

Deporte para la diplomacia pública: hacia una visión compleja

Emilio Fernández Peña | Institut de Recerca de l'Esport de la Universitat Autònoma de Barcelona

Tema

El deporte cuenta con una extraordinaria potencialidad como herramienta de diplomacia pública.

Resumen

El deporte adquiere un protagonismo que va mucho más allá de su territorio originario y cuenta con una extraordinaria potencialidad como [herramienta de diplomacia pública](#). La política exterior española tiene en el deporte una valiosa herramienta de proyección. Ha de mirar al deporte con una perspectiva poliédrica, compleja e interconectada, que contemple a los actores deportivos españoles con proyección global (clubes, ligas, deportistas y patrocinadores) como sólidos pilares de un objetivo común.

Análisis

El fenómeno deportivo cuenta con un protagonismo apabullante en las sociedades actuales: por su presencia social como práctica; por su vertiente de espectáculo que domina los medios tradicionales y los nuevos; y por su capacidad de influencia a escala nacional e internacional, traspasando su ámbito natural. Sus dimensiones económicas, de salud, educativas, legales, comunicacionales o como herramienta diplomática convierten al deporte en un territorio síntesis de las pulsiones de las sociedades actuales. Podría decirse que el deporte es un microcosmos del macrocosmos de la sociedad en general, y no pocas veces se ha constituido en avanzadilla de tendencias futuras en aspectos como el tecnológico y el científico.

Según Peter Sloterdijk¹, la cultura de los medios ha erosionado, quizá sin remedio, el tradicional concepto de cultura, de la cultura humanística de los clásicos. Esta vieja cultura transmitida a través de la escuela se basaba en el estudio de aquello que marcaba el canon o modelo en las diferentes disciplinas, sobre todo las humanísticas, y que era compartido por millones de personas gracias a la generalización de la educación obligatoria. Supuestamente, esa transmisión del canon humanístico nos haría mejores, pero, según el autor alemán, la realidad es que no sirvió en el siglo XX para evitar dos guerras mundiales ni los desastres humanos derivados de las ideologías autoritarias.

¹ Sloterdijk, Peter (2012), *Has de cambiar tu vida*, Pre-Textos, Madrid.

En este sentido, el deporte ofrece ese papel integrador que antaño proporcionaban los cánones humanísticos en la cultura occidental. Con su mezcla de energías positivas y su capacidad de suscitar la simpatía global, puede convertirse en el sustituto social del humanismo como elemento cohesionador y promotor de paz. Para Sloterdijk, el significado del deporte en las sociedades actuales va más allá. La práctica deportiva y el deporte representan la pulsión del orgullo, de la reivindicación personal. Y, además, es mucho más que simple actividad física, se convierte en un elemento que se transfiere a nuestra vida diaria. Un nuevo espíritu de autosuperación ha impregnado nuestra sociedad. Existe una ética del esfuerzo que permite a los seres humanos mirar siempre hacia arriba, mejorar, superarse. En este sentido, el hombre se mueve por dos tipos de impulsos o instintos: los impulsos tímóticos (del griego *Thymós*, que significa coraje) y los eróticos (búsqueda del placer y el amor). El impulso tímótico se refiere al orgullo, al coraje, a la exigencia de justicias y al sentimiento de dignidad. Este impulso se encuentra mejor que en ningún otro entorno en la superación personal que conlleva el deporte. La combinación de los impulsos eróticos y tímóticos explican la condición humana en su complejidad.

La mediación del deporte: el papel de los medios

Los medios son espejos y constructores de la realidad social y actúan en una simbiosis perfecta con el deporte desde los inicios de la sociedad de masas. De hecho, el deporte es un medio de comunicación en el sentido de facilitador de la comunicación entre personas e instituciones, lo que lo convierte en una importante herramienta diplomática, como veremos. Ya Pierre de Coubertin, impulsor de los Juegos Olímpicos modernos, observó a finales del siglo XIX el extraordinario papel que los medios tendrían en su proyecto de impulsar la práctica deportiva en una visión compleja, que iba más allá del mero ejercicio físico, y que conllevaba vertientes educativas, de convivencia y de relaciones internacionales y se conectaba con la tradición humanística griega a través de un discurso de paz y la simbología olímpica.

El deporte es garantía de éxito de cara a las audiencias televisivas. Asegura emoción a través de las ricas y plásticas imágenes del esfuerzo, el sufrimiento y la superación. Por otra parte, la incertidumbre del resultado final en la competición deportiva también contribuye al amplio seguimiento de un producto televisivo que rompe con la idea de guion, de que todo está preparado. En la vieja televisión hoy triunfa lo espontáneo y los resultados no controlados.

