

- Xavier Ginesta Portet
Barcelona

Los valores en el deporte: una experiencia educativa a través del Barça-Madrid

Values in sport: a pedagogical experience with the football match Barça-Madrid

El deporte ejerce mucha influencia en nuestra sociedad; y, sobre todo, entre los más jóvenes, quienes consumen deporte no sólo en las escuelas, sino también a través de los medios de comunicación. En algunos casos, los valores que los maestros y entrenadores intentan transmitir a sus alumnos o deportistas son diferentes que los valores que transmite el deporte-espectáculo consumido en directo o a través de los medios. En este artículo se relata, a partir del derbi de fútbol Barça-Madrid, una experiencia para intentar desarrollar la capacidad crítica del alumno respecto al deporte.

Sport is very influential in our societies; above all, on youngsters. Young consumers are exposed to sport, not only at school, but also through the mass media. Sometimes, the values that teachers and coaches instil in their young pupils, sportsmen and sportswomen, are not the same values which they receive when they watch sport-entertainment events, through mass media or live. In this paper, we analyse an experience, a Barça-Madrid derby, to try to develop the critical capability of students regarding sport.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Valores, deporte, fútbol, medios de comunicación, espectáculo, educadores.
Values, sport, football, mass media, spectacle, formers.

La influencia del deporte en nuestra sociedad es enorme. Hoy en día, la práctica deportiva ha colonizado gran

parte del tiempo de ocio de las personas, tanto si son espectadores como actores del deporte. De esta manera, el deporte ha generado modas y modos de actuar de la gente (Viadé, 2003: 27). No obstante, no todos afrontan la práctica deportiva con los mismos objetivos. Viadé (2003: 39) define los diversos ámbitos de la práctica deportiva según: deporte de competición, deporte de iniciación, deporte de ocio y deporte para hacer salud.

Empezaremos definiendo los dos últimos ámbitos, para después centrarnos en los dos primeros, en los

❖ Xavier Ginesta es miembro del Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona y periodista deportivo (Xavier.Ginesta@uab.es).

que se encuentra el verdadero objeto de estudio del presente artículo. En cuanto al deporte para hacer salud, son diversos los autores (Casasa y Durà, 1984; Prieto y Nistal, 2003; Viadé, 2003) que apuntan la necesidad de hacer ejercicio físico regular o actividad física para tener una vida equilibrada. Prieto y Nistal (2003) aseguran que practicar deporte de una forma regular ayuda a mejorar tanto la salud física como la psicológica, incrementando así la calidad de vida. En este sentido, apunta Ginesta (2006), los autores entienden el concepto «salud» de una forma amplia, parecida a como se definió en la Declaración de Alma Ata (1978) promulgada por la Organización Mundial de la Salud (OMS): «Un estado completo de bienestar físico, mental y social» (Werner y Sanders, 2000). Otra manera para conceptualizar la práctica deportiva es entendiendo ésta como una forma de ocio. En este caso, el objetivo de las personas es ocupar su tiempo libre y, aunque en muchos casos se realicen competiciones, en ningún momento se pretende el mismo objetivo que en el deporte de competición (Viadé, 2003). En este caso, el hecho de competir queda en segundo plano, como un valor intrínseco de la práctica deportiva.

El deporte puede tener otro objetivo: la iniciación deportiva; es decir, «formar al niño en sus capacidades básicas, necesarias para su desarrollo integral» (Viadé, 2003: 40). A partir de la práctica deportiva –sea en horario lectivo o en horario extraescolar– los niños y niñas mejoran sus capacidades de aprendizaje, sus relaciones sociales y, por supuesto, se preparan para adaptarse mejor al mundo de la competición en caso de continuar con la carrera deportiva. Esta manera de entender el deporte tiene que formar parte de cualquier programa del llamado deporte base, en el que la competición es evidentemente el otro pilar, objeto de culto de muchos clubes porque saben que de un buen trabajo en la iniciación depende el tener o no jugadores en el futuro. Este deporte de iniciación, aunque relacionado en un futuro con la competición, persigue objetivos diferentes: «Así como en el deporte de competición se pretende la mejora de la acción deportiva específica, en el de iniciación se debe pretender el aprendizaje de acciones deportivas diferenciadas» (Viadé, 2003: 40).

