
París 2024 y el deporte en el escenario geopolítico

Ángel Badillo Matos | Investigador Principal, Real Instituto Elcano | @angelbadillo X

Carmen González Enríquez | Investigadora Principal, Real Instituto Elcano | @cgzalez_elcano X

Manuel Gracia Santos | Investigador Principal, Real Instituto Elcano | @mgraciasn X

Tema

Estudio sobre la confluencia del deporte y la geopolítica, con especial hincapié en el papel de los Juegos Olímpicos.

Resumen

Mientras París se prepara para albergar los Juegos Olímpicos de Verano de 2024, marcando un siglo desde que los acogió por última vez en 1924, este análisis examina la intersección del deporte y la geopolítica, destacando el papel histórico y contemporáneo de los Juegos Olímpicos en las narrativas políticas globales. El artículo muestra también el peso del deporte en la proyección exterior de los países, utilizando para ello los datos del Índice Elcano de Presencia Global. Por último, se aborda el efecto del deporte en la imagen de los países y especialmente en la de España, a partir de los datos del Barómetro de la Imagen de España y de los documentos de trabajo anuales sobre la presencia de España en la prensa internacional.

Análisis

Cuando el 26 de julio de 2024 el último relevo de la antorcha olímpica encienda el fuego del pebetero de París darán comienzo los Juegos de verano de la XXXIII Olimpiada –y un mes después los decimoséptimos juegos paralímpicos–, 100 años después de que la capital francesa los acogiera en los brillantes tiempos de entreguerras. Aquellas primeras ediciones de los Juegos Olímpicos seguían impregnadas del espíritu de paz e internacionalismo que dio origen al movimiento olímpico internacional en 1894, aunque la Primera Guerra Mundial había acabado con el espíritu de cooperación que en esas décadas había impulsado a Henri Dunant, Jane Addams, Élie Ducommun, Bertha von Suttner y al propio padre del movimiento olímpico, Pierre de Coubertin, para quien “el propósito político de los juegos –la reconciliación de las naciones en guerra– era más importante que el deporte”.¹

¹ Guttman, A. (1992), *The Olympics: A history of the modern games*, University of Illinois Press, p. 1.

Ya en la década de los 20 del siglo pasado, se había extendido “la peor de todas las pestes, el nacionalismo, que envenena la flor de nuestra cultura europea”², como lamentaba Stefan Zweig, y esa plaga tiñó los juegos, los primeros mundiales de fútbol y la enfebrecida sociedad europea de esos años. Como en otros terrenos, Benito Mussolini mostró el camino a Hitler en el “lavado de cara deportivo” convirtiendo el segundo Campeonato Mundial de fútbol en la Italia de 1934 en la muestra de su hegemonía social, incluyendo amenazas a los equipos rivales, la épica “batalla de Florencia” contra España (con una docena de jugadores lesionados y un árbitro que fue expulsado de la competición por sus irregularidades) y la esperada victoria final italiana exigida por *il Duce* a sus jugadores: “*È un ordine!*” (¡es una orden!).

1. Los juegos en el escenario geopolítico mundial

Alemania preparaba entretanto los juegos que debían legitimar internacionalmente el país gobernado por el canciller Adolf Hitler, que construyó unas infraestructuras a la escala de sus ambiciones y convirtió Berlín en un decorado para que las delegaciones internacionales colaboraran en promocionar la idílica sociedad alemana del nazismo, en una trama “donde la raza, el fascismo incipiente y el deporte se mezclaban en una operación propagandística multifacética”.³

Los Juegos de 1936 siguen siendo los más estudiados de la Historia porque construyeron el paradigma del espectáculo de masas al servicio del relato nacional que son hoy los grandes actos globales del deporte. La Alemania nazi los aderezó con rituales como el relevo de la antorcha olímpica ideado por Carl Diem –secretario general del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de Berlín 1936, para entusiasmo de Joseph Goebbels–, que traía a Alemania desde Grecia no sólo el fuego, sino la legitimidad de la herencia de la civilización occidental vinculando pasado y presente en un recorrido que “permitió a Hitler canalizar la propaganda nazi a través de Europa central y sudoriental, zonas clave de la ambición geopolítica nazi”.⁴

