

Records olímpicos y marcas políticas

Javier Lizaga – Universidad de Valencia – jlizaga@hotmail.com

Resumen:

Como otros estereotipos, el que considera a los deportistas como máquinas publicitarias es tranquilizador y engañoso. Considerar a estos “prodigios” como vallas publicitarias los prejuzga y al mismo tiempo los libera de análisis más profundos. Hemos naturalizado que Berlusconi convirtiera un grito de la afición en el nombre de su partido (“Forza Italia”), que una dictadura se haya camuflado tras un Mundial (México 78) o que el departamento de Defensa de Estados Unidos recuperase tras el 11S un video de Bin Laden donde recordaba un sueño en el que su equipo de fútbol se enfrentaba con el de Estados Unidos, el suyo integrado por pilotos.

Uno de los mayores expertos en ceremonias olímpicas del mundo, Miquel de Moragas, recuerda que para Lluís Bassats los Juegos Olímpicos de Barcelona son “el spot más largo de su carrera”. Este artículo quiere recoger el testigo de “Olympia” (1938) un golpe moral y toda una interpretación de la Alemania nazi prebélica que se ha considerado siempre uno de los ejemplos más avanzados y revolucionarios de propaganda política.

74 años después, la propuesta es buscar en “First”, la película de los Juegos Olímpicos de Londres, los mensajes políticos. A través de esta película dirigida por otra mujer y publicista, Caroline Rowland, descubrimos como los atletas proponen, en sus relatos biográficos, una visión de la realidad social de esos países que no es sino una interpretación de lo que ocurre en Kosovo, Brasil y Estados Unidos. Junto a la espectacularidad, la dramatización, la exageración y los records deportivos, hay otras interpretaciones, mensajes y marcas.

Palabras clave: propaganda; fascismo; olimpiadas; First; cultura popular; espectáculo.

1. No sólo es deporte (Introducción)

Pensarán que es una exageración pero Cristiano Ronaldo, Messi, Usain Bolt, Michael Phelps o Tiger Woods son los líderes de opinión modernos, incluso ejemplo, de los pensadores contemporáneos. Harina de otro costal es que estén capacitados para ello. Sólo cambia su transmisión de ideas, la manera en que proyectan sus enseñanzas. Quizá se piensa que influyen más las ideas de Platón, Obama o algún que otro premio Nobel. Es simplemente un pequeño error comprensible para una sociedad que aun mantiene la arcaica división entre baja y alta cultura, entre el folklore y las obras de Cervantes. La distinción entre las tradiciones y costumbres de la plebe, dirán los aristócratas, y las obras referenciales y modélicas que permiten ejemplificar y relatar la historia del resto, las que se deben enseñar en las escuelas.

Las terceras en discordia, las obras de cultura popular, repudiadas todavía por la enseñanza oficial, se sobran y se bastan aun así para haber igualado e incluso superado a sus predecesoras. Bastaría preguntar cuántos alumnos pueden relatar la infancia de Superman y cuántos las andanzas de Don Quijote, no digamos si preguntamos por la trayectoria y obras de Messi y las de Quevedo. El planteamiento no es nuevo sino que el filósofo español José Luis Pardo (2007) realiza todo un análisis de la sociedad actual y las grandes teorías filosóficas de la historia con una portada de un disco de los Beatles como hilo conductor. No cualquier portada, sino la de Sargent Peppers que incluye desde Poe, Huxley, Marx o Freud a Lauren Hardy, Marilyn Monroe o Johnny Weissmuller, algo así como el Usain Bolt de la época y los famosetes de entonces.

Pardo ya expone (2007:83-85) que cuando un producto popular sale de la caverna (en el caso de los Beatles doblemente por sus ensayos en The Cavern) la actitud siempre es doble pero siempre encaminada a su

legitimación: o se le busca una legitimación estética (se intenta justificar que tiene tanta calidad como una obra clásica) o una legitimación moral (se le atribuyen entonces cualidades de protesta y denuncia). La estrategia puede ahora aplicarse desde los grafitis de Bansky a las canciones de Bob Dylan. No sólo es el mercado el que fagocita obras que nunca nacieron para ser modélicas ni para marcar movimientos de protesta sino que la cultura oficial trata así de desactivarlas. La portada de los Beatles es toda una reivindicación de que los personajes de la cultura popular como Marilyn Monroe están al lado, al mismo nivel que los grandes políticos o literatos y no sólo en esa portada. Es decir, el mérito en las artes se iguala a la celebridad en los medios de comunicación.