En este sentido, es evidente que los clubes –sean de elite o no– confían en la llamada cantera para nutrir sus equipos seniors. Pero, entendiendo que hasta que los deportistas no llegan a la mayoría de edad no acaban su formación, entender el deporte como una vía para el desarrollo integral de la persona es necesario en cualquier club. La tarea del entrenador (podríamos

denominarlo incluso entrenador-educador) no es sólo la de trabajar las cualidades físicas, técnicas y tácticas de los futuros deportistas, sino también la de transmitirles los valores educativos y sociales vinculados con el deporte.

Sin embargo, si analizamos la práctica deportiva, muchos de estos valores asociados con la idea del deporte de iniciación chocan frontalmente con la manera con la que hoy en día se plantea cualquier competición. Conceptualmente, el deporte de competición consiste en demostrar el nivel de dominio de una técnica enfrentándose a otros deportistas o frente a uno mismo (Viadé, 2003: 40). En consecuencia, el deporte de competición o alto rendimiento implica la necesidad del deportista de buscar la mejora de sus capacidades. Y es aquí donde nos encontramos el primer incentivo para la violación de algunos valores proyectados desde el deporte de iniciación. ¿Qué es el dopaje sino una violación de las reglas del juego?, ¿y el adulterio de motores en las competiciones de automovilismo?, ¿y la violencia en un campo de fútbol como se vio durante la final del Mundial de Alemania 2006? En este sentido, se hace difícil poder conciliar la manera en la que se está enseñando la práctica deportiva con la manera como algunos deportistas de alto nivel –los referentes para los niños y niñas– la desarrollan.

1. Deporte de competición, deporte-espectáculo y medios

Esta conciliación entre valores del deporte de iniciación y los valores proyectados por los deportistas de alto nivel, tanto positivos como negativos, es aún más compleja si tenemos en cuenta que los profesionales del deporte disfrutan del apoyo de los medios de comunicación, que amplifican y expanden sus virtudes, defectos, marcas, resultados y su manera de actuar. Al fin y al cabo, proyectan los valores que rigen sus vidas personales y profesionales.

En este sentido, Puig y Heinemann (1991: 124-125) ya nos hablan de que el deporte es un fenómeno cultural, permeable a su entorno, polisémico y con diversidades y contradicciones. Los autores se basan en una concepción del deporte que lo contempla como un sistema social abierto en el que se incorporan nuevas prácticas, mostrándose «como una realidad cada vez más difícil de acotar, más imprecisa». Puig y Heinemann (1991) nos hablan de cuatro modelos (abstracciones a las que se refieren diversas manifestaciones del deporte contemporáneo): expresivo (fundamentado en el goce del deportista), instrumental (asociado a empresas que disponen de instalaciones para el culto al cuerpo), competitivo (asociado a la búsqueda

da de una meta, un resultado) y espectáculo (regido por las leyes del mercado y encaminado al entretenimiento).

Obsérvese, pues, que los autores distinguen entre modelo competitivo y espectáculo: dos modelos dentro de los cuales se contempla el deporte de competición o alto rendimiento. Un modelo de espectáculo deportivo orientado al entretenimiento que «se caracteriza por su estricta reglamentación y por el cuerpo de profesionales que se ocupan de su cumplimiento» (González Ramallal, 2003: 192). Un modelo que, según Puig y Heinemann (1991) y González Ramallal (2003), tiende a regirse cada vez más por las leyes del mercado, propias de una sociedad de masas, que influyen de manera trascendente, no sólo en el ámbito político, económico y social, sino también en los demás modelos del deporte contemporáneo. Un modelo de práctica deportiva que sólo se da en algunas disciplinas, como fútbol, baloncesto o motor y «que se somete a la representación mediática» (González Ramallal, 2003: 192). Una situación producida principalmente por la gran cantidad de dinero que los clubes y organizaciones deportivas reciben en concepto de derechos de retransmisión, ingresos que se hacen esenciales para equilibrar las cuentas anuales de dichas organizaciones.

Es evidente que los medios de comunicación tienen un papel primordial a la hora de proyectar el deporte como un espectáculo de masas. Los medios, no sólo han logrado que una gran audiencia consuma el deporte de forma pasiva desde su domicilio particular, sino que han contribuido a su teatralización (González Ramallal, 2003) —estamos delante de una obra representada, para un público, por diferentes actores y que desempeñan su papel en unos escenarios altamente formalizados— y a la creación de la «hiperemoción» (cada partido es presentado como una novela) (Murillo y Murillo, 2005).