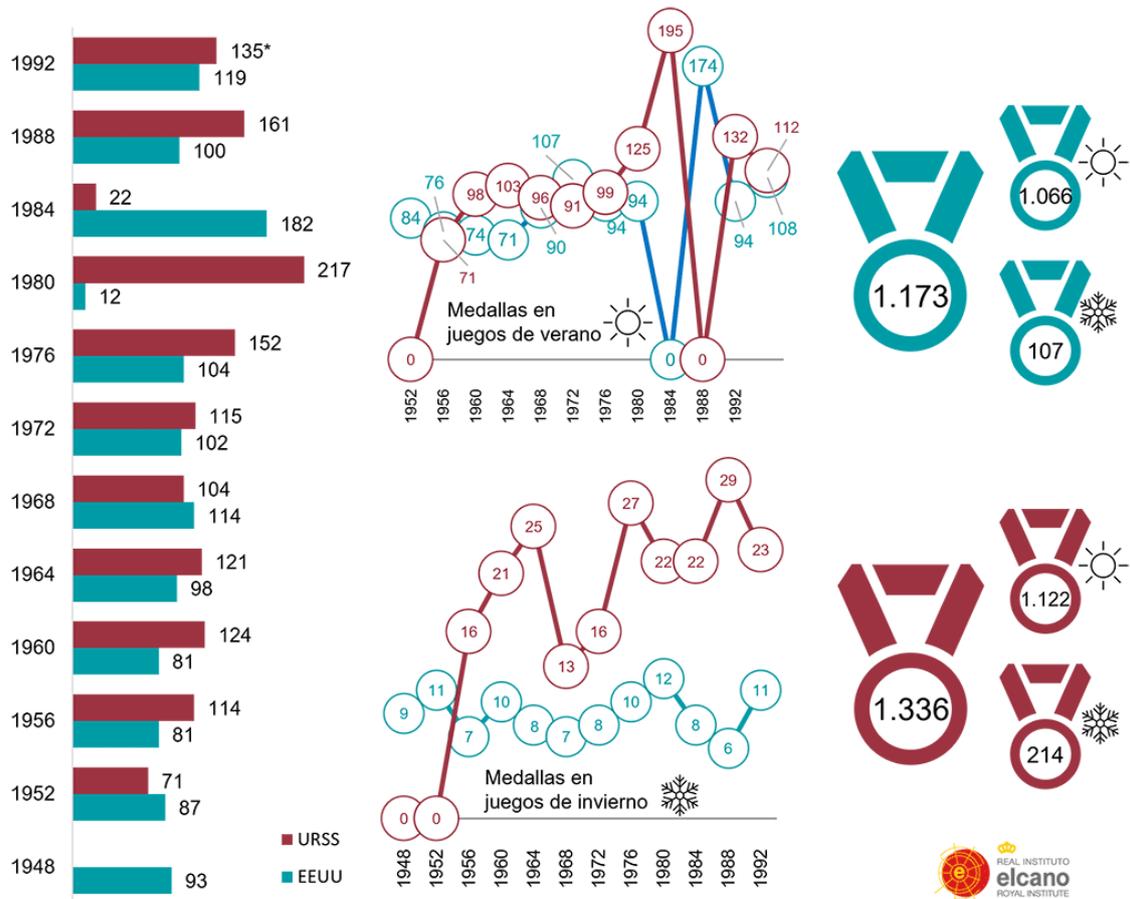
A aquellos juegos del nacionalismo le siguieron otra guerra mundial y cuatro décadas de Guerra Fría, como la bautizó George Orwell, en la que el deporte se convirtió en otra guerra subsidiaria de las dos superpotencias desde 1952, otro escenario para mostrar la hegemonía civilizatoria del comunismo y del capitalismo lleno de batallas ganadas y perdidas a ambos lados del telón de acero y culminadas en los juegos de verano de Moscú (1980) y Los Ángeles (1984) con el boicot de cada bando al evento del rival.

² Zweig, Stefan (1942/2012), *El mundo de ayer. Memorias de un europeo*, Acantilado, Madrid.

³ Boykoff, J. (2023), *The 1936 Berlin Olympics: Race, Power, and Sportswashing*, Common Ground Research Networks, p. 75.

⁴ Boykoff, J., *op. cit.*, p. 3.

Figura 1. Medallero olímpico de EEUU y la URSS durante la Guerra Fría, 1952-1992



La URSS comienza a competir en los JJOO de verano en 1952, y en los de invierno en 1956.
 * En 1992, los atletas de las exrepúblicas soviéticas compitieron bajo la denominación de Equipo Unificado

Fuente: elaboración propia sobre datos del Comité Olímpico Internacional.

Los países del este ganaron el medallero de los juegos de la Guerra Fría –y la URSS a Estados Unidos (EEUU)–, muchos de ellos especializándose en deportes como halterofilia, gimnasia deportiva y lucha, empleando para ello a miles de jóvenes incorporados a programas militarizados de entrenamiento o, como ocurrió en la República Democrática Alemana, sometidos a políticas estatales de dopaje –el tristemente famoso *Staatsplanthema 14.25*– que les dejaron secuelas físicas de por vida.

La historia, desafortunadamente, se repitió en la Rusia contemporánea como demostró la *Agencia Mundial Antidopaje* tras Sochi 2014. Los juegos de la Guerra Fría aprovecharon la centralidad de la televisión –a partir de las transmisiones satelitales en directo de los años 60– para transformar el olimpismo en una arena global de reivindicaciones políticas como los derechos civiles afroamericanos en México 1968, el conflicto palestino-israelí con el atentado de Septiembre Negro en Múnich 1972 y el gran boicot africano en Montreal 1976.

