

Prólogo

Sobre juego, deporte y comunicación

En esa obra esencial de la cultura europea que es *Homo ludens*, del holandés Johan Huizinga, se define el juego como «una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene un fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de *ser de otro modo* que en la vida corriente». Tal definición lleva en su núcleo el convencimiento de que la cultura humana «brota del juego —como juego— y en él se desarrolla».

Huizinga lleva la dimensión lúdica propia de lo humano más allá de lo puramente biológico o «natural» (que sin duda encontramos en el reino animal) para enraizarla en la *libertad* y en la *conciencia* que nos caracterizan. El juego, pues —y hablamos de cualquier juego— desarrolla la dimensión activa de lo humano, libremente (lo lúdico se ve forzado y se desvanece en el marco de la *obligación* y de la imposición coactiva), en las coordenadas espacio-temporales y de conciencia que nos constituyen, en el interior de unos límites o marco normativo voluntariamente aceptado, que suspende la proyección teleológica (finalista y funcional) del *homo faber*, estableciéndose como fin en sí mismo. Pero, sobre todo, lo que ahora nos interesa es que la dimensión lúdica activa un sentimiento tensivo y a la vez alegre, *eufórico* (esto es, que nos lleva positivamente hacia algo). En ese desplazamiento,

se activa esa conciencia de *ser de otro modo* que en la vida corriente. Si se repara en tan precisas y sagaces puntualizaciones, no nos puede extrañar que la palabra *deporte* entroke con el verbo *deportar* y, en última instancia, con un portar o portarnos a un espacio y un tiempo distintos, diferentes de los que caracterizan nuestro cotidiano *emplazamiento*.

El ser humano es un ser emplazado, que habita material y simbólicamente un espacio-tiempo, un *plexo*, desde su conciencia, que se constituye en la red dinámica de relaciones que nos hacen ser lo que somos. Pero también necesitamos, de cuando en cuando, una fuga, una suerte de huida de ese pliegue en el que existimos y en el que percibimos la insostenible gravedad (que no levedad) del ser. El *deporte* activa una deportación que no es impuesta, sino voluntaria: por ello *deportarse*, documentado en nuestra lengua desde 1200 aproximadamente, significa «divertirse, descansar». Aprovecho, por cierto, para recordar también la acepción espacial y de movimiento que supone la palabra «diversión». *Depuerto*, como «solaz, entretenimiento», aparece desde Berceo, y *deporte* es palabra documentada en Fonseca desde 1596, aunque el *Diccionario crítico—etimológico castellano e hispánico* de Corominas—Pascual advierte que en la acepción «actividad, comúnmente al aire libre, con objeto de hacer ejercicio físico» es calco moderno del inglés *sport* y falta todavía en la edición del *Diccionario de la Academia Española* de 1884, en el que tampoco encontramos las entradas *deportista*, *deportismo*, *deportivo*.

Afortunadamente, en estos años iniciales del tercer milenio, existe una abundante bibliografía sobre la naturaleza, las implicaciones antropológicas, psicológicas y sociales del deporte, convertido ya en objeto de formación universitaria, que es decir el grado más alto que esta sociedad encomienda a la institución encargada de sistematizar, transmitir y replantear cualquier tipo de conocimiento en el ámbito humano. Y no podía ser de otro modo. Pocas realidades sociales hay que tengan tan profunda capacidad de *implicación*, de arrastre, de atracción para el hombre y la mujer de nuestros días

como el deporte. Hecho ya no sólo físico, cultural y social, sino incluso económico y político, el deporte se ha convertido en estos años iniciales de la mayor crisis de identidad conocida en toda la historia de la humanidad en un elemento de definición, de construcciones identitarias, de elaboración de sentido y de conciencia.

Sin embargo, es preciso señalar que el deporte, como fenómeno de masas, ya no pertenece al ámbito de la acción, sino de la contemplación, del espectáculo y de lo espectacular. Parece como si, en su deriva y su tendencia a la inversión de aquello en que consiste (algo que desde Jung, con inspiración heraclitiana llamamos principio de *enantiodromía*), el deporte se hubiera transformado en lo contrario de aquello en que consiste. Ya no estamos ante el ideal de la *paideia* griega latinizado en el *mens sana in corpore sano*, sino incluso en límites que apuntan a graves patologías de la mente, tanto en el ámbito individual como en el colectivo.