El deporte no sólo es pura cultura popular sino que ha sufrido la misma descalificación y deslegitimación. Sólo es espectáculo, dicen, como si el espectáculo, como coinciden Baudrillard y Debord, no fuese ya más influyente que la realidad que rodea nuestras vidas. La realidad ya no es más lo que era, ahora simplemente estamos ante una construcción discursiva. “Lo verdadero es un momento de lo falso” puntualizará Debord (1967) frente a Baudrillard (1996: 31) para quien “la indiferenciación afortunada de lo que verdadero y lo falso, de lo real y lo irreal, cede ante el simulacro”. El simulacro y la sociedad del espectáculo, teorías diferentes en mucho, también coinciden en que pueden ser ambos (simulacro y espectáculo) vistos como procesos de poder y de ocultación de la realidad. Los discursos deportivos operan en estas coordenadas presentando una realidad no falseada sino construida.

Es tan sencillo como analizar la retransmisión de la prueba de 100 metros de los Juegos Olímpicos. Seguramente no se percibe extraño ya el retoque de los colores de la imagen, la iluminación artificial, el reordenamiento que supone la realización y cómo se dirige también nuestra mirada que se convierte en omnipotente al tiempo que puede ralentizar la imagen o acelerarla. Quizá pasen desapercibidas ya las intencionadas y exageradas narraciones de los locutores o la abundancia de planos del vencedor, el héroe, frente a las muecas de dolor que siempre acompañarán al perdedor. La distancia entre la

realidad construida emitida y lo que ocurre en el estadio es tan grande como la distancia entre la vida de Superman y la de Quevedo, espectáculo y realidad, mito y ciencia.

En la era en la que nadie discute la hegemonía del capitalismo, señalar a los deportistas como plataformas publicitarias andantes es como atribuirles un delito menor: acusarles de querer hacerse ricos, en el mundo en el que esa es la utopía más potente. Más que una crítica, se añade así un motivo de envidia e idolatría más. Es una estrategia de desactivación como la que considera la música de los Beatles como canción protesta o una obra maestra. A Pelé también lo han llamado artista en mil ocasiones y Maradona es el futbolista del pueblo. El relato oficial no puede aceptar notas discordantes, los héroes no fracasan y los comunes no triunfan.

Bauman en su libro *La modernidad líquida* (2000: 87) deja claro el papel que le queda al individuo. Ha dejado de ser productor para ser consumidor. Aunque lo que busca, lo que quiera comprar es su identidad, en un mundo lleno de incertidumbres y de elecciones. El producto es la certeza, el goce concreto. Ya no existe el líder sino los “asesores”, los individuos que son como nosotros y nos guían, nos dan consejos. La propuesta ahora es pensar en el deporte no sólo como parte de la cultura popular sino como una gran fábrica de asesores, en términos de Bauman. Asesores que nos indican qué chaqueta o zapatillas que comprar pero también nos dan consejos sobre la actitud política o la filosofía de vida a adoptar.

Eric Dunning y Norbert Elías (1986: 13) son dos sociólogos que sostienen que el deporte solo es comparable, emocional y pasionalmente, con la religión y la guerra y, de hecho, señalan al deporte como una de las razones de los 60 años sin guerras entre los europeos. En su libro “Deporte y ocio en el proceso de la civilización” explican que sólo el deporte genera significados, continuidades, identificación colectiva y pasiones similares a los de una guerra o una religión. Esa potencia comunicativa es la que este artículo pretende evidenciar en “First”. La película oficial de los Juegos Olímpicos de Londres 2012 es también

el último ejemplo de cine olímpico y un material más manejable y susceptible de análisis que una retransmisión en directo.

“First” estrenada en 2012 elige relatar los Juegos Olímpicos de Londres desde la perspectiva de 14 atletas a quienes acompañamos no sólo en la realización de las pruebas de las disciplinas a las que pertenecen sino a quienes también conocemos en sus casas, con sus familias y a quienes acompañamos después en su fracaso o triunfo y que nos hablarán en una especie de monólogo interior. Como si fueran héroes de tebeo, a los atletas se les sitúa en países idílicos (sus países pero retocados) y de su mano conocemos sus miedos y debilidades pero también sus “hazañas” a modo de marcas. Como ya decíamos, ya no es el relato de unos juegos olímpicos, sino la construcción de unos personajes. Esa es la estructura de una película que, por supuesto, también recoge los éxitos de Phelps o Bolt, que ya conocemos por la retransmisión en directo y que en este caso se convierten en atrezo.

