

DE HARLEM A MOSCÚ, LA GRIETA DEL TELÓN DE ACERO

Enric Carbonell

Citius, altius, fortius! El deporte y sus protagonistas llevan asociados unos valores que los hacen tan atractivos para cualquier campaña de comunicación, que resulta difícil encontrar ejemplos de estrategias comunicativas que no hayan pretendido aprovecharlos. No cabe duda que se trata de un vehículo de comunicación extraordinariamente versátil, de enorme popularidad y que se convierte en un magnífico escenario para cualquier campaña de comunicación institucional, política y comercial.

Su enorme impacto en la opinión pública ha convertido al deporte en uno de los instrumentos de las políticas gubernamentales más usados a lo largo de la historia como vehículo de aspiraciones colectivas. El objetivo, en la mayoría de este tipo de campañas, es identificar el deporte con la vitalidad de un pueblo, estado, país o régimen político. La supremacía aria, la camaradería soviética o el patriotismo estadounidense son algunos de los ejemplos en los que el deporte ha sido parte

destacada del relato para construir el orgullo nacional, como símbolo de poder y empresa compartida. Es por este motivo que el deporte se ha utilizado en repetidas ocasiones como la prolongación del campo de batalla.

Quizás, el ejemplo de la historia contemporánea occidental más conocido del binomio deporte-propaganda política, es el documental de más de cuatro horas de duración de Leni Riefenstahl sobre los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936 ensalzando el régimen nazi. No obstante, la historia también nos ha brindado otras situaciones no tan conocidas, pero también relevantes en algunos casos y muy exóticas en otros.

Durante la Guerra Fría el deporte se convirtió en un campo de batalla simbólico para mostrar el poder en la escena mundial; un escenario en el que los atletas competían por colocar su bloque por encima del

Enric Carbonell es politólogo y asesor de comunicación política. (@enriccarbonell)

antagonista; una guerra olímpica en la que la victoria se convierte en símbolo de cohesión. La obsesión por ser superior a la otra parte del telón se escenificó especialmente en hockey, ajedrez, fútbol y baloncesto, que se convirtieron en los deportes más habituales en los que se dirimió la rivalidad entre capitalismo y comunismo. Durante los años ochenta, el Telón de Acero fue más resistente que incluso el Comité Olímpico Internacional, como muestra el boicot a los Juegos Olímpicos de Moscú y de Los Ángeles.

Sin embargo, pese a las décadas de tensión entre los dos modelos, en un momento en el que el deporte continuaba siendo una munición bélica, se produjo un hecho simbólico aunque poco conocido, que rompe con la utilización que se estaba haciendo de las competiciones deportivas durante la Guerra Fría. Los Harlem Globetrotters, un equipo de baloncesto norteamericano, famoso por convertir los encuentros en un espectáculo, fueron invitados a Moscú en 1959. Con el Telón de Acero cerrado, Nikita Krushev a la cabeza de la Unión Soviética y Dwight D. Eisenhower a la de Estados Unidos, la visita ilustra un momento de leve deshielo de las relaciones entre bloques.

Los “*embajadores de buena voluntad*”, como fueron denominados, visitaron países prohibidos para la mayoría de sus compatriotas, en este caso la Unión Soviética. Los famosos Wilt Chamberlain y Meadowlark Lemon, junto con el resto del equipo, se paseaban entre la curiosidad y expectación por las calles de Moscú siendo incluso recibidos por Krushev. La visita del equipo norteamericano se enmarcaba dentro del posicionamiento del entonces líder de la Unión Soviética de rechazar la *guerra inevitable* de su antecesor Stalin y con el objetivo de abrir un periodo

de coexistencia pacífica en la política exterior.

Pese a las dudas iniciales sobre la respuesta del público soviético, los Harlem Globetrotters fueron ovacionados y dejaron boquiabiertos a los asistentes del Lenin Central Stadium, como estaban acostumbrados a hacer en la otra parte del telón. Se vendieron todas las entradas de los nueve partidos disputados y los jugadores recibieron lo equivalente a 4.000 dolares por encuentro, los cuales sólo se podían gastar en Moscú.

Cuando los moscovitas interiorizaron que estaban presenciando una actuación más que una competición deportiva disfrutaron y participaron activamente del espectáculo. Aquello que estaban presenciando poco tenía que ver con el habitual ambiente frío y serio de los pabellones de baloncesto soviéticos del momento. Y es que los equipos de la URSS eran considerados máquinas perfectas que funcionaban como relojes, sin dejar demasiada cabida a la improvisación ni a salirse de los cánones que marca la ortodoxia baloncestista. Todo lo contrario que lo que ofrecían los Harlem Globetrotters.



Los espectáculos del equipo norteamericano presentaban una puesta en escena muy atractiva y

cualquier otro aspecto del juego quedaba supeditado al espectáculo. Un nuevo modelo de ocio que era la génesis del deporte espectáculo que se ha acabado imponiendo en ambos lados del telón. La crónica del Pravda rezaba: “Esto no es baloncesto, demasiados trucos”, pero a su vez reconocía que tenían muchas “destrezas que enseñarles”. Los Globetrotters se convirtieron en embajadores de un modelo de ocio –hasta el momento– muy alejado del de la mayoría de países, no sólo de los del Pacto de Varsovia.

El respeto y la rivalidad entre el bloque capitalista y comunista estaban tan presentes que los Globetrotters tuvieron que llevar también a Moscú a sus oponentes: otro equipo estadounidense. Al parecer, ni los miembros del combinado nacional de la URSS –algunos asistieron como público–, ni otros jugadores de baloncesto soviéticos menos conocidos, se atrevieron a participar del espectáculo ante la posibilidad de ser motivo de las risas de los espectadores. El prestigio personal y colectivo estaban en juego, puesto que hasta el momento la selección soviética rivalizaba con la estadounidense por erigirse como la máxima potencia del baloncesto mundial. De hecho, en enero de 1959, unos meses antes de que los Globetrotters visitaran Moscú, se celebró en Chile el Mundial de Baloncesto, en el que la URSS fue el mejor equipo de la competición aunque no se llevó el título.

El combinado de la Unión Soviética no se presentó a disputar el partido contra Formosa, igual que hizo Bulgaria, porque ambos países sólo reconocían a la República Popular China. Brasil y Estados Unidos acabaron disputando la final, con victoria para los sudamericanos.

La visita de los Harlem Globetrotters es un ejemplo, aunque un tanto singular, de cómo el deporte ha sido utilizado como una herramienta de inserción ideológica. En demasiadas ocasiones olvidamos que la utilización del deporte con fines diferentes a los meramente competitivos es una práctica tan antigua como el mismo deporte. Hace escasamente dos años se produjo otra “visita” que guarda especial parecido con la de los Harlem a Moscú. En este caso fue el triple campeón de la NBA, Dennis Rodman, quien viajó a Pyongyang con un equipo de viejas glorias estadounidenses para enfrentarse a la selección nacional norcoreana con motivo del 50 aniversario de Kim Jong-un. No cabe duda que el deporte, como todo lugar común que congrega a miles de personas, es un espacio muy codiciado para verter contenidos de cualquier tipo con el objetivo de llegar a la emoción del consumidor y que éste lo asocie a la experiencia –normalmente positiva– que le acompaña.





NOT