El fútbol es el ejemplo más claro del deporte-espectáculo influenciado por los medios de comunicación. Por ejemplo, el famoso gol de oro que se usó durante algunas temporadas en las competiciones fue por exigencias de las televisiones o la crisis económica que el fútbol europeo vivió a principios de esta década fue producida por la dependencia económica exclusiva de los clubes de los derechos de retransmisión (Agudo y Toyos, 2003).

Desde sus inicios en las «public schools» británicas, el fútbol ha sido un fenómeno sociológico importante en la Europa Occidental, pero no será hasta la normalización de este deporte a partir de la creación de la «Football Association» en Inglaterra en 1863 y la cre-

ación de la FIFA en 1904 cuando el fútbol empezará su camino hacia lo que hoy en día es: el deporte rey, un deporte global. Desde entonces, dice González Ramallal (2003: 197) que «el fútbol se convierte progresivamente en un fenómeno masivo en diferentes ámbitos: por el número de competiciones y partidos que se celebran; por el número de jugadores y equipos que existen; por las cantidades de dinero que se manejan en concepto de traspasos, publicidad, fichas, primas, etc.; por el número de partidos que se televisan y por el tiempo que se le dedica en los medios y; finalmente, por el número de telespectadores, radioyentes y lectores que están pendientes de todo lo que rodea el mundo del fútbol».

A nivel español, no será hasta el campeonato del mundo de 1982, celebrado en España, cuando se empezará a configurar el espectáculo futbolístico tal y como hoy en día lo consumimos y, en 1990, la Ley del Deporte que abre la puerta a la creación de las sociedades anónimas deportivas marcará la consolidación del nuevo negocio. Sólo a modo de ejemplo, apuntar que en el año 2005 Televisión Española emitió 245 horas y 57 minutos de fútbol con un «share» medio del 10%. El segundo deporte en emisiones fue el baloncesto, con 177 horas y 42 minutos y un «share» medio de 5,7% y el tercer deporte con más horas de emisión fue el motociclismo con 140 horas y 3 minutos y un «share» medio de 15,6% (RTVE, 2006).

No obstante, si empezamos a desgranar la importancia que tiene en el mundo del fútbol el derbi entre los equipos del FC Barcelona y el Real Madrid, tan solo apuntar como introducción al fenómeno, y en espera de un apartado más concreto sobre el tema, que en el partido que ambos equipos jugaron en el feudo azulgrana la pasada temporada 2005-06, la televisión autonómica catalana (Televisió de Catalunya) hizo un récord histórico de audiencia. TVC obtuvo una media de 2,18 millones de espectadores. De esta forma, la televisión autonómica batía el récord de audiencia de los 34 partidos disputados entre los dos equipos que, desde 1992, se han emitido por las diversas cadenas de televisión españolas. En toda España, siguieron el partido 10.115.000 espectadores.

2. El deporte como transmisor de valores

Sea o no deporte de competición-espectáculo, el deporte transmite valores. De todos modos, y aunque en la antigüedad el deporte se contemplaba como una manera de «complementar las cualidades morales del individuo de cara a formar ciudadanos libres al servicio del estado» (González Ramallal, 2003: 60), hoy en día ni mucho menos podemos pensar que los valores aso-

ciados a la práctica deportiva son todos positivos. El presidente de la Academia Olímpica Española, Conrado Duránte, hacía una muy buena diferenciación en torno a la manera como uno se tiene que aproximar al fenómeno del deporte en la actualidad. Según Duránte, se debe diferenciar entre la práctica del deporte de alta competición y la filosofía del olimpismo, una filosofía muy clara ya desde la creación del Comité Olímpico Internacional en 1894: no discriminación, búsqueda de la paz y mejora psicofísica del hombre/mujer en un entorno equilibrado. Durá y Casasa (1984: 19) completan esta afirmación: «El deporte necesita de una sociedad en paz y en libertad».

Realmente, de la teoría a la práctica hay un salto considerable y, por lo tanto, podríamos pensar que el deporte es neutro; es decir, que hoy en día no podemos suponer que de las competiciones deportivas se desprenden por sí solas valores olímpicos.