Es por ello que, en su vertiente de espectáculo, el deporte se constituye en un contenido básico de los medios, que garantizan audiencias o subscripciones a los operadores de medios de comunicación. Como consecuencia de esto y de la competencia entre operadores, el coste de los derechos audiovisuales se ha incrementado de forma exponencial en los últimos 25 años. Es el caso de los Juegos Olímpicos y los derechos audiovisuales del fútbol en las grandes ligas europeas.

Esta dependencia de los ingresos audiovisuales, y otros conectados con la comunicación como el *merchandising* y el patrocinio, marca la estructura de ingresos de los clubes deportivos y de las grandes organizaciones deportivas. Los clubes globales se parecen en su estructura de ingresos cada vez más a empresas de entretenimiento.

Sin embargo, una vez que controlan el corazón de los aficionados, que dominan el territorio de las emociones, buscan abrirse a lo racional. Son ya varios los clubes que han creado plataformas de generación de conocimiento, transferencia y formación en colaboración con universidades y centros de investigación. Es el caso del Barça Innovation Hub Universitat del FC Barcelona o del Mareo Lab del Sporting de Gijón, entre otros.

El Olimpismo y el nacimiento del deporte global

La internacionalización del deporte se inaugura a finales del siglo XIX con la creación de los Juegos Olímpicos modernos a partir del Congreso de la Sorbona de París en junio de 1894 y la celebración de los primeros Juegos Olímpicos en Atenas, casi dos años después, en abril de 1896. Su punto culminante fue el 10 de abril de 1896, con la celebración de la primera maratón de la historia. El campeón fue un pastor griego de 23 años llamado Spyridon Louis. Tardó 2 horas, 58 minutos y 50 segundos en recorrer la distancia entre Maratón y el estadio Panathinaikó de Atenas, construido cuando Atenas era una provincia romana y que se restauró con motivo de los primeros Juegos Olímpicos modernos. El pastor de la región de Ática, Spyridon Louis, entra en ese estadio ante el entusiasmo de los 70.000 compatriotas que lo abarrotaban, junto a dos príncipes griegos que lo acompañan en los últimos metros hasta la meta y, seguidamente, lo cogen en brazos para llevarlo ante el Rey de Grecia. Sloterdijk² recrea especialmente ese momento clave en la historia. Durante la entrada de Spyridon Louis en el estadio, comenta lo siguiente:

“Era como si una nueva clase de energía hubiera sido descubierta, una forma de electricidad sin la que uno ya no podría representarse el *way of life* de la era que se iniciaba. Lo que ocurrió aquella tarde radiante, hacia las cinco, tenemos que clasificarlo como una nueva epifanía. Se presentaba ante el público moderno, una categoría hasta entonces desconocida, de dioses del momento [...] dioses en los que no se cree, sino que se experimentan. En esa hora se abría un nuevo capítulo en la historia del entusiasmo”.

Los Juegos Olímpicos modernos nacen de la pasión de su fundador Pierre de Coubertin por el humanismo, por la cultura clásica y por la educación integral de los jóvenes. Los elementos pseudorreligiosos creados en torno a los Juegos, los símbolos y los ritos, tan cargados de significado, de tanta plasticidad y telegenia, son mucho más que puros elementos estéticos. Entre la parte institucional de los Juegos, que apela constantemente a lo ritual y simbólico, y el nuevo mundo de las marcas, del patrocinio y de los logos existen más concomitancias de las que parecen. Quizá en esa cercanía, no siempre tan obvia, es donde reside una de las claves del éxito comercial de los Juegos Olímpicos, basado en estos elementos que interactúan y se conectan para dotar de más valor y potencial a cada uno de ellos: los medios audiovisuales, los símbolos, los ritos y las marcas. Toda marca moderna, con su representación a través de logos y símbolos, esconde algo de pseudorreligioso y ritual. Pierre de Coubertin entendió rápidamente el papel fundamental de los medios de masas en las sociedades industriales. Quizá, una de sus grandes intuiciones haya sido crear elementos sintéticos de identificación como

² Ídem, (p. 124).

los anillos olímpicos, que resumen de súbito la intensidad de la institución de los Juegos y evocan sus significados. Probablemente, existe un mecanismo psicológico común que une a marcas, ritos y símbolos, pues todos ellos remiten a algo, evocan alguna cosa que no está presente. Así, marcas de patrocinadores, símbolos y ritos olímpicos se encuentran en un territorio común que beneficia a ambos. Esto explica por qué cualquier iniciativa de *marketing* para generar ingresos por parte del Comité Olímpico Internacional debería pensar siempre en el sustento cultural, educativo y simbólico que ofrece a los Juegos Olímpicos su valor añadido. Constituyen una de las bases de su éxito comercial, a la que se une su expansión mundial a través de las televisiones que financian los Juegos.

