentadas: en la discusión sobre la relación compleja entre lo local y lo global suele pasarse por alto la trivial experiencia de que las diversas sociedades están configuradas de modo distinto y de que las personas que viven en ellas perciben y entienden de modo diferente los objetos y acontecimientos que se encuentran en su entorno. Las personas comparan, no sólo contraponiendo su propia forma de actuar, entender y

¹⁵ Esto se ve claramente con el ejemplo de los barcos de vela: la elección del barco entre una enorme variedad de ofertas y su construcción mediante una larga lista de “equipamientos opcionales” –utilizando la técnica disponible, desde el equipamiento interior hasta el color de los asientos de la borda– provoca un espectro inabarcable de las más variadas posibilidades de combinación. En esta elección y en el tipo de uso y la significación que se le atribuye se encontrará un reflejo de la personalidad y de las características internas de quien lo ha comprado.

percibir las cosas frente a las de otros, sino que interpretan las otras culturas desde la perspectiva de la suya. Por este motivo, cuando se habla sobre la relación entre lo global y lo local, hay que hablar de la comparación entre sociedades como forma y expresión de contactos sociales y culturales. Estas comparaciones incluyen no obstante también siempre influjos mutuos, una penetración recíproca, un entramado por adquisición y delimitación. “Sociedad” no es nunca una formación autónoma, separada con unas estructuras claramente delimitadas. Siempre hay que partir de unos conceptos más amplios de desarrollo de las sociedades. La “sociedad” de un país es siempre un elemento dentro de un campo más amplio de relaciones y fuerzas, en el que las peculiaridades sociales de este país aparecen como expresiones individuales dentro de unas formaciones más extensas (Tenbruck, 1992). Este aspecto es de aplicación, como se ha indicado, especialmente para la comparación y las interacciones entre conocimientos científicos, avance tecnológico y su aplicación en la práctica cotidiana (también del deporte).

Por eso es una simplificación inadmisible que en las discusiones sobre la globalización se hable de “sociedad mundial” y por tanto se presuponga un “modelo único de sociedad”. Esto deriva en una perspectiva de análisis muy limitada que no tiene en cuenta la diversidad de procesos de influjo recíproco que se produce en todo momento entre las sociedades; hay que tener en cuenta siempre “situaciones internas” y “situaciones externas” y con ellas los procesos que se dan entre ambas los cuales pueden ser multiplicadores, cruzados, complementarios o concurrentes.

Este tipo de interpretación del desarrollo de las sociedades está en contraposición a los conceptos de una globalización en el sentido de la conexión entre lo global y lo local que se presenta en las tesis uno y dos desarrolladas en el primer apartado de este artículo. La globalización, es decir la aparición de una “sociedad global” (y con ello también de culturas deportivas universales), puede entenderse como si en todos los países se desarrollara un “modelo único de sociedad”. Pero, a la vista de los planteamientos expuestos hasta ahora, esto es un error. Más bien dentro de un entramado global –originado por el uso de Internet, visible en las grandes empresas que actúan en todo el mundo, estabilizado por organizaciones supranacionales– (nuevos) modelos (del deporte) multisociales debido al intercambio, comparación, adquisición selectiva,

nuevas significaciones e interpretaciones. Las sociedades y el deporte mantienen un perfil individual que se va desarrollando entre otros por la combinación de situaciones internas y externas. Las situaciones externas se adaptan siempre de modo selectivo y se ajustan a la cultura existente. Es así por lo menos como ha ocurrido en la larga historia de Europa y también en la historia de la técnica; y es cuestionable que este modelo de equiparación recíproca y de adquisición y adaptación selectiva se haya modificado básicamente en los últimos años y que se encuentren argumentos vinculantes de que, con el influjo de la comunicación digital, ya no sea una realidad aquello que se ha ido produciendo a lo largo de dos mil quinientos años de la historia de Europa; es decir, precisamente esta interacción recíproca que no borra las características culturales de cada sociedad, sino que las mantiene con sus peculiaridades particulares –especialmente visible en la diversidad de lenguas de Europa–. No es fácil no obstante encontrar este tipo de argumentos.

Las fronteras políticas y económicas son más fáciles de cruzar que las culturales. No es que éstas no sean permeables. Sin embargo, las peculiaridades culturales sirven –acercándonos a Max Weber– como “guardaguas” para una recepción selectiva y una transformación cultural específica. Son los “intereses (materiales e ideales), no las ideas lo que domina directamente la actuación de las personas. Pero las ‘visiones del mundo’, formadas por las ideas, han determinado en muchos casos como guardaguas las vías en las que avanza la dinámica de los intereses y la actuación” (Weber 1956, 252).¹⁶ Esta tesis –es decir los modelos de valoración y pensamiento o los modos de comportamiento impregnados durante generaciones y cambiantes en la historia– de M. Weber sigue siendo aceptada en su mayor parte hoy en la Sociología. Si referimos esto a nuestro tema y nuestro ejemplo: los modelos culturales predominantes también se reflejan en distintas formas en el deporte; con una asimilación selectiva y una transformación adaptada a la cultura cada país crea su cultura técnica y deportiva.

Los individuos poseen capacidad de resistencia y también creatividad para dar una nueva interpretación a los elementos de la oferta de patrones de comportamiento e introducir de modo razonable elementos en su propia cultura. La diferenciación funcional y estética, que paradójicamente se hace posible por la globalización, abre el potencial para una diversidad local o microcultural.

¹⁶ Zündorf (1994) desarrolla tesis similares, conectando con Lepsi (1990), sobre los entramados económicos.

Referencias bibliográficas

- Bökemann, D. (1989). Bewegungsraum und Sporttourismus – Zur Herstellung und Vermarktung von Sportmilieus am Beispiel des Skilaufs. En K. Dietrich y K. Heinemann (eds.), *Der nicht-sportliche Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Brandl-Bredenbeck, H. P. (1999). *Sport und jugendliches Körperkapital. Eine kulturenvergleichende Untersuchung am Beispiel Deutschlands und der USA*. Aachen: Meyer & Meyer
- Chantelat, P. (2001). Die Globalisierung der Industrien und Märkte für Sportartikel: eine soziologische Perspektive. En K. Heinemann y M. Schubert, *Sport und Gesellschaften*. Schorndorf: Hofmann.
- Guttman, A. (1979). *Vom Ritual zum Rekord – Das Wesen des modernen Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. (2001). *Die Technologisierung des Sports – eine sozio-ökonomische Analyse*. Schorndorf: Hofmann.
- Hughes, T. P. (1987). The Evolution of Large Technological Systems. En W. E. Bijker, T. P. Hughes y T. J. Pinch (eds.), *The Social – Construction of Technological Systems*. Cambridge: MIT- Press.
- Krugman, P. (2004). *Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft*. Frankfurt: Pearson Studium.
- Ohamae, K. (1985). *Macht der Triade. Die neuen Formen wirtschaftlichen Wettbewerbs*. Wiesbaden: Gabler.
- Pfister, G. (2005). Die Vielfalt der Bewegungskulturen und die Schwierigkeit, Einheit zu konstruieren. *Erwägen-Wissen-Ethik* 16 (4), 504-507.
- Rammert, W. (1994). Techniksoziologie. En H. Kerberka y A. Schmieder (eds.), *Spezielle Soziologien*. Reinbek: Rowolt
- Schubert, M. y Friederici, M. (2001). Das Design bestimmt das Bewusstsein... Überlegungen zur Technologisierung des Fahrrades und den Rekonstruktionsmustern technologischer Entwicklung aus der Perspektive der Nutzer. En M. Friederici, H.-D. Horch y M. Schubert (eds.), *Sport, Wirtschaft und Gesellschaft*. Schorndorf: Hofmann.
- Tenbruck, F. H. (1992). Was war der Kulturvergleich, bevor es den Kulturvergleich gab? En *Soziale Welt*, número especial 8 (Zwischen den Kulturen) editado por Matthes, J.
- Weber, M. (1956). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen. Edición española: *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Zündorf, L. (1994). Weltwirtschaftliche Vergesellschaftung – Perspektiven einer globalen Wirtschaftssoziologie. In: Lange, E. (Ed.): *Die Wirtschaft im Wandel – Soziologische Perspektiven*. Berlin: Dunker & Humblot.

La dualidad glocalizadora del deporte contemporáneo*



MANUEL GARCÍA FERRANDO

Catedrático de Sociología

Universidad de Valencia

garferra@uv.es

Resumen

En el presente trabajo se realiza un balance del debate actual, en el ámbito de la sociología del deporte, sobre globalización y deporte, argumentando que el avance mundial del deporte en estos comienzos del siglo XXI, se entiende mejor en términos del fenómeno de glocalización, esto es, como un proceso mediante el cual las demandas y fuerzas globales se conforman o adaptan a las condiciones locales (Robertson), contribuyendo de este modo a la producción de “localidad” y “comunidad”, y a la emergencia de identidades nacionales. Los Juegos Olímpicos de Barcelona 92, el Campeonato de Fútbol Euro 93, y el Campeonato del Mundo de Fútbol Corea-Japón 2002, se presentan como ejemplos del carácter dual y paradójico del deporte contemporáneo en su capacidad de reforzamiento de identidades locales-nacionales, al tiempo que fomenta crecientemente megaeventos de alcance mundial.

Palabras clave

Globalización; Glocalización; Mundialización; Megaeventos deportivos; Identidades locales-nacionales.

Abstract

The Glocalising Duality of Contemporary Sport

This paper assesses the current debate, in the sphere of the sociology of sport, on globalisation and sport, arguing that the advance of world sport now at the beginning of the 21st century is better understood in terms of the phenomenon of glocalisation, that is, as a process by which global demands and forces conform or adapt to local conditions (Robertson), contributing in this way to the production of “township” and “community”, and to the emergence of national identities. The Olympic Games of Barcelona 1991, the European Football Championship 1993 and the World Cup Football Championship Korea-Japan 2002 are presented as examples of the dual and paradoxical character of contemporary sport in its capacity of reinforcing local-national identities, while increasingly promoting world-wide mega-events.

Key words

Globalisation; Glocalisation, Mondialisation, Sports mega-events, Local-national identities.

La resonancia global del deporte

Como metáfora del avance de la globalización, el deporte y especialmente las manifestaciones espectaculares de los megaeventos deportivos aparecen, cada vez con mayor frecuencia, en los medios de comunicación y en los discursos políticos convencionales (Horne y Manzenreiter, 2006). Y es que si se emplea el término globalización o su equivalente mundialización en su sentido mitológico (Ferguson, 1992), esto es, como algo que se refiere a fenómenos de gran escala de naturaleza culturalmente homogeneizadora, se puede afirmar que el deporte, en sus variadas formas y organizaciones, de-rocha globalización o mundialización por todas partes:

en el número de practicantes y espectadores, en el de equipos nacionales que participan en los Juegos Olímpicos y en los campeonatos del mundo de los deportes más populares como el atletismo o el fútbol, en las cifras de negocios que movilizan las industrias de equipamiento y materiales deportivos o las actividades de patrocinio y publicidad, o en el número de practicantes que realizan actividades físico-deportivas como aventura, entretenimiento o salud (Cagigal, 1981; García Ferrando, 2003).

El deporte, a lo largo del siglo XX y en estos comienzos del siglo XXI, se ha ido consolidando como un fenómeno social que, en sus diferentes manifestaciones de deporte-competición y deporte-espectáculo, deporte-sa-

* Los temas que se tratan en el presente trabajo han sido estudiados previamente en dos artículos con los títulos de Mundialización y deporte profesional (García Ferrando, 2003) y Globalización y deporte: paradojas de la glocalización (García Ferrando, 2005).



La globalización no es un proceso superador de lo local. Los castellers, torres humanas típicas de Cataluña, son un buen ejemplo de ello. (Foto: <http://www.flickr.com/photos/onsortir/3231545897/>)

lud, deporte-entretenimiento, deporte-ocio, deporte-moda o estilo de vida, deporte-consumo, deporte de riesgo, y un largo etcétera de manifestaciones deportivas (García Ferrando y Lagardera, 2002), ha conseguido adentrarse en el tejido social en primera lugar de las sociedades europeas, para hacerlo posterior y progresivamente en prácticamente todos los países del mundo. En este largo proceso, se han ido conformando actitudes, hábitos, prácticas e instituciones sociales que han acercado la cultura deportiva a grandes masas de la población mundial, convirtiendo de este modo el deporte en uno de los grandes protagonistas mediáticos de las sociedades contemporáneas (García Ferrando, 2001).

Aunque no existe duda alguna de que la amplia difusión del deporte y de las instituciones que le acompañan, resuena con fuerza en prácticamente todo el mundo (Maguire, 1999), el carácter preciso de las implicaciones de su difusión global no es tan obvio. Y ello es así tanto por la diversidad de las formas culturales que adopta el deporte, como por la amplia diversidad de significados del propio concepto de globalización.

Por eso no es de extrañar que desde hace unos pocos años, un número creciente de sociólogos del deporte ha-

yan comenzado a cuestionar que las grandes manifestaciones mediáticas del deporte por un lado y, por otro, las diversas formas que tienen las poblaciones, consideradas local o nacionalmente, de relacionarse con el propio deporte y de conformar culturas deportivas con significado local o nacional propios, sean un ejemplo de mundialización o globalización (Cheng, 2003; Donnelly, 1996; Greenfeld, 1992; Maguire, 1993; Roche, 2000; Silk, 1999). Incluso se ha llegado a considerar que la propia evolución del deporte en el mundo contemporáneo es, más bien, una negación del proyecto de globalización o mundialización en su sentido más pleno (Rowe, 2003).

Con diversos matices, los anteriores autores argumentan su cuestionamiento del carácter globalizador del deporte, basándose en el papel que desempeña el deporte, cada vez con mayor intensidad, en la construcción de las identidades político-nacionales en prácticamente todo el mundo. También se suele señalar la paradoja de que la competición olímpica, símbolo del gigantismo globalizador del deporte, venga intensificando, desde sus inicios a finales del siglo XIX, el patriotismo de las naciones participantes lo que no impide, sin embargo, el reforzamiento del internacionalismo que acompaña a la extensión del movimiento olímpico (Mandell, 1971).

En el presente trabajo se realiza un balance del debate actual sobre globalización y deporte, y se argumenta que el avance mundial del deporte en las sociedades posmodernas se entiende mejor en términos del fenómeno de *glocalización*, y del propio carácter esencialmente paradójico que caracteriza desde sus inicios al desarrollo del deporte como fenómeno de masas.

El deporte como paradigma de la glocalización

El rechazo que se viene produciendo entre los sociólogos más críticos a la tesis de que el deporte sea uno de los ejemplos más obvios de los procesos globalizados, se fundamenta, básicamente, en la evidencia empírica acumulada en las últimas décadas al estudiar los procesos sociales que conducen a que equipos deportivos de ámbito nacional, regional o local, se conviertan en mecanismos adaptativos que sustituyen a los deteriorados símbolos tradicionales que han sido durante muchos siglos fuentes incuestionables de identidad social. Convertido el deporte de este modo, como diría Salvador Giner, en una profana religión civil (Giner, 1987), parece difícil continuar utilizando el argumento del deporte como un ejemplo de avance de los procesos de mundialización.

Pero un rechazo tal, parte de una concepción mitológica y sesgada acerca del significado que debe atribuirse a la verdadera idea de mundialización o globalización. Porque si se acota con mayor precisión el propio campo de lo global como propone Robertson (2000), y se reconoce como hace Salvador Giner (1997), que la mundialización es un vasto proceso histórico que está conduciendo a que el mundo empiece a ser uno y diverso a un tiempo, se podrá aceptar que la globalización no es un proceso superador de lo local, y que lo local no es una oposición o resistencia a lo hegemónicamente mundial o global.

Más bien al contrario, lo que ocurre realmente es que lo cosmopolita no puede darse sin lo local, y que la emergencia de todas las identidades nacionales, que sería la forma más común y sobresaliente de particularismo en el mundo moderno, se ha producido como parte de un proceso esencialmente universal. Por eso insiste Robertson (1992) en que la globalización ha implicado la reconstrucción, y en cierto sentido la producción de “localidad” y “comunidad”, por lo que lo local puede ser considerado como un aspecto de la mundialización o globalización, ya que ésta presupone la simultaneidad y la interpretación de lo que convencionalmente se denomina lo global y lo local. En tal sentido, la *glocalización* en tanto que proceso mediante el cual las demandas y fuerzas globales se conforman o adaptan a las condiciones locales, es un concepto intercambiable con el de globalización con lo que si se utilizara con más frecuencia el término *glocalización* se podría evitar el uso abusivo y tópico que se hace del término, ya polisémico, de globalización, respetando en su sentido más preciso el término de mundialización.

Entendiendo de este modo la idea de cultura global como si estuviera constituida por la progresiva interconexión de muchas culturas locales, grandes o pequeñas, como propone Robertson (2000), se puede considerar igualmente al deporte global como la interconexión de muchos deportes locales, interconexión que evidentemente no presupone la homogeneización de todas las formas y manifestaciones del deporte.

Lo que ocurre en realidad es que las unidades locales, en nuestro caso las formas en que operan los deportes locales, están construidas en gran manera en términos de acciones y procesos extra-unidad como sugiere Robertson. En otras palabras, las ligas y campeonatos de los deportes con mayor implantación universal, así como la estructuración de los equipos deportivos, las formas de patrocinio y financiación que los sostienen y la más o menos libre circulación internacional de deportistas profesionales o de elite, se encuentra todo ello re-

ferido a dinámicas globales crecientes. Los mecanismos identitarios que conducen a los equipos deportivos nacionales o locales a ser representantes privilegiados aunque vicarios de la nación o de la localidad –regional, de la ciudad o de otro ámbito– son muy similares a través del mundo entero.

El deporte contemporáneo ha seguido ritmos parecidos en la estandarización del espacio-tiempo a los que han conducido a la sociedad en general a alcanzar los actuales niveles de globalidad o mundialización, pues no en balde el deporte es un producto genuino de la primera revolución industrial y urbana (García Ferrando, 1990). Las principales federaciones deportivas internacionales se crearon entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX, y muy pronto comenzaron a organizar concursos, ligas y campeonatos que vinculaban los equipos o selecciones deportivas locales (o nacionales) sobre una base internacional o ecuménica. En este último sentido, los Juegos Olímpicos desde su refundación por el barón Pierre de Coubertin en la última década del siglo XIX, se han configurado como uno de los acontecimientos internacionales o transculturales que, al igual que las Exposiciones Internacionales que se crearon también en este periodo, y que en algunos casos coinciden en la misma ciudad en su realización, “celebran las diferencias y buscan lo común dentro de la estructura de una cultura emergente para, de este modo, relacionar lo particular y lo universal” (Robertson, 2000, p. 231).

Como ejemplos de los modos en que la mundialización o globalización del deporte sigue dos tendencias sólo aparentemente opuestas, la homogeneización y la heterogeneización, esto es, la *glocalización* en suma, se estudian en el presente trabajo los casos de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92, el Campeonato Europeo de Fútbol Inglaterra 96 y el Campeonato del Mundo de Fútbol Corea/Japón 2002. En estos tres casos aparece con toda nitidez la paradoja *glocalizadora* del deporte, un fenómeno social cada vez más influenciado por las tendencias globalizadoras en las sociedades modernas, al tiempo que no deja de reforzar su doble función de articular, en los ámbitos locales/nacionales, identidad personal e identidad colectiva (Giddens, 1995).

Los Juegos de Barcelona 92 y el reforzamiento de nacionalismos incluyentes

La preparación y desarrollo de los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 y el impacto que tuvieron en la opi-



Los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 se han convertido en un excelente ejemplo de la influencia del olimpismo en el reforzamiento simultáneo de dos identidades nacionales. (Foto: Fundació Barcelona Olímpica)

nión pública española, representan un claro ejemplo del carácter glocalizador de un megaevento deportivo como es la celebración de unos Juegos Olímpicos de Verano. Igualmente proporcionan una excelente oportunidad para conocer mejor la dinámica de la identidad nacional española y de los procesos de integración nacional, en el marco de los intereses nacionales que surgieron entre el centro y la periferia en torno a los Juegos.

Aunque los Juegos de Barcelona no eran los primeros que se celebraban en un país en el que existía previamente un conflicto de carácter nacionalista, se han convertido sin embargo en un excelente ejemplo de la influencia del olimpismo en el reforzamiento simultáneo de dos identidades nacionales que coexisten en un mismo Estado en un marco de conflicto potencial. Esta polarización en términos nacionalistas de dos identidades enfrentadas se mantuvo bastante limitada tanto en el largo periodo de preparación de los Juegos, así como en los cortos pero intensos días de celebración de los mismos, gracias al predominio de una identidad nacional dual e incluyente frente a identidades únicas y excluyentes en el conjunto de las Comunidades Autónomas que forman España, incluida Cataluña (García Ferrando, López Aranguren y Beltrán, 1994). En consecuencia, los Juegos Olímpicos no sólo polarizaron las relaciones entre Cataluña y España, como también sirvieron para reconciliar sus antagonismos, manteniendo así un equilibrio de poder frágil y delicado en la España de las Autonomías (CIS, 1992).

El análisis de los resultados de una encuesta llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas poco después de la celebración de los Juegos, permite evaluar los acontecimientos que condujeron, separada y

simultáneamente, a reforzar la identidad española y la identidad catalana, al tiempo que algunos de ellos pusieron de manifiesto que la tensión existente entre España y Cataluña sigue vigente y con ello, el peligro de que las dos identidades duales, la española y la catalana, se fragmenten, con el consiguiente peligro de polarización de ambas identidades en un contexto menos favorable que el de los Juegos Olímpicos de 1992 (Hargreaves y García Ferrando, 1997, p. 86).

En un contexto de opinión pública previo a la celebración de los Juegos en el que predominaba la idea de que Barcelona y Cataluña iban a ser las más beneficiadas, mientras que el resto de España iba a notar menos el impacto de los Juegos (García Ferrando, 1990), el notable éxito organizacional que tuvieron posteriormente los Juegos, la gran actuación del equipo español, así como la ausencia de conflictos durante su celebración, contribuyeron a que los Juegos fueran posteriormente percibidos de forma muy favorable tanto en Cataluña como en el resto de España.

A la creación de esta opinión favorable contribuyó notablemente el papel desempeñado por el Rey y el resto de la familia real durante la celebración de los Juegos. Una mayoría amplia del 88% de los entrevistados tanto en Cataluña como en el resto de España, evaluó muy favorablemente la actuación de la familia real, por lo que al ser la monarquía el símbolo más importante de la unidad e integridad del Estado español, los Juegos, en este sentido, contribuyeron a reforzar la identidad nacional española (García Ferrando y Hargreaves, 2001, p. 79).

La percepción del éxito organizacional de los Juegos fue muy favorable en toda España, aunque de manera especial en Cataluña. El 94% de los catalanes y el 85% del resto de los españoles consideraron que los Juegos tuvieron un claro éxito organizacional, lo que indica un elevado sentido del orgullo local. Se trata de una percepción favorable que superaba las expectativas que se habían creado durante la organización de los Juegos. El 79% de catalanes y el 65% del resto de españoles reconocieron que los resultados de los Juegos fueron mejores de lo que esperaban, lo que pone de manifiesto que estaba infundado el miedo a que los Juegos se estropearan por una pobre organización o que se interrumpieran debido a las hostilidades nacionalistas o al terrorismo (Hargreaves y García Ferrando, *op. cit.*, pp. 75 y ss.).

El consenso fue también amplio en el reconocimiento de que tanto España como Cataluña habían proyectado una imagen favorable en el extranjero, en términos de eficiencia, seguridad y modernidad. Aproximadamente

el 80% de ambos públicos evaluaron en términos positivos dicha imagen, lo que revela quizás una autoconfianza recién descubierta acerca de que España es un país moderno que puede ocupar un lugar digno junto al resto de países avanzados.

En la evaluación del nivel de esfuerzo hecho por las instituciones públicas para conseguir el éxito de los Juegos, la contribución económica a su organización y de qué forma los Juegos reforzaron las imágenes públicas de las referidas instituciones, es decir, cuando se pidió a los encuestados hacer unos juicios políticos más explícitos, las diferencias se hicieron más pronunciadas y el consenso menos firme. Así, los encuestados del resto de España no ven mucha diferencia en los esfuerzos hechos por los tres Gobiernos, el central, el catalán y el municipal, mientras que en Cataluña se valoró de forma más positiva el papel de los gobiernos autonómico y municipal, en detrimento del esfuerzo realizado por el gobierno central. Los medios de comunicación catalanes realzaron en todo momento los esfuerzos locales en detrimento de la contribución del gobierno central, que en cierto modo fue dejada de lado, mientras que en los medios de comunicación de Madrid se ofreció una imagen más equilibrada, sin destacar especialmente los esfuerzos del gobierno central.

Pero el tema que ha producido la máxima polarización y que apunta hacia una continuación del problema de la integración nacional en España, es el referente al uso de símbolos catalanes en los Juegos tales como el empleo del catalán como una de las lenguas oficiales y la utilización de la bandera catalana y del himno nacional, lo que significaba de hecho la concesión, en el protocolo de los Juegos, del mismo estatus a los símbolos catalanes que a los símbolos nacionales españoles. En este sentido, la evaluación que realizan catalanes y el resto de los españoles sobre la catalanización de los Juegos es bien diferente, lo que viene a dar continuidad al precario acuerdo al que llegaron las autoridades de los tres niveles de gobierno después de una lucha prolongada en la que los nacionalistas catalanes apostaron bastante fuerte.

En efecto, mientras que en el referido estudio del CIS (1992) más del 80% de los catalanes son de la opinión de que el uso del catalán como lengua oficial y la colocación de la bandera catalana junto a la española estuvo muy bien hecho, sólo un poco más del 20% del resto de los españoles es de dicha opinión, mientras que alcanza el 40% entre estos últimos la opinión contraria, esto es, que estuvo mal o muy mal que se consintiera la catalanización de los Juegos. Por todo ello, no sorprende tanto que en Cataluña como en el resto de España la opinión

pública se encuentre dividida en casi partes iguales entre los que consideran que los Juegos contribuyeron a mejorar las actitudes hacia Cataluña en el resto de España así como a fortalecer los lazos que unen a ambas partes, y los que opinan que esa contribución fue escasa o nula (Hargreaves y García Ferrando, *op. cit.*, p. 80).

De este modo se constata que un fenómeno aparentemente globalizador como es la celebración de unos Juegos Olímpicos, puede contribuir simultáneamente a reforzar la imagen internacional tanto del país como de la ciudad que los acoge, sin dejar por ello de tener una fuerte influencia en el precario equilibrio identitario local/nacional entre centro y periferia. Además, los Juegos de Barcelona 92 suministran también un ejemplo que contradice la visión estereotipada de una cultura occidental, sobre todo americana, que inunda con sus mensajes el mundo entero. Pero como señala Robertson (2000, pp. 20 y ss.), la única evidencia empírica de que se dispone pone de manifiesto que incluso los mensajes culturales que provienen directamente de los Estados Unidos (CNN, Hollywood) son recibidos e interpretados de manera diferenciada; esto es, los grupos “locales” “absorben” la comunicación del “centro” de muy diversas maneras. Pues bien, en este sentido la investigación realizada sobre la retransmisión de la ceremonia de apertura de los Juegos de Barcelona 92 en 23 países de los cinco continentes, puso de relieve que aunque todos los países recibieron la misma señal emitida por el canal olímpico, cada uno de ellos realizó su propia selección e interpretación (Moragas *et al.*, 1995).

El Campeonato de Fútbol EURO 96 y la precaria identidad europea

La celebración del Campeonato Europeo de Fútbol en el verano de 1996 en Inglaterra, ofreció otra oportunidad para observar las relaciones que se establecen entre deporte e identidad nacional, cuando el ámbito de la competición deportiva es una entidad territorial que por un lado es transnacional, pero que por otro se encuentra en proceso de construcción de una nueva unidad identitaria, Europa.

Los sociólogos ingleses Joseph Maguire y Emma K. Poulton (1999) llevaron a cabo un detallado análisis de contenido de la cobertura que ofreció la prensa inglesa durante la celebración de esta competición futbolística y, como veremos seguidamente, ofrece unos resultados que ponen de manifiesto, una vez más, la por ahora insoluble paradoja que ofrece la convocatoria de competicio-



La final del Campeonato de Europa de Fútbol 1996, disputada entre Inglaterra y Alemania, provocó una auténtica inundación de titulares y comentarios patrioterros y xenófobos. (Foto: <http://www.sxc.hu/photo/561977>)

nes deportivas de carácter internacional que fomentan, por el mero hecho de su celebración, el internacionalismo, a la vez que refuerzan las identidades nacionales de los equipos participantes. Un reforzamiento nacionalista que promueve la aparición de fuerzas sociales y políticas de signo contrario al del avance del espíritu de solidaridad internacionalista en particular, y de los procesos de globalización en general.

El análisis de contenido se dirigió preferentemente a estudiar la aparición y presencia de estereotipos y símbolos nacionales, el lenguaje narcisista, la identidad nacional y el uso de pronombres personales, la referencia a tradiciones inventadas y a nostalgias de tiempos históricos pasados en idéntico sentido general que la idea de la invención de la tradición de Hobsbawn y Ranger (1983), así como su “imaginación” como sugiere Anderson (1983), y asuntos relacionados con la construcción política de una identidad europea.

Como breve y significativa muestra del ambiente que rodeó a estos campeonatos, se pueden citar los titulares de prensa que glosaron el encuentro Inglaterra-Escocia, el de España-Inglaterra y la final que enfrentó a los equipos de Alemania e Inglaterra.

El encuentro Inglaterra-Escocia abrió la serie de titulares manifiestamente nacionalistas. El popular tabloide *Sun* se refirió al día previo al partido como el de “la batalla de Inglaterra”, y el *Daily Mirror* anunciaba que el “ejército escocés había invadido Londres”. En prácticamente todos los periódicos se hicieron referencias a los jugadores en paralelo a los dos bandos históricos, Lionhearts y Bravehearts, que se habían enfrentado en repetidas batallas antes de que los ingleses anexionaran Escocia al Reino Unido. Tras el triunfo del equipo inglés, aparecieron repetidos comentarios triunfalistas y nacionalistas: “el viejo enemigo ha sido derrotado”,

“bastaron 60 segundos para destrozarlos”, “fueron pasados por la espada”, “la derrota de los clanes”.

La xenofobia hizo su aparición en los prolegómenos del encuentro contra España. “Drake dice que hundirá a los Señores” titulaba el *Sun*, mientras que *The Times* declaraba que el encuentro “iba a ser el enfrentamiento más importante entre los dos países desde 1588”. El *Daily Mirror* recordaba una de las “diez cosas desagradables que España ha dado a Europa, como la sífilis”, y después de la victoria inglesa abundaron las bromas con titulares como “Adiós Amigos”, “Son unos Don Juan”, al tiempo que exaltaban la imagen patriótica de Inglaterra.

La final, disputada entre Inglaterra y Alemania, provocó una auténtica inundación de titulares y comentarios patrioterros y xenófobos: “La guerra del fútbol se ha declarado ahora” o “Atención, Rendición”. La derrota del equipo inglés ante los alemanes, como era de esperar, dolió profundamente, y la reacción de la prensa fue la de tratar de mantener la dignidad resaltando aspectos positivos de la evidente derrota. No es de extrañar, pues, que los autores del estudio concluyeran que el Campeonato Europeo de Fútbol reforzó los sentimientos antieuropeos de los ingleses.

Los “viejos enemigos históricos” sirvieron de pretexto para reforzar las bases de la frágil identidad inglesa del yo/nosotros, mientras que el discurso mediático reflejó las preocupaciones inglesas sobre el declive nacional, la fragmentación de Gran Bretaña y la integración europea, recurriendo repetidas veces a tratar la nostalgia y la afirmación y defensa étnicas. Sucesos todos ellos que corroboran las penetrantes reflexiones realizadas por Norbert Elias en su análisis de la trayectoria seguida por la nación alemana a lo largo del siglo xx:

Un sorprendente ejemplo de nuestro tiempo es el que ofrecen las imágenes y el ideal propios de naciones que fueron poderosas en el pasado pero cuya superioridad con respecto a otras ha declinado... El resplandor de su vida colectiva como nación ha desaparecido; su superioridad se ha perdido irremediabilmente. Sin embargo, el sueño de su carisma especial se conserva vivo en una diversidad de maneras –a través de la enseñanza de la historia, de edificios venerables, de obras maestras nacionales de sus tiempos de esplendor, o a través de nuevos logros que aparentemente confirman la grandeza del pasado... Pero la discrepancia entre la posición del grupo, la real y la imaginada... puede sugerir una estrategia del grupo para alcanzar la imagen fantástica de la propia grandeza que puede conducir a la autodestrucción... Los sueños de las naciones son peligrosos (Elias, 1989/1996, p.xliii).

Unos sueños nacionalistas que la globalización deportiva en lugar de moderar, puede volver a despertar como una manifestación más de las paradojas de la globalización.

Las limitaciones del fútbol global: el Campeonato del Mundo de Corea-Japón 2002

La celebración del Campeonato del Mundo de Fútbol de 2002 organizado conjuntamente por Corea y Japón, suministra un ejemplo reciente de las paradojas de los megaeventos deportivos, en concreto del deporte que más que ningún otro puede reclamar la consideración de “juego global” (Giulianotti, 1999), pero en el que la constante referencia al nacionalismo limita grandemente sus pretensiones de globalidad.

