

Ginés Martínez Hermosilla

La globalización del deporte y el imperio del fútbol: revisando la proyección exterior

Real Instituto Elcano, 13 de abril de 2020.

En plena crisis sanitaria mundial por [la pandemia del COVID-19](#), conocíamos el aplazamiento de los [Juegos Olímpicos \(JJOO\) de Tokio](#) hasta 2021, a pesar de la [controversia](#) que ha generado por la importancia de la cita olímpica. Ello supone la tercera alteración de unos JJOO a lo largo de la historia, pues solo había sucedido con las dos Guerras Mundiales del pasado siglo. Sin embargo, los cambios desde entonces son sustanciales. Si bien a continuación se revisa el deporte y, en concreto, el **fútbol** como elemento de proyección exterior, lo cierto es que la previsible ralentización de la globalización sugiere [escenarios futuros inciertos](#). Esta tendencia ya se venía conociendo bajo la llamada [slowbalisation](#), y la situación actual solo parece poder acentuarla.

La globalización ha alcanzado una dimensión que, en el ámbito deportivo, ha cambiado los focos de proyección hacia el exterior. Lejos parecen quedar los JJOO como “campo de batalla”, como sucedió durante la Guerra Fría. Se le unen ahora nuevas formas de concebir el deporte como elemento de **presencia global**. No obstante, también aparecen nuevos retos que abren preguntas para el presente y futuro.

Cada vez es más común que títulos de fútbol se trasladen a países distintos al de la competición nacional, como la última edición de la Supercopa de Italia (diciembre de 2019) y España (enero de 2020), disputadas en Arabia Saudí. También lo es ver a equipos promocionando su marca con torneos amistosos a nivel internacional. Destaca aquí la [International Champions Cup](#). En este sentido, que se considere al fútbol como “deporte rey” no es fruto de la casualidad, pues su predominio en Europa y América Latina se ha extendido a Estados Unidos y Asia, mostrando su definitiva expansión mundial. Además, esta posición se ha reforzado por las [crecientes posibilidades](#) para visualizar eventos deportivos. Las Tecnologías de la Información y Comunicación marcan esta tendencia, permitiendo incluso modificar horarios de ligas locales para que sean visualizadas en países con distintas franjas horarias. Fue el caso de [LaLiga](#) para facilitar su emisión en China.

La **dimensión blanda** en el ámbito de las relaciones internacionales se refiere a la capacidad de influir en el comportamiento de terceros a nivel cultural. Es conveniente entender aquí que en ocasiones son los clubes, más que las selecciones, los que suscitan interés entre la afición. Real Madrid y FC Barcelona ofrecen claros ejemplos, siendo grandes activos del deporte español en el exterior. “El clásico” ya no es un evento local, sino mundial.

El fútbol y la proyección exterior

Debemos entonces abrir el debate sobre la proyección exterior. En sus inicios, el fútbol se enmarca en el conflicto entre naciones. El sentimiento nacionalista que emana de sus primeros pasos, sin embargo, [queda diluido con la globalización](#). Esta tendencia se manifiesta mediante la conversión de clubes en empresas con orientación internacional, tanto en términos del capital empleado como de aspiraciones de influencia. Por tanto, cuando se aborda la globalización cultural

se ha de tener en cuenta esta dinámica que, en última instancia, llega al futbolista como sujeto individual, potencial vendedor de una imagen, una marca con capacidad de influencia. Un ejemplo es la llegada del delantero chino Wu Lei a LaLiga, que provocó que millones de personas [comenzaran a seguir](#) desde el país asiático al RCD Espanyol.

Los anteriores argumentos muestran algunas carencias que puede tener la [clasificación de la FIFA por selecciones](#) para la cuantificación de los deportes como elemento de proyección exterior. Sin embargo, desde el [Índice Elcano de Presencia Global](#), recientes modificaciones han permitido mitigarlas, incluyendo también a los clubes mediante datos ofrecidos por la [International Federation of Football History and Statistics \(IFFHS\)](#). Tras los inicios, centrados en las medallas de los JJOO de verano, se incorporan cambios para abordar la nueva realidad del deporte a nivel global. Una propuesta para seguir esta línea de mejora podría ser la inclusión del deporte femenino. A modo de ejemplo, la selección de fútbol de Estados Unidos es dominadora a nivel mundial. Sus éxitos se suceden, pero resulta poco común su reconocimiento en los medios. Sin embargo, sí que tuvo interés la pasada Copa del Mundo, en la que Megan Rapinoe, estrella de la selección estadounidense, afirmó que se negaría a ir a la Casa Blanca si ganaban el título por su [rechazo al discurso de Donald Trump](#).

No obstante, es indiscutible el auge de la afición al fútbol femenino en los últimos años. El Índice Elcano de Presencia Global podría aproximarse mejor a la proyección blanda con su incorporación, ofreciendo también un enfoque inclusivo. Aunque en primer lugar podrían añadirse las selecciones, tampoco se debería desatender para un futuro no tan lejano a los clubes. Un hecho que permite ver la dimensión que están adquiriendo no es solo la importancia de las secciones femeninas del FC Barcelona o el Atlético de Madrid en la [Liga Iberdrola](#), sino que el gran equipo español hasta ahora rezagado en este sentido, el Real Madrid, se incorpora a la competición. Puede que solo sea cuestión de tiempo su expansión global. De momento, también se disputa una Champions League femenina desde 2001.

En definitiva, el **deporte** –y, más concretamente, el fútbol– impregna sociedades. La forma en que se hace abre un debate entre Estados-Nación, clubes e incluso jugadores. Por tanto, el análisis de la proyección exterior es cambiante, abriendo nuevas dudas: ¿representan los clubes o jugadores la proyección de un país? ¿Se ha convertido al sujeto individual en un ente que sobrepasa fronteras nacionales? ¿Qué podemos esperar de la expansión del deporte femenino? La dinámica del fútbol nos muestra que sus miras son cada vez más amplias. Una historia de expansión del “deporte rey” que, sin embargo, tiene como obstáculos nuevos patrones de interconexión global. El futuro de nuestras sociedades parece poder cambiar tras la crisis sanitaria del COVID-19. A corto plazo, no parece descabellado ver estadios vacíos o con restricciones de asistencia. Incluso se podría plantear cuándo volveremos a vivir el deporte como lo veníamos haciendo. Problemas financieros en clubes que llegan a los jugadores y demás trabajadores, atletas sin salir de casa y unos JJOO aplazados son las realidades que asolan el presente y futuro de esta historia de dominio cultural, proyección blanda de los Estados e ininterrumpida expansión a nivel global.