



## DEPORTE Y COMUNICACIÓN

# De la acción a la contemplación

Por **Rudens Tembrás Arcia**

**LA NUESTRA** es la era de la comunicación, la era en que la información y el conocimiento son recursos estratégicos que deben gestionarse con responsabilidad y criterio científico.

Existimos en sociedades cada vez más conectadas y con sujetos dispuestos y necesitados de vivir en red y socializar su patrimonio informacional a pequeña o gran escala.

En ese escenario social —dinámico, controversial y altamente tecnologizado— no hay actividad que escape a la posibilidad de ser examinada desde las claves de la comunicación. Y ese, precisamente, es el propósito de las siguientes líneas, en las que confluyen expertos de notable autoridad.

### LA EXCEPCIONALIDAD EN PANTALLA

«El deporte está al centro de la vida contemporánea desde un punto de vista extremo y provocador. Es tan importante o más que la religión y la política. Y agrupa a más personas que cualquier otra actividad. Tiene importancia económica evidente, una posibilidad política de la cual hemos recibido solo algunas muestras, y para algunos es lo que ocupa más la atención humana después del sexo», afirma el comunicólogo mexicano Jesús Galindo Cáceres.

«El deporte es uno de los grandes inventos que los seres humanos han hecho sin haberlo planeado del todo. Ofrece la liberadora emoción de una lucha en que se invierte habilidad y esfuerzo, mientras queda reducida al mínimo la posibilidad de que alguien resulte seriamente dañado», agrega.

Para el profesor español Manuel Vázquez Medel, «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 solo físico, cultural y social, sino incluso económico y político. El deporte se ha convertido en un elemento de definición, de construcciones identitarias, de elaboración de sentido y de conciencia».

Sucede, según sus palabras, que «se ha trasladado a este ámbito de la acción, la contemplación y la experiencia humana buena parte del caudal antropológico de lo sagrado. Recordemos que lo que se busca en los medios es fascinación y entusiasmo, que se encuentra tanto en la actividad

deportiva como en la compulsión mediática que nos lleva a ser espectadores y copartícipes del espectáculo deportivo».

La conclusión de este agudo proceso consiste en que «el deporte como fenómeno de masas ya no pertenece al ámbito de la acción, sino de la contemplación, del espectáculo y lo espectacular. Parece como si se hubiera transformado en lo contrario de aquello en que consiste realmente», asegura.

Otra voz activa en el debate es la del estadounidense Daniel E. Jones, quien sostiene que «el deporte es una de las actividades humanas más importantes y espectaculares de la contemporaneidad, ya no solo practicado entre las élites ociosas de los países ricos, como hace un siglo, sino que se ha extendido a todas las clases sociales y se ha convertido en uno de los pilares de la globalización».

Para el español Miguel de Moragas, quien fuera director del Centro de Estudios Olímpicos, «el deporte es uno de los fenómenos más populares de nuestro tiempo. Sus protagonistas, los atletas y directivos, constituyen fuentes inagotables para la construcción de relatos.

«Las modernas historias sobre la bondad y la maldad, el éxito y el fracaso, la suerte y la desgracia, la victoria y la derrota, lo propio y lo ajeno, la identidad colectiva, encuentran en la narración deportiva sus expresiones más populares.»

Entonces, alerta, urge que los análisis del fenómeno social del deporte rebasen el umbral de sus discursos, pues estos desencadenan acciones sociales excepcionales a la manera de rituales y fiestas masivas (banderas, bufandas, gritos, cánticos, recibimientos multitudinarios, etc.) que no son exclusivas de los espectadores in situ, sino que además afectan a las audiencias radiotelevisivas e hipermedias.

«En la televisión se celebra el deporte como un ritual para escapar de la rutina diaria, en compañía de familiares o amigos, buscando la excepcionalidad. El papel del deporte en la sociedad contemporánea trasciende por mucho el ámbito de la actividad física para implicar, decididamente, el ámbito de la cultura cotidiana con el deporte espectáculo», enfatiza Moragas, docente en la Universidad de Barcelona.