Tras la puesta de largo de la recuperada democracia española con los juegos de Barcelona en el simbólico 1992, los juegos de la televisión, de la globalización y del mundo unipolar salido de la Guerra Fría son el plató mundial en el que las ceremonias

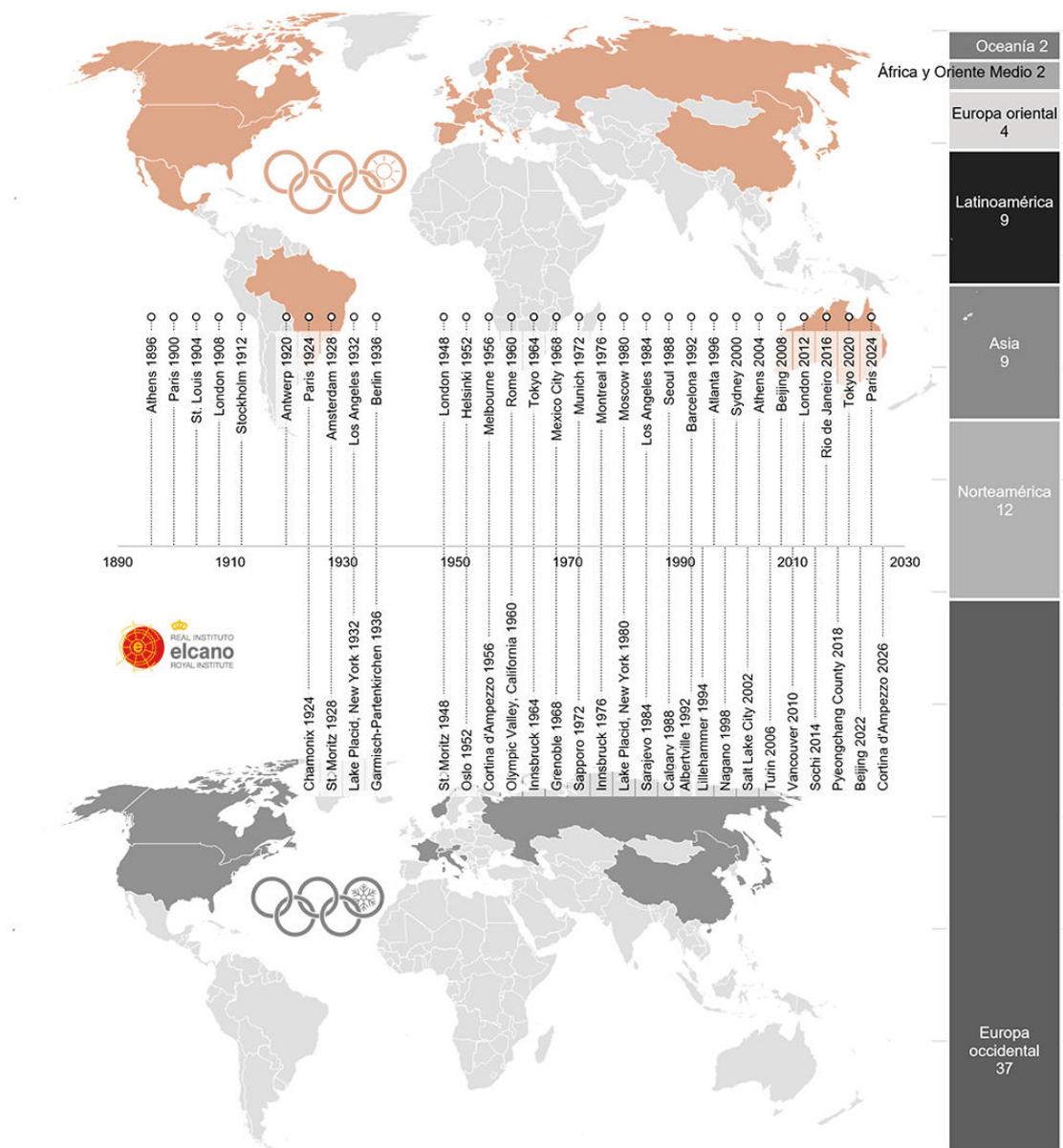
de apertura y clausura escenifican un relato celebratorio de la identidad nacional, de la monumentalidad de los estadios como catedrales de la postmodernidad y de la transformación urbanística de las ciudades que albergan los juegos.

La competencia por las sedes desata la corrupción para conseguir los votos de los comités de selección de los juegos de [Salt Lake City](#), [Río](#) y [Nagano](#). La corrupción y los gastos vuelven menos populares los juegos entre la opinión pública de los países que se proponen organizarlos, como ocurrió recientemente en Tokio y en Boston⁵ –que retiró su candidatura para 2024–, porque las inversiones económicas se disparan⁶: 13.000 millones de dólares para Río, 13.300 millones para Londres, 15.400 para Pyeongchang, 18.700 millones para Atenas, 35.000 para Tokio, 52.000 para Pekín, casi 60.000 para Sochi, cantidades descomunales para acontecimientos de apenas dos semanas de duración y demasiado tentadoras para evitar la corrupción en las adjudicaciones en Atenas y Sochi. No es extraño que uno de los compromisos de París 2024 haya sido un gasto contenido (menos de 9.000 millones), dedicado a recuperar algunas zonas deprimidas de la periferia urbana y la reutilización del 95% de las infraestructuras necesarias para la disputa de las competiciones deportivas para que la ciudad que da nombre al acuerdo global por la sostenibilidad medioambiental sea la que menos emisiones de CO₂ genere con unos Juegos Olímpicos.