El sociólogo australiano David Rowe siguió en diversos países las retransmisiones de los encuentros que tuvieron lugar durante las semanas que duró la competición, y el relato que hace de sus observaciones bien pueden aducirse como una manifestación relevante de la paradoja nacionalista del deporte global (Rowe, 2003).

El hecho de que la competición fuese organizada conjuntamente por dos países que a lo largo del siglo xx habían mantenido unas relaciones ciertamente conflictivas por la colonización a que fue sometida Corea por parte de Japón en las primeras décadas del siglo xx, conflicto que sólo comenzó a atenuarse a partir del restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre ambos países en 1965, puede aducirse como prueba del carácter universalista y pacificador de los Campeonatos del Mundo de Fútbol (Horne y Manzenreiter, 2002). Como también es una manifestación de la penetración del capitalismo transnacional en el deporte de alta competición el hecho del dominio de la triada formada por Estados Unidos, Unión Europea y Japón en las actividades económicas internacionales, ya que de las 16 grandes empresas patrocinadoras del Campeonato, 15 pertenecían a la triada (seis americanas, dos europeas y seis japonesas), mientras que sólo la empresa restante era coreana (Horne y Manzenreiter, *op. cit.*).

Pero como señala Rowe (2003, p. 287), se trata de elementos globalizadores que sólo consiguen hacer de débil contrapeso al ultranacionalismo de este tipo de Campeonatos del Mundo. Es bien cierto que si se tiene en cuenta que la final del Campeonato de Corea 2002 entre las selecciones de Brasil y Alemania fue vista por televisión por una audiencia estimada de 1.500 millones

de telespectadores, colectivamente expuestos a los logotipos corporativos de marcas comerciales globales tales como Nike, Adidas, Yahoo!, McDonalds, Budweiser, Philips o Fujifilm, parece evidente que el deporte es el más “atento servidor para todo” de la globalización. Los megaeventos deportivos son, en este sentido, escaparates de una cultura global cada vez más y mejor desarrollada en la que “todo el mundo” ve la misma cosa por televisión al mismo tiempo. Tales megaeventos son, en palabras de Maurice Roche (2000, p.227), importantes elementos constitutivos de una “economía cultural global en evolución”.

Pero esta evidente contribución del deporte espectáculo de masas al proyecto de globalización se enfrenta al ethos deportivo de la competitividad que da soporte a la nación deportiva (real, legal o imaginada) (Rowe, *op. cit.*, p. 285). Un nacionalismo deportivo que puede manifestarse incluso en países cuyos equipos no estuvieron presentes en la fase final del Campeonato celebrado en Corea 2002, pero en los que el fútbol es un deporte popular. Los aficionados holandeses siguieron el Campeonato con interés aunque Holanda no estuvo presente en Corea, y a pesar de su mayor identificación con los equipos de países participantes en los que juegan habitualmente jugadores holandeses, algunos medios de comunicación deportivos recogieron abundantes manifestaciones de identificación negativa referidas a equipos que los aficionados holandeses no deseaban que ganasen, como es el caso de los equipos de Francia y Alemania, lo que no deja de ser una paradoja de la unidad de Europa que cabía esperar (Rowe, *op. cit.*, p.289).

Las expresiones espectaculares del nacionalismo de Corea del Sur, con más de cuatro millones de aficionados coreanos celebrando en las calles el inesperado triunfo de su equipo que le permitió alcanzar los cuartos de final, una auténtica hazaña para un país con escasa tradición futbolística, pueden también interpretarse en términos funcionalistas como una válvula de seguridad de resistencia contra la globalización, a la vez que actúa como reforzamiento cultural de las viejas estructuras y fronteras que se desean preservar (Rowe, *op. cit.*, p. 291).

Conclusión: lo global y lo local en el deporte contemporáneo

En el presente trabajo hemos desarrollado el argumento de que la constante evocación de la nación en el deporte, en tanto que punto de anclaje y proclama

congregadora de multitudes, puede y debe identificarse como contra argumento frente a las tesis globalizadoras más complacientes con la concepción de unos procesos transformadores en todos los niveles, conducentes a una cultura global común.

Pero tal como se ha podido comprobar en los ejemplos analizados, el deporte es una institución social tan dependiente de factores locales/nacionales que hace altamente improbable que se pueda configurar algún día como una institución postnacional. Sin embargo, tampoco parece que pueda ser desprovista sustancialmente de su capacidad “productiva” para promover diferentes formas de identidad, porque éstas son, simultáneamente, la fuente de su poder efectivo y de los impedimentos activos al proceso de globalización. Pero como ya se ha ido indicando anteriormente, esta manera de entender la globalización tiene mucho de retórica y de mitológica, al ser utilizada como un proceso opuesto a la localización. Por eso, si se utilizara el término glocalización en vez del de globalización, se tendrían más en cuenta las dimensiones espacio-temporales, la geografía y la historia, lo que permitiría analizar e interpretar mejor el mundo contemporáneo. En tal caso el deporte, tal como hemos sugerido, continuará suministrando valiosos ejemplos para glosar un modo de glocalización con cuyas paradojas se continuará coloreando la mundialización en el siglo XXI.

Referencias bibliográficas

- Anderson, B. (1983). *Imagined Communities*. Londres: Verso.
- Cagigal, J. M. (1981). *¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante*. Valladolid: Miñón.
- Chung, H. (2003). Sport Star vs. Rock Star in Globalizing Popular Culture. *International Review for the Sociology of Sport*, 38, pp. 99-108.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (1992). *Estudio 2018. Barómetro*, Madrid.
- Cohen, R. y P. Kennedy (2000). *Global Sociology*. Nueva York: Palgrave.
- Donnelly, P. (1996). The Local and the Global: Globalization in the Sociology of Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 20, pp. 239-257.
- Elias, N. (1989/1996). *The Germans*. Cambridge: The Polity Press.
- Ferguson, M. (1992). The mythology about globalization. *European Journal of Communication*, 7, pp. 41-59.
- García Ferrando, M. (1990): *Aspectos Sociales del Deporte*, Madrid, Alianza.
- (1990). *Los hábitos deportivos de los españoles*. Madrid, Ministerio de Educación/Consejo Superior de Deportes.
- (2001). Identidad nacional y deporte. En J. Devis (coord.), *La Educación Física, el Deporte y la Salud en el siglo XXI*. Alcoy: Ed. Marfil, pp. 161-180.
- (2003). Mundialización y Deporte profesional. En J. Vidal Beneyto (coord.), *Hacia una sociedad global*. Madrid: Taurus, pp. 625-644.
- (2005). Globalización y Deporte: Paradojas de la Glocalización. En A. Ariño (ed.), *Las Encrucijadas de la Diversidad Cultural*. Madrid: CIS, pp. 453-466.
- García Ferrando, M. y J. Hargreaves (2001). Das Olympische Paradox und Nationalismus: Der Fall der Olympischen Spiele in Barcelona, en K. Heinemann y M. Schubert (coords.), *Sport und Gesellschaften*, Schorndorf, Verlag Hofmann, pp. 63-86.
- García Ferrando, M. y Lagardera, F. (2002). La perspectiva sociológica del deporte. En M. García Ferrando, N. Puig y F. Lagardera, *Sociología del Deporte*. Madrid: Alianza, pp. 11-42.
- García Ferrando, M.; E. López-Aranguren y M. Beltrán (1994). *La conciencia nacional y regional en la España de las Autonomías*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Giddens, A. (1995). *Modernidad e Identidad del Yo*. Barcelona: Península.
- Giner, S. (1987). *Ensayos Civiles*. Barcelona: Península.
- (1997). La Mundialización: Venturas y Desventuras. En I. Wallerstein, *El futuro de la civilización capitalista*. Barcelona: Icaria, pp. 9-15.
- Giulianotti, R. (1999). *Football. A Sociology of the Global Game*. Cambridge: The Polity Press.
- Greenfeld, L. (1992). *Nationalism: Five Roads to Modernity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hargreaves, J. y M. García Ferrando (1997). Public opinion, national integration and national identity in Spain: the case of the Barcelona Olympic Games. *Nations and Nationalism*, 3/1, pp. 65-87.
- Hobsbawm, E. y T. Ranger (eds.) (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Horne, J. y W. Manzenreiter (2002). *Japan, Korea and the 2002 World Cup*. Londres: Routledge.
- Horne, J. y W. Manzenreiter (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events, *Sociological Review*, vol. 54, pp. 1-24.
- Maguire, J. (1993). Globalization, Sport and National Identities: The Empires Strike Back. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 16, pp. 293-322.
- Maguire, J. (1999). *Global Sport: Identities, Societies, Civilizations*. Cambridge: The Polity Press.
- Maguire, J. y Poulton, E. K. (1999). European Identity Politics in Euro 96, *International Review for the Sociology of Sport*, 34/1, 17-29.
- Mandell, R. (1971). *The Nazi Olympics*. New York: Macmillan.
- Moragas, M. et al. (1995): *Television in the Olympics*. Londres: John Libbey.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Robertson, R. (2000). Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad, *Zona Abierta*, 92/93, pp. 213-241.
- Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Nueva York: Routledge.
- Rowe, D. (2003). Sport and the Repudiation of the global. *International Review for the Sociology of Sport*, 38/3, pp. 281-294.
- Silk, M. (1999). Local/global flows and altered production practices, *International Review for the Sociology of Sport*, 34/2, pp. 113-123.

El ocio y el deporte en la época del turismo global



RUI MACHADO GOMES

Profesor Catedrático

Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física

Universidade de Coimbra (Portugal)

ramgomes@gmail.com

Traducción del portugués:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

El desarrollo del mercado mundial tiene como consecuencia, más allá de las crecientes interdependencias económicas, la globalización de las culturas y modos de vida. En cualquiera de estas dimensiones el deporte desempeña un papel importante y contribuye a dicha globalización, como lo muestran las organizaciones internacionales, los eventos mundiales, las comunidades internacionales y las estructuras internacionales basadas en el deporte. Sin embargo el modo en el que se relacionan estas dimensiones en la época del capitalismo desorganizado se basa en la disyunción. Según esta tesis, Appadurai (1996) propone un esquema básico para el análisis de las disyunciones entre las diferentes dimensiones de la globalización, sugiriendo el concepto de paisajes (“scapes”) para subrayar la forma fluida e irregular que caracteriza bien el flujo de capitales, bien las comunicaciones o los estilos de vida. Al enfatizar que la globalización está fuertemente influida por los contextos históricos, lingüísticos y políticos de quienes intervienen en ella, el autor pone el acento en los mundos imaginarios que ayudan a construir dichos paisajes. En este artículo aprovechamos algunas de estas pistas teóricas, analizando tres tipos de paisajes en los contextos del ocio y del deporte, intentando mostrar la relación de disyunción, contribuyendo unos al aumento de la homogeneización y otros a una mayor diferenciación. Analizamos sucesivamente los paisajes mediáticos (deporte como espectáculo global), los paisajes tecnológicos (el papel de los nuevos medios de comunicación y la velocidad con que se crean los mapas cognitivos globales descontextualizados), los paisajes de ideas (el papel de las imágenes y de la estética de las experiencias del ocio deportivo).

Palabras clave

Globalización; Deporte; Homogeneización; Diferenciación; Espectáculo; Hiperrealidad.

Abstract

Sport and Leisure in Times of Global Tourism

The development of the world market, beyond the increasing economic interdependence, results in the globalisation of cultures and life styles. In any of these dimensions sport plays an important role and contributes to this globalisation, as demonstrated by the international organisations of world events, international communities and international structures based on sport. However, the way in which these dimensions, in the age of disorganised capitalism, are related is based on disjunction. According to this thesis, Appadurai (1996) proposes a basic scheme for the analysis of disjunctions between different dimensions of globalisation, suggesting the concept of “scapes” to underline the fluid yet irregular way that characterises either the flow of capital, communications or life styles. While emphasising that globalisation is strongly influenced by the historic, linguistic and political contexts of those intervening in it, the author stresses the imaginary worlds that help to construct these scapes. In this article we take advantage of some of these theoretical indications, analysing three types of scapes in the contexts of leisure and sport, in an attempt to show the relation of disjunction, contributing some of them to the increase in homogenisation and others to greater differentiation. Successively, we analyse the mass media scapes (sport as a global spectacle), technological scapes (the role of new communication media and the speed with which decontextualised global cognitive maps are created), the scapes of ideas (the role of images and of aesthetics in the experiences of leisure sport).

Key words

Globalisation; Sport; Homogenisation; Differentiation; Spectacle; Hyper-reality.

El deporte-visión: el deporte como espectáculo global

Quienes se adhieren al post-modernismo dicen que vivimos en la sociedad del espectáculo. Como consecuencia, el ocio y la cultura de masas experimentan con verdadera fascinación espectáculos como los grandes conciertos y los grandes eventos deportivos. La proliferación sin fin de competiciones deportivas internacionales domina la percepción que tenemos en la actualidad del fenómeno deportivo y, en cierto modo, del propio mundo. Los Juegos Olímpicos, los Campeonatos del Mundo de las más diversas modalidades, los torneos de tenis y de golf y una infinidad de acontecimientos deportivos que invaden a diario nuestras casas constituyen uno de los más poderosos vehículos de fascinación de las multitudes. Por su modo de difusión, el deporte se convierte en uno de los principales motores de mundialización. Al proporcionar un blanco temporal para la consciencia colectiva, los espectáculos deportivos garantizan una ilusión de instantaneidad y, a la vez, de autorreferencia. La universalización de los modos de vida que ofrece el deporte-visión propicia el máximo de singularización de cada cual en su espacio privado. No se trata de un fenómeno reciente, pero el desarrollo sin precedentes de la homogeneización y de la codificación de las reglas del deporte en todo el planeta, así como un control creciente del fenómeno deportivo por fuertes intereses económicos, ha acentuado en la últimas décadas su correlato: la deportivización del mundo como metáfora por excelencia de la globalización.



Deporte-visión: La universalización de los modos de vida que ofrece el deporte-visión propicia el máximo de singularización de cada cual en su espacio privado. (Foto: <http://www.flickr.com/photos/porras/191171572/>)

Sobre el régimen de difusión televisiva en directo, que permite la transmisión electrónica de los acontecimientos deportivos de manera cuasi-instantánea, se asiste a una nueva especialización planetaria dominada por el tiempo y por la consciencia de acontecimientos unificados. Al ritmo de las competiciones y de los calendarios deportivos surgen nuevas ofertas en los medios de comunicación, que no se limitan a transmitir los acontecimientos o a ejercer su influencia, sino que son auténticos creadores de realidad. La *iconomania* convierte a los campeones y deportistas de alto nivel en modelos publicitarios y en elementos de identificación juvenil; los estilos de vida, la imagen y el cuerpo de los nuevos iconos se convierten en modelos deseados de éxito social. En el comienzo de este nuevo siglo el deporte es la industria de entretenimiento más conocida y vista de todo el planeta.

Sin embargo, a este movimiento creciente de *deporte visto* no le ha correspondido un movimiento paralelo de actividad física y deportiva *practicada*. Se trata de un aspecto particular de la distancia, más general, entre la sociedad-espectáculo y la *reducción de la experiencia corporal*. En este ambiente de inacción ha vuelto al primer plano la discusión relativa al papel de la mirada en la organización del ocio. Aunque el rendimiento deportivo de alto nivel tenga una lógica diferente de la del mantenimiento del cuerpo, la deportivización de la sociedad que promueve la *mirada* deportiva, ordena los comportamientos del ocio según rituales de autodisciplina, racionalización y regularidad. Es cierto que el deporte disciplinar se ha reciclado, en el contexto del ocio, en una forma de cuerpo espontáneo y en libre escucha de los ritmos individuales. La apología de las psi-actividades, asentadas en una especie de ritual de sí mismo, ha ganado terreno. Por lo tanto, como subraya Andrieu (2004, p. 5):

La paradoja de nuestra sociedad es la competencia desigual entre el deporte espectáculo y el desarrollo del culto individual por el cuerpo. Todas las personas aceptan para sí mismas la búsqueda de una armonía natural con su cuerpo, a la vez que colectivamente, y eso sucede siempre a través de intermediarios interpuestos, se someten a la ideología combativa de cuerpos profesionalizados artificialmente.

La comprensión de esta paradoja se remonta a la propia génesis de la deportivización de la sociedad. La racionalización, la cuantificación y la búsqueda constante

del *récord* son tres características que hacen del deporte un fenómeno social homólogo a los fundamentos de la sociedad industrial y de la modernización. La *prueba deportiva* y la *medida del rendimiento* que le acompaña constituyen las tecnologías que, en el contexto deportivo, fundamentan el arte de racionalizar el gesto deportivo y, simultáneamente, establecen las imágenes sociales que convierten en aceptables y necesarias *personas calculables* (Hacking, 1986). La medida del rendimiento deportivo manifiesta un nuevo poder de la racionalización corporal. En primer lugar, porque convierte al deportista en un campo racional, medible, calculable y programable; en segundo lugar, porque hace posible la constitución de un archivo escrito sobre el rendimiento individual del deportista y su posición relativa en una determinada población; en tercer lugar, porque establece la norma y las correspondientes desviaciones. La consolidación de esta tecnología permite que una actividad deportiva de competición, de ocio o de salud se realice ahora bajo un régimen de registro, prueba y graduación y la sociedad se organice según un régimen de productividad y rendimiento. Las imágenes construidas por la actividad deportiva incluyen un régimen ético para las actividades de ocio. En realidad, lo que en la actualidad se considera una forma *suave* de oír y seguir al propio cuerpo (el *footing*, por ejemplo), es acompañado frecuentemente de sufrimiento, dietas alimenticias, cumplimiento de prohibiciones y estilos de vida típicos que conducen a quien lo practica al ascetismo, aunque vivido como hedonismo.

Y ésta es la gran paradoja de la sociedad del *deporte-visión*. Un nuevo complejo de saber-poder se constituye como la posibilidad de establecer medidas objetivas del valor humano. La *marca* de deportista funciona, simultáneamente, como registro de un funcionamiento pasado y como una expresión cuantificada del valor humano. Al añadirse, las marcas se convierten en una medida de la competencia subyacente del sujeto, formando un nuevo modo de problematización. Durante mucho tiempo los comportamientos individuales han estado al abrigo de la descripción. Conocer el valor de cada uno, por medio de la historia de su vida, estaba reservado a un grupo social restringido que se ocupaba de narrar sus hazañas. En todo caso, las narraciones de su vida parecían constituir una memoria-monumento. Con una carrera deportiva no se trata de constituir una memoria futura, sino un relato de utilización eventual y siempre transitoria. El hombre memorable da lugar al hombre calculable, sujeto a la racionalidad y al principio del mérito. Gracias al aparato estadístico que acompaña a las técnicas de ano-

tación, registro y archivo de las marcas deportivas es posible estimar el valor de cada uno de los individuos y, simultáneamente, apreciar y caracterizar a los grupos. Por un lado, nace una modalidad de poder, en el que cada uno recibe como estatuto aquello que parece ser su valor intrínseco; por otro lado, se instituye el reparto de las diferencias individuales en el conjunto de la población. En último extremo, el deporte-competición inicia la construcción de una estructura de oportunidades aparentemente universal, formas estandarizadas de mérito y estrategias de obtención de estatus y movilidad sociales.

El deporte es una construcción social que, como tal, representa las ideas y valores dominantes. Los Estados han utilizado el deporte de alta competición para promover interpretaciones que buscan demostrar como debe funcionar la vida social (Coakley, 1998). El *record* revela las pruebas deportivas como una de las metáforas dominantes de la concepción democrática-meritocrática de la sociedad (Bromberger, 1995). Valores como el trabajo, el espíritu de equipo, la ambición, la unión, el esfuerzo, la modestia, el respeto y la disciplina, entre otros, conceden importancia a la creencia en la eficacia de la superación de la persona. Y sí hay hoy una creencia que define las actividades físicas de ocio es precisamente esa busca incesante de la intensidad del ser, aunque la estandarización y la rigidez se hayan sustituido por la espontaneidad y la flexibilidad, nociones con mejor reputación. En cualquier caso, vivir intensamente y con velocidad la efeméride de los acontecimientos y de los productos es una regla de la sociedad de consumo. Hablemos, pues, de la dimensión de la velocidad y de su influencia en la globalización del deporte.

La velocidad como metáfora de la globalización

Se puede explicar la globalización del fenómeno deportivo de modos muy diversos. Uno de estos modos es a través de la experiencia corporal que envuelve a las actividades físicas que realizan los turistas, ya que sabemos que en la actualidad existe un gran mercado turístico alrededor del deporte, bien del deporte-espectáculo, que arrastra a multitud de turistas a los eventos deportivos de naturaleza global o local y de tamaño grande o medio, bien de la práctica del deporte, que mueve cada vez a un mayor número de turistas en busca de circuitos transfronterizos de golf, surf, wind-surf, esquí, skate, vela, ciclismo, carreras a pie, senderismo, escalada, caza, pesca, etc.

La cuestión esencial sobre la que pretendemos reflexionar es la de percibir cómo y por qué medios se relaciona el sujeto individual, psicológicamente aislado, con una realidad objetiva y total pero socialmente dispersa, de los lugares que visita. Utilizaremos como concepto base para reflexionar sobre esta contradicción de términos la noción de *mapa cognitivo*. Los mapas cognitivos son una especie de soluciones imaginarias para contradicciones reales, que responden a la necesidad de totalizar cognitivamente la realidad cotidiana, cada vez más fragmentada.

Creemos que se trata de un concepto interesante para percibir una de las paradojas básicas del comportamiento de cualquier turista, incluido el deportivo: por un lado, la deslocalización y el movimiento que presupone toda actividad turística, nos hace creer en una libertad física sin límites. Por otro lado, la experiencia física que posibilita esta nueva geografía de lo lejano-próximo, transforma el espacio en una mera función del movimiento.

Un conocido alpinista portugués finalizaba el relato de una de sus escaladas del siguiente modo: “Fui hasta la cima de la montaña para conocerme y para conocer mis límites”. Esta afirmación marca bien el tono del ambiente mental en el que nos movemos en la actualidad. Los nuevos aventureros y aventureras no se desplazan ya en busca de los límites del mundo, ya no exploran el mundo como un cuerpo, sino que prefieren invertir los términos de esta ecuación. Ahora el lema es la exploración de sí mismo a través del mundo. En realidad, *la aventura moderna es una pasión de sitio, más que de lugar*. Tanto para quien se dedica actualmente a la aventura, como para quien en el turismo busca lo exótico o para las nuevas personas nómadas que recorren las ciudades, la misma indiferencia por unos y otros lugares marcan la lógica de la personalización y de la velocidad. El espacio en el que discurren los acontecimientos apenas es un pretexto para las experiencias que suceden en otro lugar. El cuerpo propio pasa a ser el principal lugar de identificación, reduciendo los efectos de alteridad de los procesos de relación social. Buscando constantemente sensaciones nuevas y estímulos nuevos, en un espíritu de curiosidad gratuita, se alcanza el proceso de personalización por medio de un desprendimiento emocional sin relación profunda con los lugares y las personas.

En parte, se trata de una consecuencia de la velocidad y de la globalización. Hoy en día viajamos a velocidades que nuestros antepasados ni siquiera serían capaces de imaginar. Las tecnologías relacionadas con el movimiento y la deslocalización posibilitan que los gru-

pos humanos se deslocalicen cada vez más de los centros congestionados hacia los espacios periféricos. El espacio se convierte de este modo en un medio que tiene como finalidad el movimiento puro. Tendemos cada vez más a clasificar los espacios urbanos en función de la facilidad o dificultad de entrar o salir de ellos y a medida que el espacio urbano se convierte en una función del movimiento, se hace cada vez menos estimulante. Quien conduce un coche, quien viaja en avión o en un tren de alta velocidad no quiere más que atravesar el espacio, sin que éste atraiga su atención.

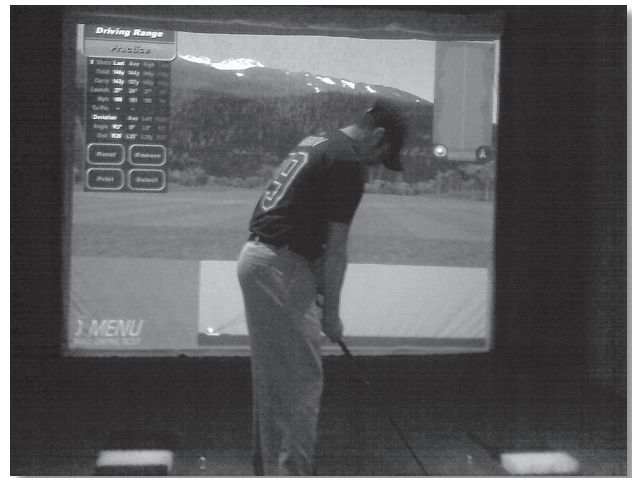
La condición física del cuerpo que viaja refuerza esta sensación de desconexión en relación con el espacio. La propia velocidad dificulta que se le preste atención. Las acciones físicas necesarias cuando se conduce un coche o la experiencia visual cuando se atraviesa un espacio geográfico en AVE nos transmiten la misma sensación de que moverse por la geografía de la sociedad contemporánea exige muy poco esfuerzo físico y, en consecuencia, poca participación. Quien viaja, del mismo modo que quien ve la televisión, experimenta el mundo de una manera casi narcotizada. El cuerpo se mueve pasivamente, apartado y desensibilizado del espacio, hacia destinos situados en una geografía urbana fragmentada y discontinua. Tanto el ingeniero de caminos como el realizador de televisión creen en lo que se puede llamar la liberación de la resistencias o, dicho de una manera más conceptual, en la reducción de la *fricción de la distancia*: el ingeniero idealiza rutas en las que las personas puedan moverse sin obstáculos, esfuerzo o participación; el realizador explora las formas que llevan a las personas a contemplar algo sin sentirse demasiado incomodadas.

El aumento de la velocidad de vida trae una gran variedad de consecuencias. El más obvio es el respeto a la prolongación de nuestra conciencia de *simultaneidad*. La simultaneidad es una conciencia diferente de las relaciones espacio-tiempo: los procesos lejanos en el espacio pasan a coexistir con nuestro entorno inmediato. La televisión y la radio permiten un flujo constante de información en nuestro espacio privado. Los sistemas de redes informáticas extienden este flujo y nos permiten tener control directo de los datos acumulados. El desarrollo de los sistemas de comunicación por fibra óptica ofrece a corto plazo la generalización de las conexiones telefónicas visuales para el consumidor habitual. Con el teléfono móvil 3G tenemos acceso a imágenes emitidas en lugares a una distancia equivalente a muchos husos horarios. La simultaneidad que imprime la velocidad en

la vida diaria se valora genéricamente como una forma de desenvolvimiento personal y social: enriquece nuestro conocimiento, permite un mejor y más rápido conocimiento del mundo y nos convierte en ciudadanos del mundo más rápidamente.

Esta visión optimista es demasiado superficial. La aceleración de la vida ha generado un aumento de los estados psicológicos de estrés y tensión. A medida que se nos bombardea más y más con información sobre lo que debemos hacer y lo que tenemos que ser, aumenta así mismo nuestra conciencia del coste de las oportunidades. Este coste de las oportunidades consiste en el cálculo que hace cada persona de las múltiples oportunidades que se pierden cuando se opta por una de ellas. Si elegimos ver fútbol en televisión perdemos la oportunidad de ejercitarnos en un gimnasio o de ir al cine; si decidimos viajar a Cuba perdemos la oportunidad de ir a Brasil; si elegimos ir a un concierto de jazz, perdemos la oportunidad de ir a otro de música clásica. Todas las elecciones que hacemos hoy en relación con nuestro tiempo de ocio y de viaje comportan lo que Virilio (1991) llama una *pequeña muerte*, porque se tiene la sensación de que nunca llegaremos a saber si las opciones no elegidas podían haber sido más gratificantes o no que las realizadas. En la medida en que parece aumentar tanto la calidad como la cantidad de las opciones, tenemos también una sensación cada vez más fuerte de insatisfacción y de estar siempre perdiéndonos alguna cosa.

Desde el punto de vista individual, la consecuencia de esta insatisfacción es una mayor tendencia a la fragmentación, a la discontinuidad y a la división. Y esto refuerza el sentido de *hiperrealidad*, porque la distinción entre una cosa real y su imitación, entre el signo y el significado simplemente desaparece. Umberto Eco (1986) argumenta que la hiperrealidad transporta a la experiencia cotidiana características alucinatorias e irónicas típicas de una sociedad de consumo prolongada. El consumidor está rodeado de tecnologías de simulación cada vez más extendidas: espacios de vacaciones que imitan y amplían la sensación de exotismo; espacios cerrados en regiones frías que reproducen espacios de lujo en playas tropicales; espacios exóticos que integran referencias reconocibles por turistas de otros continentes; espacios reducidos que se amplían por medio de imágenes simuladas que nos permiten jugar al golf en un hotel, al fútbol en una habitación o andar en bicicleta en paisajes selváticos sin salir de la comodidad del espacio cerrado de vacaciones.



Hiperrealidad en el deporte: el consumidor está rodeado de tecnologías de simulación cada vez más extendidas. (Foto: <http://www.flickr.com/photos/spcbrass/3290719657/>)

En este estado de simulación permanente, aquello que está geográficamente lejos nos parece muy familiar y lo que está geográficamente próximo nos proporciona una sensación de extrañeza. La telepresencia o el televiaje nos muestran una realidad extrañamente cercana y semejante a la nuestra, creando lo que Guattari (1992) denomina nomadismo generalizado, en el que aunque se viaja mucho, todas las experiencias son iguales. Turismo y consumo de patrimonio sufren muchas veces este mismo fenómeno de integración en una cultura *kitsch*, compuesta por una infinidad de reproducciones y simulaciones. Aunque tenga conciencia de la artificialidad de la vida que experimenta, quien se dedica al turismo no lo traduce en una búsqueda de la naturaleza verdadera de las cosas. Por el contrario, saborea la hiperrealidad como un fin en sí mismo y el disfrute es el resultado de la fusión arbitraria e incommensurable de signos y símbolos.

El regreso a la naturaleza como metáfora de la localización

La experiencia turística del viaje es también una experiencia de desconexión respecto al espacio, porque la velocidad dificulta que se preste atención al paisaje natural y humano, actuando como una experiencia duplicada de privación sensorial. Es en este ambiente de hiperrealidad en el que se ha dado una vuelta a la naturaleza, bien visible en la búsqueda del ocio al aire libre y en una ecologización de muchas prácticas deportivas. El ecoturismo, el eco-ocio y el ecodeporte han ganado adeptos también como reacción a la artificialidad de la



Regreso a la naturaleza: Las prácticas deportivas al aire libre participan de esta búsqueda de una identidad que se pueda enraizar de nuevo en un territorio y en un lugar. (Foto: <http://www.sxc.hu>)

vida, a la velocidad y al sedentarismo urbanos. Es sobre todo la naturaleza salvaje que se impone como una referencia más compartida por la opinión pública, relegando a segundo plano la naturaleza bucólica o pastoril. Esta construcción imaginaria de una naturaleza salvaje, de una especie de paraíso perdido, debe mucho a una nueva búsqueda de las *raíces locales*. Las prácticas deportivas al aire libre participan de esta búsqueda de una identidad que se pueda enraizar de nuevo en un territorio y en un lugar. La búsqueda de la ola ideal por quien practica el surf, del lugar más idóneo para las rasantes por quien vuela en parapente o del camino desconocido y exótico por quien se dedica al senderismo participa de este simbolismo, asiente simultáneamente en el error y en la quietud contemplativa. Pero lo que destaca de esta búsqueda es la invención de nuevos trayectos y significados para los recorridos que se diseñan en los espacios naturales dedicados al ocio deportivo. Como ya hemos comentado a estas imágenes las denominamos mapas cognitivos. Los mapas cognitivos son una especie de soluciones imaginarias para contradicciones reales, que caminan a la par de la necesidad de totalización cognitiva de una realidad cotidiana de las ciudades, siempre más fragmentada.

Todos los conceptos que usamos para representar la realidad tienen una dimensión espacial, física y simbólica, dentro de la cual identificamos *lo real*. Pero los mapas cognitivos así contruidos no son copia exacta de la realidad física, sino alegoría que pretende contar una historia sobre otra historia. En los términos de la teoría de Jameson (1984), se deben usar los mapas cognitivos

como forma de construcción de una totalidad inicialmente inexistente. El autor defiende que la producción cartográfica del espacio es tributaria de los diferentes períodos del capitalismo y que en cada una de ellas se registra un desarrollo muy específico. Podemos seguir esta pista para caracterizar también el ocio en la actualidad.

El período del capitalismo liberal se caracteriza por el desarrollo sin precedentes del principio de mercado. El espacio-parrilla es típico del mercado y se caracteriza por la ambición realista de fragmentar el todo sin dejar de representarlo. La expansión de las ciudades comerciales e industriales, como intervención cada vez más profunda del Estado y sin las anclas de la representación en parrilla, tiene su equivalente en la racionalidad estética del gran romance realista y en el proyecto iluminista de secularización del mundo. El ocio se entiende en este período como un valor moral que debe ocupar un espacio y un tiempo propios y cumplir una función diferenciada de otras funciones sociales. En el contexto más amplio de la intervención estatal, el ocio es una de las dimensiones de otras localizaciones más amplias como la economía, el trabajo o la salud. Se trata de una lógica de identificación de funciones típica de la modernidad que pretende una redistribución racional y legítima de los espacios y del tiempo de ocio. La recreación deja de estar presente en el espacio rudo y transgresor de la feria o del mercado, para situarse en espacios “moralmente” organizados: parques y piscinas públicas, museos, bibliotecas, exposiciones y otros. La arquitectura de los espacios contiene formas implícitas e explícitas de promocionar la urbanidad. Acompañada de instrucciones y normas sobre el buen vestir, de limpieza y de conducta verificadas por vigilantes, la principal forma de control se sitúa, por lo tanto, en la mirada de quienes nos rodean y en la vergüenza que provoca el escrutinio social. En los espacios recreativos se promueven las mismas virtudes que caracterizan al espacio laboral, por medio de una red sólida de visibilidades sociales: los valores de templanza, diligencia, sobriedad, respetabilidad y autocontrol.