Hay, pues, según Puig Voltas (2006), una verdadera dificultad para poder transmitir valores positivos (esfuerzo, constancia, superación, trabajo, trabajo en equipo, disciplina, excelencia, autonomía personal, globalización, igualdad, ecología, multiculturalidad, alegría, buen humor, autoaceptación y justicia social) a través del deporte-espectáculo. El deporte-espectáculo que es donde se forjan los mitos y leyendas (Ronaldinho, Beckham, Fernando Alonso, Serena Williams, Marion Jones, Michael Jordan...) para los deportistas del mañana: los niños y las niñas.

Véase aquí la difícil conexión que hay entre el deporte de competición-espectáculo y el de base-iniciación en un momento que, del primero no se supone que siempre se transmitan los mismos valores que los entrenadores/educadores tienen que inculcar a los más jóvenes durante los primeros años de aprendizaje de la práctica deportiva. ¿Cómo deben interpretar los miembros de un equipo de fútbol alevín el cabezazo del francés Zinedine Zidane al italiano Marco Materazzi en la final del Mundial de fútbol de Alemania 2006? ¿Y la gestión corrupta de Luciano Moggi al frente de la Juventus de Turín?

Pero, al lado de estas actuaciones, ¿qué valores puede transmitir a la sociedad el acuerdo entre el FC Barcelona y el UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia)? ¿Y una carrera de atletismo de los Juegos Paralímpicos?

3. Deporte-espectáculo y educación

Es en este punto donde la institución educativa, tanto la escuela como las actividades formativas en horario extra-escolar, debe aprovechar estos eventos deportivos mediatizados para avanzar en la formación integral de la persona o deportista. No podemos desvincular el programa formativo del deporte de iniciación y base de los eventos deportivos que los chicos y chicas consumen, tanto en directo como mediatizados, fuera del campo o pista de entrenamiento. Teniendo en cuenta que la academia olímpica no tiene un programa estructurado que regule la educación en los valores olímpicos para los centros de enseñanza –valores altamente positivos en lo que se refiere a la práctica deportiva– es evidente que todo el trabajo recae en los propios recursos de los entrenadores, educadores o maestros. Como hemos venido diciendo, el deporte actual es neutro, ya que si bien nadie duda que su misión y filosofía sean moralmente buenas, a nadie tam-

Es evidente que los medios de comunicación tienen un papel primordial a la hora de proyectar el deporte como un espectáculo de masas. Los medios, no sólo han logrado que una gran audiencia consuma el deporte de forma pasiva desde su domicilio particular, sino que han contribuido a su teatralización.

poco se le escapa que en las circunstancias actuales el deporte, como tal, no educa de forma automática. Todo depende del contexto (familia, consumo deportivo, amigos...) y de los recursos de los entrenadores/educadores del deporte de iniciación.

Se abre el debate, según García Matilla (2001: 58), «sobre cómo utilizar los actuales recursos de ocio y espectáculo que motivan a grandes masas para recuperar un espíritu más crítico entre todos los sectores sociales». Así pues, utilizar el deporte-espectáculo como recurso educativo puede ser beneficioso para la formación integral de los más jóvenes. A continuación se presentan algunas razones:

- Deportes como el fútbol o eventos deportivos como los Juegos Olímpicos se presentan ante la sociedad como la representación de la globalización. Esta globalización puede presentarse de una forma positiva, como la vía para conocer al otro (Puig Voltas, 2006). Hoy en día, la sociedad occidental tiende a ser receptora de diversas culturas (africanas y asiáticas

sobre todo) y ha de estar preparada para convivir con ellas. Los deportes mayoritarios, como el fútbol o el baloncesto, pueden favorecer el intercambio cultural entre practicantes de diversas naciones, en un mismo espacio deportivo (un campo de fútbol, un pabellón deportivo) o en el seno de una misma competición (un campeonato del Mundo o unos juegos olímpicos). Las ceremonias de apertura y clausura de algunas ediciones de los Juegos, por ejemplo en Barcelona-92, han sido claves para entender cómo se puede favorecer el intercambio cultural a partir del deporte.