La diplomacia deportiva

El deporte juega un papel central como herramienta de entendimiento y como plataforma facilitadora de la comunicación entre individuos, organizaciones o Estados, desde los orígenes de su teorización en las sociedades industriales de finales del siglo XIX. En este sentido, pese a su complejidad como fenómeno, el deporte encierra un elemento emocional y es gran promotor de entusiasmos, lo que, bien encauzado, permite que sea utilizado para tender puentes de comunicación, para el entendimiento.

La política no es el único instrumento de poder en las sociedades actuales, sino que han surgido nuevos actores con una capacidad de mando en ocasiones mayor que los propios Estados³. Uno de ellos sin duda ninguna son las organizaciones deportivas globales, los clubes de fútbol y, en general, los grandes protagonistas del deporte internacional. Consideramos aquí al deporte un poder blando, con gran capacidad de ejercer influencia y de promover los intereses de un Estado ante terceros, siguiendo la definición clásica de diplomacia.

En la llamada *diplomacia deportiva* se conjugan factores de diferente índole. En ella el papel de los viejos y nuevos medios resulta vital. La diplomacia deportiva es un campo de convergencia entre las relaciones internacionales y, específicamente, la diplomacia tradicional, la comunicación y la creación de la imagen, o la difusión cultural y económica.

En la actualidad, los éxitos de los deportistas y los equipos españoles proyectan una incuestionable imagen positiva de nuestro país a escala internacional. La modernización del deporte en España comienza con la preparación de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 y se extiende hasta nuestros días. El deporte tiene la capacidad de despertar simpatías y admiraciones y abrir puertas en ámbitos distintos a los de su territorio. Así, el palco en la ceremonia de apertura de los Juegos Olímpicos construye un complejo de significados que entroncan con la diplomacia tradicional, mostrando que estos acontecimientos despliegan un valor añadido, son mucho más que mero deporte. En estas ceremonias las presencias, pero también las ausencias, en ocasiones explican no poco sobre cuestiones geoestratégicas. Del mismo modo, los grandes actores del deporte español son destacados protagonistas en las televisiones globales y líderes en

³ Naím, Moisés (2013), *El fin del poder*, Penguin Random House, Madrid.

(cont.)

los medios sociales, desplegando lo que Manfredi⁴ llama diplomacia digital. Así, el FC Barcelona y el Real Madrid cuentan con más de 140 millones de seguidores en Facebook y Twitter. Son de este modo, grandes constructores de significado y proyección de la imagen de su institución, pero también, por extensión, del país al que pertenecen.

En el territorio de la política, la UE introdujo el concepto de diplomacia deportiva en 1986, aunque en la actualidad adquiere el sentido de cooperación con terceros países, principalmente aquellos que están interesados en formar parte de la Unión. Aquí se entiende la diplomacia deportiva como herramienta para promover los valores de la UE a través de proyectos deportivos inclusivos.

Sin embargo, los orígenes de la diplomacia deportiva se pueden rastrear en la llamada tregua Olímpica o *Ekecheiria* de los Juegos de la antigüedad, instaurada en el siglo IX antes de Cristo, que suponía el fin de todas las hostilidades en el territorio griego un mes antes del inicio de los Juegos. La tregua se extendió a tres meses antes de los Juegos en el siglo V antes de Cristo. Siguiendo mecanismos parecidos a los de su promotor Pierre de Coubertin, el Comité Olímpico Internacional instó a todos a observar la tregua Olímpica el 21 de julio de 1992 a raíz de la guerra en la antigua Yugoslavia de cara a los Juegos de Barcelona. En esos mismos Juegos se observa la puesta en práctica de instrumentos de diplomacia olímpica con el regreso de Sudáfrica a unos Juegos Olímpicos después de casi cuatro décadas. Más recientemente, el mundo olímpico ha conseguido que las dos Coreas participaran conjuntamente bajo la bandera unificada en los *Juegos de Pyeongchang*. Ambos Estados han firmado un acuerdo para presentar una candidatura conjunta a los Juegos de 2032, en una muestra de que el deporte puede constituirse en cauce de distensión y abrir las puertas a una reunificación.