El segundo período está marcado por la emergencia del capital monopolista, caracterizado por la producción de un nuevo espacio nacional expandido, internacionalizado por el imperialismo. El espacio de la metrópoli colonial deja de coincidir con su espacio real, desplazado hacia los territorios colonizados. Jameson liga esta superposición de los territorios al modernismo. El punto álgido de la tendencia hacia la especialización y la diferenciación funcional de los diferentes

campos de racionalidad se expresa en los espacios de las grandes ciudades, donde la recusación del contexto social va a la par de la ansiedad de contaminación (Huyssen, 1986). La intensidad de la ansiedad procede de una racionalidad asentada en el proceso de integración/exclusión que provoca separaciones y autonomías fuertes entre la cultura de las élites y la cultura de masas, entre el conocimiento científico y el conocimiento de sentido común o por la demarcación de fronteras disciplinares dentro de la racionalidad científica. El ocio de este período se caracteriza por la gran distinción social existente entre los espacios de ocio popular y el ocio burgués. Los espacios de ocio deportivo constituyen, de este modo, formas poderosas de imaginar las identidades propias.

El período del capitalismo desorganizado que vivimos en la actualidad está marcado por la desaparición de los grandes imperios coloniales y por el crecimiento exponencial del mercado mundial. A causa de la presencia masiva de empresas multinacionales se debilita la capacidad reguladora de las economías familiares. Los estados nacionales van perdiendo capacidad de continuar regulando la esfera de la producción, transformándose notablemente la configuración espacial de la producción y de la propia configuración de las regiones. La expansión extensiva del mercado corre en paralelo a la expansión intensiva de las nuevas tecnologías que permiten la superación instantánea de fronteras. En consecuencia, el espacio post-moderno supone la supresión de las distancias y la saturación del espacio que lleva a una inevitable crisis de su representación.

Según Jameson, la dispersión y fragmentación de las condiciones de existencia de las personas hace cada vez más difícil su comprensión global. La expansión del capital tiene como consecuencia la separación entre la experiencia del mundo y la representación que hacemos de él. Dicho de otro modo, el exceso y la rapidez de las experiencias locales amplía el déficit de la comprensión del mundo. La experiencia cotidiana se limita cada vez más a un pequeño rincón del mundo, a una imagen de un paisaje o de un monumento que se fija en el teléfono móvil o en la videocámara, pero la sustancia de esa experiencia ya no coincide con el lugar en el que realmente sucede. La verdad de esa experiencia limitada a un rincón de Lisboa, Londres o Barcelona puede estar en la India, en los EEUU o en Jamaica. En esta fase del capitalismo desorganizado, el ocio no se diferencia de otros espacios según territorios bien definidos y regulados. Es un espacio fluctuante en el que los cuerpos circulan ve-

lozmente, sin trayectos predefinidos, muchas veces de forma inmaterial, en el ciberespacio.

Navegar por Internet, modificar las sensaciones del cuerpo en una cámara de aislamiento sensorial o en un juego sensorial, constituyen formas de incorporar el mundo en cada persona. El cuerpo se constituye como un flujo de informaciones y sensaciones sin contexto y sin unidad identitaria. Como nada es fijo o estable, nada es aprehensible por la experiencia. La ansiedad por la pérdida de algún acontecimiento o actividad se compensa con la velocidad de luz del monitor, que sustituye, progresivamente, al movimiento del propio cuerpo.

Es en este contexto en el que se construyen nuevos mapas cognitivos en relación con el espacio natural. Los mapas cognitivos dependen, como hemos visto, de los desplazamientos. Sabemos que la práctica del ocio urbano supone casi siempre un lugar o un equipamiento y, la mayor parte del tiempo, un desplazamiento en el interior del conglomerado urbano o en su periferia. Estos movimientos no son siempre racionales y se pueden determinar por otros encuentros, por la necesidad de repartir un espacio de ocio común, o por el impulso de dejar el entorno urbano inmediato y alcanzar la naturaleza. Independientemente de que se trate de una naturaleza salvaje o domesticada, esos contextos favorecen la construcción nuevos mapas cognitivos ligados a las prácticas deportivas en la naturaleza.

Pierre Chazaud (2004) nos presenta algunos de esos mapas cognitivos a partir de un conjunto de figuras construidas en el contexto de los deportes de la naturaleza:

- *Figuras de evitación*: tiene que ver con la sustitución deliberada de un camino posible por otro, mediante rodeos a un contorno de obstáculos o a acortamientos de recorridos (como ejemplo de esta figura tenemos los circuitos o caminos organizados para explorar al máximo un territorio específicamente diseñado para el ocio o los recorridos monte abajo sin camino marcado).
- *Figuras de redundancia*: el trayecto se repite según múltiples combinaciones en el mismo espacio a través de la convergencia o de repeticiones reiteradas (por ejemplo: la práctica del surf sobre nieve o kyte-surf).
- *Figuras de simetría*: el trayecto se organiza según un orden, una alternancia, series de bifurcaciones o de variaciones divergentes (por ejemplo: los baños en el río).

- *Figuras de porosidad*: el trayecto es discontinuo y sin conexión. El camino se realiza sobre la forma de agujeros, puntos de suspensión o ausencias (por ejemplo: el recorrido practicado por la juventud en las ciudades).
- *Figuras polisémicas o ambivalentes*: un lugar que puede ser objeto de varias utilizaciones sucesivas o simultáneas que crea, de este modo, significados diferentes según quién lo use y que cambia de sentido a medida que se recorre (por ejemplo: la orilla de un río, que se puede usar para trayectos diferentes, desde el paseo a pie, la pesca, el recorrido a caballo o la práctica de bicicleta de montaña, según el tipo de paisaje o el agua que lleve el río).

La cultura visual y la estetización de la vida

Estas diferentes figuras subrayan la figurabilidad de los espacios urbanos y naturales, es decir, *la cualidad física que confiere a un determinado objeto una elevada probabilidad de evocar en cada momento una imagen vigorosa*. Sin embargo, la interpretación de las imágenes no es accesible de modo inmediato a todas las personas, en función de la *capacidad perceptiva de captarlas y de las conexiones emocionales que suscitan*. La operación de identificación no es igual para todas las personas, pudiendo darse una gran diferencia entre quienes son capaces y quienes no lo son de percibir una relación emocional que puede provocar la exclusión de los procesos de percepción, lectura y asimilación de las nuevas dimensiones emergentes por parte de amplios estratos de la población, principalmente de aquellos que se encuentran aún en el inicio de los procesos de urbanización.

En las ciudades existe una tendencia hacia el estilo cosmopolita que se caracteriza, entre otras cosas, por una escasa lealtad a los lugares y un gran sentido de flexibilidad, que guía a la población de las urbes hacia la búsqueda constante de nuevas experiencias, sensaciones y relaciones. Por consiguiente, los estilos de vida urbanos sufren una sobrecarga funcional y psíquica, presiones temporales, movibilidades diarias ralentizadas y contradictorias con la calidad de vida; aceleración y falta de personalidad en las relaciones sociales.

El propio diseño de la ciudad acompaña a la tendencia de armonizar el ocio, el consumo y la cultura. El diseño fortalece la unidad de estos elementos en lo que Kerckhove (1997, p. 214) denomina los *armónicos del diseño*. Lo que sucede verdaderamente en el espacio

urbano es una transición progresiva del eje económico y funcional centrado en la producción hacia un eje cultural y estético centrado en el consumo y en el ocio. Es éste el desplazamiento al que se alude al hablar de las culturas de consumo y del ocio o de las culturas de la posmodernidad. Uno de los aspectos más decisivos de este fenómeno es la entrada de lo audiovisual en la lista de prácticas culturales. Ver escaparates o ir de compras pasan a tener presencia en las encuestas sobre prácticas culturales. Y también aquí se verifica la armonía del diseño que es una forma de identificar la visión del mundo, bien viendo la televisión en casa o viendo los escaparates en el centro comercial. En realidad, el *centro comercial es una experiencia visual. Es una televisión en la que se puede pasear por dentro. Mirar a las demás personas, los escaparates y las imágenes es algo que se hace en los centros comerciales cuando no se busca nada concreto que comprar. Las imágenes que se ven son las de la televisión; y la manera en la que se ven y aceptan estas imágenes está condicionada por la televisión que hemos visto. Se trata de una auténtica práctica de zapping*.

La cultura urbana está, en consecuencia, lejos de limitar las prácticas culturales con los códigos restringidos de la cultura erudita. Se trata de otra consecuencia de la globalización. La mezcla de contenidos y formas cultivadas, masificadas y populares transformó profundamente los conceptos de legitimación y consagración, alterando el monopolio de quién puede hacer discursos “verdaderos” sobre los bienes simbólicos y culturales. En este contexto ganan nuevo aliento los intermediarios culturales. La relación privilegiada que agentes de comunicación mantienen con la cultura, acumulando informaciones, reflexión y distancia crítica, hacen compatibles caminos profesionales muy diferentes. Algunos se integran en la categoría de intelectuales o artistas, otros, simplemente, en la de publicistas, especialistas en diseño, estilistas, quienes se dedican a la gestión cultural, a la animación deportiva o agentes de viajes.

En cualquier caso, las personas dedicadas a la intermediación cultural dan sentido analítico al concepto de estilo de vida, que expresa la capacidad de los seres humanos de construir y generar formas de vida a partir de la auto-expresión y de la auto-conciencia estilística. En este sentido se comprende que la vida sea progresivamente un *trabajo de arte*, y que los estilos de vida y las relaciones sociales cotidianas tengan un fuerte componente de *plasticidad*, atendiendo, justamente a la creciente estetización y estilización de la vida, ya que las personas en general y

algunos grupos sociales en particular, especialmente los más jóvenes, dedican cada vez más recursos de tiempo y dinero a la creación de un estilo.

El espacio urbano es para la ciudad post-industrial un campo de competición. La creciente proliferación de servicios, del comercio, del sector terciario y del “cuaternario” conduce a una nueva configuración de la estructura económica, urbanística y social de las ciudades, principalmente en los centros de las ciudades. La creciente cultura del consumo reconvierte progresivamente la imagen de la ciudad, sustituyendo la chimenea de la fábrica de la ciudad industrial por la torre del espacio comercial orientado hacia el consumo. En esta ciudad sobresalen las actividades económicas ligadas a la *producción simbólica* y las actividades profesionales del *análisis simbólico* ligado a las industrias culturales, a los medios de comunicación, a la publicidad, a la educación, al diseño, al *marketing*, a la arquitectura, la decoración y el ocio, incluido el deporte.

Este nuevo mercado del ocio deportivo se caracteriza por la movilidad, por la fluidez y por la mezcla de consumidores y consumidoras cuya motivación se justifica tanto por el deseo de encuentro como por el de la práctica deportiva específica. Son muchas veces lugares urbanos de transición de los que se apropia cierto tipo de público sin que hayan sido concebidos para ser espacios de ocio deportivo. De una manera general estos espacios integran tres características típicas de una nueva cultural visual, impulsada por la búsqueda de un estilo de vida (Chazaud, 2004, p. 58):

- son lugares en los que la *escenificación, el simbolismo y el diseño del espacio* son centrales y hablan directamente con quien los consume;
- son lugares de *convivencia*, en los que se mezclan la animación y la intimidad de las relaciones, combinando materiales exóticos, sonoridades y funciones postmodernas típicas del *zapping* y del consumo rápido;
- son lugares en los que se *mezclan y distribuyen varios espacios de vida*: espacios de descanso, espacios de discusión, espacios de espectáculos, espacios de encuentro, espacios de servicios, etc.

En este ambiente en el que cada persona busca un estilo a través del consumo, lo que orienta la elección de las prácticas de ocio deportivo es un valor subrayado por el lema de Nike: *Just do it*. Este principio vale tanto para el consumo como para la práctica deportiva. *Just*

do it quiere decir que el consumo se cumple en el libre juego de las sensaciones y los deseos, haciendo coincidir el momento de elegir con un momento de vivencia gratificante de lo que se compra. Y las prácticas deportivas pasarán también a orientarse según este principio estético que valora la expresión de la individualidad de cada persona o el placer inmediato como forma de construcción del proyecto de vida. Las marcas, las zapatillas de tenis, el lugar, la rareza o el exotismo de lo que se hace, la tribu a la que se quiere pertenecer son criterios más importantes que la búsqueda del récord o la victoria.

Los principios básicos del deporte de competición ya no se adecuan al nuevo régimen de producción y de consumo asentado en la tarjeta de crédito, no en la cartilla de ahorro. Ya no existe la sociedad organizada en torno al trabajo duro, al empleo para toda la vida, al uso autodisciplinado del tiempo y a la satisfacción retardada. Se sustituyó por la sociedad de consumo, en la que la noción de temporal, transitorio y efímero marca todos los objetos y toda la experiencia de consumo.

También el deporte de competición, asentado en el principio ético del trabajo duro, está en una crisis profunda de atracción del público juvenil. La noción de entrenamiento, que se basa en una ética del deber y en una actitud recta respecto al placer y la diversión, parece ser completamente arcaica ante los nuevos valores juveniles. La juventud pasa por él como quien compra un par de zapatillas deportivas y se limitan a experimentarlo y pasar a otra cosa (*just do it*). A causa de la creciente penetración del individualismo y del consumismo, la organización colectiva, asociativa, voluntaria o militante del deporte encuentra cada vez más dificultades para diversificarse y adaptarse. Al lado de ella han surgido nuevas tendencias, especialmente las que se organizan en torno al turismo y al ocio deportivo. Obtener una gratificación inmediata y una experiencia intensa a través del consumo es un valor que está presente también en el ocio deportivo. Lo que resulta interesante verificar es que si algunas de estas tendencias nos conducen a un efecto simultáneo de homogeneización –la globalización de las actividades californianas, por ejemplo–, otras se sitúan en la búsqueda del exotismo y de las particularidades locales –la tradición de los juegos locales constituyen un buen ejemplo.

Destacamos cinco tendencias principales:

- el turismo de ocio de *salud*, asociado a las prácticas activas y al nuevo higienismo;
- el turismo de ocio *deportivo-cultural*, presente en

el regreso a las tradiciones de los juegos, al patrimonio y a la cultura física local o regional;

- el *ecoturismo* y el *eco-ocio* como forma de disfrutar o de preservar la naturaleza, el paisaje y el entorno natural;
- el turismo y el ocio de *riesgo*, a través de las actividades extremas o de desafío asociadas muchas veces a fenómenos de contracultura y de expresión creativa como el grafitismo, el hip-hop y el rag;
- el turismo de ocio de *diversión*, bien espectacular o expresivo, asociado a la animación y a eventos mixtos de la cultura de masas y de usos alternativos del cuerpo.

Este es el nuevo mapa del ocio urbano y al aire libre, que se basa en la informalidad y que prolifera en medio de una crisis de atracción de los deportes tradicionales. Desde el desarrollo de los deportes californianos de deslizamiento, como el *skate*, el patinaje en línea y otros, cambió profundamente el modo de concebir el tiempo libre y, a la vez, las prácticas al aire libre más antiguas, como el footing, la escalada, el piragüismo o la vela se transforman, dando origen a nuevos mitos. La aventura, el desafío, la provocación, el vértigo, la apropiación diferente de los espacios, las señales de pertenencia, como el vestuario, los materiales o el calzado son, todos, valores que contienen una cierta intensidad dramática cercana a las proezas mediáticas ligadas a la aventura y al desafío. Antes de los profesionales del deporte, fueron los arquitectos y los diseñadores quienes captaron las nuevas tendencias –este sentido de desafío, velocidad y deslizamiento de las nuevas prácticas informales– y las han traducido y adaptado en el equipamiento urbano y en los espacios naturales.

El desafío actual para quienes se dedican profesionalmente al deporte y al ocio –en tanto que intermediarios culturales– radica en si serán capaces de adaptarse a los nuevos tiempos y, sin dejar de mirar hacia el deporte y el ocio que ofrecen las instituciones tradicionales, no perderán de vista las tendencias emergentes de la globalización. Estas tendencias nos muestran una de las caras más estimulantes de los procesos de globalización: al mismo tiempo que provocan un efecto de simultaneidad y simulación en el que parece que todos hacen lo mismo, generan también alternativas y resistencias locales sobre la base de la individualidad y de la reflexión típicamente postmodernas, que permiten imaginar que cada persona puede hacer las cosas a su manera.

Referencias bibliográficas

- Andrieu, B. (2004). *A nova Filosofia do corpo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota.
- Bromberger et alli (1995) *Le Match de football: Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*. Paris: Maison des Sciences de l'Homme.
- Chazaud, P. (2004). *Management du tourisme et des loisirs sportifs de pleine nature*. Lyon: PUS.
- Coakley, J. J. (1998). *Sport in Society* (6ª ed.). Boston: McGraw –Hill.
- Eco, U. (1986). *Faith in Fakes*. London: Secker & Warburg.
- Guattari, F. (1992). *Caosmose*. São Paulo: Ed. 34.
- Hacking, I. (1986). Making up people. En T. C. Heller, M. Sosna e D. E. Wellberg (eds.), *Reconstructing Individualism* (pp. 222-236). Stanford: Stanford University Press.
- Huyssen, A. (1986). *After the great divide*. Bloomington e Indianapolis: Indiana University Press.
- Jameson, F. (1984, 1991). *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Kerckhove, D. (1997). *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Roseneau, J. (1990). *Turbulence in World Politics*. Brighton: Harvester.
- Virilio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. New York: Semiotext(e).

El deporte en Alemania: de una categoría ontológica a un concepto del presente



KLAUS WILLIMCZIK

Catedrático emérito en Ciencias del Deporte
Technische Universität Darmstadt (Alemania)
klaus.willimczik@bluehash.de

Traducción del alemán:
Centro Linden (Pamplona, Navarra)
info@centrolinden.com

Resumen

Las zonas lingüísticas alemana e inglesa disponen de una gran variedad de definiciones al referirse al concepto de deporte (Willimczik, 2001). No obstante, queda siempre abierta la cuestión de la base lingüístico-filosófica en la que se sustenta la argumentación. Además, tanto desde la perspectiva de las observaciones sociológicas como de los análisis empírico-inductivos, se acepta que hay una coexistencia de distintos modelos deportivos (Rittner, 1984), sin que exista una justificación o una fundamentación teórica para este hecho.

Sobre la base lingüístico-filosófica el modelo científico empírico de prototipos y tomando como punto de partida los planteamientos del *parecido de familia* de Wittgenstein, en este artículo se revisa de modo empírico: 1. hasta qué punto el deporte es un concepto de parecido de familia en el sentido de Wittgenstein y qué relaciones de parecido existen en los conceptos trabajo, arte, juego y cuidado de la salud; 2. qué modelos de deporte existen en el lenguaje ordinario, y 3. qué parentesco tienen los distintos modelos de deporte con los conceptos trabajo, arte, juego y cuidado de la salud.

Los resultados demuestran: El concepto de deporte no está claramente delimitado en el sentido de un parecido de familia, sino que sus fronteras están más bien deshilachadas aunque posee un núcleo significativo orientado al deporte de alto rendimiento. Pueden definirse como prototípicos seis modelos de deporte: el deporte tradicional, el deporte profesional de alto rendimiento, los hobbies cercanos al deporte, el deporte de exhibición, el deporte de vivencia y el deporte para la salud. (Sólo) existen relaciones de parentesco claras entre el deporte profesional de alto rendimiento y el trabajo, (como es comprensible) el deporte para la salud y el cuidado de la salud y el deporte de exhibición y el arte.

Palabras clave

Modelos deportivos; Alemania; Modelo de prototipos; Parecido de familia; Filosofía del lenguaje ordinario.

Abstract

'Sport' in Germany – From an Ontological Category to a Concept of the Present Time –

The German and English linguistic zones have a great variety of definitions when referring to the concept of sport (Willimczik, 2001). However, the question of the linguistic-philosophic grounds on which the argument is based is always open. Also, the perspective of both sociological observations and empirical-inductive analysis, accepts the coexistence of different sports models (Rittner, 1984) but without a justification or theoretical basis existing for this.

On a linguistic-philosophic basis, this article empirically reviews the scientific empirical model of prototypes, taking as a starting point the analysis of Wittgenstein's family resemblance: 1. to what extent sport is a concept of family resemblance in Wittgenstein's sense, and what relations of similarity exist in the concepts of work, art, game and health care; 2. what models of sport exist in ordinary language; and 3. what resemblance different sports models have with the concepts of work, art, play and health care.

The results show: The concept of sport is not clearly defined in the sense of a family resemblance, but rather that its boundaries are rather frayed. However, it possesses a significant nucleus directed at high performance sport. Six models of sport could be defined as prototypes: traditional sport, professional high performance sport, hobbies close to sport, exhibition sport, experience sports and sport for health.

Key words

Sports models; Germany; Prototypes; Family resemblance; Philosophy of ordinary language.

Planteamiento general del problema

La pluralidad del 'deporte'

El deporte es una manifestación cultural. Su significado depende por tanto de la cultura en la que desarrolla y de sus cambios. Esta influencia de la cultura se refleja –por ejemplo– en que la manera en la que la población norteamericana percibe el deporte se diferencia notablemente de lo que el pueblo escandinavo entiende por éste.

- Loy (1968, p. 60) considera el deporte, refiriéndose a Caillois, como un subconjunto de juegos competitivos regulados (*games*), que a su vez forman un subconjunto de juegos de ocio (*play*). El deporte es pues un juego competitivo (*game*) institucionalizado, que se realiza con un gran esfuerzo físico.
- Para Meier (1981, pp. 81 y ss.) el deporte es la intersección de *play* y *game*. Detalla una amplia recopilación de características que considera, sobre la base de un análisis minucioso de la bibliografía, como “esenciales” para el deporte. Se extienden desde la competición, la estrategia y la táctica hasta las motivaciones sociales y dimensiones morales

En contraposición a esta visión estadounidense, el deporte escandinavo, denominado *Idrett* (en noruego) e *Idrott* (en sueco), significa en gran medida una actividad de ocio, que no tiene que estar obligatoriamente ligada a la competición y a la institucionalización (Breivik, 1990).

La definición clásica del deporte expuesta por Carl Diem en el año 1960 es una clara muestra de hasta qué punto se refleja el cambio cultural en el deporte, puesto que apenas se acerca al concepto actual del deporte. “El deporte como ejercicio corporal es dentro de la parte vital del hacer sin objetivo concreto una búsqueda de la perfección portadora de valor e integridad, natural y litigante, refinada y sometida a reglas” (Diem, 1960, pp. 21 y ss.).

Clasificación dentro de la filosofía del lenguaje

Los distintos significados de los conceptos como, por ejemplo el deporte, se adecuan a la idea de Wittgenstein

de los *parecidos de familia* (*Family resemblance*) en el marco de su ‘Filosofía del lenguaje ordinario’ (1969). Aun existiendo algunas coincidencias, esta filosofía presenta grandes contraposiciones frente a la ‘Filosofía del lenguaje ideal’. Confluyen en que ambas filosofías del lenguaje parten de la base de que los conceptos se determinan sobre referencias o representaciones y su significación. La referencia denomina la mención al objeto, el significado se compone de las características que determinan el tipo del objeto. La diferencia principal entre ambas filosofías se encuentra en que la Filosofía del Lenguaje Ideal parte de condiciones *necesarias* y *suficientes* (CNS; NHB en alemán). Por tanto, en el modelo CNS las distintas representaciones y las características disfrutaban de un estatus equivalente. En la Filosofía del Lenguaje Ordinario, por el contrario, todos los conceptos tienen unos límites difuminados de modo que puede haber objetos para los que no queda claro si forman parte de un concepto o no.

A favor de la suposición de que el concepto de deporte es un concepto de parecido de familia, se encuentra el hecho de que las distintas actividades o modalidades deportivas comparten parcial pero no obligatoriamente las mismas características. Así a las representaciones fútbol, esquí, montañismo y otros se les aplica la característica del movimiento. Pero esto no es atribuible, por ejemplo, al ajedrez. Por otro lado, las representaciones fútbol, esquí y montañismo pueden compartir la característica de competición, pero no es obligatoria; y, aunque no dispongan de esta característica de competición, estas actividades no pierden su designación como deportes. Esto también es visible en las diferencias culturales: en los Estados Unidos se relaciona el deporte con otras características que en China o en Alemania. Con la suposición de que el concepto deporte es un concepto de familia, se explica también el cambio histórico. Así el concepto de deporte de los tiempos de DIEM hace más de 50 años puede ser distinto al del presente y cabe prever (lógicamente) para el futuro más cambios de concepto.

La relevancia de la filosofía del lenguaje ordinario

La Filosofía del Lenguaje Ideal al igual que la del Lenguaje Ordinario están totalmente justificadas. Su utilidad se basa –como dice el propio Wittgenstein (1969)– en el contexto de uso: en todo lugar donde se requieran definiciones exactas, como por ejemplo en las encues-

tas y análisis empíricos, hay que recurrir naturalmente a la Filosofía del Lenguaje Ideal. Si, por el contrario, el interés se centra en la descripción de un fenómeno, es más adecuada la Filosofía del Lenguaje Ordinario. Esto ocurre, por ejemplo, cuando se trata de determinar el objeto de las Ciencias del Deporte o de disciplinas parciales como pueden ser la Sociología del Deporte o la Pedagogía del Deporte. Que esta diversidad del deporte corresponde a la realidad, se detecta tanto en la investigación realizada como en la enseñanza de las Ciencias del Deporte. En ambos casos se pone de manifiesto (por suerte) la gran amplitud del concepto del deporte. Y sólo si se tiene en cuenta este concepto de deporte en tanto que parecido de familia es posible, entre otras cosas, decidir lo que se enseña en las clases de educación física y deporte.

Planteamientos del problema (general)

La literatura especializada está repleta de discusiones sobre las acepciones de 'deporte'.¹ Esto se refiere, en primer lugar, a los intentos de definir el deporte, en segundo lugar, al esfuerzo por delimitar el deporte frente a otros conceptos cercanos, y, en tercer lugar, a la cuestión de una diferenciación interna del deporte, como la que se produce en los denominados "conceptos compuestos por varias palabras" a saber, deporte salud, deporte de alto rendimiento, etc.

Son muchos los especialistas que han intentado definir el deporte. McBride (1975; cfr. Lenk 1980, p. 42) incluso concluye: "(Es) 'tiempo perdido' el querer definir el concepto 'deporte'. Esto es (por su vaguedad y polisemia) 'lógicamente' 'imposible'. En términos similares se expresa Meier (1981, p. 7975) De modo implícito dichas acepciones de deporte son definiciones de su esencia y por tanto se encuadran filosóficamente como ontológicas. Se establecen formulaciones del tipo 'deporte puramente auténtico', 'esencial' y 'núcleo definitivo de significación' (p.ej. Hägele, 1982). Pero refiriéndonos expresamente a Wittgenstein "cualquier definición esencial de los objetos de las Ciencias del Deporte [...] deben 'conjurarse' argumentativamente como si fueran 'maleficios'" (Drexel, 1995, p. 110)

Este artículo se apoya en un análisis empírico basado en la filosofía de Wittgenstein, con el que se intenta en

primer lugar delimitar el concepto de deporte frente a otros conceptos colaterales como trabajo, juego, arte y cuidado de la salud. Otro objetivo es descubrir de qué modo se plasma el deporte en nuestro tiempo, es decir, hasta qué punto debemos partir de modelos deportivos y qué consecuencias tiene esto para el concepto de deporte.

Filosofía del lenguaje y evidencia empírica

Como modelo para la transición de la Filosofía al análisis empírico sirve el modelo de prototipos. Puede caracterizarse como modelo de integración de Filosofía del Lenguaje, Lingüística y Psicología del Conocimiento.

Refiriéndose expresamente a la filosofía de Wittgenstein, el modelo de prototipos describe conceptos del lenguaje habitual y ordinario mediante los fenómenos de centralidad y vaguedad (Blutner, 1995). La *centralidad* aparece en instancias centrales. Estas representan la categoría (por ejemplo, deporte) como un todo. Dentro de los límites de la categoría, los elementos de la categoría (actividades deportivas) son muestras 'peores' (menos típicas) o mejores (más típicas) de las categorías. Según la *vaguedad* los conceptos poseen límites difuminados. La pertenencia de elementos a categorías se decide mediante funciones graduadas. Según esto los conceptos prototípicos no se encuentran estrictamente delimitados. No obstante, se supone "la existencia de ciertos usos nucleares correctos, constantes durante determinados periodos de tiempo, existentes con continuidad a pesar de la inexactitud y la flexibilidad de los límites del concepto" (Lenk, 1980, p. 424). Cabe, pues, suponer que dentro de la categoría "deporte" del lenguaje habitual existen reemplazantes más o menos típicos (por ejemplo, boxeo y balonmano, por una parte, y ballet, por la otra) y características más o menos típicas (por ejemplo, movimiento y rendimiento frente a descanso) que se acercan a las correspondientes representaciones.

La pertenencia de representaciones (actividades) a las categorías se denomina *extensión*, la asignación de características a categorías *intensión*. El criterio para la valoración de representaciones es la tipicidad, para las características la *Cue Validity* ('fiabilidad'). Así podríamos suponer que el balonmano, por ejemplo dispone

¹ Una extensa presentación y discusión sobre las diferentes acepciones de deporte basadas en distintas teorías de Filosofía del Lenguaje se encuentra en Willimczik (2001).

de un alto grado de tipicidad, es decir un alto grado de representación para el deporte y que esta disciplina deportiva posee con competición una característica con gran estado intensional, es decir una gran *Cue Validity* para el deporte.

El concepto de deporte: una delimitación y diferenciación empírica

Planteamientos del problema (base teórica)

En base a la Filosofía del Lenguaje Ordinario y su correspondencia empírica con el modelo de prototipos pueden formularse la siguientes preguntas de la investigación:²

1. ¿Es “deporte” un concepto prototípico? y ¿cómo se delimita frente a categorías colaterales como trabajo, arte, juego y cuidado de la salud (problema de delimitación)?
2. ¿Muestra el concepto deporte una diferenciación interna y se justifica así la inclusión de modelos deportivos (diferenciación interna), que son a su vez prototípicos? Cabe en este caso preguntar también:
 - 2.1. ¿En qué grado de cercanía o lejanía de parentesco (parecido de familia) tienen los modelos entre sí?
 - 2.2. ¿Qué tipo de relación presentan los distintos modelos deportivos con el concepto general de deporte?
 - 2.3. ¿Qué parentesco existe entre los modelos deportivos y las categorías de deporte, trabajo, arte, juego y cuidado de la salud?

Método de análisis

Muestra aleatoria de personas

La composición de la muestra aleatoria de personas (32 mujeres, 38 hombres) para la primera cuestión planteada se refiere a una muestra representativa de posibles actividades e intereses en el marco de los ámbitos de la vida deporte, trabajo, arte, juego y cuidado de la salud. Estas personas tenían un grado de competencia adecuado

respecto al uso de la lengua. La muestra de la segunda cuestión se compuso de 119 personas (68 mujeres, 51 hombres), activas en cuanto al deporte, pero en modalidades deportivas muy distintas. También tenían un nivel de lenguaje apropiado.

Muestra aleatoria de características

Para la primera pregunta se establecieron palabras clave que actuaban como estímulos para caracterizar en el nivel extensional 40 actividades (ver *fig. 2*) de los ámbitos del deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud como variables independientes. Para obtener una asignación –justificada empíricamente– de las actividades u ocupaciones a las categorías se realizó un análisis de cluster mediante una composición a-priori de los rangos independientes. Las palabras clave (estímulos) para la segunda cuestión provienen todos del ámbito del deporte (ver *fig. 5*). Para ambas cuestiones se estableció un índice de tipicidad mediante una escala de siete niveles.

La muestra de los atributos dependientes se compuso para ambas cuestiones de 40 características intensionales (ver *fig. 3*). Se encomendó a las personas elegidas valorar cada una de las actividades en cuanto a sus características intensionales mediante una escala de Likert de cuatro niveles desde “totalmente aplicable” hasta “no se adecua en absoluto”.

Análisis estadístico

Para analizar la estructura de un concepto en el marco del modelo de prototipos y por tanto del parecido de familia de las variantes de sus significados, se aplica en primer lugar la *Cue-Validity* (CV) y en segundo lugar la tipicidad (T). La *Cue-validity* es una medida del estado intensional de las características con referencia a un concepto. Se define de modo operacional en la investigación de prototipos como el cociente entre la frecuencia de aparición de una característica dentro de una categoría y la frecuencia de aparición de esa característica en todas las categorías (Rosch y Mervis, 1975). Las *Cue-Validities* (CV) admiten valores de entre 0 y 1. La tipicidad mide el estado extensional o el grado de representatividad de una actividad del concepto correspondiente. Se calcula mediante los promedios con referencia a las *Cue-Validities*.

² Un extenso tratamiento de la pregunta 1 se encuentra en Haverkamp y Willimczik (2005) y de la 2 en Willimczik (2007). Una descripción detallada del método de análisis empleado en la investigación en la cual se basa este artículo se encuentra en Haverkamp (2005), Haverkamp y Willimczik (2005) y Willimczik (2007).