⁵ Boykoff, J. (2016), *Power Games: A Political History of the Olympics*, Verso Books, New York.

⁶ Las cifras varían según diferentes estimaciones: Baade, Robert A., Matheson y Victor A. (2016), "Going for the Gold: The Economics of the Olympics", *Journal of Economic Perspectives* 30(2), pp. 201-218; Zimbalist, Andrew (2015), *Circus Maximus: The Economic Gamble Behind Hosting the Olympics and the World Cup*, The Brookings Institution, Washington.

Figura 2. Sedes de los juegos olímpicos de invierno y verano, 1896-2026



Fuente: elaboración propia.

Las siguientes citas olímpicas mostrarán el desplazamiento del eje geopolítico hacia el Pacífico, no sólo porque Los Ángeles (2028) y Brisbane (2032) estén bañadas por ese océano: para acoger los juegos de verano de 2036 empiezan ahora a postularse ciudades como Estambul, la india Ahmedabad (o quizá otra en ese país), Santiago de Chile y Doha. Parece por tanto evidente que los países del sur global están asumiendo un papel creciente en las competiciones deportivas internacionales, incorporando su presencia en el ámbito deportivo como un elemento central de su estrategia de proyección exterior. Buen ejemplo es Jamaica, que ha conseguido una extraordinaria visibilidad internacional gracias a sus medallas olímpicas –13 en los juegos de Londres, seis oros en Río– y los programas de promoción de atletas juveniles de los que salió Usain Bolt. Pero no podemos olvidar el papel de la diplomacia del deporte de los países

del golfo Pérsico, que han desplegado una intensa actividad de atracción de acontecimientos deportivos a sus estadios como forma de compensar las complejas controversias de su imagen internacional. El deporte se ha convertido así, en las últimas décadas, en un modo ventajoso de proyectar presencia exterior, entre otras razones porque muchas federaciones deportivas reconocen como miembros a países que no forman parte de Naciones Unidas. En el fútbol, por ejemplo, Inglaterra, Escocia, Irlanda del Norte y Gales compiten con bandera propia; en los juegos olímpicos tienen equipo propio Palestina, Kosovo, las islas Cook de Nueva Zelanda, Taiwán, Hong Kong, la neerlandesa Aruba, las islas británicas de Caimán, Vírgenes y Bermuda, y las estadounidenses Guam, Samoa, Vírgenes y el estado libre asociado de Puerto Rico.

2. La presencia global del deporte

Pero ¿podemos medir la presencia global que el deporte proporciona a los países? ¿Cómo compararlo con otros ámbitos, como el económico, el militar y el cultural? Con el fin de contribuir a la respuesta de estos interrogantes, el Real Instituto Elcano elabora el [Índice Elcano de Presencia Global](#). Este proyecto fue creado en 2010 con el objetivo de ofrecer una herramienta de medición de la forma de proyectarse de los 150 países para los que se calcula, así como del volumen y naturaleza del proceso de globalización desde 1990. Definimos la presencia global en tres dimensiones (económica, militar y blanda) que agrupan 17 indicadores, 10 de ellos incluidos en la dimensión blanda⁷ junto con Deportes: Migraciones, Turismo, Información, Cultura, Ciencia, Tecnología, Educación, Cooperación al desarrollo y Cambio climático. Al concretar el concepto de presencia blanda es posible cuantificar su relevancia en el proceso de globalización respecto a las dimensiones económica y militar. Y los resultados muestran la importancia de esta dimensión blanda en el mantenimiento del ritmo de globalización desde la crisis de 2010 [y hasta el estallido de la pandemia](#), que afectó severamente a los indicadores blandos particularmente a los relativos al movimiento de personas, como Turismo o Educación.

La incorporación de los distintos indicadores del Índice está precedida de un proceso de reflexión con expertos en cada materia. En lo relativo a Deportes, tras las diferentes reuniones metodológicas se concluyó que había dos ámbitos fundamentales en los que habría que medir la presencia deportiva de los países. El primero es obviamente el medallero olímpico dada, como se explicaba anteriormente, su relevancia geopolítica histórica. Pero se debatió también sobre qué otras competiciones deportivas internacionales habría que añadir, existiendo consenso en que la relevancia que había adquirido el fútbol como fenómeno mundial exigía un tratamiento diferenciado. De hecho, y probablemente como reflejo de lo anterior, el medallero olímpico resultaba tener una alta correlación con el desempeño en los diferentes deportes considerados individualmente, a excepción del fútbol. Es decir, países con deportistas destacados en, por ejemplo, atletismo, tenis o baloncesto, suelen obtener altos resultados en estos deportes en los Juegos Olímpicos, mientras que esto no ocurre necesariamente en fútbol, donde el campeonato mundial organizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) tiene mayor reconocimiento.