¿Cómo ha llegado el deporte, la actividad deportiva transformada en *espectáculo deportivo* gracias a los medios de comunicación de masas, a ser casi lo contrario de lo que era inicialmente? ¿Cómo puede haber rebasado el ámbito de la *presencia* hasta convertirse en pura *re-presentación* (también en el sentido shopenhaueriano)? ¿Cómo el principio de *alteridad*, que nos traslada (nos deporta, nos porta libre y voluntariamente) a un ámbito que nos saca de la rutina finalista y cotidiana, se ha llegado a convertir en principio de *alteración* e incluso de *alienación*?

Para algunos, también llevados por una lógica unilateral al extremo de su visión, el deporte —y, muy especialmente el fútbol en nuestro entorno cultural— cumpliría la función que en el imperio romano tenía el circo, ofreciendo *panem et circenses* a un público (convertido en «plebe») en el que su *humanitas* ha quedado reducida a la pura supervivencia material y biológica (*panem*) y para el que la *búsqueda de sentido* constitutiva de lo humano queda saciada en el espectáculo (*circenses*).

Sin duda hay mucho de cierto en lo anterior. Pero que una

realidad como el deporte sea llevada a su extremo y su inversión no cuestiona su propia esencia. El deporte, como una variedad privilegiada de lo *lúdico* humano tiene una importancia antropológica (tanto material, física, como simbólica) de primer orden. Decía Hölderlin que «allí donde está el peligro crece lo que nos salva». Y, en efecto, en la espectacularización de lo deportivo, en su transformación de ser una realidad activa que nos tensa y nos convierte en sujetos, a una realidad pasiva en la que somos meros espectadores y *fanáticos* de los procesos identitarios y de construcción del sentido, se encuentran algunas claves esenciales del momento presente.

Los medios de comunicación de masas han sido a la vez la tecnología y la mediación que han construido una *sociedad de masas* y una *cultura de masas*. Pero el concepto de *masa*, como muy acertadamente indicara Ortega y Gasset, supone una negación de la individualidad constitutiva de lo humano como algo singular e irrepetible. También supone una negación de la sociabilidad inscrita en las raíces o estructuras antropológicas de lo imaginario humano.

El deporte activa una dimensión básica de la *humanitas*: la actividad (que no pasividad) física que modela y modula nuestro cuerpo, estableciendo un horizonte saludable de nuestro radical biológico y material. En esa interacción del sistema cuerpo-mente, el deporte se convierte en una exigencia del vivir saludable, de la posibilidad de tener una mente sana en un cuerpo sano. Pero el deporte ha activado una de las dimensiones más conflictivas de nuestra existencia: el *agon*, la lucha, el conflicto, la confrontación, la voluntad de prevalencia, de vencer, de dominar, de controlar aquello que se confronta con nosotros. Lo cierto es que, incluso en este extremo distorsivo de lo humano, reducido al imaginario androcéntrico (machista) de la confrontación, el dominio, la prevalencia, el control, la dimensión agónica de la existencia cumpliría su propia función y su cometido. Siempre que se dinamizara con sus categorías complementarias (la coopera-

ción, la *sinergia*, el desarrollo de una *voluntad* no impositiva...).

Sin embargo, tal como se nos ofrece en la actualidad, una buena parte de las actividades (y sus consiguientes *pasividades* y contemplaciones identificatorias) deportivas se nos presentan con otro signo: el de la pura confrontación y la voluntad de victoria y prevalencia, el del dominio y la revancha eliminadora del contrario, el de la construcción de un recinto del nosotros (un *fanum*) que nos hace fanáticos e impulsores de *identidades asesinas* (sea en lo simbólico y a veces, desgraciadamente, también en lo físico y material).