Entre los presidentes del COI que pusieron en práctica con gran visión los valores diplomáticos del deporte, Juan Antonio Samaranch ocupa un lugar destacado. Durante su largo mandato de más de 20 años, Samaranch desplegó en multitud de ocasiones las capacidades diplomáticas del deporte e hizo renacer el valor de la tregua olímpica, tal y como se ha comentado. El propio presidente español del COI comenta en sus memorias la estrecha interrelación entre deporte y diplomacia y como coadyuva a su nombramiento como presidente del COI:

“El llegar a la capital moscovita como vicepresidente del COI podía ser de gran utilidad para mi función diplomática al frente de la embajada y tender muchos puentes al servicio de los intereses españoles, tal y como sucedió. Y residir permanentemente en la ciudad que debía organizar los próximos Juegos, conocer el país y su cultura, establecer contactos con las autoridades de una superpotencia, con los directivos del comité organizador, me situaba en una atalaya excepcional para observar el futuro. Muchos miembros del COI visitaban

⁴ Manfredi, Juan Luis (2014), “El desafío de la diplomacia digital”, ARI nº 15/2014, Real Instituto Elcano, Madrid.
http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari15-2014-manfredi-desafio-diplomacia-digital

(cont.)

Moscú, y yo tuve la facilidad de desplazarme tantas veces como creí necesario para mantener relación con ellos y estrechar el contacto personal. Gracias a estas relaciones me di cuenta de que contaba con suficientes apoyos y que tenía serias posibilidades de resultar elegido⁵.

Conclusión

Una visión compleja del deporte

Tal y como hemos señalado, el mundo del deporte, de lo local a lo global, se constituye en una síntesis, es un microcosmos del macrocosmos de las sociedades actuales. Se convierte así en una atalaya desde la que mirar al presente para tratar de proyectarse exitosamente en el futuro. La perspectiva académico-científica que aquí presentamos con respecto al estudio del deporte es compleja. Intenta aunar dos mundos que se separaron con la revolución científica: el mundo de las ciencias puras, de lo biológico, lo mecanicista y el de las humanidades y las ciencias sociales. O, como diría Morin⁶, el de los hechos biofísicos y el de los antropológico-sociales y culturales. Esta visión holística, que intenta aprehender la totalidad, observa el deporte como una realidad compleja. Lo contrario sería según Morin “la inteligencia ciega (que) destruye los conjuntos y las totalidades, aísla todos los objetos de sus ambientes. No puede concebir el lazo inseparable entre el observador y la cosa observada. Las realidades clave son desintegradas. Pasan entre los hiatos que separan a las disciplinas”.

En el germen teórico sobre el deporte moderno de Pierre de Coubertin ya está esa visión que trasciende su ámbito originario, el de la preparación física, para vincularse rápidamente con la educación y proyectarse más adelante en otros ámbitos, directos y obvios o ya no tan cercanos, como por ejemplo cuando se utiliza al deporte como herramienta de cohesión y desarrollo social.

Desde este enfoque sistémico que persigue la comprensión compleja no hablamos de ciencia del deporte, sino de ciencias aplicadas al deporte. El hecho biológico o físico, de mejora del rendimiento, es clave en el deporte, pero en él colaboran preparadores físicos, médicos y psicólogos de forma clara y otros aparentemente no tan obvios como los comunicadores. En las vertientes comunicativas del deporte convergen las relaciones internacionales, la diplomacia, la economía, el derecho o la educación, tratando de ofrecer una mirada más rica y compleja:

“Comprender algo de un asola manera da como resultado un conocimiento frágil. Marvin Minsky ha dicho que es necesario comprender al menos en dos sentidos diferentes para entenderlo realmente. Cada modo de pensar acerca de algo fortalece y profundiza cada uno de los otros modos de pensarlo. Comprender algo en varios sentidos distintos produce una comprensión global, más rica y de diferente naturaleza que cualquier forma única de comprensión⁷”.

⁵ Samaranch, Juan Antonio (2002), *Memorias olímpicas* (pp. 51-52)., Planeta, Barcelona.

⁶ Morin, Edgar (2011), *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, Barcelona.

⁷ Johnson, Steven, (2003), *Sistemas emergentes* (p. 212) Turner Fondo de Cultura Económica, Madrid.

Tal y como hemos visto, el deporte adquiere un protagonismo que va mucho más allá de su territorio originario y cuenta con una extraordinaria potencialidad como herramienta de diplomacia pública. La política exterior española tiene en el deporte una valiosa herramienta de proyección. Ha de mirar al deporte con una perspectiva poliédrica, compleja e interconectada, que contemple a los actores deportivos españoles con proyección global (clubes, ligas, deportistas y patrocinadores) como sólidos pilares de un objetivo común.