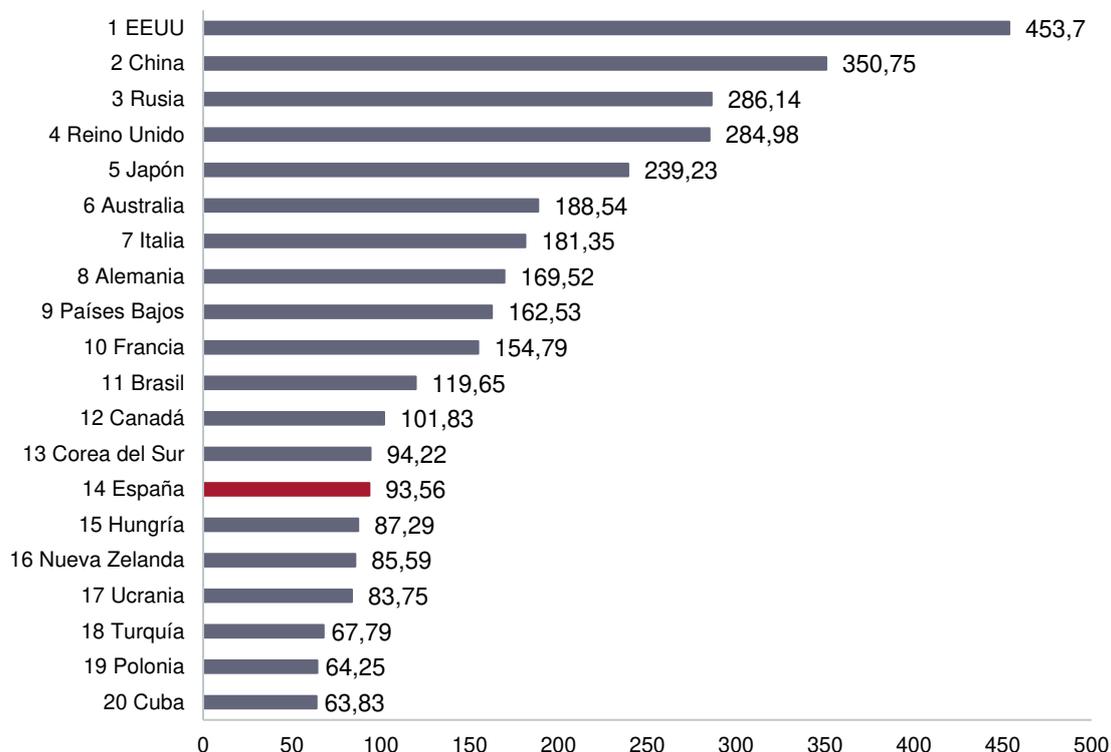
⁷ El término de poder blando o suave está ampliamente extendido en los estudios de relaciones internacionales, sin que exista un consenso sobre en qué indicadores se concreta.

En consecuencia, se propuso dividir el indicador de deportes en un subindicador relativo a los Juegos Olímpicos y otro relativo al fútbol. En la [metodología original del Índice](#) la medición de esta presencia futbolística era a través del *ranking* FIFA de selecciones absolutas masculinas. Pero la creciente relevancia que, en la proyección externa de los países, estaban adquiriendo tanto los clubes de fútbol como, más recientemente, el fútbol femenino obligó a la [incorporación de los puntos FIFA de las selecciones absolutas femeninas y los puntos obtenidos por cada país en la clasificación mundial de clubes ofrecida por el *International Federation of Football History and Statistics* \(IFFHS\)](#). Para combinar los subindicadores de fútbol y Juegos Olímpicos se adoptó el criterio de ponderarlo según su relevancia medida por las audiencias televisivas. Dado que la audiencia de los Juegos Olímpicos es aproximadamente tres veces la audiencia de la Copa Mundial de la FIFA, el componente de medallas pesa un 75% frente al 25% del componente de fútbol.

Pero hay tener en consideración que el desempeño deportivo de los países trasciende el propio ámbito deportivo, incidiendo sobre otros indicadores de la dimensión blanda. Así los resultados obtenidos implican mayor aparición en medios de comunicación, en un mayor volumen de exportaciones de servicios audiovisuales, en la atracción de turismo o incluso de estudiantes, mediante los sistemas de talento deportivo asociados al deporte universitario.

¿Y cuáles son los resultados según el Índice Elcano de Presencia Global? El *ranking* 2023 en el indicador de Deportes del Índice está liderado por EEUU, seguido de China, Rusia y el Reino Unido. Ello resulta obviamente del modo en que está definido el indicador y el último medallero de Juegos Olímpicos de Tokio 2020 estuvo liderado por EEUU con 113 medallas, seguido de China (88), Rusia (71) y el Reino Unido (65). Por su parte, Argentina ocupa el primer puesto del *ranking* FIFA masculino –seguido de Francia, Bélgica e Inglaterra–, mientras que el *ranking* FIFA femenino lo lidera España, seguido de Inglaterra, Francia y EEUU. En cuanto a la clasificación de clubes de fútbol, el Reino Unido ocupa la primera posición seguido de Brasil, Argentina y España.