El ámbito de reflexión sobre el deporte se convierte, en la actualidad, en una verdadera atalaya privilegiada para comprobar, en la inevitable mezcolanza del trigo y la cizaña, de las luces y las sombras, de lo positivo y de lo negativo, *las raíces mismas de lo humano* y ciertas derivas patológicas en la *búsqueda del sentido* que siempre está detrás de estas excesivas identidades (nacionales, locales, raciales, sexuales, etc.) de lo deportivo.

El volumen que el lector tiene entre las manos supone una aportación singular a la reflexión sobre esas relaciones complejas (tan distintas y distantes de los simplismos que muchos buscan) entre deporte y comunicación. La premisa que preside estas reflexiones dispares, diversas y de distinto alcance teórico, práctico y crítico, es que el deporte, con su fuerza dinámica, contrapositiva, articuladora de identidades, fascinante... ha transformado la comunicación social, del mismo modo que las técnicas, medios y cauces comunicativos de la actualidad han transformado la práctica deportiva. Pero, sobre todo, la han convertido en un espectáculo de imponderables magnitudes económicas, sociales, culturales e incluso políticas.

¿Por qué ha llegado tan lejos la importancia del deporte para una parte importante del colectivo humano del planeta? Digámoslo de manera directa y sencilla: porque se ha trasladado a este ámbito de la acción, la contemplación y la experiencia humana una buena parte del caudal antropológico

de lo *sagrado*. ¿Nos suena a una consideración maximalista y excesiva? Tal vez no si recordamos que lo que se busca (y se provoca) en los medios de comunicación es *fascinación* y *entusiasmo*. Y no olvidemos que Rudolph Otto definía lo sagrado como *numen tremendum et fascinans*, aquello numinoso y luminoso que nos hace temblar y provoca fascinación. Y recordemos, oportunamente, que la palabra *entusiasmo* viene originariamente del griego *en theos asm*, que quiere decir «el soplo de Dios dentro de nosotros». Tomado en un sentido religioso y filosófico, el entusiasmo es una fuerza que llena de energía al que lo experimenta, es el soplo o la presencia de la divinidad en nosotros, el endiosamiento; desde Sócrates, ese raptó o «locura divina» que nos impulsa a ser creadores.

Hoy, sin embargo, esa creatividad que nos hace entusiasmarnos (como sucedáneo de otras búsquedas más radicales de sentido) se encuentra tanto en la actividad deportiva, en esa voluntad constante de superación tridimensional (*citius, altius, fortius*: más rápido, más alto, más fuerte), como en la compulsión mediática que nos lleva a ser espectadores y copartícipes del *espectáculo deportivo*.

Domingo García-Sabell, en el prólogo a la edición de Alianza de *Homo ludens* recuerda la dimensión *agonal* (el adjetivo acuñado por Burckhardt), es decir, de lucha, presente en los deportes y especialmente en el fútbol, como prototipo de los *juegos antitéticos*: «En esta especie de nueva, novísima competición se supone que el estado de ánimo de los jugadores debe ser, y así lo señala nuestro historiador, el arrebato y el entusiasmo. Pero me parece que hoy en día esas exuberancias psicológicas están protagonizadas por el público. *Los espectadores se han transformado en actores*. Su parcialidad, su intransigencia, sus malos modos, e incluso sus físicas violencias ostentan, a mi modo de ver, una cierta característica que no se da en los actores del *agon* puro». En efecto, mientras éstos superan su furor competitivo pasadas unas horas, «los 'fans' persisten en su actitud agresiva, en su fanatismo y en su cerrazón pasional. Secuela: lo que estaba estatuido como

una evasión lúdica de lo cotidiano pasó a transformarse en motivo continuo de estrechez colectiva». Sin duda: la radicalización y la inversión de lo deportivo según el principio de *enantiodromía*, por el que una realidad se transforma en su contraria, presiden en la actualidad una buena parte del ejercicio y de la transformación espectacular de lo deportivo, a través de los medios de comunicación de masas, muy especialmente la televisión (pero ya también el cine, el cómic, internet, los videojuegos, etc.). En el citado prólogo afirma García-Sabell: «Contemplado el fenómeno desde un punto de vista sociológico, ello equivale a un cambio, a una destrucción de lo lúdico a favor de impulsos instintivos no controlados. Pero estas esterilizadoras pulsiones son, a su vez, el negativo resultado de muchos factores. Uno de ellos, y quizá el esencial, sea el de los medios de comunicación de toda índole con sus capacidades para trastornar el ánimo de la gente ingenua».