La directora Caroline Rowland tiene en su haber simplemente películas que cuentan el camino preparatorio de Londres hacia las olimpiadas u otras que cuentan también los pasos preparatorios de cara al Mundial de Qatar o los Juegos de Invierno de Sochi para este año. La directora es más conocida, por tanto, casi como publicista que como directora de cine clásico al igual que la cinta parece más destinada a la televisión que a la gran pantalla del cine. Tiene una banda sonora pegadiza destinada a ser rápidamente facturada como un disco vendible o la plataforma de una artista como también marcas de ropa deportiva por todas partes. Esos son los elementos más previsibles.

La construcción de una realidad, la exageración, la mercantilización del deporte son rasgos evidentes y ya casi incluidos en cualquier narración deportiva. El planteamiento de este artículo es descubrir y analizar en cambio las ideas políticas o reflexiones sociales que, aunque escondidas, existen en cualquier relato deportivo. En muchos casos son pinceladas, comentarios o en otros alusiones directas. Quizá elementos que parecen decorativos o de contexto y que cabría preguntarse hasta que punto calan en el espectador. Hay que tener en cuenta que al menos en “First” son nuestros héroes los que nos susurran

esas ideas y comentarios casi al oído, como confesiones y pensamientos casi de confianza. No sólo son nuestros héroes sino nuestros asesores si se recuerdan las palabras de Bauman. Este artículo pretende reunir todos los elementos que hablen de política. Se trata de buscar significados no evidentes. Pruebas de que esto no sólo es deporte, como los Beatles no son sólo música.

2. Las marcas políticas

¿Cómo es posible que se cuele reflexiones políticas en una película sobre unos Juegos Olímpicos? Aunque vivamos acostumbrados a la división compartimentada de los contenidos, obsesionados por la especialización, la política, la crítica social está más presente de lo que se piensa. Parece que el espectáculo y el deporte deben separarse de cualquier “politización”. Oficialmente las referencias al mundo real dentro de un evento deportivo se compartimentan y encierran en gestos simbólicos como minutos de silencio o pequeños gestos (pancarta, brazalete) a los que se atenderá siempre antes de que empiece el espectáculo. Nada debe hacer sombra al espectáculo, parece decir una ley no escrita. First demuestra que no siempre es así y menos en un evento tan político como unos Juegos Olímpicos.

En First, el modo de entrada y presentación de los asuntos políticos suele ser a través de los comentarios de los atletas. Ya hemos comentado que la película elige a 14 atletas a través de los cuáles presentar más directamente la vivencia de unos Juegos (los de Londres 2012) con sus ilusiones y desilusiones. Al mismo tiempo, lo que se genera es un relato personal y se construyen 14 personajes desde su vida familiar y sus lugares de origen hasta sus reflexiones finales que también incluyen algún comentario sobre la política y el deporte. Son pequeños comentarios que se van insertando a lo largo de toda la película pero que reunidos adquieren un mayor significado.

En general, podemos encuadrarlos en tres categorías:

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

- Los comentarios sobre sus orígenes. Al tiempo que tres de los atletas nos presentan dónde viven y de dónde vienen. Anotaciones que también pueden hacer sus padres o tutores. La judoca albana y sus padres nos hablarán, por ejemplo, de la guerra de Kosovo.
- También merecen atención las reflexiones sobre su propia elección deportiva y que han marcado y marcan su itinerario deportivo. El nadador brasileño explica su pasión por la natación como un contraste con el caos diario de Sao Paulo.
- Las imágenes con las que se alude y se vuelve al recuerdo de sus ciudades y pueblos también son toda una declaración sobre la actitud del deportista.

En First lo que encontramos es la crítica social, más que alusiones políticas directas a través de los atletas y lo que cuentan de sus países. No obstante, sólo se les permite éste enfoque a tres: la judoca albana, el nadador brasileño y el gimnasta americano son los únicos que se refieren a la situación de su país, en lo que podríamos considerar en términos amplios contexto social y político.

Hay que destacar, en primer lugar, que son una minoría. Esto es, los atletas “críticos” son 3 de 14 que como hemos dicho se constituyen como protagonistas de la película. Cabe pensar podríamos decir que no todos pueden hablar de una guerra como la de los Balcanes o de una conflictividad latente como la del barrio del Bronx o Sao Paulo. Es verdad. Pero no podemos pensar que no haya problemas sociales en Australia, guetos en Gran Bretaña o problemas políticos heredados en la Irlanda de la boxeadora o la Sudáfrica del nadador Le Clos. Dos ejemplos claros son La India y Kenia. Dos países con muchos problemas para la integración de las mujeres, en La India, o con serios problemas de higiene y alimentación y escolarización en muchas zonas rurales en el caso de Kenia.