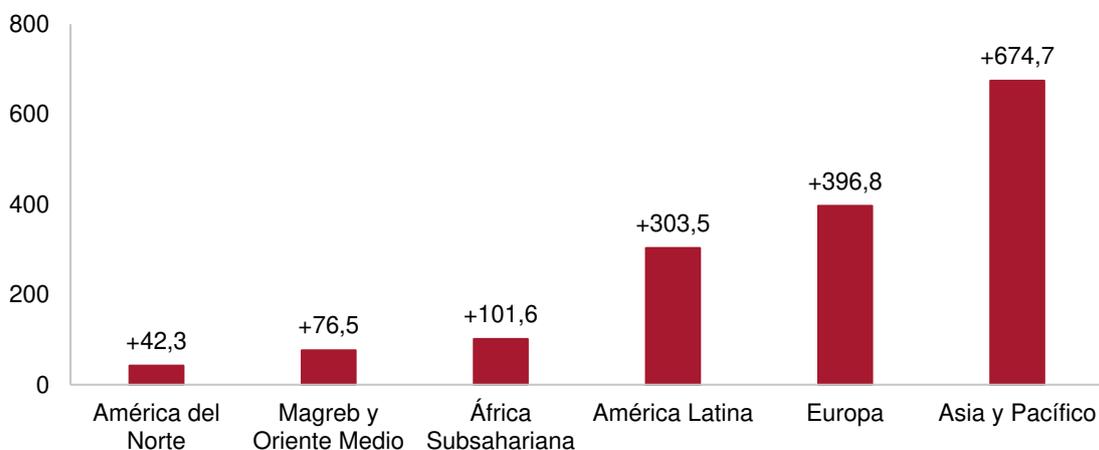
Figura 3. Ranking en Deportes, Índice Elcano de Presencia Global, 2023



Fuente: Índice Elcano de Presencia Global.

Si agregásemos por regiones, Europa lideraría en 2023 la clasificación en Deportes, seguido de Asia y Pacífico y América del Norte. Pero en comparación con 1990, mientras Europa registra un incremento de 18,5% y América del Norte un 8,2%, la subida en Asia y Pacífico fue del 116%. También América Latina ha registrado un mayor incremento de su presencia deportiva desde 1990 (127%) e incluso África subsahariana y Magreb y Oriente Medio (50%).

Figura 4. Variación acumulada en el indicador Deportes, 1990-2023



Fuente: Índice Elcano de Presencia Global.

Y es que el indicador de Deportes es, en el Índice Elcano de Presencia Global, en el que más aumentan su presencia los países del denominado sur global. Destacan por un lado países de gran tamaño con estrategias específicas orientadas a maximizar el número de medallas olímpicas obtenidas, como Rusia y China, que lideran la clasificación en este indicador. Pero también países de menor tamaño como Jamaica, Cuba y Georgia, en los que su presencia deportiva se ha convertido en un rasgo fundamental de su proyección exterior. Ocupan también posiciones particularmente altas países como Hungría, Polonia, Ucrania, Australia y Nueva Zelanda.

En el caso de España, los Deportes han tenido tradicionalmente una alta relevancia en su proyección hacia el resto del mundo. Alcanzó su máximo en 2015, tras el buen desempeño en Londres 2012 y el crecimiento, tanto de la selección de fútbol masculino como de diferentes clubes de fútbol españoles, descendiendo desde entonces por la reducción tanto del número de medallas como de puntos FIFA masculino y a pesar del incremento en el *ranking* FIFA femenino, tras el logro del mundial de 2023.

Y es que el valor que obtiene España en Deportes dentro del Índice Elcano de Presencia Global es particularmente bajo por el bajo puesto que ocupa en el medallero olímpico (17º por detrás de Ucrania y delante de Cuba), principal componente de este indicador. Ello hace que el liderazgo de deportistas españoles en diversas competiciones deportivas internacionales tenga su reflejo en otros indicadores, como en Información a través del elevado número de menciones en la prensa internacional.

3. El deporte en la imagen de los países: el caso de España

La imagen y el prestigio desempeñan un papel clave en la competencia internacional entre los Estados para atraer atención, inversiones, turismo y talento, para mejorar su capacidad de influencia y para promover sus exportaciones. España ocupa una posición privilegiada en la escala de prestigio internacional, confirmada por diferentes clasificaciones elaboradas con distintas metodologías⁸ y en los que se sitúa de forma continua en torno a los puestos 12 a 14 de mayor prestigio mundial. Salvo en los momentos de grave crisis económica, como la vivida en torno a la Gran Recesión, España no ha bajado nunca del podio de los 15 países de mejor reputación en el mundo. Todos los países que encabezan estas clasificaciones comparten algunas características: son ricos, son democracias pluralistas y no suponen una amenaza para nadie. España comparte estos rasgos, pero además tiene algunos propios que le otorgan un perfil muy específico. Uno de ellos es su atractivo turístico, el aspecto mejor valorado de la realidad española, que se desglosa en elementos como el gusto por la comida española, por sus paisajes, sus playas y sus ciudades. La simpatía que despiertan los ciudadanos españoles, aparentemente más cálidos y expresivos que otros, es también un importante punto a favor de la imagen de España. Pero en segundo o tercer lugar el aspecto que más contribuye a la buena imagen del país es el deporte:

⁸ *Rep Core Nations* (Reputation Lab), varios años; *Global Soft Power Index* (Brand Finance), varios años; *Nation Brand Index* (Ipsos) varios años; *Country Rep Track* (Reputation Institute) varios años. Estos últimos han sido cofinanciados por el Real Instituto Elcano y publicados en su web con el título "La reputación de España en el mundo" (varios años).