Presentación de los resultados e interpretación

Independencia y parentescos de deporte – trabajo – juego – arte – cuidado de la salud (Pregunta 1)

La figura 1 presenta una visión general sobre el parentesco; es decir, el parecido de familia de deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud. Surge de un análisis de cluster (conglomerados) Se muestra que en principio deporte y juego por un lado, al igual que trabajo y arte, por otro, disponen de una estrecha relación de

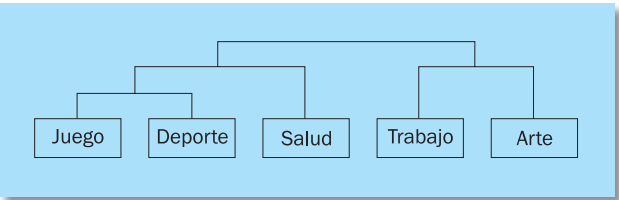


Figura 1
Análisis jerárquico de cluster para delimitar el concepto deporte

parentesco. En el siguiente nivel más alto se unen juego y deporte con cuidado de la salud, mientras que trabajo y arte quedan separados.

El orden de rangos de las tipicalidades de las actividades se encuentra en la figura 2, separado para las categorías deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud. En la figura 3 se recogen aquellos tres atributos que son especialmente típicos y aquellos tres que son especialmente atípicos para cada una de las categorías. Esto se expresa en Cue-Validities altas o bajas.³ Esta caracterización, junto con la jerarquía de las tipicalidades del deporte, hace suponer una concepción básica de deporte de alto rendimiento: el deporte de alto rendimiento se considera más bien peligroso, en algunas disciplinas deportivas agresivo, y existe, entre otros motivos, por su efecto en los medios. Las atribuciones de diversión (CV = ,23; Rango 23) y voluntariado (CV = ,22; Rango 30) tienen una menor importancia. Esto es sorprendente por el hecho de que muchos autores ven en la característica voluntariedad la relación entre deporte y juego (ver por Grupe, 1982, p. 109; Kurz, 1986, p. 63).

Modelo deportivo	Actividades		
Deporte	Boxeo, balonmano, tenis, ... (4,66) (4,09) (3,69)	fotografía, pintura, poesía (0,82) (0,80) (0,71)	
Trabajo	Albañil, profesor, ama de casa (5,98) (5,40) (5,34)	...billar, sauna, jugar al escondite (2,43) (2,36) (2,34)	
Arte	Diseño, poesía, pintura,... (5,11) (4,45) (4,40)	...balonmano, sauna, ciclismo (1,26) (1,21) (10,75)..	
Juego	Ajedrez, "Malefiz", Bridge,... (5,61) (5,60) (5,54)	...conductor de autobús, ama de casa, albañil (0,75) (0,40) (0,01)	
Cuidado de la salud	Sauna, baños termales, entrenamiento autógeno,... (5,91) (5,51) (5,34)	profesor, actor, diseñador (0,91) (0,90) (0,87).	

Figura 2
Actividades especialmente típicas y atípicas de deporte y sus categorías vecinas

³ Encontramos una recopilación de las Cue-Validities para todas las características de la categoría deporte en Haverkamp y Willimczik (2005) y para todas las categorías en Haverkamp (2005).



Figura 3

Actividades especialmente típicas y atípicas de deporte y sus categorías vecinas

Llama la atención que en la categoría deporte no se presenten atribuciones con *Cue-Validities* inferiores a ,10. Deporte aglutina al parecer, en mayor o menor medida, muchos aspectos y también características que son especialmente típicas de otras categorías (trabajo, arte, juego, cuidado de la salud).

El deporte y el resto de las categorías respaldan la tesis de la centralidad. Esto se prueba con la distribución de las *Cue-Validities* y las tipicalidades: Sus dispersiones muestran para todas las categorías una graduación descendente de características más bien típicas a características o actividades atípicas. Las cinco categorías deporte, trabajo, arte, juego y cuidado de la salud pueden, por tanto, caracterizarse mediante atribuciones especialmente típicas o atípicas, pero no es posible establecer límites claros entre las atribuciones necesarias y las no necesarias en el sentido de la Filosofía del Lenguaje Ideal.

La tesis de la vaguedad de las categorías deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud se sustenta en el hecho de que entre todas las categorías puede verificarse un tránsito. Hay características o actividades que presentan valores similares para la *Cue-Validity* o la tipicalidad en dos categorías. Una característica o una actividad puede ser, por tanto, igualmente típica para dos categorías. Estas características o actividades transmiten así la similitud intensional o extensional entre las categorías en deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud. Si nos basamos en una $CV = ,25$ para estas transiciones intensionales, resulta que:

- Deporte y trabajo están emparentados a través de las características de peligro para la salud/riesgo de lesión, (presión de) rendimiento y estrés,
- Deporte y juego están emparentados a través de las características competición, estrategia/táctica, tensión y reglas,
- Deporte y arte están emparentados a través de las características show/público, estética o expresión/elegancia y reconocimiento, y
- Deporte y cuidado de la salud están emparentados a través de la característica integridad (cuerpo/espíritu).

¿Integridad y parentesco de los modelos deportivos? (Pregunta 2)

De “Clusters” a “modelos deportivos”

La *figura 4* muestra el resultado del análisis jerárquico de clusters de las actividades deportivas. La suma de los errores al cuadrado sobre el número de grupos

muestra una solución de 4 o 6 clusters. Basándose en los planteamientos de plausibilidad, se escogió la agrupación de 6 clusters, agrupando los dos cluster que se encuentran a la izquierda en la figura. Los clusters se clasifican después desde actividad deportiva muy típica hasta muy atípica en los 6 clusters, como se recoge en la *figura 5*.

En la *figura 6* se presentan, en primer lugar, para cada uno de los grupos las características que revelan los tres valores CV más altos y los tres valores CV más bajos. Las *Cue-Validities* (valores CV) de las 40 características intensionales, calculadas por separado para los seis conglomerados, se dispersan entre un valor mínimo de ,07 y un valor máximo de ,37. Son muy distintos dependiendo del grupo.

Los resultados de las tipicalidades y características (ver *fig. 5* y *fig. 6*) nos permiten proporcionar un contenido a los 6 clusters o grupos o modelos deportivos (hasta ahora sólo formales), del siguiente modo:

El *Grupo 1* puede calificarse –como se propone también en la literatura especializada– como *deporte profesional de (alto) rendimiento*. Las actividades típicas: boxeo, automovilismo, hockey sobre hielo y, también, los grandes juegos deportivos contienen como características intensionales la agresión, los peligros para la salud/riesgos de lesión y el estrés a la vez que táctica y competición, típicas de unos deportes extraordinariamente eficaces en los medios de difusión.

El *Grupo 2* representa el *deporte tradicional*. Conforma “el centro neurálgico tradicional del deporte” (Kurz, 1986, p. 55). Se define por características como competencia y rendimiento, pero también por espíritu de equipo y solidaridad. Con sus características atípicas, como descanso y regeneración, se delimita muy claramente de aquello que se denomina “deporte no deportivo” (Heinemann, 1989). Las representaciones típicas se corresponden ampliamente con las del Grupo 1. A diferencia del deporte profesional de alto rendimiento, podríamos caracterizar a este grupo como deporte de rendimiento intrínsecamente determinado. Puede considerarse al Grupo 2 (deporte tradicional) como polo opuesto del Grupo 6 (deporte de la salud).

El *Grupo 3* representa un modelo con otros centros de prioridad que el Grupo 1. Su denominación de *aficiones cercanas al deporte* proviene de actividades que requieren muy poco movimiento físico –como el ajedrez y la caza– y que tienen más relación con la relajación, incluso con el aburrimiento. Se añade a esto un componente lúdico.

Son características centrales intensionales del *Grupo 4* la estética y la elegancia, que encontramos entre otros en el ballet y la danza del vientre y que conllevan un “placer estético del espectador” (Welsch, 1999, p. 148 y p. 158). Describen este grupo términos como *Deporte artístico de exhibición* o –análogamente a la presentación de una obra de arte (Kurz, 1986, p. 48; Welsch 1999, pp. 153 y ss)– *Deporte de exhibición*.

A las típicas actividades del *Grupo 5*, submarinismo, snowboard, le corresponden características como aven-

tura y riesgo o vivencia, así como variedad y también riesgo de lesión. Podemos denominar al Grupo como *Deporte de vivencia*.

Coincidiendo de pleno con la literatura sobre el tema, la denominación *Deporte de salud* se adecua totalmente al *Grupo 6*. Defienden esta tesis tanto las actividades típicas yoga, senderismo y gimnasia para la espalda, como también las características típicas de bienestar/cuidado de la salud, descanso/regeneración y cotidianidad y, a su vez, características muy atípicas como son show/público y competición.

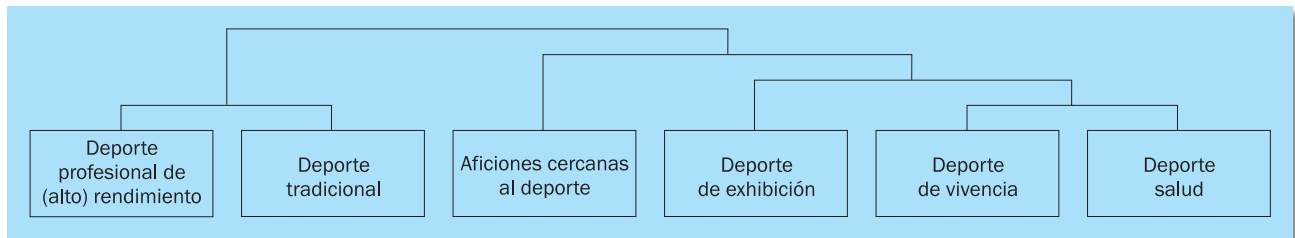


Figura 4

Análisis jerárquico de cluster para la diferenciación interna del deporte

Modelo deportivo	Actividades
Deporte profesional de alto rendimiento (Grupo 1)	Boxeo, automovilismo, hockey sobre hielo, ... (6,00) (5,83) (5,67) ...Escuela para el cuidado de la espalda, senderismo, yoga (0,61) (0,31) (0,00)
Deporte tradicional (Grupo 2)	hockey sobre hielo, boxeo, balonmano, ... (3,76) (3,72) (3,64) ...yoga, danza del vientre, pesca (2,43) (2,36) (2,34)
Aficiones cercanas al deporte (Grupo 3)	Pesca, ajedrez, caza,... (4,84) (3,97) (3,86) ...patinaje sobre hielo, ballet, acrobacia (1,80) (1,74) (1,51)..
Deporte de exhibición (Grupo 4)	Danza del vientre, ballet, malabarismo, ... (4,79) (4,73) (4,50) ...squash, pesca, caza (2,43) (2,14) (1,89)
Deporte de vivencia (Grupo 5)	Escalada, buceo, snowboard,... (4,09) (4,07) (3,85) ... hockey sobre hielo, “Cheerleading”, fútbol (2,92) (2,90) (2,90).
Deporte para la salud (Grupo 6)	Yoga, senderismo, Escuela para el cuidado de la espalda... (5,44) (5,42) (5,34) ... hockey sobre hielo, boxeo, automovilismo (0,76) (0,47) (0,39)....

Figura 5

Actividades especialmente típicas y atípicas de deporte

Modelo deportivo	Características	Cue-Validities
Deporte profesional de alto rendimiento (Grupo 1)	Agresividad	.37
	Peligro para la salud/riesgo de lesión	.28
	Stress	.27
	—	
	—	
	Estética o expresión/elegancia	.09
	Bienestar/mejora de la salud	.08
	Descanso/regeneración	.07
Deporte tradicional (Grupo 2)	Competición	.23
	(Presión de) rendimiento	.21
	(Espíritu de) equipo/Solidaridad	.20
	—	
	—	
	Creatividad/fantasia	.15
	Moda	.15
	Descanso/regeneración	.15
Aficiones cercanas al deporte (Grupo 3)	Suerte/casualidad	.25
	Aburrimiento/monotonía	.23
	Descanso/regeneración	.23
	—	
	—	
	Rendimiento físico	.09
	Show/público	.09
	Peligro para la salud/riesgo de lesión	.08
Deporte de exhibición (Grupo 4)	Estética o expresión/elegancia	.30
	Creatividad/fantasia	.28
	Show/público	.27
	—	
	—	
	Vida cotidiana	.13
	Estrategia/táctica	.11
	Agresividad	.09
Deporte de vivencia (Grupo 5)	Aventura/riesgo o vivencia	.27
	Cambio	.21
	Peligro para la salud/riesgo de lesión	.21
	—	
	—	
	(Presión de) rendimiento	.14
	Aburrimiento/monotonía	.13
	Show/público	.13
Deporte para la salud (Grupo 6)	Bienestar/mejora de la salud	.30
	Descanso/regeneración	.24
	Vida cotidiana	.23
	—	
	—	
	Tensión	.07
	Show/público	.07
	Competición	.07

▲
Figura 6

Actividades especialmente típicas y atípicas de deporte y sus categorías afines.

¿Un deporte o (únicamente) modelos de deporte?

A la pregunta de la relación de los modelos deportivos entre sí y, por tanto, de un parentesco de los modelos deportivos (pregunta 2.1) los datos dan una respuesta clara. Existe una correlación positiva de muy alto grado ($r = ,91$) entre el deporte profesional de alto rendimiento (Grupo 1) y el deporte tradicional (2), y las correlaciones del deporte profesional de alto rendimiento y el deporte para la salud (6) son altamente negativas con $r = -,96$ y con las aficiones cercanas al deporte (3) con $r = -50$. Paralelamente a la estrecha relación entre el deporte tradicional y el deporte de alto rendimiento existe también una fuerte correlación negativa del deporte tradicional y el deporte para la salud ($r = -,83$) y también con las aficiones cercanas al deporte ($r = -,61$). Totalmente positiva es la relación entre las aficiones cercanas al deporte y el deporte para la salud ($r = ,49$), pero no con el deporte de exhibición ($r = -,46$). Una relación relativamente neutral entre sí y con el resto de los modelos deportivos se encuentra entre el deporte de vivencia por un lado y el deporte de exhibición por otro.

Teniendo en cuenta los resultados sobre el parentesco de los modelos deportivos, podría considerarse también razonable en cuanto al contenido la existencia de cinco modelos deportivos. Se unirían, entonces, los modelos 1 y 2, que se diferencia en principio por el rasgo de la profesionalidad, en un único modelo deportivo de rendimiento tal como se ha desarrollado históricamente. Esto se corresponde con la unión de los dos clústeres superiores del análisis (ver *fig. 4*). Pero, por el contrario, no parece justificable unir las aficiones cercanas al deporte (Grupo 3) y el deporte para la salud (Grupo 6), aunque exista un alto grado de correlación entre sus tipicalidades. Contra la unión se encuentra también, además de las precisiones de contenido, el resultado del análisis clúster, según el cual las actividades de cada uno de ellos distan mucho entre sí. Desde el punto de vista histórico, la diferenciación interna del deporte hace suponer, que de un concepto tradicional de deporte, que todavía se mantiene en el lenguaje cotidiano, se han formado cinco modelos deportivos con características y actividades típicas.

Parentescos de los modelos deportivos con deporte, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud (Preguntas 2.2 y 2.3)

La respuesta a la pregunta 2.2 sobre la relación de los distintos modelos deportivos con el concepto general

deporte, estriba en que todavía hoy en día el “deporte” se asocia claramente al deporte tradicional con las características de competición, rendimiento y espíritu de equipo ($r = ,57$) y no precisamente con las aficiones cercanas al deporte como pesca, ajedrez y caza que se consideran son sin embargo actividades contrarias ($r = -,56$). De una forma menos marcada esto es válido también para el deporte de exhibición como la danza del vientre, ballet y malabarismos ($r = -,40$). El deporte para la salud y el deporte de vivencia parecen haberse separado con sus actividades y características ya ampliamente del deporte ($r = \text{n.s.}$).

Dado que deporte como concepto del parecido de familia es relativamente heterogéneo y que también (!) está justificado hablar de modelos de deporte, cabe preguntar, qué relación de parentesco puede existir entre los modelos deportivos, por un lado, y las categorías trabajo, juego, arte y cuidado de la salud por otro. Los resultados muestran, de modo llamativo, unos grados de parentesco claramente distintos entre los diversos modelos deportivos y las categorías colaterales del deporte; es decir, trabajo, juego, arte y cuidado de la salud. Con el trabajo existe un estrecho parentesco únicamente con el deporte profesional de alto rendimiento, con el juego el deporte tradicional, con el cuidado de la salud –lógicamente– el deporte para la salud y el arte con el deporte de exhibición. Se rebaten de este modo las discusiones de hasta qué punto el deporte moderno, por ejemplo, presenta estructuras similares a las del mundo del trabajo.

Discusión

Los resultados empíricos sobre la delimitación y la diferenciación interna ratifican la teoría de deporte como un concepto del parecido de familia en el sentido expresado por Wittgenstein y su operacionalización en el modelo de prototipos (Drexel, 2003; Digel, 1995, p. 10; Drexel, 1995, p. 109; Fogelin, 1972, p. 59; Lenk, 1980, p. 425; Willimczick, 2001, pp. 104 y ss.; Zeigler, 1979, p. 171; 1980, p. 409).

Sobre la delimitación de deporte se puede afirmar a modo de resumen que las cinco categorías se estructuran prototípicamente (centralidad) y son estáticamente vagas, aunque en distintos niveles. En comparación con las categorías trabajo, juego, arte y cuidado de la salud, el deporte muestra relaciones de parentesco más marcadas y mayor vaguedad. Se colocan en el centro de las actividades deportivas las modalidades deportivas profesionales o tradi-

cionales. Este acercamiento concede al deporte una marcada connotación que le coloca en estrecha relación con el deporte tradicional e incluso con el deporte profesional de alto rendimiento. Otras formas de la actividad deportiva –como el deporte de tiempo libre– se encuentran, dentro de esta perspectiva amplia, más bien en los márgenes exteriores del deporte, de modo que no aportan nada esencial a la constitución de su ámbito de significado.

Se confirma para la diferenciación interna del deporte la “coexistencia de distintos modelos deportivos” (Rittner, 1984). No obstante, los modelos empíricos obtenidos mediante el modelo de prototipos sólo coinciden muy someramente con los planteamientos desarrollados teóricamente por ejemplo por Digel (1984) o Heinemann (1986; 1989; 1998). Digel define cinco modelos deportivos: partiendo del deporte de rendimiento tradicional, “centrado en valores como competición, rendimiento, victoria o derrota”, se han desarrollado “modelos deportivos comerciales”, el “circo y el deporte de los medios de comunicación” así como modelos de “deporte de tiempo libre”, de “deporte alternativo” y de “deporte instrumental”. De estos cinco modelos reaparecen claramente el deporte tradicional de rendimiento (cuya existencia actual no es únicamente histórica) y el deporte comercial, mientras que los modelos restantes no se vuelven a encontrar en la diferenciación de Digel. En su forma general esto también es aplicable al deporte instrumental, para el que sólo es relevante la especificación de salud en el lenguaje cotidiano.

Heinemann (1986) prevé que el desarrollo futuro del deporte girará en torno a tres polos, que se pueden denominar como “deporte expresivo de tiempo libre”, “deporte comercial de rendimiento” y “deporte instrumental”. En una publicación posterior incluye (Heinemann, 1998) junto al deporte tradicional de competición el deporte profesional de exhibición, el modelo de deporte expresivo, el modelo de deporte funcionalista y las culturas de juego tradicionales. Pero esta diferenciación sólo coincide muy vagamente con los modelos deducidos con fundamento empírico. Únicamente se refiere al deporte tradicional de competición y al deporte profesional de exhibición.

La enorme heterogeneidad de los modelos deportivos y las muy condicionadas posibilidades de sustitución de los modelos dentro de un concepto general de deporte hacen comprensible la posición de aquellas personas que en sus discursos (y sus trabajos) no se dirigen al deporte en general, sino a modelos deportivos. Esto es de aplicación, por ejemplo, a quienes ejercen la terapia deportiva en las clínicas cuando aluden que no ofertan

programas de deporte, sino preferentemente programas de movimiento. Sus intentos de motivar a sus pacientes serían infructuosos –como se demuestra constantemente en la práctica– si hablaran de deporte, el cual se asocia en su uso cotidiano con el deporte tradicional y el deporte profesional de alto rendimiento. No obstante, a un análisis de significado de este tipo se oponen, además de los conocimientos teóricos, también argumentos político-deportivos y teórico-organizativos: no supondría ningún beneficio para los objetivos de quienes abogan por los seis modelos deportivos, si por ejemplo, la Confederación Olímpica Alemana del Deporte (Deutsche Olympische Sportbund) dejara de defender su objetivo de representar a la ‘totalidad’ del deporte. Tampoco para el ámbito académico parece deseable abandonar la cobertura de las Ciencias del Deporte como totalidad a favor de ciencias referidas a los modelos deportivos (y su integración en otras ciencias).

Desde el punto de vista metodológico la investigación realizada se plantea la cuestión clave de si es justificable, o incluso admisible, el asociar la diferenciación interna del deporte basada en el modelo de prototipos al concepto de parecido de familia de Wittgenstein. No deberían plantearse críticas metodológicas al uso del modelo de prototipos para el análisis empírico: como modelo integrativo de la Filosofía del Lenguaje, la Lingüística y la Psicología del Conocimiento se basa en un paradigma científico-experiencial creado para análisis empíricos de este tipo y que se ha utilizado, entre otros, para el deporte (!) (Rosch, 1975; Eckes, 1985)

La cuestión de hasta qué punto es admisible utilizar el planteamiento filosófico de Wittgenstein como punto de partida o base de análisis empíricos se discute con mucha controversia. Los más estrictos inconmensurabilistas negaran vehementemente esta posibilidad mientras que otros la aceptarían.

Según Kuhn (1974, p. 1981) la inconmensurabilidad se refiere a la incompatibilidad de distintos paradigmas. Para dilucidar el problema acude a la analogía con las lenguas: es válido para las distintas teorías al igual que para los distintos idiomas, el hecho de que aunque sea posible comunicarse, es necesario admitir la pérdida de matices y significados (para mayor detalle ver Wilimczik, 2005). Del mismo modo, para el análisis del concepto del deporte cabe suponer que las lenguas de Wittgenstein y del empirismo son desde luego conmensurables, aunque con una pérdida de significación.

No podría existir un juicio de justificación más definitiva, metateórica sobre la (in-) conmensurabilidad

(Drexel, 2006). Ante este trasfondo parece útil –desde el punto de vista pragmático– la diferenciación de Overton. Este distingue una vertiente estricta y una forma laxa de la inconmensurabilidad. Según la vertiente estricta todas las características del lenguaje de observación están determinadas paradigmáticamente y son por tanto inconmensurables. “Si éste fuera el caso, sería imposible la comunicación” (1984, p. 222). La vertiente laxa de la inconmensurabilidad, por el contrario, admite sin duda el entendimiento entre paradigmas (“en un lenguaje más marcadamente neutral”) (Overton, 1984, p. 233)

Del mismo modo, desde la perspectiva tanto del método como del contenido cabe plantear la pregunta de hasta qué punto el lenguaje cotidiano de quienes practican deporte es adecuado *de modo general* para emitir mensajes sobre aspectos específicos del deporte y de los distintos modelos deportivos. Este procedimiento obedece, por un lado, tanto al planteamiento de Wittgenstein como al modelo de prototipos, por otro lado, hay que reconocer que quienes forman parte de los distintos modelos deportivos disponen de conocimientos y experiencias muy específicas y que, por tanto, tienen una visión específica de “su modelo deportivo” que no conocen quienes practican otros deportes. Vogel (2006) ha indagado en la cuestión de cómo quienes representan un modelo deportivo concreto ven “su” deporte. Encuestó a $n = 285$ (117 mujeres, 166 hombres) que representan aquellas disciplinas deportivas que se consideran típicas para cada uno de los modelos deportivos (ver Fig. 5). Después efectuó una comparación de esta perspectiva de las personas especializadas (visión interna) con la perspectiva de quienes practican deporte en general (visión externa) tal como también se ha planteado en esta investigación. Según esto ha resultado que quienes practican deporte profesional de alto rendimiento no consideran en absoluto su deporte (como se ha indicado con anterioridad) primario por agresividad, stress ni tampoco piensan que esté determinado por la profesión / la profesionalización (!). Sólo quienes practican el deporte del automovilismo reconocen como significativo el peligro para la salud/el riesgo de lesión. Quienes practican deportes profesionales de alto rendimiento caracterizan mucho más su actividad por peculiaridades como la capacidad física, el esfuerzo, la disciplina y el reto. Desde el punto de vista interno y externo reciben la misma clasificación, por el contrario, características como la competitividad, la tensión/la táctica. Finalmente, para el resto de los modelos deportivos son muy similares las caracterizaciones externas y las internas (Willimczik, 2007).

Referencias bibliográficas

- Blutner, R. (1995). Prototypen und Kognitive Semantik. En G. Harras (ed.), *Die Ordnung der Wörter. Kognitive und lexikalische Strukturen* (pp. 227-270). Berlin: de Gruyter.
- Breivik, G. (1990). “Dyp Lek” et filosofisk helhetssyn på idrett. En G. Breivik (ed.), *Filosofi, sosiologi og andre samfunnsvitenskapelige emner: grunnfag i idrett - NIH 1989* (P. 1-9). Oslo: o. A.
- Diem, C. (1960). *Wesen und Lehre des Sports und der Leibeserziehung*. Berlin: Weidmann.
- Digel, H. (1984). Gesellschaftliche Entwicklung und der Auftrag des Sportvereins. En Der Kultusminister des Landes Nordrhein-Westfalen (Ed.), *Materialien zum Sport in Nordrhein-Westfalen. Heft 9: Sportentwicklung – Einflüsse und Rahmenbedingungen – Eine Expertenbefragung* (S. 52-65). Köln: Greven.
- Digel, H. (1995). Was ist der Gegenstand der Sportwissenschaft? En H. Digel (ed.), *Sportwissenschaft heute: Eine Gegenstandsbestimmung* (P. 1-18). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Drexel, G. (1995). Zur Paradigmenabhängigkeit des Erkennens, Bestimmens und Verstehens der Gegenstände der Sportwissenschaft. En H. Digel (ed.), *Sportwissenschaft heute: Eine Gegenstandsbestimmung* (P. 99-134). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- (2003). “Denk darüber nach, was der Sport ‘ist’!” y: “Schau die Vorgänge an, die wir ‘Sport’ nennen!” – Wider den Einheitlichkeits-Mythos und den Essenzialismus in der Sportwissenschaft. En I. Bach y H. Siekmann (ed.), *Bewegung im Dialog* (pp. 189-205). Hamburg: Czwilina.
- Eckes, T. (1985). Zur internen Struktur semantischer Kategorien: Typikalitätsnormen auf der Basis von Ratings. *Sprache & Kognition*, 4, 192-202.
- Fogelin, R. J. (1972). Sport: The Diversity of the Concept. En E. W. Gerber (ed.), *Sport and the Body* (pp. 58-61). Philadelphia: Lea & Febinger.
- Grupe, O. (1982). *Bewegung, Spiel und Leistung im Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Haverkamp, N. (2005). *Typisch Sport? – Der Begriff Sport im Lichte des Prototypenmodells*. Köln: Strauß.
- Haverkamp, N. y Willimczik, K. (2005). Vom Wesen zum Nicht-Wesen des Sports. Sport als ontologische Kategorie und als kognitives Konzept. *Sportwissenschaft*, 35 (7), 271-290.
- Heinemann, K. (1986). Zum Problem der Einheit des Sports und des Verlusts seiner Autonomie. En Deutscher Sportbund (ed.), *Die Zukunft des Sports. Materialien zum Kongreß Menschen im Sport 2000* (pp. 112-128). Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. (1989). Der “Nicht-sportliche” Sport. En Heinemann, K. y K. Dietrich (Ed.) *Der nichtsportliche Sport. Beiträge zum Wandel im Sport* (pp. 11-28). Schorndorf: Hofmann.
- (1998). *Einführung in die Soziologie des Sports* (4. ed.). Schorndorf: Hofmann.
- Kuhn, T. S. (1974). Bemerkungen zu meinen Kritikern. En I. Lakatos y A. Musgrave (ed.), *Kritik und Erkenntnisfortschritt* (pp. 223-269). Braunschweig: Vieweg.
- (1981). *Die Struktur wissenschaftlicher Revolution* (5. Ed.). Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Kurz, D. (1986). Vom Sinn des Sports. En Deutscher Sportbund (ed.), *Die Zukunft des Sports. Materialien zum Kongreß Menschen im Sport 2000* (pp. 44-68). Schorndorf: Hofmann.
- Lenk, H. (1980). Auf dem Wege zu einer analytischen Sportphilosophie. *Sportwissenschaft*, 10 (4), 417-436.
- Loy, J. W. (1968). The nature of sport: A definitional effort. *Quest*, 89 (29), 56-71.
- Meier, K. V. (1981). On the Inadequacies of Sociological Definitions

- of Sport. *International Review of Sport Sociology*, 16 (2), 79-102.
- Overton, W. F. (1984). World views and their influence on psychological theory and research: Kuhn – Lakatos – Laudan. En Reese, H. W. (ed.), *Advances in child development and behaviour* (pp. 151-226). Orlando, FL: Academic Press.
- Rittner, V. (1984). Die Individualisierung des Sporterlebens. *Olympische Jugend* 4-7.
- Rosch, E. (1975). Cognitive Representations of Semantic Categories. *Journal of Experimental Psychology: General*, 104 (3), 192-233.
- Rosch, E. y Mervis, C. B. (1975). Family Resemblances: Studies in the Internal Structure of Categories. *Cognitive Psychology*, 7 (4), 573-605.
- Vogel, E. (2006). *Zur ökologischen Validität von Sportmodellen – eine empirische Untersuchung*. Tesis doctoral no publicada, Universität Bielefeld.
- Welsch, W. (1999). Sport: ästhetisch betrachtet – oder gar als Kunst? En Deutsches Olympisches Institut (ed.), *Jahrbuch 1998* (P. 143-164). St. Augustin: Academia.
- Willimczik, K. (2001). *Sportwissenschaft interdisziplinär. Tomo 1: Geschichte, Struktur und Gegenstand der Sportwissenschaft*. Hamburg: Czwalina.
- (2003). *Sportwissenschaft interdisziplinär. Tomo 2. Forschungsprogramme und Theorienbildung in der Sportwissenschaft*. Hamburg: Czwalina.
- (2007). Die Vielfalt des Sports. Kognitive Konzepte der Gegenwart zur Binnendifferenzierung des Sports. *Sportwissenschaft*, 37 (1), 19-37.
- Wittgenstein, L. (1969). *Philosophische Untersuchungen. Schriften Tomo 1*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Zeigler, E. F. (1979). Eine Analyse der These, daß “Physical Education” zu einem Begriff der “Familienähnlichkeit” geworden ist. En K. Willimczik (ed.), *Wissenschaftstheoretische Beiträge zur Sportwissenschaft* (pp. 158-173). Schorndorf: Hofmann.
- Zeigler, E. F. (1980). A Systems Approach to the Development and Use of Theory and Research in Sport and Physical Education. *Sportwissenschaft*, 10 (4), 404-416.

De las políticas internacionales y nacionales a las acciones sociales locales



ANTONIO BORGOGNI

Ricercatore

Università di Cassino (Italia)

a.borgogni@unicas.it

Traducción del italiano:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

La eficacia de las políticas del bienestar, particularmente del deporte, fomentadas por el gobierno italiano desde principios de los años 90, está íntimamente ligada a los cambios que se han producido en la relación entre la administración local, el Estado y el tercer sector. Estos cambios se relacionan, además, con tendencias y procesos de carácter internacional, desarrollados en el curso del último decenio del siglo pasado, tendentes a fomentar la participación de los ciudadanos, la atención a la sostenibilidad y los derechos de los menores. En este momento, el tercer sector y, dentro de éste, las organizaciones deportivas que se dedican a la promoción del deporte social, asume el papel de interlocutor de las políticas públicas del bienestar gracias al fuerte crecimiento de los últimos años. Finalmente, en el año 2000 algunas leyes permiten el desarrollo de los procesos de decisión a nivel local y la financiación de los proyectos propuestos por las organizaciones deportivas de promoción social. El artículo centra la atención en las acciones producidas en el marco de estas decisiones políticas, describiendo el caso de un proyecto nacional, desarrollado en varias ciudades por medio de diferentes acciones y métodos, que tiene como protagonistas a adolescentes y jóvenes, dirigido por la UISP (Unión Italiana de Deporte para Todos) la más importante organización deportiva italiana en el ámbito de la promoción del deporte.

Palabras clave

Políticas del bienestar; Tercer sector; Deporte social; Participación.

Abstract

From International and National Sport Policies to Local Social Actions

The efficiency of welfare policy, particularly in sports, promoted by the government of Italy since the beginning of the 1990s is closely linked to the changes which have taken place in the relation between the local administration, the State and the third sector. These changes are also related to tendencies and processes of an international nature, developed during the last decade of the last century, tending to promote citizens' participation, attention to sustainability and to the rights of minors. At the same time, the third sector and, within it, the sports organisations dedicated to the promotion of social sport, assumes the role of spokesperson for public welfare policies thanks to the significant growth of social sport in the last few years. Finally in 2000 some laws allowed the development of decision-making processes at a local level and the funding of projects proposed by sports organisations for social cohesion. The article focuses attention on the actions arising from these political decisions, describing the case of a national project, developed in various cities through different actions and methods, with the primary participation of adolescents and young people, organised by the UISP (the Italian Union of Sport for All), the most important sports organisation in Italy.