Los medios de comunicación son promotores de deportistas y aficionados. Los ídolos son creados «industrialmente» y las audiencias

millonarias también, de ahí el reto de interpretar el papel que juega el deporte en la configuración de los imaginarios sociales y la organización de la vida cotidiana.

Moragas sostiene que el deporte ha impactado de forma notable en el sistema de medios de comunicación, no solo en su programación y economía, sino también en su desarrollo tecnológico y prestigio social. Ha sido campo fértil para experimentos de avanzada como el uso de satélites y cámaras de video de última generación, en tanto las coberturas a grandes eventos han dado la oportunidad a no pocas cadenas de afianzar su popularidad y reconocimiento globales.

El deporte constituye una fuente inagotable de noticias de interés que vienen a compensar la dureza y conflictividad de la realidad a la cual se enfrentan los seres humanos en su día a día. También posibilitan llenar las parrillas de transmisión a costos relativamente baratos, con una limitada complejidad productiva y notable rentabilidad de audiencias.

Tales ventajas atraen poderosamente a los anunciantes y afianzan al deporte dentro de las áreas estratégicas de las cadenas de radio y televisión, y de los medios digitales.

Pero en sentido inverso las secuelas no han sido menos. A partir de los años 70 del pasado siglo los medios dejaron de influenciar digamos que «naturalmente» en el ámbito deportivo para convertirse en protagonistas absolutos mediante infinidad de transmisiones en vivo.

Moragas asegura que los medios se establecieron en coautores del hecho deportivo en la medida que transformaron los escenarios de competencia en auténticos platós de televisión.

A partir de entonces se comenzó a apreciar la adaptación de los calendarios deportivos nacionales e internacionales a los televisivos, basados en los principios de la periodización y el no solapamiento de eventos cumbres.

Las disciplinas occidentales se fueron popularizando cada vez más en los países orientales y la demanda de las audiencias experimentó una sustancial modificación. También resultaron impactados los horarios de competencia, fijados cada vez más según las prioridades de los medios y en atención a la llamada «hora óptima de audiencia» para la televisión.

Las exigencias de los conglomerados mediáticos han motivado reiterados cambios de reglas en

muchos deportes y ocasionado la transformación de los escenarios competitivos, cuyas características tienen que responder a determinados requisitos, de lo contrario serán excluidos de acoger los principales certámenes.

Iluminación, color predominante, lumínicos publicitarios, pizarras informativas, decorados, animaciones, conectividad a internet y otros muchos detalles forman parte de una puesta en escena meticulosamente calculada.

Las formas narrativas mediáticas han experimentado igualmente modificaciones sustanciales, a causa de la telenovelización, el vedetismo, la espectacularización, el amarillismo y otras prácticas, entre las cuales no podríamos excluir en este minuto la multimedialidad.

Un aficionado que visita el estadio no solo tiene delante el hecho deportivo en sí mismo, sino también una multiplicidad de textos que integran su consumo. Junto a lo que observa y su interacción con otros espectadores, tiene la posibilidad de escuchar la radio y ver la transmisión televisiva desde receptores cada vez más pequeños y asequibles.

Además, gracias a internet, ese aficionado puede consultar información sobre jugadores, equipos y otros acontecimientos; y al mismo tiempo socializar contenidos en redes sociales, blogs y foros de comentarios. Puede interactuar con amigos y fans que se hallen en la instalación o fuera de la misma.

Esta inmensidad de posibilidades se configura también frente al televisor o siguiendo una transmisión por la computadora.

En este nuevo contexto resulta comprensible que a nivel simbólico el estremecimiento haya sido impresionante.

El triunfalismo, la euforia ante el éxito y el dramatismo frente a la derrota han cobrado niveles espeluznantes. Los valores de la superioridad y el sometimiento, los ideales de belleza y éxito, la violencia, se han impuesto más de una vez a aquellos intrínsecos y originarios del deporte, vinculados a la solidaridad, la paz, el juego limpio y la amistad.

Una realidad como esta debiera —como mínimo— conmovernos. Pero también recordar que mientras se va borrando poco a poco aquella imagen romántica del atleta sumergido en la lucha por la gloria deportiva, países como Cuba siguen apostando porque las esencias jamás se pierdan. ☐