Más bien parece que la película pretende justificarse y no evitar tres casos que son aparentes y típicos (Bronx, Sao Paulo y guerra de los Balcanes) y que le permiten casi completar su cuota de “responsabilidad política”. Es decir, es muy difícil ante las imágenes de una ciudad en ruinas no aludir a la guerra de los

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

Balcanes pero también Bronx y Sao Paulo son ciudades ligadas a la conflictividad social desde décadas por lo que se evita así una crítica dirigida a un momento concreto o una coyuntura política concreta. También puede plantearse que la película prefiere quedarse en el tópico que profundizar.

Se nota esta voluntad de justificarse y cubrir una especie de cuota también por la distribución de los contenidos. Precisamente la mayor extensión la encontramos al principio: de los 5 atletas con los que se abre la película, dos son críticos y nos llevan uno al Bronx, la otra a la guerra de los Balcanes. Esto genera una situación engañosa. Porque la introducción que se supone va a ser una pequeña muestra o resumen, o inicio de lo que veremos después no resume bien una película donde en los restantes 96 minutos apenas dedicará dos frases a la situación de Brasil y a una reflexión de la judoca de Kosovo.

Como decimos hay una voluntad de no profundizar o no mostrar la opinión de los otros atletas que se suma a esta distribución engañosa para entrever que la voluntad es más bien dar la sensación, que introducir una verdadera crítica social y mucho menos política. Pero aun más significativo es analizar lo que cuentan los atletas:

- en el caso del gimnasta americano John Orozco lo que nos introduce el tema son el sonido de las sirenas y la imagen de los coches de policía efectuando un control en una imagen que parece extraída de una película de acción de Hollywood. Es decir, el tópico visual se utiliza para explicar la situación, para no tener que dar detalles. Es como “ya saben, lo han visto en muchas películas...” Es la realidad la que alude y justifica la ficción. La ficción como primera referencia. Y en ese momento son los padres los que nos cuentan una pelea y un ataque y se descubre que procede y que nos hablan del famoso Bronx. El atleta se limita a cerrar con un “no estar influido por el entorno es lo que cuesta, aislarse es lo duro”. Sobreentendemos que el atleta nos está ofreciendo datos sobre sus orígenes y cómo es la vida en un barrio tan complicado. Rápidamente le podemos incluir dentro de la expresión “orígenes humildes” aunque no se nos ofrecen muchos más datos. Implícitamente el personaje pasa a tener más mérito y sus acciones alcanzan mayor trascendencia.

También de sus palabras y de su planteamiento, de ese aislarse, extraemos, por primera vez, el planteamiento de la huída.

- En el caso de Majlinda Kelmendi, la yudoca, es cierto que se profundiza mucho más y no se esconde la alusión directa a la guerra de los Balcanes. Hay que tener en cuenta que es una película hecha desde Europa y además de ser una guerra reciente es cercana. Como parece que se comprende más, se dan más detalles. Se nos cuenta que hay familias que no tienen lo suficiente para comer, que la situación no ha mejorado tras la guerra, jóvenes universitarios que no tienen trabajo y que es rara la familia en la que no faltan dos o tres personas por las muertes en la guerra. También vemos y se nos confirma que hay casas destruidas. Esta es la descripción que encontramos también como punto de partida cuando la película nos permite acercarnos a conocer a esta atleta.

La descripción más bien hecha por los padres aunque también con palabras de la atleta no se cierra con ninguna reflexión que invite a mirar para otro lado como en el caso del Bronx, al menos eso parece, o al menos, en la introducción, en esa primera parte de su reflexión y de la película. Pero en el minuto 58 cuando retomamos su historia y llega el momento de la competición de la atleta encontramos un segundo ejemplo de apunte político. Ahora la alusión a la realidad que se vive en Kosovo nos llega cuando mediante los entrenamientos se cuenta la historia de su entrenador que no pudo competir en Barcelona por lo problemas políticos y la guerra. Entonces es la propia atleta la que plantea con sus palabras su opinión. La atleta sostiene que cree que (los atletas) deben “olvidar los problemas, la política y todo, porque somos solo atletas y debemos estar juntos”. Es cierto que es un mensaje pacificador y de unión, pero al mismo tiempo es también una invitación a la evasión a mirar hacia otra parte.