Key words

Well-being; Third sector; Social sport; Participation.

Introducción

El punto de vista de este artículo se centra principalmente en las políticas iniciadas en los años 90, transformadas parcialmente en leyes y acometidas durante el gobierno italiano de centro-izquierda (1996-2001) y que han mantenido sus efectos hasta hoy, pasando por las políticas a menudo contrarias del gobierno de centro-

derecha (2001-2006). Más recientemente, el intento del gobierno Prodi (2006-2008) de realizar una reforma del deporte que pretendía definir y priorizar el “deporte de la ciudadanía” fracasó con la caída de su gobierno. El artículo presenta y analiza las consecuencias locales de esas políticas, a su vez influenciadas por procesos que se dan a nivel internacional, como leyes, declaraciones

de derechos y democratización en los procesos de toma de decisiones. El artículo, en concreto, describe un proyecto típico de la conexión entre deporte y política del bienestar que, por su parte, se desarrolla desde el nivel nacional hasta el nivel local.

Las políticas de bienestar y sus consecuencias para el deporte

La relación entre el deporte y el sistema de bienestar en Italia se puede explicar analizando la situación concreta que han ocupado las políticas sociales relacionadas con el deporte durante la creación y la consolidación del Estado del bienestar italiano y por la identificación de algunas características especiales del modelo italiano. El sistema de bienestar italiano es objeto de fuerte controversia, tanto por su desarrollo histórico como por su esencia. Las soluciones propugnadas a lo largo del tiempo, en términos de políticas concretas y combinaciones de leyes y normas, sólo han cubierto de modo irregular y desigual la demanda de intervención del sistema social, que ha experimentado, en consecuencia, una modernización incompleta.

Las políticas de bienestar relacionadas con el deporte han adolecido evidentemente de una falta de marcos legales de referencia, de modelos consolidados de acción y de estrategias consistentes para la solución de problemas. Durante los años 90 las medidas tomadas por los gobiernos de centro-izquierda para cumplir con los “parámetros de Maastricht” y para llevar a la lira italiana a la moneda única europea han prevalecido sobre los planteamientos a largo plazo. Las políticas de restauración económica, iniciadas en la segunda mitad de la década de los 90, hacen necesaria y urgente la propia reforma del sistema de bienestar. Desde este punto de partida, el viejo debate sobre la reforma del sistema de pensiones –necesaria también para enfrentarse al envejecimiento de la población– ha tenido un efecto distorsionador.

La imagen general que tiene el sistema de bienestar italiano entre su ciudadanía es la de ineficacia y la de la necesidad de una reorganización sana y de una intervención racional. La ausencia de un marco sistemático de normas y modelos de acción ha generado, de hecho, respuestas desiguales a los diferentes niveles de necesidad. Por añadidura, el renovado papel de liderazgo de los entes locales (ayuntamientos, entes provinciales y regionales) en la organización general de los poderes institucionales, tras la reforma administrativa de 1993, tiene que generar todavía estrategias de intervención y

las acciones adecuadas y racionales para elevar la calidad del bienestar local y para distinguir sus responsabilidades de las políticas estatales.

Hasta la década de los 90 no comenzó a ajustarse la máquina estatal a estas nuevas directrices, primero con la reforma del sistema electoral local, más tarde fortaleciendo la delegación a las administraciones periféricas y publicando decretos para racionalizar los procedimientos burocráticos, hasta llegar a una fase realmente constitutiva, que debería llevar a un modelo integral de federalismo, confiando al poder central la tarea de guía política, representación y subsidización, y delegando casi todas las responsabilidades administrativas a los poderes locales (Ferrari, Porro, Russo, 2001)

Las tendencias desarrolladas en los años 90 generan tres tipos de políticas sociales: ayuda a las personas mayores, ayuda a las personas discapacitadas y políticas para reducir la conflictividad juvenil.

Un problema crucial en la reconstrucción de los caminos del sistema italiano del bienestar es la relación entre el centro y la periferia, así como la definición de las funciones y los poderes concedidos a las autonomías locales. La creación de las regiones, que la Carta Constitucional de 1948 consideró clave para el mejor funcionamiento de la estructura estatal, no se produjo hasta 1970, fecha tras la cual se dio paso a un período de adaptación.

En el camino de la delegación a las autonomías locales –esta vez a los ayuntamientos– en 1977 un decreto presidencial ratificó la obligación de completar el traspaso del Estado a las regiones de los activos, recursos, responsabilidades y personal que permanecían todavía en manos del Estado.

Esos cambios en el aspecto administrativo constituyen el trasfondo del desarrollo de las relaciones entre las políticas de bienestar, el tercer sector y el sistema deportivo.

La segunda República: el tercer sector y el sistema deportivo entran en contacto

El crecimiento del tercer sector

Durante los años 70 y los 80 el poderoso Comité Olímpico Italiano (CONI) perdió parte de su hegemonía. La novedad, parcial pero importante en este tema, consistió en la legitimación formal del papel de los entes de promoción deportiva que, tras reconocérseles su función como “asociaciones con fin social”, fueron admitidas en

el sistema deportivo oficial. Fenómeno típico del modelo deportivo y político italianos, estas organizaciones surgieron directamente bien de los partidos políticos, bien de las organizaciones religiosas.

Esta evolución cultural y organizativa fue el origen de las transformaciones en el modo de participar en el deporte, tanto en calidad como en cantidad. A partir de finales de la década de los 60, la participación en diferentes tipos de actividades físicas y deportivas ganó muchas personas adeptas. El número de mujeres de modo impresionante, así como de personas de edad, que descubrieron que la participación en actividades es una perfecta estrategia contra el paso de los años. Tras la progresiva consolidación del tercer sector durante los 80, en la década de los 90 se observó el crecimiento y la afirmación definitiva del sector: mientras su contribución al Producto Nacional Bruto (PNB) italiano durante los 80 sólo llegaba al 1% del total, en contraste con el 4,6% de otros países europeos, en 1999 el conjunto de trabajadores en el sector de las asociaciones sin ánimo de lucro era ya un 3,5% y la contribución al PNB subió hasta el 2,7% (Ranci, 2001). A lo largo de un año, 1.500.000 de italianos e italianas participan como mínimo en una iniciativa de voluntariado y 560.000 lo hacen al menos dos tardes por semana.

En su conjunto el sector comprendía, a finales de los 90, 150.000 organizaciones voluntarias (asociaciones), 15.000 organizaciones en el sector de la solidaridad social, 4.250 de cooperación social, 2.000 fundaciones y 18.000 más de estructura de tipo mixto. Cerca de 40.000 de estas organizaciones tienen importancia económica en términos de personal empleado y facturación (Barbetta, 2000; Barbetta & Schena, 2000).

El tercer sector italiano, a finales del milenio pasado, tras un gran crecimiento durante 20 años, se sitúa, por cantidad, inmediatamente detrás de Alemania y cerca del nivel de Francia y Gran Bretaña. El crecimiento del voluntariado a finales de los años 90 contribuyó a su parcial reconocimiento institucional. El tercer sector fue consultado a la hora de definir políticas sectoriales y de preparar la ley de presupuestos. En diciembre de 2000, el Parlamento aprobó, a petición del tercer sector, la ley “Normativa de las organizaciones de promoción social”, n. 383, que todavía regula la promoción social. La ley aseguraba y asegura ventajas fiscales y administrativas importantes a las organizaciones sin ánimo de lucro (Ferrari *et al.*, 2001). En conjunto, el modelo italiano del tercer sector, en su camino hacia la institucionalización, parece liberarse poco a poco de algunos de sus defectos originarios.

El panorama político

Las transformaciones descritas se producen dentro de un panorama político de gran inestabilidad y cambios continuos. A comienzos de los 90, la transición entre la Primera y la Segunda República, marcada por la crisis de la legitimidad de las instituciones implicadas en el escándalo de corrupción “Tangentopoli”, por el paso a un sistema electoral mayoritario, por la desaparición de los viejos partidos y por la llegada de nuevas personas a la política, resultó compleja y a veces llena de dificultades.

Tras el gobierno de Berlusconi (1994), el centro-izquierda dirigió Italia durante 5 años (1996-2001) por medio de tres coaliciones diferentes (Prodi, D'Alema, Amato). Estos gobiernos iniciaron una época de mayor atención a las cuestiones del deporte, considerándolo tema de interés social. En lo institucional en esta fase se vivió también un aumento del interés por el tercer sector, sancionado por el Acuerdo de Padua en 1998, firmado por los líderes de las principales organizaciones sin ánimo de lucro, entre las que se encontraban las principales organizaciones deportivas, y el primer ministro Prodi. Este era el clima en 1998 para la creación de la renovadora legislación sobre organizaciones no lucrativas de utilidad social, sobre asistencia (2000) y, como se ha señalado anteriormente, sobre promoción social (2000).

El sistema deportivo

Aunque las medidas mencionadas no se dirigían específicamente a la actividad deportiva, produjeron efectos positivos en el funcionamiento de los clubes de base y en sus planes administrativos y fiscales. Además, hubo intervenciones dirigidas directamente al deporte, en algunos casos muy innovadoras. Como tales generaron resistencias y conflictos, con el CONI en el epicentro, por supuesto. Entre las medidas legislativas aprobadas se encontraban: el establecimiento de los departamentos de Ciencias del Deporte en la universidad, que situó a Italia en la línea de las legislaciones internacionales más punteras; el establecimiento del Comité de Deporte para Todos; los entes de promoción deportiva y los ayuntamientos fueron reconocidos como “órganos” del sistema deportivo, y no como meros beneficiarios de la distribución de fondos y miembros –como lo eran anteriormente– de un “consejo” sin poder decisorio y subordinado al Comité Olímpico.



Grupo de gente joven participando en la experiencia de diseño urbano de Ferrara. (Foto: Cristina Guidi y Valeria Stacchini)

Desde su situación de estar reconocidos institucionalmente, los principales entes desarrollaron programas de intervención en las cuestiones de problemática social, logrando acuerdos con los ministerios de Justicia y de Asuntos Sociales. Se firmaron protocolos con el Ministerio de Educación para promover campañas de educación física en las escuelas, en las que el CONI había impuesto durante años un modelo basado en los Juegos de la Juventud y en los Campeonatos de Estudiantes, con ánimo exclusivamente competitivo. Se comenzaron a realizar experiencias en el entorno urbano y los parques naturales en cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente y las asociaciones ecológicas.

La mayoría de los ayuntamientos pusieron en marcha iniciativas locales relacionadas con el bienestar, en las que ocupaban un lugar importante los convenios firmados con organizaciones deportivas sin ánimo de lucro para el desarrollo de programas dirigidos a personas discapacitadas, mayores de edad, inmigrantes y población reclusa.

Esta transición cultural se refleja bien en la mayor organización deportiva de Italia: la UISP. Creada en 1948 desde los partidos de izquierda, cambió su nombre en 1991, pasándose a llamar la Unione Italiana Sport per Tutti (Unión Italiana del Deporte para Todos), en lugar de Unione Italiana Sport Popolare, y además de ser un ente de promoción deportiva también se convirtió en una organización de ciudadanos y ciudadanas.

Un momento estratégico en el camino a la introducción completa del deporte en el contexto de las políticas públicas fue la Conferencia Nacional del Deporte, celebrada en Roma en Diciembre de 2000. La conferencia

destacó el contorno de la profunda reforma del sistema. La intención del gobierno era unir la reforma a dos opciones básicas: a) insertar plenamente el deporte en las políticas públicas y en las políticas estatales de bienestar; b) descentralizar el sistema de deporte en todo el territorio, en la línea de la incipiente reforma federalista. Al final de la Conferencia Nacional, el ministro anunció las direcciones que debían llevar a la reforma y democratización del sistema del deporte. Se introducirá el derecho al deporte, entendido como un auténtico nuevo “derecho de ciudadanía”, en la Carta de las autonomías federales, que se añadirá a la Constitución de la República de 1948. Se establecerá un fondo de recursos económicos para el deporte nacional de base, que será administrado enteramente por los gobiernos regionales y por los ayuntamientos, fuera del control de los organismos olímpicos (Porro, 1999).

En definitiva, la intención del gobierno italiano era la de situar al deporte por primera vez y para siempre en el marco de los “activos públicos” e introducirlo en la agenda pública de la reforma federal institucional. De este modo, Italia pasará a incluir en su propia legislación las directivas de la cumbre de la UE celebrada en Niza de diciembre de 2000, donde se marcó una clara distinción entre deporte de alto nivel y deporte para todos, subrayando la potencial función integradora de éste último y donde se mostró el cambio hacia la “cooperación conjunta” entre el deporte comercial y el deporte para la ciudadanía.

Este conjunto de decisiones abrieron el sistema deportivo a un abanico más amplio de acciones: la prevención social, la inclusión, la apertura a participantes de otras edades, la planificación del deporte y de sus espacios con participación de los diferentes territorios, el análisis del impacto medioambiental de los pequeños eventos deportivos y otros.

Puede que el mayor éxito de este nuevo enfoque del deporte haya sido la necesidad de introducir una mentalidad orientada hacia los proyectos, mentalidad nueva para un sistema deportivo acostumbrado a pedir fondos sin más.

Una de las intervenciones legislativas que siguieron a esta reorientación –sin duda los tres instrumentos más importantes para el desarrollo de las políticas sociales de nivel local– fueron la ley número 285, aprobada en 1997 (dedicada fundamentalmente a la infancia); la número 383, aprobada en 2000 (que reconocía el papel de las asociaciones de promoción social); y la número 328, aprobada asimismo en 2000 (que establecía el principio

de la necesidad de un sistema integrado para el desarrollo de las intervenciones y los servicios a nivel local, por medio de los “Planes de Área”, que introducen el paradigma participativo en el proceso de toma de decisión pública).

El Ministerio de Bienes Culturales, que tenía en ese período poder de “supervisión” sobre el sistema deportivo, declaró oficialmente en su documento guía (julio de 1999) que “asegurar el derecho de la ciudadanía al deporte es una parte integral de la reforma del bienestar”.

El marco internacional

De modo paralelo a este proceso de profundos cambios, durante los años 90 el sistema de bienestar en Italia se vio influenciado por nuevas sensibilidades a nivel mundial, que desarrollaron enfoques y procedimientos nuevos, como los derechos de la ciudadanía, el paradigma de la sostenibilidad y el método participativo. Un breve análisis de estos enfoques nos lleva a la siguiente lista: *a)* Los derechos de la infancia, sancionados por la aprobación de la Convención de los Derechos de la Infancia en 1989 en Nueva York, que se convirtió en Italia en la ley 176 en 1991; este campo abrió el camino a la ya mencionada ley número 285 (1997), la primera centrada en la infancia como sujeto de derechos y no sólo como objeto de la atención de adultos y padres; *b)* la idea del deporte como derecho de la ciudadanía que, financiada por la ley 383/2000, introdujo el enfoque social en el deporte de modo sistemático; *c)* la atención creciente dedicada al medio ambiente, que contribuye grandemente a la mayor difusión del paradigma de la sostenibilidad; *d)* en estrecha relación con lo anterior, la conciencia de la disminución de la calidad de vida en el contexto urbano y la demanda de más espacios para los niños y niñas (por ejemplo, el proyecto “Las ciudades sostenibles para chicos y chicas” del Ministerio de Medio Ambiente), para las actividades corporales y para los espacios de juego y de deporte no formal (deportes relacionados con el medio ambiente, como la carrera “Vivicità”, “Vive la vida” o proyectos más estructurados de rehabilitación urbana); *e)* procesos de participación, procedentes de experiencias del norte de Europa, que usan como marco el paradigma de la sostenibilidad (Agenda 21, Compromiso de Aalborg 1994).

Sólo para recordar algunos de estos procesos que continúan en la actualidad, mencionamos que en 2007, el *White Paper on Sport* (“Libro Blanco sobre el Deporte”) de la Comisión Europea fue recibido con entusias-

mo por las organizaciones deportivas italianas, puesto que éstas se sentían identificadas con el reconocimiento del deporte para la ciudadanía en las políticas públicas, por la importancia que conceden éstas últimas a la función social del deporte.

Los procesos internacionales y nacionales anteriormente descritos han llevado a una nueva sensibilidad cultural y política, que ha producido leyes no sólo más atentas a los fenómenos sociales sino, sobre todo, a la descentralización y a la implicación de las organizaciones deportivas y los ayuntamientos. Por medio de la ley, ya mencionada (383 de 2000) se permite a las organizaciones recibir fondos mediante convocatorias públicas, con el fin de desarrollar acciones sociales a nivel nacional o local.

La ley concede categoría jurídica a las organizaciones de promoción social, por medio de su registro formal, de un Observatorio Nacional y de un fondo económico nacional. Por otro lado tiene el objetivo de formar nuevas realidades asociativas, así como el de consolidar y reforzar las ya existentes.

Precisamente en el ámbito de esta ley se desarrolla el proyecto que se presenta en el siguiente párrafo a modo de ejemplo.

El Proyecto “Gente Joven”: modelos de prevención y protección sociales

Se ha elegido este proyecto, desarrollado por la UISP en 2003/04, a nivel tanto nacional como local, por su riqueza y complejidad. Las diferentes experiencias, coordinadas a nivel nacional y desarrolladas en estrecha relación con los ayuntamientos, forman un ejemplo coherente de los pasos que llevan a conectar las acciones globales (nacionales, pero también influenciadas por procesos internacionales, como se ha señalado en el apartado anterior) y locales, no sólo para desarrollar buenas prácticas, sino también para iniciar proyectos nuevos.

El proyecto desarrolla modelos positivos que colocan a la juventud en relación con una comunidad participativa.

La UISP experimentó múltiples proyectos en todo el territorio nacional, para la prevención social y la protección de la juventud entre los 14 y los 25 años. La idea del proyecto, desarrollada por medio de experiencias piloto en diferentes niveles, era intercambiar buenas prácticas y buscar modelos que se puedan reprodu-

cir en diferentes contextos, teniendo siempre en cuenta que éstos son diversos. “Queremos poner en práctica en proyecto para la promoción de una red de iniciativas en todo el territorio nacional, con las que emerja la participación y la auto-promoción de la gente joven, y que les acerque a la práctica de una ciudadanía activa” (UISP, 2005, p. 79).

Metodología

Las palabras clave del proyecto eran la inclusión activa, la integración y la auto-promoción. La reflexión metodológica, desarrollada con las personas implicadas en el proyecto, permitió identificar métodos, enfoques y procedimientos que pueden convertirse en modelos de futuras intervenciones con la juventud. Esos modelos deben ser transferibles no sólo dentro del contexto de los diferentes territorios de la organización que los lleva a cabo, sino también fuera de ésta. La identificación de las buenas prácticas consistió en encontrar iniciativas que tienen o tuvieron como fin conseguir la participación de la gente joven, concediéndoles auto-promoción activa en la sociedad.

Con el fin de validar el proyecto y de elaborar criterios de intervención útiles en otras situaciones, la UISP ha encargado a dos especialistas en metodología, profesores universitarios del campo de las ciencias económicas y sociales, el estudio y la validación de los proyectos, procedentes de tres situaciones diferentes, en las ciudades de Ferrera, Génova y Torino. Como resultado de esa actividad, se creó una base de datos, incluyendo datos sobre las herramientas y las metodologías empleadas en cada uno de los proyectos. Esta metodología permitió la aplicación del modelo a otras cinco ciudades. Se organizaron dos foros en torno al tema de la gente joven.

Validación

El proceso de validación ha permitido aplicar el modelo a contextos diferentes. Dentro del propio proyecto el objetivo de la fase de validación era comprobar desde los puntos de vista sociológico y económico las intervenciones que en general se consideran como buenas prácticas. La intención era la de crear una metodología unitaria de intervención, por medio de líneas de trabajo que incluyen instrucciones que permitan a los diferentes territorios aplicar sus propias intervenciones con herramientas de uso sencillo, pero con base científica.

Estudios de caso

Olympic Maghreb de GÉNOVA

El objetivo principal del proyecto es la prevención secundaria de la precariedad y la criminalidad de la ciudadanía externa a la UE, de entre 12 y 21 años de edad, mediante la promoción de su independencia y su madurez.

El Club Olympic Maghreb es un centro, gestionado por el comité local de la UISP, dirigido a personas de fuera de la UE, menores de edad, mayoritariamente originarias del norte de África, a menudo ilegales; apenas hay personas de otras etnias. Viven en la ciudad en condiciones penosas, a menudo con alto riesgo de implicarse en actividades delictivas y en ocasiones con permanencia en centros de internamiento de menores. El Club, por medio de un convenio con el ayuntamiento de Génova, tiene su oficina en el corazón del centro histórico y ofrece a unos 120 participantes una gama de posibilidades relacionadas con sus necesidades personales o de pequeño grupo.

“*Centro de servicios de umbral bajo*” puede ser la definición de la principal actividad del centro. En el club, las personas menores pueden usar servicios como duchas para higiene personal, lavandería y secado de ropa, cuidado, cena o albergue. El Olympic Maghreb Club es un centro multifuncional que pretende por un lado dar solución a problemas urgentes y, por otro, promover los recursos y competencias de las personas y de los grupos, favoreciendo la socialización, la auto-promoción y la capacidad de auto-organización. Todas las intervenciones van encaminadas al objetivo del proyecto: 1) el centro de servicios de umbral bajo; 2) el centro de actividades educativas, recreativas y socializadoras: al atardecer (6-10 pm) las personas usuarias participan en actividades adecuadas para su edad, como deportes (especialmente fútbol) dentro y fuera del club, actividades musicales, cine-fóruns, TV-vídeo, fiestas folklóricas, etc.; 3) ayuda educativa a menores que tienen necesidad o interés por el estudio, el trabajo, las instituciones o el Servicio Nacional de Salud; 4) inserción laboral. Hay 4 personas educadoras, 2 personas voluntarias y una dedicada a la coordinación.

FERRARA *Il corpo va in città (El cuerpo va a la ciudad).* Implicación de grupos informales de gente joven en la planificación del territorio

El proyecto “*Il corpo va in città*”, ahora convertido en asociación, centrado en la planificación participativa de la ciudad, se aplicó en Ferrara: implica a la ciudada-

nía en la toma de decisiones relativas a las reestructuración de los espacios y de las calles residenciales por medio de encuestas, laboratorios de planificación de la ciudad, información y animación. El aspecto distintivo del proyecto es la propuesta del cuerpo como analizador de la calidad de vida en la ciudad: “el cuerpo del que hablamos es el de los movimientos diarios, que se coordina para subir cuestas o bordillos, que juega, monta en bicicleta, patina, se sienta, da la mano, hace amigos y practica deporte” (Balzani, Borgogni, 2001, p.82).

El grupo director del proyecto, desarrollado en cooperación con el Comité de la UISP y la Facultad de Arquitectura de Ferrara, es interdisciplinar y está formado por personas del campo de la educación, la psicología, la arquitectura y la educación física. Las acciones aquí descritas se dirigen a adolescentes o personas adultas jóvenes implicadas en la planificación de la ciudad.

Las acciones desarrolladas en el proyecto estaban

- una dentro de la Agenda Local 21, en la que participaban estudiantes de secundaria y tenían como fin planificar de nuevo los patios de las escuelas.
- una en el barrio de Barco, en Ferrara; aquí la planificación informal del territorio con gente joven en el propio lugar (sobre bancos, bajo los árboles, en los límites de los parques públicos) se incluía en un estudio más amplio, cuyo objetivo era investigar la percepción que tenían del barrio tanto las personas que llevan tiempo viviendo en él, como las nuevas. Siguieron al estudio unos talleres de calle con gente joven y la planificación de talleres con personas adultas seleccionadas.

El método, consistente en “enganchar” e implicar a la gente joven, se ha basado en el uso mixto de herramientas y materiales “pobres” y de tecnología avanzada. Estos proyectos se desarrollaron en colaboración con el “Área Joven”, un servicio del ayuntamiento de Ferrara dirigido a la gente joven.

A la fase inicial de sensibilización, basada en grupos de calle, le siguió una encuesta sobre la planificación de la ciudad, que parte del método de “mapas conceptuales” de Kevin Lynch (1960) y del sistema de encuesta de calidad percibida desarrollado por el Departamento de Arquitectura de la Universidad de Ferrara; este último permite construir mapas basados en los sentidos y las sensaciones.

Estas estrategias de planificación de espacios urbanos alcanzaron los siguientes objetivos y resultados: ofrecer



El pavimento de una vieja zona deportiva en Ferrara sirve para esbozar el proyecto de intervención en esta zona. (Foto: Cristina Guidi y Valeria Stacchini)

modelos de metaproyectos a la administración pública, comprometida con su ejecución; ayudar a la gente joven a recorrer caminos propios de ciudadanía con protagonismo; a nuevas figuras profesionales (los llamados “actores ocultos”) que van surgiendo, en el sentido del término utilizado por E. Morin (1986), compartiendo diferentes sistemas de conocimiento; sensibilizar a la gente joven acerca del entorno en el que viven y de la planificación y realización de algunas de las intervenciones de planificación propuestas.

TURÍN Prima & Doping

La idea procedía de un proyecto anterior, financiado por la Comunidad Europea y denominado “Drácula no bebe droga”, desarrollado en las ciudades de Avellino, Siena y Turín. El principal objetivo es sensibilizar al mayor número de personas jóvenes en el tema del envenenamiento por drogas, por medio de su implicación directa en la definición y creación de los códigos de comunicación más apropiados entre las personas jóvenes, desarrollado a partir de su realidad, de sus valores y de su lenguaje. El proyecto estaba dirigido a estudiantes de algunos centros de secundaria.

El proyecto incluye una campaña de sensibilización y de información organizada por la gente joven y para la gente joven sobre temas relacionados con el envenenamiento por drogas y con el dopaje en el deporte. En el trabajo educativo toman parte a menudo personas de su misma edad, lo cual es especialmente útil en la fase de contacto, a la hora de formar un grupo y para acercarse al lenguaje y a los contenidos.



Chicos participando en el proyecto *Prima&Doping* de Torino discuten en círculo. (Foto: Stefania Trevisani)

Los resultados conseguidos: informar de los problemas y de los peligros relacionados con las drogas, así como los grandes grupos de jóvenes afectados por la droga. Influencia positiva en la percepción que tiene la gente joven de lo que es sentirse bien psíquica y físicamente y, como consecuencia, de la elección de su modo de vida; obtener documentos sobre drogas nuevas que probablemente tengan gran influencia. El resultado fue la creación de herramientas de comunicación como una página web y folletos.

“Expansión”

Los contenidos y métodos de los tres proyectos permitieron pasar a una fase de “expansión” en la que cinco comités de la UISP desarrollaron proyectos similares: Campobasso, Livorno y Orvieto eligieron la acción “Jóvenes y para jóvenes contra el dopaje”; Nova Siri y Pesaro eligieron la acción “Implicación de la gente joven en la planificación del territorio” como modelo.

Método de evaluación (extracto del informe final de evaluación) (UISP, 2005)

El método de evaluación pretendía integrar un sistema económico/empresarial con otro de naturaleza sociológica, en coherencia con la lógica multi-cultural, esencial para el desarrollo de una organización sin ánimo de lucro como es la UISP.

En términos generales, el concepto de *Buena Práctica* describe el método en el que se estructura y se desarrolla un programa, una acción o una medida, y

atestiguándose que: tiene una influencia tangible; aplica cambios duraderos; se puede repetir potencialmente; goza de un grado alto de innovación.

Los criterios básicos de la evaluación de la buena práctica de un proyecto son: participación; realización del proyecto; puntualidad; continuidad temporal, crecimiento/modularidad de los proyectos con continuidad temporal, corrección y regularidad administrativa; sostenibilidad económica.

Con el fin de investigar estos criterios, se dividió el formato de evaluación en cuatro partes diferenciadas: 1. Definición de *Buena Práctica*; 2. Análisis del contexto; 3. Características del proyecto; 4. Trabajo en red; 5. “Empoderamiento” (del inglés Empowerment).

Probablemente sólo será posible realizar una evaluación del impacto dentro de algunos años, bien dentro o fuera de la asociación, en los lugares en que se realizó la fase de extensión y en otros contextos. Sin embargo, el resultado es evidente en cuanto a calidad y contenidos, a la vista del uso de metodologías transversales en operaciones de diverso contenido dirigidas a la gente joven. El éxito de la experiencia lo pueden evaluar quienes gestionan los proyectos partiendo de las sensaciones de la gente joven implicada en los mismos. Desde el punto de vista de la asociación que promovió el proyecto, la UISP, significó entrar en el “planeta de la gente joven” por medio de múltiples iniciativas dirigidas a ellos, intentando sistematizar las diferencias, ofreciéndoles autopromoción para que fueran los principales implicados en sus propias opciones. El proyecto validó experiencias consolidadas en algunos territorios, que se pudieron extender a otros, según los parámetros experimentados. Se creó también una base de datos para recoger la información de los proyectos, que la asociación ha ido procesando estos años.

Conclusiones

Las políticas del bienestar, del tercer sector y del deporte se han desarrollado por caminos separados en Italia hasta los años 80; a partir de entonces, gracias también a la influencia de la promoción de políticas de participación y a la afirmación de los derechos a nivel internacional, se ha producido una rápida evolución –a pesar de que las decisiones políticas no hayan sido siempre coherentes– hacia una mayor sinergia entre los tres ámbitos, coincidiendo con la confirmación de una lógica de la subsidiariedad que ha implicado a los entes locales con el asociacionismo de modo más directo. Este desarrollo ha implicado tam-

bién a la parte del sistema deportivo que desarrollaba proyectos de promoción social y que hasta aquel momento apenas contaban con el reconocimiento de las instituciones. Las leyes promulgadas entre 1998 y 2000 han permitido que aquellas organizaciones deportivas sean reconocidas también como organizaciones de promoción social para el desarrollo de acciones emmarcadas en proyectos integrados y a gran escala.

El proyecto descrito constituye un ejemplo desde varios puntos de vista: es la unión de una red de conexiones entre las nuevas sensibilidades a nivel internacional y a nivel local; presenta una gama de acciones representativas de los ámbitos en los que el deporte, entendido como promoción social, forma parte significativa de las políticas de bienestar; los métodos implican a la gente joven y se pueden reutilizar como buenas prácticas en otros contextos; evaluado tanto desde el punto económico como desde el sociológico, define criterios de seguimiento de la sostenibilidad para otros proyectos de este tipo; ofrece, por último, instrumentos concretos no sólo para desarrollar acciones, sino también para orientar políticas integradas del bienestar, en las que el deporte es parte determinante de la solución de los problemas de la promoción social.

Referencias bibliográficas

- Balzani, M. y Borgogni, A. (2003). The Body Goes to the City project: Research on safe route to school and playgrounds in Ferrara. En R. G. Mira, J. M. Sabucedo Cameselle y J. Romay Martínez (eds.), *Culture, Environmental Action and Sustainability*, (pp. 313-324). Hogrefe&Huber, Cambridge (MA-USA) y Göttingen (GER).
- Barbetta G. P. (1996). *Senza fine di lucro*. Bologna: Il Mulino.
- (2000). *Il settore non profit italiano*. Bologna: Il Mulino.
- Barbetta G. P. y G. Schena (ed.) (2000). *Regolazione e controllo nelle organizzazioni non profit*. Bologna: Il Mulino.
- Buscarini, C.; Manni, F. y Marano, M. (2006). *La responsabilità sociale e il bilancio sociale delle organizzazioni dello sport*. Milano: F. Angeli.
- Ferrari, M.; Porro, N. y Russo, P. (2001). Sport and Welfare State in Italy. En K. Heinemann (ed.), *Sport and the Welfare Policies*. Schorndorf: Hofmann & Schattauer, pp. 253-294.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge MA, MIT Press., Versión española: 1984, *La imagen de la ciudad*, México, D.F.: GG
- Moini, G. (2001). *Welfare e salute*. Roma: SEAM.
- Morin, E. (1986). *La Méthode*, III Volume. Paris: Seuil. Versión española: (1981), *El método*. Madrid: Cátedra.
- Porro, N. (1999). Sport per tutti nella società del nuovo welfare, *Qualità Equità*, 13, pp. 109-126.
- (2005). *Cittadini in movimento – Sociologia dello sport non profit*. Molfetta: La Meridiana.
- Ranci C. (1990). *Appartenenza e cultura del volontariato*. Milano: Movi.
- UISP (2005). *UISP and Young People: Models of Social Prevention and Protection (English version)* UISP Methodological Guide, Rome: Rosa Uliana, L., editor.

Contenidos y modelos de elaboración de la información deportiva en la prensa escrita. Resultados de un estudio comparativo internacional



THOMAS HORKY

Doctor

Institut für Kommunikations- und Medienforschung. Deutsche Sporthochschule Köln (Alemania)

thomas@horky.de

Traducción del alemán:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

Aun cuando el deporte es uno de los temas más destacados en los medios de comunicación de todo el mundo, las investigaciones internacionales sobre la información deportiva son más bien escasas. En este artículo se presentan los resultados de un estudio sobre la información deportiva internacional en los periódicos diarios con datos recopilados en diez países distintos. En el estudio exploratorio de campo se analizó la distribución de los temas, los principios de construcción de los contenidos así como otros criterios de calidad de la información deportiva en tres tipos diferentes de periódicos. Además del predominio del fútbol, sobre todo de las figuras masculinas, en el International Sports Press Survey se ha comprobado la existencia de una tendencia a la globalización en la prensa deportiva, elaborada en general con poco esmero periodístico.

Palabras clave

Deporte y medios de comunicación; Calidad; Prensa escrita; Estudio internacional; Fútbol.