España es una potencia deportiva de primer orden, especialmente en fútbol, pero también en tenis, baloncesto, ciclismo y otros.

Los Estados son muy conscientes del efecto positivo que tienen los triunfos deportivos sobre su reputación internacional, de modo que, cada vez más, el deporte forma parte de las políticas de marca-país. Sólo hay que ver el fichaje de Rafael Nadal por Arabia Saudí, como embajador del Tenis, para entender cómo los gobiernos aprecian ese efecto “halo”, o contagio, que el deporte de élite y espectáculo tiene sobre el prestigio de los países. O, por poner otro ejemplo reciente, la decisión de Marruecos de construir el estadio de fútbol más grande del mundo –en Casablanca– para el próximo Mundial de Fútbol de 2030. O, en el 2022, la decisión de Qatar de organizar el Mundial de Fútbol y atraer así la atención de millones de espectadores del mundo entero para mejorar su imagen. O la compra de clubes de fútbol europeos por países del golfo Pérsico, que intentan de este modo que la atracción por el fútbol derive en interés por sus países.

El deporte de élite ofrece una imagen netamente positiva, ligada a valores humanos universalmente compartidos: esfuerzo, resistencia, fuerza, disciplina, trabajo en equipo, ambición, liderazgo, coordinación, juego limpio. Es, además, un gran espectáculo, que mueve millones y se convierte en plataforma de exhibición de todo lo que se relaciona con él, ya sean las marcas comerciales que patrocinan o se anuncian en los estadios, o el país que los acoge.

España, en este sentido, se encuentra en una muy buena posición. Gran parte de la información que llega al resto de mundo sobre España se refiere al fútbol. Como se deduce del informe anual que publica el Real Instituto Elcano sobre la presencia de España en la prensa internacional en el que se analizan los más de 300.000 artículos publicados a lo largo del año en todo el mundo, en prensa impresa o electrónica, en los que se menciona a España, el fútbol es la principal materia sobre la que se informa en relación con nuestro país.

En concreto, [en el 2023](#) se publicaron 387.000 artículos sobre España en la prensa de cualquier otro país, y el 34% de ellos se referían al fútbol. En el caso de otras potencias futbolísticas ese porcentaje es bastante menor: 12% en Francia, 17% en el de Alemania, 18% en el de Italia y 26% en el del Reino Unido. La importancia del fútbol en la imagen de España es tan importante que la organización más relacionada con nuestro país en las noticias publicadas en prensa es la FIFA, por encima de la Unión Europea (UE), seguidas ambas por el Real Madrid y la Unión Europea de Asociaciones de Fútbol (UEFA). Hay grandes zonas del mundo donde España es conocida básicamente por su fútbol, áreas donde su población no sabe nada de nuestro país, pero muchos de sus habitantes siguen los partidos de la Liga española. En África subsahariana, o en China, España, en términos periodísticos, es básicamente fútbol.

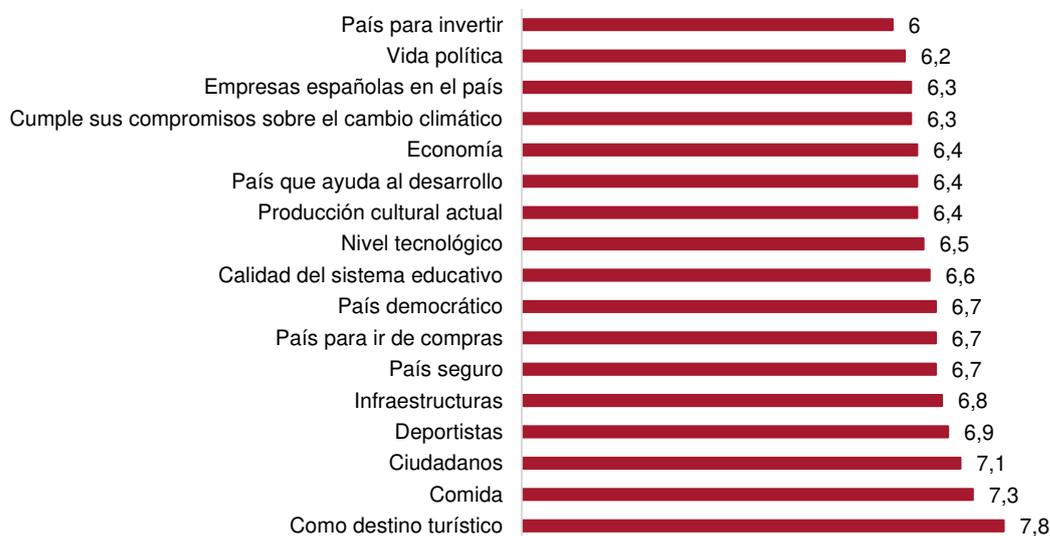
Pero, aunque el fútbol es el deporte estrella en la construcción de la imagen española, no es el único. El tenis es muy relevante gracias a los éxitos de Rafael Nadal y Carlos Alcaraz, pero también lo son el baloncesto, el ciclismo, la vela, el balonmano y muchos otros deportes (con gran variedad anual) que, en conjunto, representan otro 15% del total de las noticias que se publican mundialmente sobre España. Sumando ambos grupos, el fútbol y el resto de los deportes en los que destaca España, abarcan la mitad