- Con el atleta brasileño ocurre prácticamente lo mismo. Describe el estrés con el que se vive en Sao Paulo. Cuenta que es una ciudad llena de “humo, gritos y gente, mucha gente” y nos describe que muchas veces busca la manera de huir y que lo que ama de la natación es que “es un tiempo para estar solo”. De

nuevo, la huida como propuesta. Pero además otro detalle: si la reflexión del Bronx y de Kosovo van en la introducción y no se vuelve a hablar de ello, ahora el paréntesis se abre en el minuto 55 cuando aparece el atleta brasileño y se cierra en el 58 cuando la judoca albana confiesa que es mejor olvidarse de todo. Es decir, son como pequeñas capsulas o fragmentos, paréntesis que tratan de no molestar en una cinta volcada a lo deportivo.

Además de las palabras, las imágenes también son claves en los apuntes políticos que plantea “First”. Lo desagradable de las sirenas, las vías de tren, la oscuridad que tiñe el Bronx o la imagen rápida e inquietante del Bronx se pueden comparar con la calma y la esteticidad que se busca en las lápidas de Kosovo como ácida placidez. Pero además de estas caracterizaciones más evidentes se produce un recurso que sólo puede entenderse en relación con ese concepto de huida que han planteado ya la judoca albana, el nadador brasileño o el gimnasta americano. Es significativo que en varias ocasiones, sobre todo durante el éxito o el fracaso de los atletas se aluda y se vuelva a sus lugares de origen. Parece una especie de recuerdo o recordar de donde vienen. Sirve en principio para expresar la distancia y lo logrado más allá de su victoria o fracaso en una prueba, sirve también dramáticamente para plantear que se han ido de allí y también para recordar esos orígenes humildes que mitifican al deportista y añaden mérito a sus logros.

La mayoría de esos planos que nos devuelven a los lugares de origen están tomados desde un coche. Es decir, en lugar de exhibir la belleza de esos lugares o contemplarnos detenidamente se convierten en algo borroso. No sólo se genera una separación sino que se genera una especie de sensación de estar alejándonos, de marcharnos. Las imágenes se vuelven borrosas y la sensación es que mientras esos lugares no se mueven, nosotros continuamos, mientras ellos siguen detenidos, nosotros avanzamos. Un recurso que se repite varias veces y con casi todos los atletas. Esos planos de las calles de sus pueblos de origen se ven siempre desde un coche, siempre es un pasar, es un circular. Nos convertimos por tanto en “alguien que está de paso”. Alguien que

parece no se queda, sino que como proponen los propios atletas está en movimiento y huye.

El discurso político y crítico de “First” se caracteriza primero por su brevedad: sólo tres de 14 atletas introducen comentarios sensibles de análisis y todos se localizan en unas pocas secuencias repartidas entre la introducción y los minutos 55 y 58 de la película. Sin embargo, si tenemos en cuenta que para la introducción se han “elegido” a 5 atletas merece la pena analizar por qué 2 de ellos introducen comentarios políticos. Es decir, por qué se ha elegido introducir los comentarios en esa fase de presentación de la película y no esconderlos y que pasen más desapercibidos, incluidos en el discurrir del resto de pruebas. Puede pensarse que es el momento en el que los atletas nos hablan de sus orígenes, al principio, pero sencillamente podrían haberse elegido otros deportistas, incluso podrían haberse mantenido estos atletas y dejar para después los comentarios políticos porque la película constituye un ir y venir que va cambiando de deportista y se mueve también atrás y adelante en su vida sin mucho orden temporal ya que lo mismo alude a sus entrenamientos, a sus vivencias que a las pruebas consideradas como presente de la cinta.

Cabe pensar que colocar en la introducción a 2 atletas que nos hablen de política, especialmente la yudoca, es una elección voluntaria o involuntaria, pero una decisión que se toma y que se podría haber evitado con un montaje o relato diferente. La elección parece remitirnos a esa especie de código no escrito que declara la incompatibilidad de las reflexiones o pensamientos políticos y del deporte. La situación de la mayor parte de las críticas en la introducción es un “no hagáis caso todavía no ha empezado lo que interesa” como si estuviésemos en uno de esos minutos de silencio que se guardan antes de un partido y durante el cual muchos se preguntan el por qué.

Situar los comentarios políticos en su mayoría en la introducción, mientras se presentan los personajes es una manera de quitarles importancia porque estamos en una fase del relato donde no vamos a anotar los datos que ocurren sino que asumimos que se realiza una presentación de algo que se repetirá. También aparecen comentarios entre el minuto 55 y 58. Así mismo parece que

se trata de otra cápsula que se introduce pero que se concentra para convertirla en una digresión. Si los atletas invitan a “olvidar la política y todo”, a aislarse y a “ese tiempo para estar solos”, la propia estructura invita a considerar las reflexiones políticas y pensamientos en algo accesorio, en algo poco importante.