Nos encontramos, pues, en un terreno especialmente sensible, que no debe ser juzgado desde el desprecio pseudoelitista por el deporte (que niega así en él algunas de las dimensiones más profundas y positivas de la condición humana), ni desde la mirada complaciente y acrítica de quien se deja arrastrar por los flujos o corrientes dominantes, con su tremendo potencial falseador, de simulacro, y en el fondo destructivo. Una vez más, como ya dejara establecido Umberto Eco en los años sesenta, *ni apocalípticos, ni integrados* ante fenómenos de tan hondo calado en las colectividades humanas de la hora presente.

Tal es la virtud de este volumen, en el que han colaborado prestigiosos investigadores en comunicación de las universidades de Andalucía, y muy especialmente de la de Sevilla y del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura que tengo el honor de dirigir en el momento de escritura de este prólogo.

Sería injusto llamar la atención sobre alguna colaboración en particular en este volumen: todas componen una mirada distinta (y científicamente distante, para no dejarse atrapar

por el fenómeno observado) del hecho deportivo y de su tratamiento a través de muy diversos cauces y soportes de la comunicación social. Jorge David Fernández Gómez reflexiona lúcidamente acerca de las relaciones entre deporte y publicidad a propósito de las complejas (y a veces terribles) estrategias de la marca Nike; Jesús Jiménez Varea, desde su competencia en el análisis del cómic se adentra en el deporte como género narrativo en el *manga*; Antonio Checa Godoy aúna su experiencia profesional e investigadora para trazar un interesantísimo esbozo de la radio deportiva al inicio del siglo XXI; Antonio Alcoba López ofrece una sistematización muy rica sobre la fotografía y el fotoperiodismo deportivos; Mari-tza Sobrados León reflexiona sobre los principales géneros del periodismo deportivo, que se mueven entre los límites de lo informativo y lo interpretativo, en un caso muy peculiar de periodismo de opinión que a veces llega a extremos fanatizadores; Santiago Romero Granados se adentra en el deporte de alta competición desde las categorías de rendimiento, espectáculo y patrocinio, tres vértices de un triángulo que apuntan hacia la actividad deportiva, su transformación espectacular y sus implicaciones económicas; Juan de Pablos Pons parte del deporte como realidad sociocultural para adentrarnos en algunas claves de su presencia y su tratamiento en Internet; Alfonso Boullón Sabín traza una aproximación muy rica al videojuego, que utiliza las dinámicas competitivas del deporte como elemento constructivo y modelizador de quienes se imbuven en este espacio de aprendizaje de actitudes y comportamientos que luego se proyectan en el ámbito vital cotidiano; Joaquín Marín Montín ofrece dos espléndidos trabajos sobre el deporte en el cine y en la televisión. Intencionalmente le he dejado para la referencia final porque a él corresponde el mérito de un trabajo riguroso y fecundo en el terreno de la relación entre deporte y comunicación. Su perspicacia, su inteligencia, su voluntad de fundamentación rigurosa en un ámbito que algunos podrían estimar de segundo o tercer rango investigador (siendo, muy al contrario, de primer orden), le convierten en

un punto de referencia en este ámbito investigador en nuestro espacio cultural europeo y latinoamericano. Sin lugar a dudas su ya inminente Tesis Doctoral sobre *La realización del deporte en televisión* ha de convertirse, como este volumen colectivo que él coordina con sabiduría y empeño, en un hito para hablar en el futuro de estos temas cruciales para entender la hora presente.

Ahora queda al lector el placer de la lectura de espléndidos trabajos, que nunca son punto final, sino puntos de partida para seguir construyendo un pensamiento crítico en esta importantísima esfera de la realidad humana.

Manuel Ángel Vázquez Medel
Catedrático de Literatura y Comunicación
Director del Departamento de Comunicación Audiovisual,
Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla

Sevilla, 29 de septiembre de 2004