- Iniciar a los alumnos o futuros deportistas en el conocimiento complejo de las sociedades contemporáneas, donde la política, la sociedad, la economía, la cultura y el deporte están entrelazados de forma transversal. Como se puede observar en la tabla, la salud económica de los grandes clubes de fútbol depende, en gran medida, de las aportaciones económicas de las televisiones. Pero, un partido de fútbol también puede ser utilizado para las reivindicaciones políticas (como algunos partidos de las selecciones autonómicas españolas, concretamente las de Cataluña y el País Vasco, o

y porqué. Para ejemplificar este punto, podríamos recurrir a la figura o mito deportivo de Diego Armando Maradona como modelo de deportista que, si bien en Argentina se ha presentado como un dios, su paso por el fútbol europeo no dejó precisamente una huella divina. Es evidente que los chicos y chicas han de conocer que el astro argentino no ha sido sólo uno de los mejores futbolistas de la historia, sino que también se le ha vinculado con las drogas, el narcotráfico o fue el protagonista de la famosa «mano de Dios». Durante el partido entre Argentina e Inglaterra (2-1) de los cuartos de final del Mundial de Méjico-86, Maradona y el portero inglés Peter Shilton saltaron en busca del balón dentro del área inglesa y, en el salto, el argentino marcó el gol con la mano izquierda. El árbitro, el tunecino Ali Bennaceur, no lo anuló. Las actitudes de los deportistas profesionales calan en la mente de los alumnos y, por lo tanto, estos últimos han de saber qué comportamientos pueden reproducir y cuáles son despreciables de sus referentes.

- Ayudar a los alumnos y futuros deportistas a identificar qué valores se asocian a cada deporte. Más

allá de los estereotipos, los alumnos tienen que tener una visión crítica de cada deporte, sabiendo identificar sus puntos fuertes, sus debilidades y el porqué. Por ejemplo, al atletismo, hasta el día de hoy, siempre se le han asociado valores positivos, como el esfuerzo o el afán de superación; de la misma forma que a la natación. Sin embargo, al otro lado encontramos el fútbol. Este deporte, a medida que se ha ido consolidando como un deporte global, ha ido recibiendo, cada vez más, críticas respecto a la manera como está estructurado su funcionamiento. Otro deporte que presenta opiniones claramente opuestas, con grandes detractores, pero también con defensores, es el boxeo.

- Fomentar el espíritu crítico de los alumnos en relación a las

actitudes de los deportistas sobre el terreno de juego o la pista polideportiva. En este sentido, despertar el espíritu crítico de los futuros deportistas en relación a ciertas prácticas desgraciadamente demasiado habituales en los estadios o pistas polideportivas, como por ejemplo el insulto al contrario o al juez, ayudaría con-

Equipo	Total ingresos televisión (en millones de euros)	Porcentaje respecto al total de ingresos
Real Madrid	88	32
Manchester United	71,7	29
AC Milán	138	59
Juventus de Turín	124,4	54
Chelsea	82	37
FC Barcelona	79	38
Bayer de Munich*	72,1	38
Liverpool	75,5	42
Internazionale	103,2	58
Arsenal	71,9	42
AS Roma	76,5	58
Newcastle United	41,3	32
Tottenham Hotspur	37,8	36
Schalke 04	16,5	17
Olympique Lyonnais	45,8	49
Celtic de Glasgow	25,3	27
Manchester City	38,7	43
Everton	43,7	49
Valencia FC	44,1	53
Lazio	44,1	53

Tabla 1: Ingresos por la cesión de los derechos de televisión de los 20 clubes más ricos de Europa (Fuente: Elaboración propia y Deloitte 2006). Deloitte facilita, en el caso del equipo muniqués, los datos conjuntos de entradas y cesión de derechos de televisión. En el caso del equipo alemán, la temporada 2004-05 fue la primera de un nuevo contrato entre la Bundesliga y la operadora Premiere.

el partido por la paz que la pasada temporada jugó el FC Barcelona contra un combinado de jugadores israelíes y palestinos).

- Ayudar a los niños y niñas a identificar que mitos deportivos representan valores socialmente aceptables (esfuerzo, universalidad, compañerismo, igualdad, etc.)

siderablemente a reducir el fanatismo que hay en muchos deportes.