Abstract

Contents and Patterns of the Construction of Sports Reporting in Print Media - Results of an International Comparing Survey

Sport is world-wide one of the most important media topics, however internationally investigations of sport reporting so far are rather. In this contribution the results of a study for international sport reporting in daily papers are presented with data from ten different countries. The explorative field study examines the distribution of topics, the construction principles of contents as well as further quality criteria of sport reporting in three different types of newspapers. Apart from the dominance of football and above all male sport stars the International Sports Press Survey proves a globalization of sport reporting with small journalistic care.

Key words

Mass media sport; Quality; Printed press; International study; Football.

Introducción

El deporte es uno de los temas más importantes en los medios de comunicación de todo el mundo. En la mayoría de los países, las retransmisiones en directo de los grandes acontecimientos deportivos suelen obtener las mayores cuotas de audiencia y una gran participación global en el mercado. Así como en cuanto a la televisión se dispone de gran cantidad de datos sobre el deporte en los medios, el área de la prensa escrita apenas ha sido investigada en el ámbito internacional. ¿Se da también en los periódicos la simplicidad temática y la falta de orientación hacia el problema de la información que se

observa en televisión? ¿Existen diferencias nacionales en la información deportiva entre los distintos países o se basa el deporte en la prensa escrita de todo el mundo en unos principios de elaboración similares? Hasta el momento apenas existen en la investigación científica respuestas a estas preguntas. Este artículo quiere ayudar a cubrir el vacío existente.

Tras hacer una revisión de la literatura existente y presentar la perspectiva teórica, se expone el diseño de un estudio internacional de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita de todo el mundo. Los resultados, publicados por primera vez en Noviembre

2005 en Copenhague,¹ se muestran en este artículo desde una perspectiva internacional y en algunos casos con un enfoque nacional referido a Alemania, para pasar finalmente a su discusión y evaluación.²

Estado de la cuestión

En un primer momento, las investigaciones sobre el deporte en la prensa escrita en Alemania se basaban la mayoría de las veces en análisis de contenido de periódicos cotidianos (Laaser 1980; Binnewies 1983; Becker 1983a). Con la llegada de revistas más orientadas a la calidad como *SPORTS* y la reacción de los medios impresos a la creciente importancia de la televisión deportiva se reavivó de nuevo la discusión y el interés por estas investigaciones (Bizer, 1988; Fey, 1994). Además, éstas cada vez se centraron más en las informaciones de las agencias de noticias como base informativa para los medios impresos (Muckenhaupt, 1990; Niemeyer y Wilke, 1998). Los artículos se limitaban en la mayoría de los casos a recoger datos básicos como frecuencias estadísticas o a presentar informes basados en la práctica, no se trataba en ningún caso el aspecto internacional de la información.

La investigación adquirió nuevos tintes cualitativos cuando se introdujo el concepto de la *construcción de la realidad* producida por los medios, cuya base en cuanto al deporte fue establecida por Becker (1983b). Las reglas de construcción que éste expone para la información deportiva fueron analizadas de modo distinto por Tewes (1991) y Horky (2001) y descritas como base de una escenificación de los medios. Loosen (1998) introdujo en su investigación el análisis de los factores que influyen en las noticias referidas a la información deportiva.

Wipper (2003) ofrece una visión del cambio histórico de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita así como su situación actual, profundizando además en el sensacionalismo, el culto a las estrellas y la tendencia nacionalista, tres puntos críticos centrales de la prensa deportiva alemana. En la investigación de países de lengua inglesa se llega a resultados similares. Wanta (2006) nos presenta una visión general en lo que se refiere a calidad, sexo, idioma y grado de organización. Maguire (2006) y Whitson (1998) se ocupan del aspecto del proceso simultáneo de una globalización y una construcción de la

identidad nacional mediante el deporte, centrándose en el deporte masculino internacional de élite.

Además de la falta de una revisión actualizada, sorprende sobre todo que, a pesar de la globalización del deporte y del mercado mediático, no exista todavía ningún trabajo que realice una comparativa internacional de la cobertura informativa de distintas disciplinas deportivas en la prensa escrita.³ Una primera aproximación se encuentra en Burk y Schauerte (2007), que presenta con detalle el mercado de los diarios deportivos de todo el mundo. Queda por estudiar si se encuentran diferencias nacionales en los modelos de construcción o si el concepto de deporte es en general idéntico o no. En resumen podemos afirmar que en los estudios sobre los medios de comunicación internacionales referidos al tema del deporte existe una laguna de investigación que se intenta paliar, en parte, en la que ahora se presenta.

Marco teórico y observaciones metodológicas

Para poder descubrir las peculiaridades nacionales de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita, parece razonable realizar una aproximación a la teoría de la construcción de la realidad del deporte mediático. El planteamiento analiza el contenido de la información examinando los criterios de construcción del mensaje; es decir, los modelos de trabajo periodístico.

Se considera función primaria del periodismo la presentación de temas para la comunicación mediática actual. Esta se realiza de acuerdo a los procedimientos operativos del sistema, no como imagen de la 'Realidad'. Los medios suministran esbozos de la realidad; sus periodistas construyen la realidad. Esta construcción de la realidad de los periodistas se somete naturalmente en gran medida a las condiciones institucionales de los medios y a las normas y modelos profesionales (Weischenberg, 1998, pp. 61-67).

En el punto de mira se encuentra la comparación internacional de estos esbozos de la realidad en forma de temas, y las reglas y modelos del trabajo periodístico. Los *modus operandi* del sistema del deporte en la prensa se orientan por la variable de la calidad, garantizada por diversos criterios de construcción. Weischenberg (1995, p. 139) resume que "supondría una infravaloración de

¹ Ver Schultz Jørgensen (2005).

² En territorio germanoparlante existen varias publicaciones de resultados parciales: ver Ternieden/Stukenbrock/Feicht (2006), Feicht/Stukenbrock/Ternieden (2006) y en Suiza NZZ Online (2006) así como App (2006).

³ Sobre la globalización del periodismo deportivo, véase Frütel (2005). Para la televisión disponemos de distintas comparativas internacionales, ver Burk (2006), Goldmedia (2005) o televisión digital (2005).

los lectores el presentar el deporte sin tener en cuenta los baremos de calidad sobre los que (todavía) existe un consenso en la sociedad de los medios a la hora de valorar las producciones periodísticas”.

La calidad de la cobertura informativa del deporte en la prensa escrita representa además una función necesaria y complementaria frente a la oferta de los medios audiovisuales. La calidad delimita la denominada información de fondo, caracterizada por una gran variedad de temas así como por una esmerada resolución de los problemas provocados por la información rápida, orientada al evento. La calidad de la información deportiva en los medios se hace evidente por la manifestación de distintas variables como la diversidad temática, la orientación según el sexo, la prevalencia de una estructura argumentativa de la información, así como de la orientación nacional o internacional del evento. Es además condición para el periodismo de calidad en la construcción de la información deportiva la utilización de fuentes diversas y diferenciadas como base para la información, probando así una observación propia y ajena esmerada del sistema. La existencia de estas variables puede ser la base de la construcción mediática diferenciada de las distintas realidades (nacionales) de la prensa deportiva.

Aunque al observar los sistemas periodísticos internacionales pueden detectarse claramente diferencias en la “situación de los medios en el mundo”, en el cuerpo de análisis disponible para este estudio hay que partir no obstante del “tipo occidental-liberal” y por tanto es viable una comparación de los criterios de construcción nacional –pero teniendo en cuenta las peculiaridades específicas del medio (Kleinstauber 1994)–. Es por ello preciso estudiar el tema de la investigación del deporte en los medios diferenciando tipos de periódico (supraregional, regional, local, sensacionalista), cuyos diferentes principios de organización (por ejemplo, tiempo de publicación, principios de ventas, distribución) influyen en la construcción de la información deportiva. Además, cabe suponer que, dado que los sistemas deportivos de características nacionales se encuentran fuertemente anclados en la tradición, pueden aparecer peculiaridades nacionales en los aspectos temáticos principales del contenido de las distintas modalidades deportivas. Por este motivo, es necesario recurrir al diferenciado paisaje periodístico y, más concretamente, a la tradición deportiva de los distintos países para llegar a las características nacionales de la construcción del deporte en la prensa escrita, dada la disparidad organizativa o tradicional de los sistemas. Los demás principios de construcción para la calidad del periodismo deportivo no dependen

por el contrario de las peculiaridades sociales nacionales y otras características, puesto que cabe suponer que los medios analizados imponen estándares de calidad a la información que permiten una revisión comparativa internacional. En base a todo esto parece apropiado un análisis comparativo internacional de contenido sobre los mecanismos de construcción del deporte en los medios impresos.

Diseño del estudio

En Febrero de 2005 el director de proyecto Jens Sejer Andersen (Danish School of Journalism) realizó un primer llamamiento a la colaboración en un proyecto internacional de investigación sobre la cobertura informativa del deporte en la prensa diaria. Respondieron a su llamada participantes de diez países: Australia, Dinamarca, Alemania, Inglaterra, Noruega, Austria, Rumanía, Escocia, Suiza y EEUU. No acudieron finalmente los dos ofrecimientos de Kenia y Uganda, por lo que finalmente en el estudio participaron representantes de tres continentes (Europa, América, Australia). En cada uno de los países se codificaron para su análisis, en la medida de lo posible, el periódico de mayor venta en la calle (periódico sensacionalista), el mayor periódico supraregional de suscripción (periódico de calidad) y también el mayor periódico regional; en algunos países se completó el abanico nacional mediante otros periódicos. Como criterio de selección se tomó el número de ejemplares vendidos, pero este dato se manejó por motivos económicos de formas distintas en los diferentes países. La valoración de los periódicos alemanes (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Bild-Zeitung*, *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, *Hannoversche Allgemeine Zeitung* y *Hamburger Abendblatt*) se realizó en el Institut für Sportjournalistik (HISpoJo) de Hamburgo. Se fijó como período de estudio 14 días (dos semanas) entre abril y julio 2005; se incluyó en el análisis la información deportiva de 37 periódicos cotidianos.

Como base para el presente análisis de contenido se utilizó un estudio de periódicos escandinavos (Schultz Jørgensen, 2002), cuyo sistema de categorías fue mejorado y completado en un proceso de coordinación de todos los participantes para recoger los intereses internacionales. Fue necesario simplificar la operacionalización de las categorías debido a la gran diversidad del paisaje periodístico y a las diferencias en modo y forma de la información en los distintos países. Por este motivo, el presente análisis puede utilizarse únicamente como primera base para estudios posteriores.

Se tomó como unidad de análisis un artículo de las páginas deportivas de un periódico, al que se le asignó en la codificación una categoría principal en cada variable. No se codificaron las noticias breves o telegráficas, las fotos, las ilustraciones independientes, los resultados estadísticos (listado de resultados) o las indicaciones de calendario. Se tuvieron en cuenta un total de 13 variables en el libro de códigos que recogían además de los datos estadísticos de los artículos sobre todo datos de contenido sobre el sexo del editor, el tipo de presentación, modalidad deportiva y tipo de evento, el tema básico del artículo, su implicación geográfica, la forma de orientar el problema, el sexo de los objetos de la información así como las fuentes de la información. La adecuación del sistema de categorías se comprobó mediante varios tests previos en los países participantes y se recogió, tras realizar algunas pequeñas modificaciones, en un manual de codificación claro, homogéneo para todos los países. La introducción de datos se realizó a través de una máscara de Internet. En el análisis de contenido se incluyeron un total de 10.007 artículos. (Ver *tabla 1*)

Este complejo estudio estuvo financiado y dirigido por el Danish Institute for Sports Studies y el centro de investigación a él asociado Monday Morning en colaboración con 'Play the Game', una conferencia internacional de deporte y sociedad.

Resultados

Al presentar los resultados debe valorarse especialmente el carácter internacional del estudio ya que sólo en dos variables se apreció una diferencia entre los periódicos alemanes y los restantes.

Disciplinas deportivas y tema

La comparación del contenido de la información según disciplinas deportivas demuestra el predominio internacional del fútbol en los medios impresos. Más de un tercio de los artículos trataban el deporte del fútbol, el resto de las modalidades deportivas ocupaban una pequeña proporción del conjunto de la información. (Ver *fig. 1*)

Aunque la elección del período de realización del estudio limita la validez de los resultados, por ejemplo en lo que se refiere a deportes de invierno, el claro dominio del tema del fútbol resultó desde un principio sorprendente. La evaluación de los temas por naciones muestra no obstante el fuerte influjo del fútbol que existe en los países europeos y que no se detecta en otros continentes.

País	Nº de artículos
Australia	1.131
Dinamarca	713
Alemania	1.739
Inglaterra	1.392
Noruega	325
Austria	872
Rumanía	467
Escocia	1.193
Suiza	661
USA	1.514
10 países	10.007

Tabla 1
Número de artículos codificados

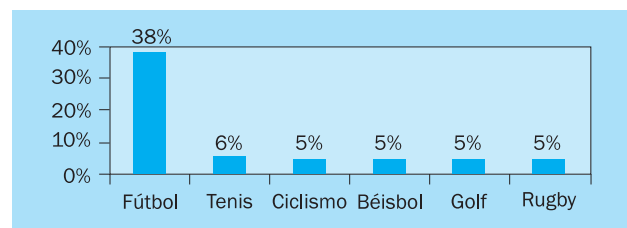


Figura 1
Información sobre disciplinas deportivas, total
(n = 10.007 artículos)

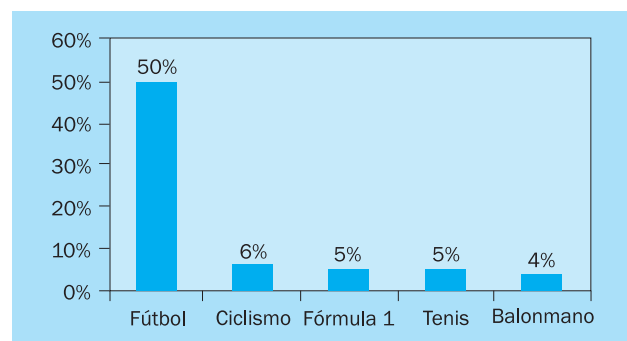
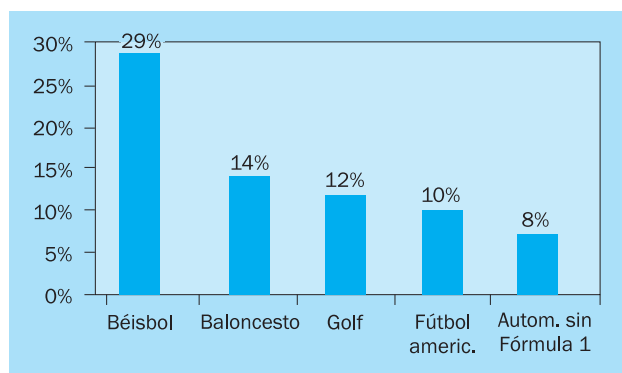
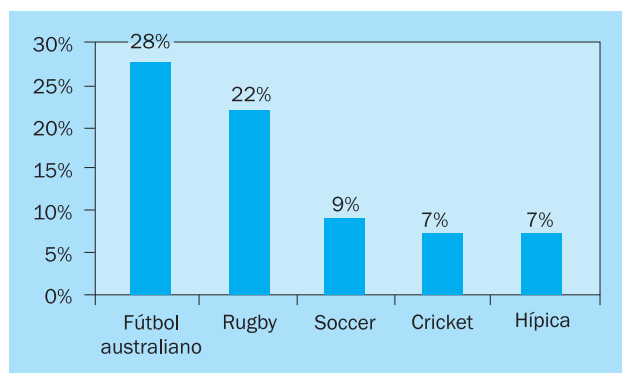


Figura 2
Información sobre disciplinas deportivas, Alemania
(n = 1.739 artículos)

Incluso en años en los que no se celebran grandes eventos futbolísticos como puede ser una Copa de Europa o un Mundial, la mitad de todos los artículos de la prensa periodística tratan de fútbol. Aun es mayor esta proporción en Noruega (56 %), Escocia (61 %) y Rumanía (75 %). En Alemania, le siguen al fútbol, a gran distancia, ciclismo (6 %), tenis (5 %), Fórmula 1 (5 %) y el balonmano (4 %) (*fig. 2*) La gran proporción de artícu-

**Figura 3**

Información sobre disciplinas deportivas, USA (n = 1.514 artículos)

**Figura 4**

Información sobre disciplinas deportivas en Australia (n = 1.131 artículos)

los sobre ciclismo se explica por el período en el que se realizó el estudio. En aquel momento se enfrentaban por el maillot amarillo Lance Armstrong y Jan Ullrich en el Tour de France por última vez. En la Fórmula 1 las pocas informaciones puntuales que se encuentran giran en torno a carreras de domingo; sólo el fútbol era un tema diario.

En otros continentes obtenemos, por el contrario, una lista de rangos totalmente distinta de los deportes preferidos en los medios impresos: así en USA (*fig. 3*) predominan el béisbol y el baloncesto en los primeros puestos por delante del golf. La temporada de fútbol americano se encontraba durante el tiempo de realización del estudio en su fase preliminar. En Australia (*fig. 4*), por otro lado, los periódicos se centran sobre todo en el fútbol australiano –una modalidad típicamente nacional que en otros países no despierta absolutamente ningún interés. Esta fuerte tendencia nacional en la construcción de los centros temáticos de la prensa escrita respecto al deporte confirma asimismo los resultados de Burk (2006) en la comparación de los horarios de re-

transmisión de televisión en Europa. De hecho solo el fútbol adquiere en los medios impresos la categoría de deporte global de medios.

La variable de la composición del contenido de los temas de información muestra que la prensa se centra en el deporte profesional de alto rendimiento –a menudo sin preguntar las causas y las consecuencias–: el 58 % de todos los artículos de todo el mundo analizados trata temáticamente las competiciones actuales –ya sea información previa o posterior–. Rara vez se presentan temas distintos a la orientación por los resultados en el deporte de élite actual. Esto se ha visto claramente en los 1.741 artículos de los seis periódicos alemanes estudiados. Temas como la política del deporte (113 artículos), la cultura de los fans (49) o el dopaje (42) son más bien secundarios. Apenas se tematizan en las páginas deportivas de los periódicos asuntos como la relación del moderno deporte de exhibición con la economía, las tendencias a los eventos de relaciones públicas y los inmensos intereses (comerciales) propios de los medios. Bien es cierto que estos temas aparecen en informes no incluidos en la sección deportiva sino entre la información de medios o la económica, pero estas secciones no se incluyeron en el estudio. Desde la perspectiva deportiva de primera línea tampoco el deporte amateur o juvenil recibe gran atención a pesar de los casi 24 millones de personas que están asociadas a Confederación Olímpica Alemana del Deporte (Deutsche Olympische Sportbund): sólo seis de cien artículos tratan estos temas.

Sexo

Queda muy clara la conclusión de que en el 86 % de los casos el foco de la información de todo el mundo se centra en el sexo masculino –incluso en una doble vertiente–: los deportistas masculinos son el centro de una información transmitida casi exclusivamente por periodistas hombres. Sólo aproximadamente un 5 % de todos los artículos fueron escritos por mujeres. En Alemania la proporción de autores femeninos en el deporte es aún menor: sólo un 2 % aproximadamente de los textos firmados en los medios impresos analizados estaban escritos por mujeres periodistas. Este desequilibrio se refleja aún más en el ejemplo del fútbol: sólo un texto de cada cien estaba escrito por una mujer. En el 3 % de todos los artículos relacionados con el tema del fútbol informaban mujeres en colaboración con algún compañero masculino.

Esta constelación varía un poco si nos acercamos a Noruega, país de política marcadamente neutral en

cuanto al sexo. Uno de cada cinco artículos recogidos en las páginas deportivas de los diarios noruegos analizados hablaba del deporte femenino. Quizá esto se deba al hecho de que hay más artículos escritos por mujeres que en cualquier otro país (12 %). Pero incluso aquí la tasa de mujeres en la información futbolística (8 %) se encuentra por debajo de la media general. La mayor proporción de informadoras sobre fútbol se recoge en una nación en la que este deporte desempeña un papel secundario, pero que como deporte escolar es practicado sobre todo por mujeres; se trata de Estados Unidos. En los medios impresos americanos estudiados se apreció que aproximadamente el 20 % de los textos de fútbol estaban escritos por mujeres.

Estos resultados concuerdan con estudios anteriores similares sobre la proporción de ambos sexos en el periodismo deportivo (Wanta, 2006), pero es conveniente diferenciar los distintos medios de comunicación. En el estudio a nivel mundial sólo se valoraron informes de la prensa escrita diaria en los que era posible determinar el nombre del autor o autora; no se pudieron categorizar los textos o artículos de agencia sin indicación de nombre. Tampoco se incluyó a las moderadoras de televisión o radio. Una explicación posible para el desequilibrio existente puede encontrarse en el modo de reclutamiento de personal del periodismo deportivo, que toma sus recursos del deporte en el que existe un claro predominio masculino (Schaffrath, 2002).

Fuentes

Una prueba clara de calidad en la construcción del deporte en los medios es la cantidad y el tipo de fuentes usadas para tratar la información. Como fuente de información deben utilizarse las distintas personas entrevistadas durante la investigación realizada así como citas de otros medios. Las informaciones rápidas, orientadas por un evento actual, pueden basarse, dado el poco tiempo del que disponen para su elaboración, sólo de unas pocas fuentes; recogen información sobre todo de actores directos del deporte, como pueden ser deportistas, personal de entrenamiento, gerentes o funcionariado del deporte. Para un periodismo de calidad en el sentido de una información de fondo de carácter argumentativo son necesarias distintas fuentes recogidas también de otros sistemas (política, economía).

El estudio muestra que en el periodismo de la prensa escrita parece haber poco tiempo para realizar una investigación amplia y detallada: el 40% de los artículos recogidos en todo el mundo sólo hacían referencia a una fuente, en más de un 20% no se citaba ninguna.

La figura 5 demuestra que apenas se aplica el principio de calidad periodística previsto en el periodismo deportivo mundial de contrastar informaciones con una segunda e incluso una tercera fuente; apenas se ha podido encontrar una investigación con diversas fuentes. En los seis periódicos alemanes se detecta una tendencia similar. En más de un quinto de los artículos los autores no mencionaban ninguna de las fuentes de sus escritos, de hecho apenas algo más del 20 % cita tres o más fuentes. Esto supone una pequeña superación del valor internacional recogido. Es necesario diferenciar el resultado final de la investigación en el periodismo deportivo alemán por tipos de periódicos: en los periódicos de calidad se ha trabajado periodísticamente con marcado esmero, citando diversas fuentes para los artículos; por el contrario, los periódicos comerciales regionales y los vendidos en la calle citan menos fuentes en sus informaciones.

Una excepción en el uso de diferentes fuentes son los periódicos analizados en los Estados Unidos de América. (Fig. 6)

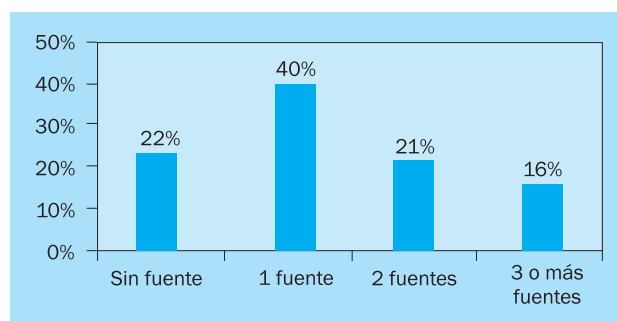


Figura 5

Número de fuentes citadas (n = 10.007 artículos)

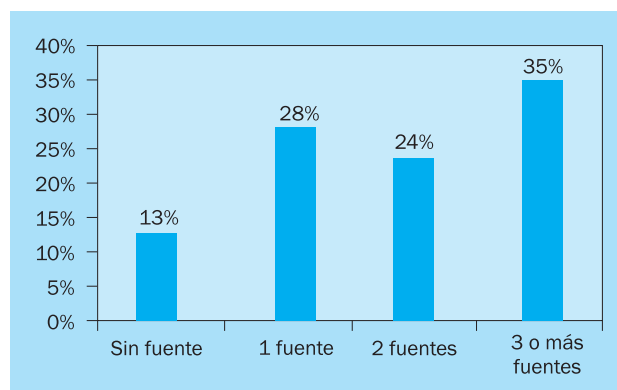


Figura 6

Número de fuentes citadas, USA (n = 1.502 artículos)

Esta visible desviación de los datos frente a todos los demás países no es justificable desde un punto de vista estadístico, por lo que habría que realizar una revisión cualitativa. Cabe pensar en los siguientes motivos: en comparación con Europa el panorama periodístico de USA presenta una estructura distinta, de modo que las diferencias de modo y cantidad de la investigación pueden tener una justificación estructural. Además el análisis realizado en USA recogió no sólo el periódico callejero *US Today* sino también cuatro diarios regionales y supra regionales; una posible causa puede ser, pues, la selección de los medios analizados.

Un indicio también interesante de calidad en la información deportiva en el periodismo impreso internacional son los distintos tipos de fuentes en la investigación. Una información de gran calidad tiene que basarse en fuentes de origen diverso para poder presentar perspectivas diferenciadas. No obstante, los artículos analizados recogen en su mayoría las palabras del personal de entrenamiento, deportistas y personal funcionario de las asociaciones del sistema deportivo. En el promedio internacional se han citado muy pocas veces personas que no estuvieran directamente relacionadas con el deporte, como pueden ser políticos e instituciones gubernamentales (2 %), economistas o asociaciones ajenas al deporte (2 %) o cien-

tíficos (1 %). Este modo de pensar y trabajar del periodismo deportivo internacional, centrado principalmente en el sistema, suministra unos resultados casi idénticos a los de los diarios alemanes. En conjunto los resultados concurren en gran medida con las conclusiones de otras fuentes que critican también en el periodismo actual la pobreza de las fuentes y una gran proporción de publicaciones de relaciones públicas (ver Message, 2005). La gran presión de la actualidad (de las competiciones) y la carencia de personal en las redacciones parece provocar en el periodismo deportivo diferencias en la fundamentación de la información. El significado de una investigación profunda y amplia, considerada como medida esencial de la calidad en el periodismo, pierde por tanto relevancia en la información deportiva internacional. (Fig. 7)

Orientación hacia el problema

Únicamente un 37% de la totalidad de los artículos analizados presentan una orientación hacia el problema; es decir tratan en primera línea los problemas subyacentes y no sólo los resultados. Hay diferencias llamativas entre las distintas naciones en el modo en el que los periodistas se acercan al tema. (Fig. 8)

Figura 7
Tipo de fuentes citadas
(n = 10.007 artículos)

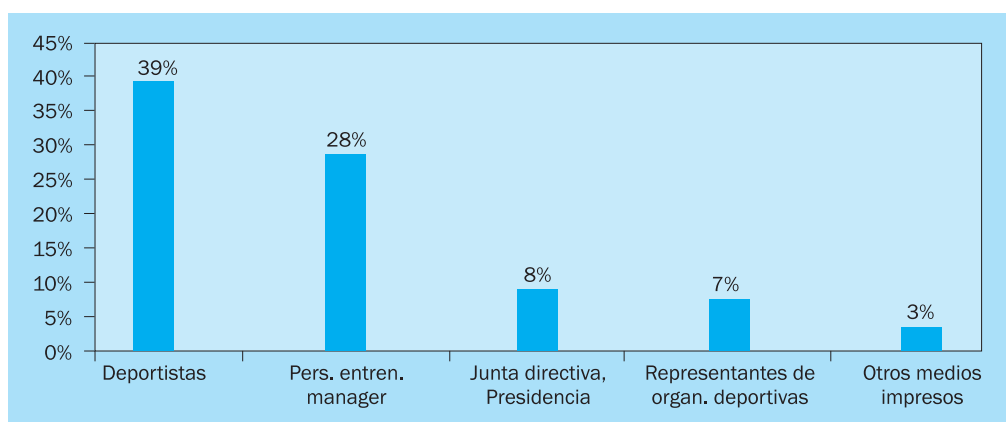
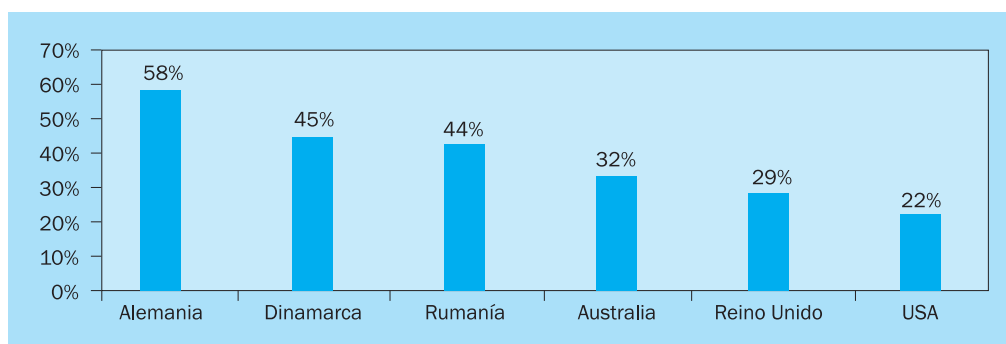


Figura 8
Proporción de artículos orientados al problema diferenciados por países
(n = 10.007 artículos)



La selección de los periódicos elegidos en USA tiene su efecto sobre el tema de la orientación al problema: aun cuando en EEUU se utiliza el mayor número de fuentes, éstas no derivan en informes orientados al problema, puesto que Estados Unidos ocupa con el 22 % el último lugar de la valoración. La información deportiva en la prensa escrita de Alemania obtuvo en la comparativa internacional con un 58 % el valor más alto en informes con orientación a un problema. Esto supone por un lado una alta calidad de la cobertura informativa para la prensa escrita analizada y confirma para Alemania la tendencia ya observada de proporcionar ofertas complementarias y una información de fondo frente a los actuales medios de comunicación por ondas. El criterio ‘orientación al problema’ requiere sin embargo un gran cuidado en su interpretación por la dificultad en el discernimiento. ¿Basta para considerar un artículo orientado al problema con que el autor mencione la alineación del equipo?, ¿o es necesario que tematicé de modo concreto consecuencias tácticas, por ejemplo, de las lesiones deportivas? ¿En que momento es lo suficientemente intenso el tratamiento de un tema como para hablar de orientación al problema? Estas cuestiones plantearon inexactitudes en la codificación.

Hay que aplicar también estos criterios para valorar las diferencias entre los diarios alemanes. Según esto, el 87 % de todos los artículos deportivos de la *Süddeutschen Zeitung* se orientaban al problema, el 75 % en *Bild-Zeitung*, pero sólo el 57 % en *FAZ*. Este irritante resultado del estudio se debe posiblemente a la diferente *calidad de la orientación al problema* en los textos periodísticos que se dejó notar en las divergencias entre los periódicos de calidad supra regionales y el periódico sensacionalista. Aunque ambos tipos de prensa en el proceso de codificación parecían como orientados al problema, no fue posible enjuiciar la calidad de estos problemas. Habría que diferenciar en un estudio cualitativo posterior, por ejemplo, entre la elaboración argumentativa de problemas y la iniciación de escándalos y descripción de conflictos sin mencionar las causas y las fuentes. En futuros estudios debería operacionalizarse y categorizarse, en base a estas experiencias, el parámetro de la *escenificación mediática de conflictos*.

Globalización y eventos

La variable de la globalización de los centros temáticos obtuvo en su valoración primera unos resultados contradictorios: aunque, como se mencionó en el aparta-

do sobre los temas tratados, emergen claramente intereses nacionales y tradiciones, al plantear la organización de los acontecimientos en los artículos no se puede pasar por alto en todo el mundo una internacionalización de la perspectiva. La International Sports Press Survey demuestra que en los periódicos analizados hasta un 55 % se centraban en contenidos de carácter nacional, pero en todo el mundo más de un tercio de todos los artículos (35 %) trataban contenidos internacionales. Se ha podido realizar además una nueva diferenciación de los artículos que tratan eventos internacionales según el origen del agente. También aquí destacan en primer lugar atletas nacionales, provenientes del país del periódico (49 %), pero el 44 % de las colaboraciones con perspectiva internacional enfocaban la información hacia atletas internacionales.

En los periódicos alemanes analizados la información sobre eventos internacionales ocupaba una proporción del 35 % del total de la información. De esta parte incluso el 52 % de los artículos trataban de un deportista internacional o una deportista internacional, sólo en el 46 % de los casos se centraban en atletas de Alemania. Esto puede explicarse por la disminución constante de los éxitos de los atletas nacionales en algunas disciplinas deportivas, mientras el valor informativo de las noticias del deporte global va en aumento. Así, por ejemplo, deportistas de Alemania competían hace algunos años en campeonatos internacionales de alto rango, el Grand Slam en tenis o en partidos decisivos de la Copa de Europa en fútbol, en este momento son atletas de otros países los que se encuentran en el punto de mira. Como el interés de los medios en eventos deportivos Wimbledon, Champions League y otros sigue siendo muy marcado, se refuerza en los medios periodísticos claramente la información sin enfoque nacional.

En el conjunto de la base de los datos –aunque presente sólo una pequeña parte de todo el panorama de la prensa– es notable que las páginas deportivas de la prensa cotidiana informen casi exclusivamente de grandes acontecimientos deportivos internacionales, como el Tour de France, la Champions League o grandes competiciones e importantes personalidades del deporte, mientras apenas tratan los pequeños eventos deportivos, sobre todo si carecen del aspecto del deporte de alta competición. El hecho que Naciones Unidas (ONU) declarara como gran acontecimiento el año 2005 como “año internacional del deporte y de la formación deportiva”, sólo se mencionó en tres de los 10.007 artículos de todo el mundo analizados.