En la misma línea, las alusiones y la vuelta a los lugares de origen convierten la realidad concreta y el día a día en un pasar borroso que parece filmado desde un coche frente a las luminosas imágenes de las pruebas deportivas. Afirmar que las reflexiones políticas se cuelan con cuentagotas en “First” no es afirmar que la política juega un papel mínimo, sino que el planteamiento de la película quiere relegar a la crítica social a un lugar residual. El hecho de que las alusiones directas a la política o la realidad social de algunos países se conviertan en comentarios ligeros, la manera en que se sitúan o cómo las caracteriza la película es una declaración de intenciones. No sólo los mensajes de los atletas aconsejan una actitud de huida sino que la propia película resta valor a la política y ése, en sí mismo, es también un mensaje político.

En cualquier caso, ese no es el único mensaje político de “First”. La cinta repite una y otra vez, a modo de lo que parece un simple recurso de transición, imágenes de los accesos a los estadios y las pruebas a rebosar, se permite también introducir un recorrido por los lugares más significativos de Londres, los símbolos de la capital financiera que casi parece un rápido tour turístico. Es un recurso narrativo, una especie de cortinilla entre pruebas y narraciones pero también es la declaración implícita del éxito de las olimpiadas. Un éxito medido en capacidad organizativa, en capacidad de dar seguridad. Un éxito que también está declarando la potencia y la capacidad del país y del gobierno. Este es el otro mensaje político que encontramos en “First” aunque en este caso no sea directo y en este caso sí que esté repartido por toda la cinta. Mientras se declara la inconsistencia y el papel accesorio de la política, la cinta describe una ciudad perfecta y un evento organizado al detalle y maquilla su propaganda del gobierno y de Londres.

3. Deporte y propaganda, el mismo juego (conclusiones)

Pardo (2007: 86-87), el mismo que sostenía que la portada de los Beatles es un agregado de modernidad, un ejemplo de cómo los actores, artistas y deportistas se codean ya con los premios nobel en el imaginario social, expone también que “la verdadera importancia de estas obras de cultura popular es que sacan a la luz y de la caverna al simulacro”. El espectáculo como un juguete que dentro de sí lleva inserto el mecanismo que desmonta y evidencia toda su magia. Quizá por eso Antonio Méndez (2012: 31) recurre a la filosofía de Garfield (“el exterior sólo es un nido de problemas”) o del protagonista de American Beauty (“esta es mi calle, esta es mi vida”) para ejemplificar “la disociación obscena” entre el exterior y el interior que considera una dialéctica constitutiva del estilo de vida occidental. El análisis de las obras de cultura popular en un momento en que lo que vende el capitalismo son modelos de vida, sirve para evidenciar estos lugares comunes a los que nos dirigen. Y en concreto, el individualismo exagerado y la visión del otro como un problema es uno de esos rasgos que los medios de comunicación plantean sin parar.

Lo que Méndez plantea (2012: 32-34) es que el orden social actual se caracteriza entre otros rasgos por una dualidad que proviene del protestantismo y que enfrenta lo público y privado. A un lado, el alma al otro el cuerpo, a un lado, el interior, las emociones, la privacidad y la plenitud y, al otro, un exterior ajeno, público, material y sin sentido. Los atletas de “First” son el ejemplo perfecto de esos sentimientos que quedan en el interior, del monólogo con el que nos transmiten sus emociones y de cómo un locutor externo nos narra los éxitos deportivos.

La separación individuo contra el resto está claramente en la división que hace la película: la ilusión y la obsesión por encima de todo con la que viven los deportistas las olimpiadas de 2012 lo que nos contagia otra manera de aproximarnos al evento y, por otro lado, quedan los acontecimientos que se generan afuera, las miles de cámaras y el desarrollo de las pruebas. Como espectadores estamos más cerca de las emociones que de las pruebas. A pesar de ser un evento multitudinario y con más de 200 países, el discurso

audiovisual no resalta la multiplicidad, al contrario, es el relato de 14 individualidades.