- Crear la necesidad de hacer deporte. La promoción del deporte-espectáculo como recurso educativo (sea en directo o a través de los medios de comunicación) permite a los alumnos ver deporte de alto nivel e interiorizar los conocimientos teóricos y prácticos que se desprenden de éste. Esto permitiría potenciar la práctica deportiva en la asignatura de «Educación física». Las clases de educación física no sólo se tienen que articular en torno a ciertos ejercicios gimnásticos dirigidos por el profesor o maestro, sino contemplar la asignatura como una vía para aproximar al alumno al conocimiento de las reglas de los distintos deportes, el conocimiento del propio cuerpo y la educación en valores olímpicos.

3.1. El derbi FC Barcelona-Real Madrid como recurso pedagógico¹

Después de toda esta introducción teórica sobre los valores educativos y el deporte-espectáculo, a continuación se presenta una iniciativa del grupo de investigación «Valors en joc» de la Facultad de Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona y el Equipo LacleNet (grupo de maestros de educación primaria y secundaria de la comarca del Bages, en Cataluña) que, como recurso pedagógico e introducción del alumnado al «e-learning», es muy interesante para seccionar las barreras ideológicas que los medios de comunicación construyen alrededor de uno de los eventos deportivos más esperados, no sólo de España, sino también de toda Europa: los dos partidos de fútbol anuales entre FC Barcelona y R. Madrid. Se trata del proyecto telemático «Juego de valores», para niños y niñas de diez a dieciséis años (Font y Prat, 2006). Antes que nada, se deben presentar algunos de los objetivos generales que el equipo de investigación busca detrás de este proyecto:

- Fomentar la tolerancia, el respeto y el civismo en el juego y el deporte.
- Identificar las conductas de juego limpio y juego sucio en el fútbol: de los jugadores, del público de las directivas.
- Reflexionar sobre la propia práctica deportiva y la influencia del deporte profesional en los juegos donde participan los alumnos.
- Actuar de acuerdo a un código de juego limpio, que será desarrollado durante la primera parte del proyecto por los alumnos.
- Analizar críticamente el tratamiento que los medios de comunicación hacen del fútbol y reflexionar sobre los valores que transmiten, tanto estos medios como el deporte.

- Utilizar en una actividad pedagógica las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a través de una página web (www.lacenet.org/valors).

No obstante, para conseguir estos objetivos educativos, ¿por qué el derbi y no otro partido? Según Font y Prat (2006), éstos son los motivos:

- Este partido es motivador y próximo al alumno español, ya que tiene un carácter lúdico y vivencial que favorece la vinculación emocional del alumno con el encuentro. Corroborando esta afirmación, Puig (1996) asegura que para que la educación en valores sea efectiva, el alumno tiene que experimentar prácticas que sean significativas para éste. Un derbi entre estos dos equipos es, sin duda alguna, un evento deportivo que no deja indiferente a la mayoría de aficionados del deporte en España. O, si lo aplicáramos a Sevilla, un partido entre Sevilla FC y Betis también sería bueno para este proyecto de educación en valores.
- Genera relaciones interpersonales y genera mundos conflictivos. Según Font y Prat (2006: 2), «aparecen una gran cantidad de situaciones de interacción personal que provocan la aparición de conflictos de valor personal y social, que, conjuntamente con las emociones, gestos y palabras que se intercambian los dos equipos y sus aficiones, son elementos de gran utilidad para la reflexión acerca de la resolución de conflictos y las implicaciones que suponen». De esta forma, el partido permite trabajar valores como el civismo, la tolerancia o el respeto.
- Implica a todos los actores sociales (familia, instituciones deportivas, medios de comunicación, deporte profesional, escuela y técnicos), cruza los límites de la escuela y permite transferir aprendizajes a otros ámbitos de la vida.

- La constante presencia social y mediática de este partido. Según Font y Prat (2006: 2), «en un universo socializador, en el que los medios de comunicación de masas tienen cada vez más protagonismo e influencia en la población, es necesario buscar, construir y aprovechar las posibilidades educativas que éstos ofrecen».

Analizando los puntos anteriores, podríamos afirmar que nos encontramos delante de una aplicación práctica de la reflexión que García Matilla (2001: 63) se hacía: «No es descabellado concluir la necesidad de iniciar experiencias que tomen al fútbol como centro de debate. Su objetivo principal será fomentar el análisis crítico de la realidad que el fútbol representa como fenómeno mediático».