Discusión y conclusiones

Antes de efectuar una valoración de los resultados, hay que remarcar en la conclusión la escasa amplitud del estudio. A pesar de su relevancia como único análisis comparativo internacional de este tipo realizado hasta el momento, quedan claras las carencias descritas, sobre todo en el diseño del estudio. La selección de los periódicos se basó en la amplitud de la tirada, pero en algunos países podríamos considerarla incluso arbitraria y se debe más bien a motivos de economía en la investigación. Sobre todo, el periodo de realización del estudio limita la significación de los resultados –por ejemplo por las variaciones de las diferentes temporadas– tampoco aquí fue posible, por motivos económicos, hacer extensible el análisis a un período de un año o cualquier otro plazo de tiempo más representativo. Además, falta la homogeneidad en el análisis del artículo, cuya valoración de contenido en la codificación fue a menudo muy difícil de determinar. No existe, por ejemplo, una diferenciación de la información deportiva por núcleos temáticos y otros criterios relevantes. La ausencia de continentes como Asia o África con otros sistemas mediáticos exige una continuación del estudio con una mayor participación. Como es muy difícil elaborar otros diseños de análisis, por su carácter internacional, es necesario afirmar finalmente que el análisis realizado en esta forma puede considerarse, a pesar de las carencias descritas, como practicable y adecuado.

El tipo y la situación del estudio parecen por tanto no sólo adecuados sino, a la vista de la creciente globalización de los medios y del deporte, totalmente necesario (Frütel, 2005, pp. 92 y ss.). Además los resultados de otros análisis, como por ejemplo los índices de audiencia de la televisión en los eventos internacionales o la aceptación del fútbol en Europa,⁴ corroboran, a pesar de todas las limitaciones de los resultados, una cierta validez del estudio explorativo.

Cabía esperar, según los resultados de las investigaciones actuales, hechos como la importancia internacional del fútbol y el predominio en la mayor parte de los casos de las figuras deportivas y entrenadores masculinos en las competiciones actuales; se confirman las previsiones ya existentes (Becker 1983b; Wipper 2003; Wanta 2006). Destacan en el análisis internacional de la prensa escrita sobre todo los resultados referidos a la poca calidad de la información deportiva teniendo en cuenta como variables el número y el tipo de fuentes,

la orientación al problema, así como el incremento de la globalización de la información deportiva a pesar de la diversidad nacional en los temas (disciplinas deportivas). La información deportiva no se produce pues en islas nacionales, sino que hay que tener en cuenta del mismo modo la perspectiva internacional del deporte; también los estudios sobre la información deportiva requieren esta orientación y deben tener en cuenta en el futuro de modo reforzado la interdependencia con otros sistemas (Schwier y Schauerte, 2006). En este punto se evidencia la gran importancia del carácter internacional de la investigación realizada, que permite contemplar de modo más diferenciado los resultados de específicos nacionales nacional y que deja clara la diversidad de los principios constructivos del deporte según los países.

Las variables de la orientación al problema y el número y tipo de fuentes ponen además de manifiesto que la información deportiva en la prensa escrita en el contexto internacional presenta, sobre todo en la diferenciación por tipos de periódico, unas características diferenciadas de construcción de la calidad periodística. Primordialmente los periódicos supra regionales de abonados destacan claramente como más orientados al transfondo y mejor planteados desde el punto de vista argumentativo que otros medios impresos. Temáticamente, sobre todo en Europa, el foco de atención es el fútbol, pero la clara perspectiva internacional de la información, que se dirige a su vez a atletas internacionales, demuestra un periodismo deportivo diferente al de otros países, aspectos estos que exigen un futuro análisis pormenorizado de la información internacional.

Referencias bibliográficas

- App, R. (2006). Medien-König Fussball. *St. Galler Tagblatt*, 4 agosto 2006.
- Becker, P. (1983a). Ob FAZ oder Bild, Sport bleibt Sport - zur Bedeutungskongruenz der Sportberichterstattung. En H. Digel (ed.), *Sport und Berichterstattung*. (pp. 74-95). Reinbek: Rowohlt.
- (1983b). Sport in den Massenmedien. Zur Herstellung und Wirkung einer eigenen Welt. *Sportwissenschaft*, 13 (1), 24-45.
- Binnewies, H. (1983). Sportberichterstattung in den Tageszeitungen. En H. Digel (ed.), *Sport und Berichterstattung*. (pp. 114-122). Reinbek: Rowohlt.
- Bizer, P. (1988). Sportberichterstattung in den Printmedien. En W. Hoffmann-Riem (ed.), *Neue Medienstrukturen - neue Sportberichterstattung?* (pp. 137-143). Baden-Baden/Hamburg: Nomos.
- Burk, V. (2006). Fußball auf europäischen Bildschirmen. En E. Müller y J. Schwier (ed.), *Medienfußball im europäischen Vergleich*. (pp. 29-46). Köln: Halem.
- Burk, V. y Schauerte, T. (2007). Das Angebot von Sport in den Me-

⁴ Ver Goldmedia (2005) y Sportfive (2002).

- dien international. En T. Schierl (ed.), *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*. (pp. 69-80). Schorndorf: Hofmann.
- Digitalfernsehen (2005). Studie: Fußball ist Europas beliebteste Sportart im TV. *Digitalfernsehen*, 10 marzo 2005, http://www.digitalfernsehen.de/news/news_24066.html [Acceso el 10.03.2005].
- Feicht, N.; Stukenbrock, C. y Ternieden, H. (2006). Ewig lockt der Fußball. *Journalist*, H. 5, 16-18.
- Fey, U. (1994). Linford Christie gegen Carl Lewis. Die Sportreportage in der F.A.Z. En J. Hackforth y C. Fischer (ed.), *ABC des Sportjournalismus*. (p.119-149). München: Ölschläger.
- Frütel, S. (2005). *Toy Department for Men. Eine empirische Studie zum internationalen Sportjournalismus*. Pulheim: MedienSportVerlag.
- Goldmedia (2005). Die neue Weltkarte des Sports: Europäer und Südamerikaner leben Fußball, Inder dagegen Cricket. *Pressemeldung*, <http://www.goldmedia.de> [Acceso: 11.05.2005].
- Horky, T. (2001). *Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung*. Jesteburg: XOX.
- Kleinstauber, H.J. (1994). Nationale und internationale Mediensysteme. En K. Merten, S. J. Schmidt y S. Weischenberg (ed.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. (p. 544-569) Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Laaser, E. (1980). *Die Fußballweltmeisterschaft 1978 in der Tagespresse der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Volker Spiess.
- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: DUV.
- Maguire, J. (2006). Sport and Globalization: Key Issues, Phases, and Trends. En A. Raney y J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*. (p. 435-446). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Message (2005). PR & Journalismus. H.3.
- Muckenhaupt, M. (1990). Wörtlich abgedruckt oder selbst geschrieben? Der Einfluß der Nachrichtenagenturen auf den Sportteil der Tageszeitungen. En H. Allmer & M. Muckenhaupt (ed.), *Sportberichterstattung: Die neue Qualität des Mediensports*. (pp. 115-127), 4 (1).
- Niemeyer, M. & Wilke, J. (1998). Produktion von Sportnachrichten. Eine Untersuchung des Sport-Informations-Dienstes (sid) sowie ein Vergleich mit dem Angebot der Deutschen Presse-Agentur (dpa). En J. Wilke (ed.), *Nachrichtenproduktion im Mediensystem*. (pp. 9-53). Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- NZZ Online (2006). Die Sportpresse als "weltbeste Werbeagentur". *Neue Zürcher Zeitung Online*, 30 junio 2006, <http://www.nzz.ch/2006/06/30/em/articleE8KHJ.html> [Acceso: 02.07.2006].
- Schaffrath, M. (2002). Sportjournalismus in Deutschland. En J. Schwieler (ed.), *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. (pp. 7-26). Hohengrehren: Schneider.
- Schultz Jörgensen, S. (2002). Industry or independence? Survey of the Scandinavian sports press. *Mondaymorning*, Special Print, Noviembre 1-8.
- Schultz Jörgensen, S. (2005). The World's Best Advertising Agency: The Sports Press. *Mandagmorgen*, H. 37, 1-7.
- Schwie, J. & Schauerte, T. (2006). Ökonomische Aspekte des Medienfußballs. En E. Müller y J. Schwieler (ed.), *Medienfußball im europäischen Vergleich*. (pp. 13-28). Köln: Halem.
- Sportfive (2002). *European Football. Markets, Events, Clubs, Media, Brands*. Hamburg: Sportfive GmbH.
- Ternieden, H.; Stukenbrock, C.; Feicht, N. (2006). Globaler Sportjournalismus: Eine Männerwelt - beherrscht vom König Fußball in Europa. *Olympisches Feuer*, H. 2, 18-19.
- Tewes, G. (1991). *Kritik der Sportberichterstattung. Der Sport in der Tageszeitung zwischen Bildungs-Journalismus, Unterhaltungs-Journalismus und "I:0-Berichterstattung" - Eine empirische Untersuchung*. Tesis doctoral no publicada, Universität Düsseldorf.
- Wanta, W. (2006). The Coverage of Sports in Print Media. En A. Raney y J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*. (pp. 105-115). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Weischenberg (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (1998). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Whitson, D. (1998). Circuits of Promotion: Media, Marketing and the Globalization of Sport. En L. A. Wenner (ed.), *MediaSport* (pp. 57-72). London/New York: Routledge.
- Wipper, H. (2003). *Sportpresse unter Druck. Die Entwicklung der Fußballberichterstattung in den bundesdeutschen Printmedien*. Conferencia inaugural. Freie Universität Berlin.

La cobertura mediática de las mujeres deportistas con discapacidad. Análisis de la prensa diaria de cuatro países europeos durante los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000*



ERIC DE LÉSÉLEUC
Maître de Conférences
Université de Montpellier 1
(Francia)
eric.deleseleuc@univ-montp1.fr



PAPPOUS ATHANASIOS
Senior Lecturer
Centre for Sports Studies
University of Kent (Reino Unido)
sakis_pappous@yahoo.es



ANNE MARCELLINI
Maître de Conférences
Université de Montpellier 1
(Francia)
anne.marcellini@univ-montp1.fr

Traducción del francés:
Centro Linden (Pamplona, Navarra)
info@centrolinden.com

Resumen

Las investigaciones sobre la mediatización de las mujeres deportistas muestran, por una parte, que éstas están menos representadas que los hombres, por otra, que su imagen está fuertemente sexualizada. Además, en contraposición a los hombres, los artículos de que son objeto las presentan generalmente en su papel de madre, mujer, etc.; es decir las enmarcan en ambientes no deportivos. Por añadidura, sabemos que en ciertos puntos el tratamiento mediático de deportistas con discapacidad es diferente al de quienes no la tienen. Pero ¿qué peculiaridades aparecen en el tratamiento mediático de las mujeres deportistas discapacitadas? El estudio de la cobertura de prensa de los Juegos Paralímpicos (Sidney 2000) presentado aquí (basado en un análisis cualitativo y cuantitativo de 108 artículos editados por periódicos alemanes, ingleses, españoles y franceses) muestra que, contrariamente a lo que se esperaba, las mujeres deportistas con discapacidad no están cuantitativamente menos representadas que los hombres. Por tanto, en este caso no hay estigmatización por ocultación específica. Sin embargo, ésta adopta formas más insidiosas. El análisis de los elementos cualitativos de los reportajes y de las fotos muestra que, efectivamente, las mujeres aparecen fuertemente “infantilizadas” y “trivializadas” (Jones, 1999) en los periódicos que cubren los Juegos Paralímpicos.

Palabras clave

Discapacidad; Deporte; Prensa escrita; Medios de comunicación; Juegos Paralímpicos; Sociología.

Abstract

The Mediatization of Sports Women with Disability. Newspapers Analysis from Four European Countries during the Sydney's 2000 Paralympic Games

Data concerning mediatization of the female athletes are showing that on the one hand, women are less represented than men and, on the other hand, their image is frequently sexualized. In addition, contrary to men, media often focuses on their social roles as mother, wife, etc., i.e. female athletes are frequently portrayed in scenes non related with the sport dimensions. It is also known that media treatment of disabled athletes is quite different from those of others athletes. But, which are the peculiarities concerning media treatment of female athletes with disabilities? In the present study a qualitative and quantitative analysis of the Paralympic Games in Sydney 2000 has taken place, including 108 articles from German, English, Spanish, and French newspapers. Our data shows that, contrary to what was expected, women with disabilities are not specially underrepresented compared to men; quantitatively there is no presence of a specific stigmatization. But a qualitative analysis of texts and photos shows that a stigmatization process is taking place through a more insidious form: the female Paralympic athletes are largely “infantilised” and “trivialized” (Jones, 1999) in the newspapers which cover the Paralympic Games.

Key words

Disability; Sport; Newspapers; Mass media; Paralympic Games; Sociology.

* Los autores del presente artículo forman parte de Jeune Equipe 2516 : Santé, Education et Situation de Handicap de la Université Montpellier1.

Introducción

Debido al rápido desarrollo de las Actividades Físicas Adaptadas en los últimos veinte años, se ha difundido e institucionalizado ampliamente la práctica del deporte de las personas con discapacidad que sigue el modelo deportivo de la superación de marcas. Las competiciones deportivas específicas que enfrentan en numerosas disciplinas a personas con discapacidad, se han multiplicado pasando del nivel local al nivel internacional. En Francia, y en numerosos países europeos, las instituciones deportivas se organizaron en sus inicios a partir de las clasificaciones médicas de las deficiencias: la *Fédération Française Handisport* para personas con discapacidad física en una primera fase, y en una segunda fase también para invidentes, la *Fédération Française du Sport Adapté* para deficientes y personas con enfermedades psíquicas, la *Fédération Sportive des Sourds de France* para deficientes auditivos. En el último decenio del siglo xx vio la luz el Comité Internacional Paralímpico (IPC) al proponer el reagrupamiento de todas las personas deportistas con discapacidad en el marco de un evento internacional de alto nivel: los Juegos Paralímpicos. Este evento deportivo comienza a beneficiarse de cierta cobertura mediática, mayor que en otras competiciones deportivas para las personas con deficiencias. ¿Qué puede mostrarnos el análisis de esta cobertura mediática?

En un primer momento, lo que llama la atención del tratamiento mediático de los Juegos Paralímpicos es el empeño reiterado en garantizar que los Juegos Paralímpicos y los Juegos Olímpicos reciban el mismo trato. La insistencia sobre el mismo calendario, el mismo lugar de celebración de las pruebas, el alojamiento de deportistas en la misma villa olímpica subrayan constantemente esta lógica igualitaria. Pero conviene examinar estos discursos a la vista de los trabajos ya realizados sobre temas similares, especialmente en los Estados Unidos: los y las deportistas discapacitados de alto nivel son objeto de menor cobertura mediática que sus homólogos sin discapacidad.

Actualmente disponemos de avanzados conocimientos científicos en Psicología social y en Psicología de la discapacidad (Barnes *et al.*, 1999; Olivier *et al.*, 1998; Bogdan *et al.*, 1989; Ruiz, 2005) que demuestran, desde hace ya muchos años, que las personas con discapacidad son objeto de representaciones sociales globalmente negativas en las sociedades europeas (son “menos” que las personas “normales” o “válidas”) y, en consecuencia, son objeto de una

forma de estigmatización en la sociedad (en el sentido de Goffman, 1963)

Los trabajos psicológicos y psicosociológicos sobre la temática “deporte y discapacidad”, desarrollados principalmente en el área académica de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte demostraron que las personas discapacitadas deportistas presentaban una autoestima más positiva que las no deportistas, y que progresivamente conseguían reconstruirse una identidad social positiva a pesar de la estigmatización, al alejarse de las representaciones sociales comunes de la discapacidad (Taub *et al.*, 1999, 2004). Se manifiesta así que la práctica del deporte forma parte de un proceso de desestigmatización de la discapacidad y de las personas discapacitadas, tanto para ellas mismas como para su entorno social. Por lo tanto, hacer deporte contribuye al proceso de integración social de estas personas (Marcellini *et al.*, 2003).

La investigación sobre la mediatización y la comunicación (Akoun, 1998; Bourdieu, 1996; Trowler, 1996) ha demostrado además que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la producción y reproducción de las representaciones sociales, así como en el refuerzo de las normas y de las actitudes presentes en nuestras sociedades.

Partiendo de estos tres supuestos teóricos, se puede pensar que los medios de comunicación desempeñan un papel importantísimo en el proceso de estigmatización y desestigmatización de las personas discapacitadas, según el lugar que les dediquen y los textos e imágenes que produzcan al respecto, los aspectos que elijan tratar o los que omitan.

De forma general, la cuestión teórica que articula desde este momento los temas del deporte de las personas discapacitadas y de los medios de comunicación puede ser formulada así:

¿En qué medida intervienen los medios de comunicación en los procesos de estigmatización o de desestigmatización de las personas discapacitadas a través de la cobertura mediática de los eventos deportivos que a ellas se dedican?

Esta pregunta general puede desdoblarse de la siguiente forma: ¿Los medios de comunicación conceden espacio a las personas con discapacidad? ¿Cuál es ese espacio? ¿Cuáles son las representaciones sociales de la discapacidad transmitidas por los medios? Esas representaciones sociales ¿contribuyen al proceso de estigmatización o desestigmatización de las personas discapacitadas? ¿Existen diferencias significativas al respecto entre los distintos países europeos?

Este es el planteamiento general en el que se integra la investigación, tema de este artículo. Pero éste no se ocupará de todo el conjunto de las preguntas puesto que no han sido tratadas todavía en su totalidad. Tal y como se desarrolla en el apartado sobre la perspectiva teórica y las hipótesis, este artículo, partiendo de las consideraciones generales expuestas, se centrará específicamente en el tratamiento mediático de las mujeres deportistas discapacitadas en la prensa escrita que cubrió los Juegos Paralímpicos de Sidney 2000.

Marco teórico e hipótesis

El examen de la literatura científica que trata de los medios de comunicación y la discapacidad o, más aún, de los medios de comunicación, la discapacidad y el deporte, permite observar conocimientos ya establecidos. La prensa escrita, la televisión o incluso el cine han realizado diversos trabajos sobre el tratamiento mediático de las personas discapacitadas, deportistas o no.

Las conclusiones revelan la existencia de imágenes estereotipadas asociadas a las discapacidades como la compasión, o la admiración, la victimización, el patetismo (Schantz *et al.*, 2001).

El fenómeno del enmascaramiento de ciertos tipos de discapacidades también aparece de forma repetida, enmascaramiento que afecta especialmente a la deficiencia mental y a la parálisis cerebral (Combrouze, 2000). Por el contrario, las investigaciones resaltan la utilización exagerada de la silla de ruedas como emblema y símbolo de la discapacitación. Estos resultados pueden ser interpretados desde el punto de vista de las normas de aceptabilidad social: habría discapacidades “mostrables” y otras que convendría ocultar (Lachal, 2000; Marcellini y de Léséleuc, 2001).

En términos de contenido, Lachal destaca, por ejemplo, que en lo que concierne a las personas con discapacidad, el tema de la sexualidad no se aborda jamás, creando así una imagen asexual de las personas discapacitadas, como si la definición social de la discapacitación considerase el sexo una cuestión secundaria. Las conclusiones sobre la mediatización de deportistas con discapacidad revelan que se habla poco de las mujeres y, sobre todo, que se las muestra poco. Cuando las deportistas discapacitadas aparecen, son planos del rostro, al contrario de la puesta en escena de la deportista “normal” de la que preferentemente se muestra el cuerpo y no la cara. Todo ello hace pensar a ciertos autores como Schantz o Lachal que en los medios de comunicación

existe una lógica de deserotización del cuerpo de la mujer deportista discapacitada.

Además, se observa una fuerte “nacionalización” en el tratamiento que hace la prensa escrita del deporte de las personas discapacitadas (Zola, 1991; Clogston, 1990). La prensa de cada país tiende fuertemente a no hablar más que de quienes representan a su país, siguiendo de esta forma una lógica nacionalista. Esta tendencia tiene relación directa con otra constatación: al contrario de cómo se tratan las pruebas deportivas clásicas, al referirse a las de las personas con discapacidad, los periódicos hablan poco de los logros, de los récords mundiales y raramente mencionan los enfrentamientos entre quien gana y quien pierde, las trampas, etc.

Gracias a este examen de los datos provenientes de la literatura, se demuestra que los medios de comunicación no perciben el deporte de las personas con discapacidad y a deportistas con discapacidad de forma idéntica, pese a que en un primer momento se podía pensar que la participación en la alta competición permite transformar positivamente la imagen social de las personas discapacitadas al aproximarla a la de “deportistas”. Además, como ya ha sido señalado, el tratamiento cambia de un país a otro (Schantz, 2001; Marcellini y de Léséleuc, 2001). Algunas investigaciones han observado sistemas de categorización implícitos y conviene justamente aclarar qué se valora y qué, al contrario, se desvaloriza (incluso se elimina) en la realidad deportiva de las competiciones de las personas discapacitadas. Esto ayudaría a comprender cómo se organiza el proceso de transformación de la imagen social de la discapacitación partiendo del contexto deportivo, donde se realiza una desestigmatización de forma efectiva y, a la inversa, en qué medida el deporte produce o reproduce una lógica de estigmatización.

En resumen, se observa que:

- Existen algunos estereotipos: la compasión, la admiración, la victimización, el patetismo, etc. (Clogston, 1990).
- Se dan casos de enmascaramiento de ciertas deficiencias (la intelectual, la mental y la parálisis cerebral) (Combrouze, 2000).
- Se da una aparición exagerada de la silla de ruedas presentándola como el emblema de la deficiencia, como si hubiera discapacidades “mostrables” y otras que es mejor ocultar (Lachal, 2000).
- Más específicamente en referencia a personas discapacitadas: nunca se habla de sexualidad (Lachal, 2000).

- Más concretamente en lo que se refiere a las mujeres discapacitadas deportistas: en primer lugar se habla poco de las mujeres y sobre todo no son mostradas. Y cuando lo son, sólo se ve el rostro, mientras que en la cobertura mediática del deporte es al revés, se enfoca mucho más el cuerpo femenino que el rostro. Duncan (1990) y Robinson (2002) observan que, a la inversa, las fotografías de la prensa deportiva realzan las características físicas femeninas (pelo largo, maquillaje, nalgas, caderas, senos). De todo ello se concluye que los medios de comunicación despojan a la mujer discapacitada de su erotismo y de su femineidad.
- También con referencia a las mujeres deportistas: Dimitrescu (2006) indica que son “infantilizadas”, al mencionar su vulnerabilidad, su sensibilidad y su fragilidad, mientras que Fullerton (2006) señala que, aún siendo personas adultas, los términos utilizados evocan la infancia y la adolescencia, lo cual no es el caso de los hombres deportistas. Asimismo, Frith *et al.* (2004) señalan que las mujeres son tratadas por su nombre de pila mientras los hombres por su apellido. Finalmente Hoover-Dempsey *et al.* (1986) y Holland (2004) destacan que con frecuencia son presentadas desde un punto de vista emocional (llorando o riendo), mientras que los hombres no. Aparte de este proceso de infantilización, también son sometidas a una forma de “trivialización” (Jones *et al.*, 1999) Es decir, en lugar de fijar la atención en aspectos deportivos como los logros o el entrenamiento, la prensa deportiva habla más de aspectos no deportivos como la familia, la vida cotidiana o incluso sus relaciones fuera del contexto deportivo.

Así pues, podemos formular la siguiente hipótesis general:

En la medida en que, por un lado, como demostró Louveau (2000), en el mundo deportivo las mujeres tienen dificultades para ser tratadas con igualdad, y por otro, como demuestran los trabajos de Marcellini y de Léséleuc (2003), las personas con discapacidad sufren un proceso de estigmatización social, la hipótesis formulada aquí consiste en pensar que las mujeres deportistas discapacitadas sufren un proceso de estigmatización doble, por ser mujer y además por tener una discapacidad. *Por consiguiente, se puede formular la hipótesis de que el tratamiento mediático de los juegos*



La silla de ruedas: un símbolo de la discapacidad.
(Foto: <http://www.sxc.hu/photo/499335>)

paralímpicos reproducirá ciertas formas de la estigmatización social sufrida por las mujeres discapacitadas deportistas.

Más exactamente, en lo que respecta a este artículo, una subhipótesis permite caracterizar las formas de la estigmatización que sufren. Teniendo en cuenta los datos precedentes, se puede pensar que:

Las mujeres discapacitadas deportistas están menos presentes que los hombres en la prensa escrita que cubre los Juegos Paralímpicos y que, cuando se habla de ellas, son objeto de los siguientes estereotipos: despojo de su femineidad, trivialización e infantilización.

Método

Muestra

La muestra estudiada está constituida por dos grandes periódicos nacionales de gran tirada de cuatro países europeos: *El País* y *El Mundo* (España), *The Times* y *The Independent* (Inglaterra), *Die Frankfurter Allgemeine Zeitung* y *Die Süddeutsche Zeitung* (Alemania) y *Le Monde* y *Le Figaro* (Francia).

El análisis se basa en 108 artículos (incluidas 58 fotos) publicados entre el 16 y el 30 de octubre de 2000 (los Juegos Paralímpicos de Sidney se celebraron entre el 18 y el 29 de octubre). Los artículos extranjeros han sido integralmente traducidos al francés. El equipo de investigación está constituido por miembros bilingües alemanes, ingleses y españoles. Sin embargo para facilitar la comparación de los textos entre sí, las traducciones han sido revisadas por traductores externos con el objeto de verificarlas y armonizarlas.

Se ha elegido un enfoque cuantitativo para estimar el espacio acordado a las mujeres deportistas discapacitadas en la prensa escrita durante los Juegos Paralímpicos. Para conseguirlo se han tenido en cuenta la frecuencia con que se menciona a las mujeres en los artículos y las fotos en que aparecen una mujer o un hombre. Después, estas cifras se han cruzado con el número de participantes por sexo, por medallas ganadas y por país.

Se han analizado los datos cuantitativos siguientes:

- El número de fotos e ilustraciones que tienen como tema una mujer o un hombre y sus medidas en cm².
- El número de alusiones a una mujer o a un hombre (unidad de medida: la frase).
- La tasa de participación de mujeres y de hombres del total de deportistas con discapacidad que participaron en los Juegos Paralímpicos.
- El número de medallas ganadas por mujeres y por hombres durante aquellos Juegos Paralímpicos.

Recopilación y análisis cualitativo

El análisis del contenido del texto y de la iconografía permite determinar las formas de presentación de las mujeres deportistas discapacitadas.

- Los textos han sido sometidos a un análisis de contenido exploratorio según dos métodos; un análisis temático exhaustivo y un análisis de las relaciones por oposición (Blanchet y Golman, 1992) que pone de relieve los sistemas de representaciones sociales transmitidos por la prensa. El objetivo de estos análisis es evidenciar los elementos asociados a las formas de descrédito (procesos de estigmatización) y los asociados a las formas de aceptación (proceso de desestigmatización). Con referencia a todo lo desarrollado anteriormente en el marco teórico se intentan localizar en especial los indicadores de la “trivialización” (elementos textuales sobre la vida cotidiana de las deportistas, cualquier elemento que no haga referencia al contexto deportivo), así como los indicadores de los procesos de “infantilización” (elementos del discurso que relegan a las deportistas a un nivel infantil).
- Las fotos e ilustraciones han sido analizadas desde el punto de vista semiológico de la imagen (Joly, 1994). Lo que se busca especialmente en las imágenes son los indicadores de la “sexualización/feminización” de las mujeres.

Resultados

¿Discriminación de las mujeres deportistas discapacitadas? “¿En la prensa que se ocupa de los Juegos Paralímpicos se habla menos de las mujeres que de los hombres!”

Primero, hay que demostrar la hipótesis según la cual una de las formas de estigmatización social que afecta a las mujeres discapacitadas deportistas es que éstas aparecen menos en el tratamiento periodístico de los Juegos Paralímpicos. Si esa desigualdad se demostrase como exacta, se podría en efecto pensar que se trata de una forma de discriminación, que por otra parte, fue cuantificada por Duncan (1990) en referencia a las mujeres deportistas sin discapacidad.

Esta operación va a realizarse en dos fases. En la primera, se tomarán en cuenta sólo las cifras brutas con el fin de poder compararlas con los resultados presentes en la literatura científica existente, ya que éstos se basan en dichas cifras. Seguidamente, estos datos brutos serán medidos en relación a las características específicas del tratamiento de la información deportiva. En efecto, si se quiere valorar esas cifras en toda su dimensión, conviene verificar si las diferencias que puedan aparecer no se explicarían por cuestiones estrictamente deportivas. Aquí han sido tenidas en cuenta dos características. La primera es la tasa de participación de las mujeres y de los hombres en los Juegos Paralímpicos que podría explicar que se hable más o menos de las mujeres o de los hombres según la mayor o menor presencia de los unos o de las otras. Hay que tener en cuenta que en los juegos aludidos, las mujeres representan cerca del 28% de las delegaciones y los hombres cerca del 72%. La segunda característica para considerar es el número de medallas obtenidas por las deportistas y los deportistas. Efectivamente, según el número de medallas ganadas, es comprensible que se hable más o menos de ellos o de ellas, puesto que uno de los pilares de la prensa deportiva son las medallas, los récords y otros logros obtenidos. Esto se puede aplicar tanto a los Juegos Olímpicos como a los Juegos Paralímpicos. Sin embargo los Juegos Paralímpicos tienen una particularidad. Al pensar en la organización de celebraciones deportivas de la envergadura de esos juegos internacionales, se espera cierta igualdad en términos de cantidad de pruebas y de tipo de competición para las mujeres y los hombres. Y así es, en los Juegos Olímpicos la igualdad es prácticamente un hecho, con algunas excepciones. Existen algunas pruebas estrictamente femeninas como la gimnasia rítmica y

deportiva o las barras asimétricas. Ciertas pruebas son específicas para los hombres, como las anillas. Sin embargo, estas particularidades son secundarias y la casi igualdad en el número de pruebas lleva a la casi similitud en términos de medallas disputadas. En los Juegos Paralímpicos es completamente diferente. El número y el tipo de pruebas deportivas están en directa correlación con los tipos de disfunción que presentan quienes participan en ellos. Esto implica una enorme complejidad en términos de organización y explica en parte que de una a otra edición de los Juegos las pruebas cambien y que las de las mujeres puedan ser diferentes de las de los hombres. La presencia o no de mujeres o de hombres en unas u otras categorías de la discapacidad determina que unas pruebas se celebren y otras no. La consecuencia es que el número de medallas en juego es totalmente diferente para las mujeres y para los hombres; lo cual está reforzado por el hecho de que, como ya hemos visto, el número de mujeres en competición es mucho menor que el número de hombres. Por lo tanto, en los Juegos Paralímpicos el número de medallas que las mujeres ganaron es cuantitativamente menos importante que el número de medallas ganadas por los hombres. Veremos que esta característica específica da sentido al tratamiento periodístico estudiado.

Análisis de las cifras brutas

La *tabla 1* sintetiza esos datos brutos. El corpus de textos estudiados incluye 113 casos en los que aparecen una o más mujeres y 296 que mencionan a uno o más hombres. Por su parte, una o más mujeres son mostradas en 17 fotos, con un total de 3416 cm² de superficie ocupada, mientras que los hombres aparecen en 36 fotos que alcanzan 5357 cm² de superficie total.

Desde entonces, a la sola mirada de estos datos, se podría decir que las mujeres deportistas discapacitadas están infrarrepresentadas en relación a los hombres (*tabla 1*), ya que no solamente se habla menos de ellas en los artículos sino que aparecen también menos en las imágenes. ¿Se trata en este caso de una forma de estigmatización social por ocultación?

	Número de citas en los periódicos	Número de fotos	Superficie fotos
Mujeres	113	17	3.416 cm ²
Hombres	296	36	5.357 cm ²
Total	409	53	8.773 cm²

Tabla 1

Cifras brutas de la distribución de citas y de fotos mujeres/hombres en los periódicos

Los datos medidos

Para responder a esta cuestión conviene poner en relación estos datos brutos con los criterios, enumerados más arriba, que caracterizan el tratamiento de un acontecimiento deportivo. La *tabla 2* permite leer los resultados de esta ponderación a partir de las dos variables independientes dadas.

- La tasa de participación mujer/hombre.
- El número de medallas ganadas por las mujeres y por los hombres.

En los resultados referidos a la tasa de participación mujer/hombre cabe destacar que el total de las delegaciones de los cuatro países implicados en este estudio estaba constituido por 787 participantes y compuesto por 568 hombres (72,2%) y por 219 mujeres (27,8%) (columna 1; cifras facilitadas por las diferentes Federaciones Nacionales de Deportistas Discapacitados de cada uno de los países implicados). Por tanto, se puede concluir que por debajo de este porcentaje (27,8%) las mujeres están infrarrepresentadas, que por encima están hiperrepresentadas y que si volvemos a encontrar esa proporción, están equitativamente representadas. Lo inverso es evidente para los hombres ya que nos encontramos en un juego de suma nula, es decir que cuando las mujeres están mayormente representadas, son los hombres los que están infrarrepresentados y viceversa.