Al mismo tiempo, la película nos sitúa en el lado emocional. Escuchamos a los atletas, compartimos sus sentimientos, acompañamos a sus familiares. Conforme más se transita a la parte emocional, más borrosas se vuelven las imágenes que aluden a la realidad, más lejanas y sin sentido se vuelven los comentarios sobre la guerra de los Balcanes o el caos de Sao Paulo o la delincuencia del Bronx. El espectador queda alejado de todo eso, que es por otra parte lo más real, está más cómodo en el mundo de ilusiones, éxitos y también desilusiones que le exigen empatía y no pensamiento crítico. Deja de interesar lo que ha ocurrido en las pistas para importar cómo sienten nuestros protagonistas lo que ha ocurrido allí. El desplazamiento permite que sus puntos de vista puedan ser más fácilmente asumidos por el espectador y ya sin necesidad de discutirlos racionalmente.

El modo en que los atletas recuerdan sus pueblos o ciudades de origen en una especie de “ver pasar”, ese plano tomado desde un coche u otro medio de locomoción que impide fijar la mirada, que impide ver con nitidez y que desdibuja la realidad, la referencia, es todo un símbolo. El exterior no sólo se convierte en algo ajeno sino que incluso se hace borroso, se convierte en un fantasma, una fantasmagoría en términos de la filosofía moderna. El afuera ya no sólo es algo que ya no nos afecta, sino que comienza a borrarse, a dejar de existir o, al menos, de importar.

En esa discusión entre lo real y el mito, tanto la teoría del espectáculo comentada por Debord (1967: 21) como las anotaciones que Mario Perniola (2011: 16) hace al simulacro coinciden en señalar ambos como procesos de ocultación: si el espectáculo tiene un centro dirigente difuso y ya no lo ocupa una ideología clara, según Debord, Perniola explica la “desrealización” como ese proceso en el que los medios de comunicación de masas, la industria cultural y la nueva publicidad disuelven la realidad.

Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014

La distancia entre la realidad y la emoción, entre lo público y lo privado, el individualismo como camino es la estrategia de “First” y su modo de participar del agregado cultural en el que está inserta como una obra más de cultura popular y quizá como una obra más de esta época. No obstante, la estrategia no es lo mismo que el mensaje. “First” tiene su propia voz y plantea tanto a través de las palabras de la yudoca, el nadador o el gimnasta una huida y propone olvidar e ignorar la política y la realidad social ajena al deporte. Al mismo tiempo y en un segundo nivel, reparte por toda la película imágenes que exponen sin palabras el éxito organizativo de los Juegos Olímpicos de Londres: instalaciones y accesos a rebosar, pero ordenados, un viaje por una ciudad, estadios a rebosar, una y otra vez todo el escenario está perfecto.

El deporte y en concreto el relato audiovisual del deporte demuestra su capacidad para articular mensajes de modo directo e indirecto. Ya no se trata del espectáculo en general sino del deporte y de reivindicar que no es una narración intrascendente sino que a diario nos cuelean propuestas de comportamiento (como aquí la de pasar de la política y la realidad social) y mensajes políticos (juegos olímpicos de Londres igual a éxito, por tanto, éxito de los organizadores) que condicionarán al público.

La gran pregunta es si sólo son mensajes o estamos en el nivel de la propaganda. Un concepto interesante es el de “genocidio cultural” que Georges Didi-Huberman (2012: 21) retoma de Passolini en “Supervivencia de las luciérnagas”. Didi-Huberman sostiene que el fascismo no homogeneizó y exterminó tanto la cultura como el actual capitalismo. Plantea que el modelo fascista no dejó de ser letra muerta y nunca, a pesar de todas las represiones, consiguió lograr la verdadera adhesión sino que se mantuvieron las culturas proletarias y campesinas. Ahora es cuando se suprimen, mantiene, amplias porciones de la sociedad y se estimula la asimilación total de los ideales y la cultura burguesa. En el desarrollo de sus planteamientos, Didi-Huberman (2012: 78) expone que la gloria que antes tenían las ceremonias y la liturgia ahora se concentra en los medios de comunicación. Es una manera de explicar esa capacidad de impresionar y casi de hipnotizar de las imágenes.

Sensaciones de ahogo, de angustia y de felicidad, de exaltación y dolor que se canalizan a través de los medios y de las imágenes y que convierten fácilmente a los medios en “vehículos de la propaganda y la mercancía”.