del total de noticias que se publican sobre nuestro país en el exterior. De este modo el deporte se convierte en el principal “embajador” de la marca-España, mucho más conocido que las principales empresas exportadoras españolas o sus principales productos culturales, presentes o pasados.

El deporte no sólo es importante en la imagen externa de nuestro país. Lo es también, y mucho, en la interna y en el sentimiento de pertenencia y la identidad nacional de los españoles. Esa relación entre el deporte de competición-espectáculo y la fuerza del sentimiento de identidad nacional ha sido muy estudiada y bien establecida para muchos países y diferentes deportes. En nuestro caso, la encuesta Barómetro de Imagen de España muestra que los españoles coinciden con los observadores exteriores en su alta valoración de la calidad del deporte español y en colocar al deporte como uno de los elementos mejor apreciados de nuestra realidad.

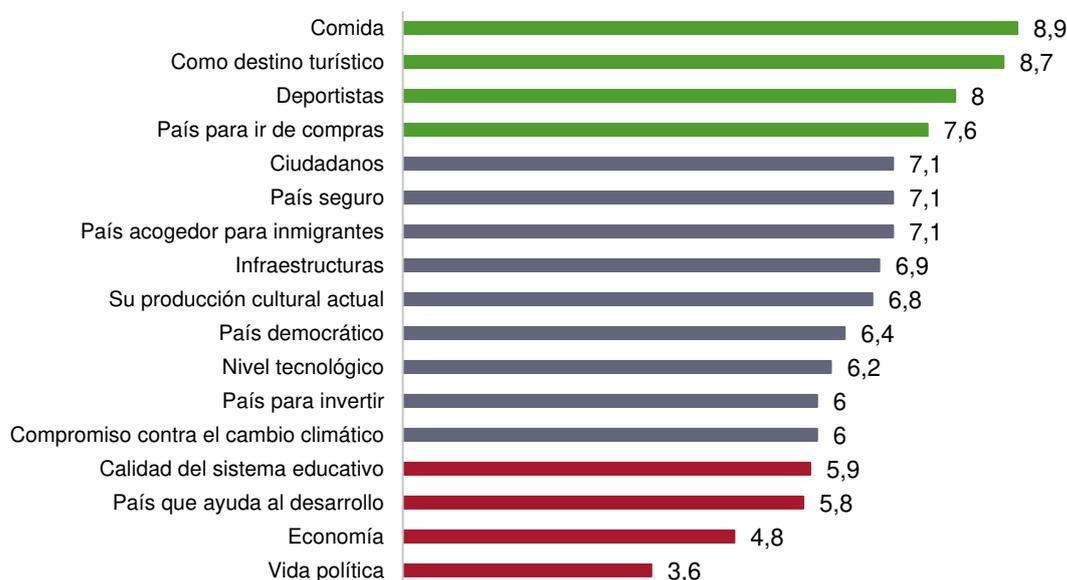
Por otra parte, el gran poder del deporte-espectáculo en la identidad nacional obliga a redoblar los esfuerzos contra las exhibiciones de racismo o de machismo que se producen a veces en él. Del mismo modo, pocos mensajes antirracistas pueden ser tan influyentes como el papel de Lamine Yamal y Nico Williams en el triunfo de la selección española de fútbol en la Eurocopa 2024.

Figura 5. Cuando Ud. piensa en España ¿cuál es su opinión sobre los siguientes aspectos...? Por favor, utilice la escala de 0 a 10, donde 0 es la peor valoración y 10 la mejor



Fuente: BIE 2021. Países incluidos en la muestra: Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Portugal, Países Bajos, EEUU, China, India y Corea del Sur.

Figura 6. Cuando Ud. piensa en España ¿cuál es su opinión sobre los siguientes aspectos...? Por favor, utilice la escala de 0 a 10, donde 0 es la peor valoración y 10 la mejor



Fuente: BIE 2021. Resultados en España.

Conclusiones

El espíritu olímpico ha sufrido una gran transformación desde sus orígenes pacíficos e internacionalistas hasta su explotación con fines nacionalistas y propagandísticos. El deporte se ha convertido en las últimas décadas, en un instrumento de diplomacia pública, entre otras razones, porque muchas federaciones deportivas reconocen como miembros a países que no forman parte de Naciones Unidas (Escocia, Palestina, Taiwán...), lo que les da una gran visibilidad mundial.