Desde un punto de vista proporcional, las citas de mujeres representan 27,6% y 72,4% para los hombres (col. 2), las fotos de mujeres 32,1% y las fotos de hom-

	1 % de participación	2 % de citas en periódicos	3 % de fotos	4 % de la superficie de las fotos	5 % de medallas ganadas
Mujeres	27,8%	27,6%	32,1%	38,9%	34,6%
Hombres	72,2%	72,4%	67,9%	62,1%	65,4%

Tabla 2

Análisis ponderado de la representación de hombres y mujeres en los periódicos

bres 67,9% (col. 3). Mientras que la superficie de las fotos representa 38,9% y 62,1% para las mujeres y para los hombres (col. 4) respectivamente.

Por tanto esta tabla revela que respecto al reparto objetivo de los hombres y de las mujeres que participan en los Juegos Paralímpicos (col.1), el tratamiento escrito (col. 2) es casi igual a la participación (citas 27,6%, participación 27,8%). En cambio el tratamiento fotográfico (cols. 3 y 4) tiende a representar en exceso a las mujeres (participación 27,8%, fotos 32,1 y 38,9%). Por tanto, las mujeres no solamente no están poco representadas sino que en las fotos están hiperrepresentadas.

En cuanto a la segunda variable independiente (número de medallas ganadas por las mujeres y por los hombres), las mujeres consiguieron el 34,6% de las medallas y los hombres el 65,4% (col. 5). Comparando estas cifras en paralelo con las expuestas más arriba (cols. 2, 3, y 4) se ve que el tratamiento escrito informa menos sobre las mujeres de lo que por el número de sus medallas ganadas cabría esperar (menor representación: 27,6% frente a 34,6%), pero que la parte de fotografías femeninas corresponde más o menos a esa proporción (ligera infrarrepresentación: 32,1% para las fotos e hiperrepresentación: 38,9% por su superficie).

Los tests estadísticos utilizados no validan ninguna diferencia significativa en cuanto a las diferentes proporciones, lo cual implica que las divergencias mencionadas no permiten pensar que haya una diferencia significativa de tratamiento entre las mujeres y los hombres en el tratamiento mediático de los Juegos Paralímpicos estudiados aquí.

Conclusión provisional

Contrariamente a lo que revelaban los datos en cifras brutas y contrariamente a lo que se esperaba (teniendo en cuenta la literatura existente), en cuanto se trabaja con proporciones basadas en variables que estructuran la lógica interna de la cobertura mediática deportiva (número de participantes y medalla obtenidas) las cifras recabadas muestran que no hay discriminación respecto a la cobertura mediática de deportistas con discapacidad. Según esas dos variables explicativas simples (de la lógica del tratamiento mediático deportivo), la mujer no está infrarrepresentada cuantitativamente. La primera parte de la hipótesis queda, de esta forma, invalidada.

Por tanto, si existe una forma de estigmatización social en la prensa escrita analizada, en referencia a los Juegos Paralímpicos, no se halla donde se esperaba. Es

decir, en forma de quitar espacio en la prensa escrita a las mujeres deportistas con discapacidad. Lo cual no quiere decir que esa discriminación no exista pero, como vamos a ver, está en otro lugar. Para ello hay que tener en cuenta cierto número de datos cualitativos reunidos a lo largo del análisis de los artículos de prensa y de las fotos que los acompañan.

Estigmatización femenina y masculina de la discapacidad

El análisis de las fotos y el análisis temático del discurso fueron realizados para poner en evidencia las representaciones de la mujer deportista con discapacidad transmitidas por los medios de comunicación y las diferencias del tratamiento mediático que se hace de ellas en relación al de la deportista sin discapacidad.

Se constata que las deportistas presentadas en las fotos analizadas corresponden a la imagen del tipo femenino ideal (indicadores de Duncan, 1990). Están maquilladas, tienen el pelo largo, llevan joyas; elementos todos que ponen en escena y subrayan la feminidad. Los periódicos muestran de esta forma deportistas “presentables” en tanto que mujeres.

Esto se confirma por el hecho de que las deficiencias no son mostradas de la misma forma si afectan a hombres o a mujeres. La amputación, por ejemplo, se manifiesta al aparecer los muñones. Esta crudeza en la exposición de los cuerpos, a pesar de que hubo deportistas amputadas que participaron en los Juegos de Sidney, nunca se utiliza con una mujer.

Esta forma de “presentabilidad” se puede relacionar también con la sexualización del cuerpo femenino de las deportistas en la iconografía que acompaña los artículos. Contrariamente a lo que se esperaba por los estudios que afirmaban que la prensa “sexualiza” poco a las mujeres con discapacidad, este aspecto sí aparece en la cobertura de las deportistas paralímpicas. Efectivamente, las fotos de las mujeres que participaron en Sidney realzan las partes corporales que según Duncan (1990) denotan una dimensión sexual (zonas genitales, caderas, pecho, piernas y nalgas).

Por el contrario, el aspecto de la trivialización no aparece en las fotos. Ninguna de las fotos presenta a las deportistas paralímpicas fuera de un ambiente deportivo. Sin embargo, los textos de esos artículos se caracterizan por referirse a asuntos que van más allá de éste. La situación familiar, las alusiones a los compañeros sentimentales, a hijos e hijas, a la profesión y al tiempo

libre son los temas principales abordados por la prensa cuando hablan de las deportistas. Como ya ha sido mencionado, esta alusión a elementos que no pertenecen a la esfera de la práctica deportiva es característica del tratamiento de la mujer deportista en general. Queda así demostrada la subhipótesis respecto a la trivialización de la mujer deportista discapacitada.

En cambio, aparece un fenómeno inesperado en esta investigación, y es que los hombres son también “trivializados”. Es decir ellos también sufren las referencias a su familia, y de forma general a su vida extradeportiva. Esto significa que, al contrario del tratamiento mediático del deporte en general, en el caso de los deportistas discapacitados este fenómeno no es un factor que distinga a las mujeres de los hombres.

De la misma manera, nuestros resultados muestran el mismo proceso de infantilización en las deportistas y en los deportistas discapacitados. Se les designa con expresiones como “muchacha”, “muchacho” acompañados por calificativos como “joven” o “pequeño”, “pequeña”. El periódico *The Independent* habla, por ejemplo, de “este joven muchacho de 28 años” (28-10-2000). Al indicar la edad del deportista, el lector se da cuenta de que ya no se trata de un muchacho sino de una persona adulta. Esta contradicción en la misma frase produce la impresión de que estos deportistas realmente no son considerados como adultos aún habiendo superado la edad de la adolescencia. El mismo fenómeno se manifiesta en el caso de las deportistas, como por ejemplo en el periódico español *El Mundo*, que escribe sobre una célebre deportista de 37 años “ayer estaba emocionada como una niña”. De nuevo, este proceso de infantilización de los hombres deportistas nunca ha sido utilizado antes en la literatura científica sobre este tema. Tan solo lo hemos encontrado una vez en un estudio de los comentarios televisados sobre dos acontecimientos deportivos de la National Collegiate Athletic Association en 1989 donde se demostró que la infantilización también afecta a los hombres de color (Messner *et al.*, 1993).

Conclusión

Hemos visto que el lugar general de la mujer deportista discapacitada no es el mismo que el de la deportista no discapacitada. La discriminación en forma de infra-

rrepresentación de la deportista en general en relación a los deportistas en los medios de comunicación no aparece en deportistas con discapacidad. Su representación (de hombres y de mujeres) corresponde, más o menos, a su participación y al número de medallas y éxitos conseguidos. Al contrario, incluso, se observa más bien una hiperrepresentación de la deportista discapacitada en relación a los deportistas en las fotos que cubre este evento. No aparece, por tanto, el proceso de particularización de la mujer deportista discapacitada esperado en el plano del análisis cuantitativo.

En cuanto a los datos de tipo cualitativo, la *tabla 3* resume la ausencia y la presencia de los procesos estudiados.

En el caso de las mujeres, se observa que hay similitud en las características entre las deportistas sin discapacidad y las deportistas con discapacidad. Por hipótesis, se pensaba que no habría sexualización de las deportistas paralímpicas pero claramente no es el caso. En los textos la deportista paralímpica no está sexualizada pero en las fotos sí.

Se puede concluir que no confirmar un cúmulo de estigmatizaciones esperado en el caso de las mujeres deportistas. (Estos resultados también podrían interpretarse al revés, las mujeres deportistas son tratadas mediáticamente como se trata a las deportistas discapacitadas).¹

En cambio, estudiando los resultados de la columna de los hombres, se observa que en la cobertura mediática de los Juegos Paralímpicos estos últimos son “trivializados” e “infantilizados” y esto no era de esperar. Nos podemos preguntar si la estigmatización no estará justo donde no esperamos hallarla, en un proceso de eliminación de la identidad sexual que denegaría a las personas discapacitadas, hombres y mujeres, ciertas posibilidades de afirmarse en la distinción del género (lo que confirmaría los resultados de Lachal 2000 sobre la desexualización de las

	JO Hombres	JP Hombres	JP Mujeres	JO Mujeres
Sexualización	?	?	Sí	Sí
Trivialización	No	Sí	Sí	Sí
Infantilización	No	Sí	Sí	Sí

Tabla 3

Aspectos destacados del análisis cualitativo

¹ Los fenómenos de “telenovelización” o de “feminización” sugeridos por M. Moragas (2000) y D. L. Andrews (1998) podrían explicar esto. Sin embargo, aparte de que los indicadores necesarios para ello no han sido claramente precisados por estos autores, el hecho de que sólo las minorías (deportistas con discapacidad y deportistas de color) se vean afectadas, no apunta en esa dirección.

personas discapacitadas en los medios de comunicación). Para analizar esta posibilidad, hay que determinar la dimensión de la sexualización de los hombres deportistas, discapacitados o no; pero esto no lo podemos hacer todavía, porque, en la bibliografía científica, faltan todavía los indicadores de esa sexualización masculina.²

Agradecimientos

Agradecemos encarecidamente a la Association Francophone de Recherche en Activité Physique et Sportive (AFRAPS) (Asociación Francófona de Investigación en la Actividad Física y Deportiva) por su apoyo financiero que ha hecho posible la elaboración de este estudio tanto a nivel europeo como a nivel internacional.

Además, este programa de investigación ha recibido el apoyo de la Comisión Europea en forma de una beca Marie Curie Intra-European Fellowship. Contrato n.º MEIF-CT-2006-042104.

Referencias bibliográficas

- Akoun, A. (1998). *Sociologie des communications de masse*. Paris: Hachette.
- Andrews, D. L. (1998). Feminizing Olympic Reality. *International Review of the Sociology of Sport*. (31/1), 5-18.
- Barnes, C.; Mercer, G. y Shakespeare, T. (1999). *Exploring Disability: a Sociological Introduction*. Cambridge: Policy Press.
- Blanchet, A. y Gotman, A. (1992). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris: Nathan.
- Bogdan, R. y Taylor, S. (1989). Relationships with Severely Disabled People: The Social Construction of Humanness. *Social Problems*. (36), 135-148.
- Boixadós, M. y Cruz, J. (2000). Evaluación del clima motivacional, satisfacción, percepción de habilidad y actitudes de fair play en futbolistas alevines e infantiles y en sus entrenadores. *Apunts. Educación Física y Deportes* (62), 6-13.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision*. Paris: Liber.
- Combrouze, D. (2000). L'information sur les personnes handicapées motrices et sensorielles dans les journaux télévisés. *Handicap, Revue de sciences humaines et sociales*. (82), 27-43.
- Clogston, J. S. (1990). *Disability Coverage in 16 Newspapers*. Louisville: Advocate Press.
- Dumitrescu, A. (2006). *Representation of female athletes in Western and Romanian Media*. Master's Thesis, Florida State University, USA.
- Duncan, M. C. (1990). Sports photograph and sexual difference. The Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*. (7), 22-43.
- Frith, T.; Cheng, H. y Shaw, P. (2004). Race and Beauty: A Comparison of Asian and Western Models in Women's Magazine Advertisements. *Sex Roles*. (50), 53-61.
- Fullerton, R. S. (2006). Not Playing Fair: Coverage of Minorities in the Sports Pages". *Studies in Media & Information Literacy Education* 6 <http://www.utpress.utoronto.ca/journal/ejournals/simlie> (25 febrero 2007).
- Goffman, E. (1963). *Stigmata. Les usages sociaux des handicaps*. Paris: Minuit.
- Holland, P. (2004). The Politics of the Smile; Soft News and The Sexualisation of the Popular Press in Carter C. et Steiner L. *Critical Readings; Media and Gender*. Maidenhead, Open University Press.
- Hoover-Dempsey, K. V.; Plas, J. M. y Wallston, B. S. (1986). Tears and weeping among professional women: En search of new understanding. *Psychology of Women Quarterly*. (10), 19-34.
- Joly, M. (1994). *L'image et les signes, approche sémiologique de l'image fixe*. Paris: Nathan.
- Jones, R.; Murrell, A. J. y Jackson, J. (1999). Pretty versus powerful in the sports pages: Print media coverage of the US Women's Olympic gold medal winning teams. *Journal of Sport and Social Issues*, (23), 183-192.
- Lachal, R. C. y Combrouze, D. (1998). La représentation des personnes handicapées à travers les émissions documentaires de la télévision française. Analyse thématique de 35 émissions diffusées entre 1986 et 1996. *Cahiers Ethnologiques*. (19), 239-262.
- Lachal, R. C. (2000). La représentation des personnes handicapées dans les médias : de l'objet au sujet. *Revue Prévenir*. (39), 97-105.
- Léséleuc de, E. (2009). Internacionalizar los estudios sobre la discapacidad: un punto de metodología. *IX Congreso Argentino y III Congreso Latinoamericano de Educación Física y Ciencias*. Universidad de La Plata, Argentina, 12 mai 2009.
- Louveau, C. (2000). Au-delà des Jeux Paralympiques de Sydney. Femmes sportives, corps désirables. *Le Monde Diplomatique*, 25.
- Marcellini, A. y Léséleuc de, E. (2001). Les jeux Paralympiques vus par la presse : analyse différentielle entre l'Espagne, la France et l'Angleterre. *IVème Forum de la Fondation Olympique de Barcelone : Deporte Adaptado: competición y Juegos Paralímpicos*, Barcelona, 8 y 9 noviembre 2001, CR-Rom.
- Marcellini, A.; Léséleuc de, E. y Gleyse, J. (2003). L'intégration sociale par le sport des personnes handicapées. *Revue Internationale de Psychosociologie*. (20), 59-72.
- Messner, M. A.; Duncan, M. C. y Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls. The gendered language of televised sports. *Gender and Society*. (7), n.º 1, 121-137.
- Moragas Spa, M. (2000). Olimpismo, comunicación y cultura, [artículo en línea, consulta el 20/12/2007], http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp095_spa.pdf
- Olivier, M. Y. y Barnes, C. (1998). *Social Policy and Disabled People : From Exclusion to Inclusion*. London: Longman.
- Robinson, L. (2002). *Black tights: Women, sport and sexuality*. Toronto: Harper.
- Ruiz, J. (2005). La discapacidad como estigma: un análisis psicosocial del afrontamiento del desempleo de las personas con discapacidad física. [Versión electrónica]. *RedSi: revista especializada en formación y empleo de los colectivos con riesgo de exclusión*, 6.
- Schantz, O. y Gilbert, K. (2001). An Ideal Misconstrued : Newspaper Coverage of the Atlanta Paralympic Games in France and Germany. *Sociology of Sport Journal*: (18), 69-94.
- Taub, D. E.; Blinde, E. M. y Greer, K. R. (1999). Stigma management through participation in sport and physical activity: experiences of male college students with physical disabilities. *Human Relations*. (52), 1469-1483.
- Taub, D. E.; McLorg, P. A. y Fanflik, P. L. (2004). Stigma management, strategies among women with physical disabilities: Contrasting approaches of downplaying or claiming a disability status. *Deviant Behavior*. (25), 169-19.
- Trowler, P. (1996). *Sociology in action: investigating the mass media*. Collins Educational.
- Zola, I. K. (1991). Communication barriers between "the able bodied" and "the handicapped". *The psychological and social impact of disability*. New York: Springer, 157-164.

² De manera general, la cuestión de una definición de los indicadores, común al nivel internacional, queda pendiente en este tipo de investigación (E. de Léséleuc, 2009).

Entrevista a Pere Miró, Director de Solidaridad Olímpica y Director de relaciones con los Comités Olímpicos Nacionales del Comité Olímpico Internacional

Interview to Pere Miró, Director of Olympic Solidarity and Director of the Relations between the International Olympic Committee and the National Olympic Committees

NÚRIA PUIG y ANNA VILANOVA

GISEAFE (Grup d'Investigació Social i Educativa en l'Activitat Física i l'Esport)
Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya, Barcelona

Resumen

Al inicio de la entrevista se ruega a Pere Miró que se presente con el fin de que sea conocido por las personas que la lean. En conjunto, se trata de analizar su trabajo profesional en una organización deportiva de alcance mundial (el Comité Olímpico Internacional) que interactúa con 205 Comités Olímpicos Nacionales que tienen características muy distintas y, en ocasiones, hasta opuestas. La tarea profesional de Pere Miró representa una interacción constante entre lo local y lo global. La entrevista tiene tres partes: Diversidad cultural y movimiento olímpico; Diversidad de estructuras organizadoras; y los valores de Solidaridad Olímpica.

Palabras clave

Comité Olímpico Internacional; Organizaciones deportivas; Comités olímpicos nacionales; Valores; Diversidad cultural.

Abstract

At the beginning of the interview Pere Miró is asked to introduce himself so as to allow readers to know him. All in all, the purpose is to analyze his professional work with in a worldwide sports organization (The International Olympic Committee) which interacts with 205 National Olympic Committees of very diverse characteristics and, sometimes, even opposed. The professional task of Pere Miró consists of a constant interaction between the local and the global. The interview has three parts: Cultural diversity and the Olympic Movement, Diversity of the organizational structures, and the values of Olympic Solidarity.

Key words

International Olympic Committee; Sports organizations; National Olympic committees; Values; Cultural diversity.

Antes de empezar la entrevista pedimos a Pere Miró que se presente él mismo para que las personas que lean la entrevista lo conozcan. Lo hace de la siguiente manera:

“Yo siempre empiezo diciendo que soy manresano,* nací hace 53 años, estoy casado y tengo un hijo nacido en Suiza que tiene 11 años y medio al que le gusta mucho jugar a fútbol. En segundo lugar digo que soy licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, he sido profesor del INEFC de Barcelona, jefe de estudios

y director de este centro y posteriormente director del INEF de Catalunya hasta 1988. A continuación trabajé en los Juegos Olímpicos de Barcelona '92 y fui, primero, subdirector deportivo y, después, subdirector general de operaciones. En 1992 vinimos a Lausanne, donde estamos desde hace 17 años trabajando en el Comité Olímpico Internacional (COI). En 1997, el presidente Samaranch decidió nombrarme director de relaciones con los Comités Olímpicos y director de Solidaridad Olímpica.”

Diversidad cultural y movimiento olímpico

Pregunta (P): Tienes responsabilidades en una organización de repercusión mundial que trabaja con comités olímpicos muy diferentes con respecto a culturas deportivas, de gestión, políticas ... ¿Cómo lo hacéis para poder avanzar conjuntamente?

Respuesta (R): Probablemente, esta cuestión es uno de los aspectos más importantes en la estrategia del COI. Nos relacionamos con 205 comités olímpicos que pertenecen a 205 territorios o países diferentes.

* De Manresa, una ciudad del interior de Cataluña, cercana a Barcelona.

Este contacto implica, sobre todo, establecer puentes que fortalezcan el movimiento olímpico a través de todo aquello que nos es común, respetando lo que es diferente. El punto más importante es pensar qué es válido para todos y preservarlo. Y tenemos muchos ejemplos de ello. Quizás uno de los más claros, que es muy interesante para mí, es que la pertenencia al movimiento olímpico viene dada porque cada una de nuestras organizaciones debe tener unos estatutos que respeten los valores de la Carta Olímpica y que sean aprobados por el Comité Olímpico Internacional. Los 205 comités olímpicos nacionales tienen que respetar los valores de la Carta Olímpica aunque sus realidades sean muy diferentes, en algunos casos contradictorias, con los valores de la Carta.

Con el fin de conseguir la máxima unidad, hace tiempo decidimos no de decir a los comités: "para hacer vuestros estatutos, cogéis la carta olímpica y todo lo que dice lo tenéis que cumplir". No. Tenemos muy claro que es imposible que la Carta Olímpica sea aplicada y respetada, punto por punto, artículo por artículo, en los 205 países con culturas y situaciones diferentes. El año 2000, encabezados por la comisión jurídica del COI en la época del juez Kéba M'Baye, decidimos extraer de la carta los diez puntos que entendimos eran básicos, fundamentales, y que debían ser comunes para todos. Y partiendo de esta premisa quisimos poner al día todos los estatutos de los comités olímpicos. Entonces se les pidió que revisaran los estatutos en función de su realidad cultural pero que también debían incluir estos diez puntos. Aconsejábamos, por ejemplo, que había que respetar totalmente los principios de la WADA (World Anti-Doping Agency –Agencia Mundial Antidopaje–) y firmar y estar de acuerdo con su código antidopaje. Aquí no hay interpretación; esto es igual para India, Puerto Rico o Bahrein. En cambio, hay otras cosas que les decíamos que debían estar de acuerdo con el espíritu, los artículos, la letra, etc. Lo podían matizar según sus contextos culturales. Después lo revisábamos para estar segu-



Pere Miró en su despacho de la Villa Mon-Repos de Lausanne durante la entrevista. (Foto: Núria Puig)

ros de que lo que decían desde su país era compatible con el espíritu de la Carta Olímpica. Aunque las letras no sean iguales, lo importante es que los principios sean similares.

Otro ejemplo es el de la presencia femenina en los comités ejecutivos. No hemos dicho que sea necesario un número concreto de mujeres, pero que su presencia es imprescindible.

P.: Claro, así conseguís que la presencia femenina vaya subiendo y sin que sea obligatorio.

R.: Exacto, lo que no podemos pretender es imponer ciertas cosas que, desgraciadamente, en algunos países hoy en día sabemos que sería imposible cumplir. Hay que ir poco a poco.

P.: Y, probablemente, ir a una confrontación no da ningún resultado; en cambio, ir avanzando por etapas, sí.

R.: Exacto; eso es lo que pensamos. De hecho, en los Juegos Olímpicos de Pekín hubo un avance cuantitativo importante de países con presencia femenina y de participación femenina en general. Estamos en torno al 44% de participación de mujeres, lo cual es un avance muy importante respecto a ediciones anteriores de los JJOO. Además, es interesante ver que, dentro de este 44%, que globalmente ya

es muy bueno, hay tres o cuatro países del Golfo que han participado con presencia femenina y que nunca lo habían hecho. Hay un avance cualitativo que es importante. Nosotros proponemos unas cuotas de participación femenina, damos apoyo financiero a los países que las cumplen, pero no obligamos. Y, poco a poco, vemos que cada vez hay más países que van adquiriendo esta sensibilidad.

El rol de la mujer dentro del deporte es un reflejo del rol de la mujer dentro de la sociedad. Y entonces nuestra forma de aproximación al tema es ver cómo el deporte puede contribuir a la integración de la mujer y a la mejora de su rol social. Es un factor más; evidentemente, el deporte no es un hecho aislado, forma parte del conjunto de esta sociedad. Y está bien claro que cuando empezamos programas y establecemos cuotas hay un 80% o un 85% de comités olímpicos aproximadamente que tienen facilidad para llevarlos a cabo y aplicarlas, que aprovechan rápidamente las oportunidades, y hay otros a los que les cuesta muchísimo, y tienes que ir estirándolos.

Pasa lo mismo, por ejemplo, cuando hablamos de la utilización del deporte como herramienta de tolerancia o de paz. Hay comités que ya han trabajado mucho; en cambio, hay otros que les cuesta mucho entender qué es lo que quiere decir eso de

la utilización del deporte como herramienta de tolerancia o de paz. No tanto porque estén en contra, sino porque las circunstancias de sus países quizá no invitan a utilizarlo o no se ha visto nunca cómo hacerlo. Como consecuencia de todo ello, nuestros programas son para ofrecer orientaciones acompañadas de apoyo técnico y económico. O programas centrados en ayudas, que pueden ser técnicas o económicas.

Diversidad de estructuras organizadoras

P.: Aparte de la diversidad cultural, hay diversidad de estructuras organizadoras. A menudo dices que hay comités espectaculares –casi más grandes que el propio COI– y otros que el despacho quizás es en casa del presidente. Entonces, ¿cómo conseguís comunicaros con todos? ¿Cada organización debe tener un ritmo diferente? ¿O unas relaciones diferentes con los patrocinadores (incluso algunos no deben tener)?

R.: Para mí, eso es una parte fundamental de toda nuestra propia organización. Nuestro lema es: “encontrar las mínimas bases comunes para mantener la fuerza que nos da la diversidad”. El punto de partida es que tenemos comités muy diferentes. El Comité Olímpico norteamericano, por ejemplo, es muy grande, tiene más trabajadores y presupuesto que el COI y gestiona instalaciones deportivas. En los Estados Unidos de América no hay un ministerio de deportes; el gobierno siempre ha hablado de que el deporte es un tema que la propia sociedad debe organizar. Entonces, el Comité Olímpico es el responsable de la estructuración del deporte en el país.

Por otra parte, también hay países con un comité olímpico –que se llama igual y que también tiene un voto en la asamblea de comités olímpicos– que se compone del presidente más el secretario general y ya, como gran lujo, una persona en secretaría, que es la que mantiene la oficina,

que normalmente no existe (es la casa del presidente), y un ordenador. Sin embargo, yo pienso que hoy en día este ejemplo que ponemos de la sede en casa del presidente prácticamente no existe; eso me gustaba mucho decirlo antes como ejemplo, como caso extremo, pero ahora casi me atrevería a asegurar que no existe.

En los últimos tres cuatrienios, desde Solidaridad Olímpica hemos hecho un gran esfuerzo para reforzar la estructura mínima necesaria para que todos los comités lleguen al mínimo deseable. ¿Qué debe tener un comité olímpico como mínimo para que nos garantice que es nuestro embajador en un determinado país? Que realmente sea capaz de captar nuestros mensajes, orientaciones, programas y utilizarlos mínimamente para desarrollar estos valores comunes para todos. Para que ello sea posible, es necesaria una estructura mínima. De lo contrario, no podemos hacer nada. En los últimos doce años nos hemos preocupado de que realmente haya esta mínima estructura. Que todos los comités olímpicos deben tener como mínimo una oficina, por pequeña que sea. A la gran mayoría le hemos ayudado a tener un pequeño local en propiedad o una pequeña sede. A tener dos o tres personas fijas, tener unos mínimos aparatos y tecnología (ordenadores, Internet, etc.) que les permitan estar en contacto con la sociedad moderna. En definitiva: material, oficina, recursos humanos, presupuesto ... Sólo así pueden desarrollar en el ámbito local acciones que son generadas globalmente.

Además, sólo si tienen una mínima estructura pueden mantener relaciones provechosas con los medios de comunicación, con los estamentos del gobierno, con la sociedad civil, con los propios atletas, clubes, federaciones... En el pasado se han dado muchos casos de que cada uno iba por su cuenta y no servía de nada. Los comités olímpicos nacionales deben tener como mínimo una red alrededor que les permita incidir en esta sociedad de una manera u

otra. Aunque hablamos mucho de la autonomía del movimiento olímpico –y es cierto que la queremos y la defendemos– también tenemos claro que el deporte, los principios y los valores que defendemos a través del deporte, difícilmente se pueden desarrollar si no hay una buena armonía con los gobiernos. Hasta dónde se puede llegar y cómo lo ha de desarrollar cada uno en su país, en su ámbito. También las relaciones con los medios de comunicación, las empresas patrocinadoras, etc. son muy diferentes.

P.: A veces, en los cursos que hacemos para vosotros, algunos alumnos nos comentan que en su país no hay patrocinadores.

R.: Es cierto. Pero también puede suceder que, simplemente, el comité olímpico no tiene ni idea de cómo atraer a los patrocinadores. Por eso son tan importantes los programas de formación, como el MEMOS (Master Executif pour le Management des Organisations Sportives) o el MOSO (Management of Olympic Sport Organisations).¹

P.: Hablemos ahora sobre las diferencias en cuanto a percepción del tiempo, que tanto afectan a la gestión de las organizaciones. ¿Cómo conseguís ir todos a la vez y marcar unos ritmos determinados?

R.: Es cierto que cada parte del mundo tiene una percepción diferente del tiempo, completamente diferente. Sin embargo, esto sólo nos comporta graves problemas cuando hay grandes proyectos comunes. Entonces sí que todo el mundo ha de ir al mismo tiempo, y esto se ve bien claro en la organización de los Juegos Olímpicos. Estos 205 comités tienen que cumplir unos plazos iguales para todo el mundo para hacer cuatro cosas: inscribirse, los nombres de los atletas, las pruebas, las reservas de las habitaciones, pagar..., son aspectos administrativos que hacen directamente los comités olímpicos con los comités de organización. Los comités de organización tienen otra cultura y el CIO está en medio.

¹ Para información sobre estos programas véase: http://www.olympic.org/uk/organisation/commissions/solidarity/index_uk.asp.

Afortunadamente, de estos casos extremos en que todo el mundo tiene que ir al mismo ritmo, no tenemos demasiados. Cuando nos acercamos a las realidades locales somos nosotros quienes tenemos que adaptarnos un poco y quienes hemos de tener paciencia o flexibilidad. Yo diría que se ha de tener paciencia en algunos casos y flexibilidad en otros para comprender que realmente las cosas funcionan diferente: el tiempo, el ritmo, la cadencia, todo. Pero lo importante es que llegaremos, tarde o temprano, pero llegaremos. Aquí llegaremos con la mitad de tiempo y allí con más, pero llegaremos. Un ejemplo de lo que estoy diciendo, que es muy divertido: la participación en una asamblea general del continente A. La asamblea empieza a la hora que marca la convocatoria, hay 10 puntos en el orden del día que se han enviado dos meses antes y la asamblea se acaba a la hora que está previsto y se llega al final. En cambio, en el continente B, la asamblea puede empezar o no a la hora que se ha acordado, puede ser que haya comida o no, pero la gente lo acepta y es capaz de continuar discutiendo hasta que sea necesario, pero se acaba habiendo discutido todo lo que hacía falta. Y la gente puede pasarse todo el tiempo en la sala sin comida y ya está. Y va entrando y saliendo y cambiando. Todo esto, en la asamblea del continente A, sería una falta de respeto increíble. En cambio, en la del B puedes entrar y salir de la sala, se empieza más tarde porque quien viene a inaugurarla todavía tiene que llegar y, cuando venga, ya empezaremos, etc.

P.: Al final el resultado es idéntico en los dos casos, pero el procedimiento es diferente.

R.: Yo he visto que las cosas pueden funcionar de las dos maneras. Y entonces tú, con tu mentalidad, en mi caso europea, de la Cataluña profunda y casado con una media alemana como es mi mujer, pues... ¡yo que me consideraba flexible, pues me di cuenta que lo era mucho menos de lo que pensaba y me ha costado aprender, eh! Y ahora pienso que me lo tomo bas-

tante bien, pienso que lo he logrado, no sólo racionalizar, sino asumir bien, convencido. Quiero decir que ya no me hace falta racionalizar cada vez que me enfrento con una situación de éstas y racionalizar "no mira, es que, escucha, es una cultura diferente, tienes que tener paciencia, tienes que hacer eso..." . Ahora ya no me hace falta pensar en todo eso, ahora ya es natural. Y eso pienso que enriquece mucho, estoy contento en este aspecto. Me he vuelto mucho menos impaciente con el tiempo.

Los valores de Solidaridad Olímpica

P.: En muchos de los documentos de Solidaridad Olímpica hay escritas unas palabras que siempre explicáis que son los valores que rigen vuestra forma de hacer y desarrollar los programas: atención y respeto, calidad, integridad y flexibilidad. ¿Cómo surgieron estos valores? ¿Qué significan para vosotros?

R.: Los valores lo son todo. Son nuestra guía de comportamiento. Nosotros, desde Solidaridad Olímpica y la dirección de relaciones con los comités olímpicos nacionales, somos los responsables de trabajar de forma muy directa con estos 205 comités. Como equipo que somos decidimos que dentro del conjunto del COI teníamos que

buscar nuestra especificidad con el fin de llevar a cabo nuestra misión, y decidimos que, de todos los valores del COI, que podemos ver en la carta olímpica, teníamos que escoger los que son básicos para nosotros, para poder trabajar cada día con estos 205 comités.

Tuvimos la gran suerte de contar con un experto que ha trabajado varias veces con nosotros y que entiende muy bien esta problemática y nos encerramos dos días todo el equipo (en aquel momento éramos quince o dieciséis personas). Primero seleccionamos los valores que nos identificaban más y entonces alguien dijo: "mira estos valores los tendríamos que plasmar con algo, con un objeto que nos lo recuerde siempre". Y así surgió el cubo, que en seguida gustó mucho a todos. Y además decidimos que el valor material no era lo importante, sino que lo importante del cubo venía dado por la escasez: que no tenía que haber muchos, y sólo hicimos uno por cada oficina de Solidaridad, seis en total.

Así pues, de este cubo sólo existe, legalmente quiero decir (no sé si alguien nos lo ha copiado), una copia en cada una de nuestras oficinas: uno en Kuwait, uno en Fiji, uno en México, uno en Roma, uno en Nigeria y uno en mi despacho. También hay uno en la oficina del presidente del COI. Y me gusta mucho que esté allí.



Pere Miró mostrando el cubo en el que se plasman los valores de Solidaridad Olímpica (Foto: Núria Puig)