Para entender cómo funciona la propaganda sirven las palabras de Román Gubern (2004: 254) para quien, el gran arte consiste en educar sin que el educado caiga en la cuenta. La mejor propaganda, mantiene, es aquella que trabaja de “modo invisible”, la que penetra en la totalidad de la vida sin que el público tenga conocimiento de la iniciativa propagandística. “First” trabaja en un plano emocional y su estrategia comunicativa es el individualismo. Los mensajes políticos no se esconden aunque sorprende su homogeneidad y que se compacten en dos capsulas en la introducción y entre los minutos 53 y 55 del desarrollo. Llama la atención que se usen las imágenes (el alejamiento borroso y en marcha de los pueblos de origen) para repetir el mismo mensaje que nos ofrecen los atletas y esta vez sin enunciación evidente, sin capacidad de discusión o intelección. Aun así, el verdadero nivel de propaganda está en el contexto, en el escenario. La película busca con el relato emocional romper las barreras y la distancia y que tengamos otra aproximación a los Juegos Olímpicos. Se trata de emocionarse con los atletas y trata de que el espectador comparta ilusiones y sentimientos con los deportistas, mientras va insertando una y otra vez imágenes de un evento perfecto.

Cuando acabe la película van a ser unos Juegos Olímpicos que han emocionado al espectador, con la capacidad para el recuerdo que tiene la emoción. Al mismo tiempo, la propaganda son las decenas de imágenes de estadios llenos e ir y venir de millones de personas. Las imágenes más inocentes son las que al final bombardean al público entre cada prueba. Todas en el mismo sentido, todas unánimes, muestran la perfecta coordinación y la asistencia de miles de personas en una cultura en que lo que quiere la multitud es lo deseado, la democracia del mercado.

Méndez Rubio (2012:25-26), citado unos párrafos arriba para exponer esa desaparición del exterior, da más detalles y plantea que las bases de este proceso son cuatro: la desaparición del espacio público, la producción de

pobreza a gran escala, la transformación del otro en amenaza y la neutralización de la información como propaganda y publicidad. De hecho, estas cuatro condiciones no son para él sino las pistas para llegar a lo que llama “fascismo de baja intensidad”. Para Méndez, la sociedad bajo el supuesto amparo de un protocolo democrático se entrega a sus verdugos “sin poder o sin querer” ver que estos preparan un gaseado “letal y legal”. No somos más libres por vivir en una democracia, el título no nos hace intocables, viene a advertir Antonio Méndez. Sobre todo, si el modelo que se impone es el individualismo, si el extraño se convierte en extranjero, si la pobreza es una consecuencia del sistema y si los medios de comunicación se convierten en instrumentos propagandistas.

Este artículo simplemente quiere demostrar que inserta en la cultura popular también está la propaganda y que el espectáculo es todo un mecanismo de comunicación coherente con otros rasgos de la sociedad como plantea Méndez. El deporte tiene que dejar de ser contemplado como una diversión menor y ser analizado con la atención que se debe prestar a un vehículo de comunicación de primer orden. No sólo suele ser una fábrica de ilusiones y emociones, es también un productor de mitos y héroes. En el fondo, uno de los lugares donde se generan modelos de comportamiento que también incluyen como hemos visto planteamientos políticos, aunque sean de desafección.

El desinterés es todo un mensaje. Huir o alejarse de una realidad injusta y que genera desigualdad a diario es una manera de ayudar a perpetuar la situación. La propaganda de los sistemas totalitaristas trataba de ocultar a los ciudadanos lo que ocurría. Hoy más bien se trata de convencerlos de que no se puede cambiar y de mantenerlos interesados por otras cosas como el partido del domingo. Aunque allí ya no sólo esté en juego el resultado sino todo un sistema de comunicación. En un mundo de héroes deportivos y con una vida social sometida a la tragedia es más fácil vivir. Para triunfar en la moderna epopeya que plantean este tipo de narraciones deportivas son necesarios los súper poderes al igual que nosotros sin ellos ya podemos avanzar que fracasaremos, como si cumpliésemos el veredicto de una tragedia griega.

4. **Bibliografía:**

- Baudrillard, J. (1996) *El crimen perfecto*. Barcelona: Editorial Anagrama
- Bauman, Z. (2006) *Europa. Una aventura inacabada*. Madrid: Editorial Losada.
- Debord, G. (1967) *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pre-textos.
- Didi-Huberman, G. (2012) *Supervivencia de las luciérnagas*. Madrid: Abada Editores
- Elías, N. y Dunning, E. (1986) *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Madrid: Fondo de cultura económica.
- Gubern, R. (2004) *Patologías de la imagen*. Barcelona: Colección Argumentos Anagrama
- Méndez Rubio, A. (2012) *La desaparición del exterior*. Zaragoza: Colección Herramientas, editorial Eclipsados
- Pardo, J. L. (2007). *Esto no es música. Introducción al malestar en la cultura de masas*. Barcelona: Galaxia de Gutenberg.
- Perniola, M. (2011) *La sociedad de los simulacros*. Buenos Aires: Ediciones Amorrortu.