Es evidente que fomentar un análisis crítico de este tipo de partidos, como uno que enfrente a FC Barcelona y Real Madrid, y mucho más si se utilizan los medios de comunicación, es importante y benefi-

cioso para los alumnos con el fin de fomentar la cultura del respeto y la tolerancia. Una cultura que, en muchas ocasiones los propios medios no han fomentado. No en vano, la rivalidad entre el FC Barcelona y el Real Madrid se ha presentado en diversos momentos como irreparable e innegociable –una rivalidad que no se encuentra en todos los eventos deportivos tipificados como deporte-espectáculo². El propio García Matilla (2001: 61) expone algunas de estas dicotomías entre el club catalán y el madrileño: «El primero ha sido presentado como el estandarte del ser catalán. El segundo, acusado en muchas épocas de ser el estandarte del Régimen y mucho más caótico en su modelo de organización». Una sentencia que reconstruye a la perfección la manera como el escritor Manuel Vázquez Montalbán definía a los dos clubes: los catalanes

En el primer punto, los nuevos fichajes, «se propone a los centros educativos, que además de presentar a cada uno de sus integrantes, de forma individual a través de una foto y el deporte que practica o más le gusta, pongan a debate y se identifiquen con un lema que transmite el concepto de deportividad y civismo» (Font y Prat, 2006: 4). En el calentamiento, el grupo encuentra tres actividades. En primer lugar, se intenta que el alumno pueda cuestionarse y valorar por qué admira a un determinado deportista, con una relación de las cualidades que el alumno le atribuye. La segunda propuesta trata de analizar el fútbol que los escolares juegan durante su tiempo de ocio, a través de un partido que se juegue durante el recreo o la hora de educación física. ¿Qué conflictos, problemas se encuentran los alumnos durante sus partidos de fútbol en

La globalización de algunos deportes como el fútbol o el baloncesto y las nuevas dinámicas sociales, económicas y políticas que influyen sobre estos deportes, nos hacen cuestionar si los valores olímpicos que tradicionalmente se han asociado al deporte se reflejan en la práctica. El modelo competitivo tradicional ha derivado hacia un modelo espectáculo, que convive en una relación de simbiosis con los medios de comunicación, y no siempre transmite valores tales como el respeto, la tolerancia, la multiculturalidad o el trabajo en equipo.

el recreo? ¿Qué diferencias hay entre nuestro fútbol y el profesional? Finalmente, una vez analizadas las características de «nuestro fútbol» (Font y Prat, 2006: 6), los docentes pueden iniciar a los escolares en la redacción de un código de juego limpio, con diez puntos que se tenían que cumplir. Es durante el partido cuando el rol de la familia es importante. En este sentido, el proyecto pretende que los alumnos vean el partido junto a su entorno familiar y, entre todos, puedan analizar el comportamiento de todos sus actores siguiendo un cuestionario previamente preparado por el docente: jugadores,

como «el ejército simbólico desarmado» y los madrileños como «la reminiscencia de los tercios de Flandes». El proyecto «Juego de valores» intenta utilizar el derbi entre el Barça y el Real Madrid como recurso educativo para orientar diversas actividades del grupo-clase que posteriormente se aportarán al espacio web para ser compartidas entre las otras escuelas participantes. El programa ofrece diversas alternativas para colgar los documentos, o también es posible colgarlos directamente a partir de trabajos hechos en lenguaje html o word. El proyecto tiene cuatro apartados diferenciados: los nuevos fichajes, el calentamiento, el partido y la rueda de prensa. Y, en cada apartado, los alumnos disponen de diferentes actividades, que el profesor adapta al nivel del grupo, en consonancia con lo que deportivamente representa este «timing» del evento.

res, público, entrenadores y directiva, y periodistas. Según Font y Prat (2006), la implicación de la familia es fundamental, ya que servirá para favorecer que los niños y niñas valoren actitudes de civismo y deportividad, reforzando aquellos valores positivos del partido y rechazando cualquier manifestación antideportiva o poco ejemplar. En la próxima sesión en el aula, se comenta el cuestionario y se cuelgan los resultados en la página web, en la que se pueden compartir con los otros centros. Para finalizar la actividad, la rueda de prensa sirve para analizar las noticias publicadas en los medios de comunicación y para que cada escuela participante en el proyecto haga su artículo sobre el partido. De esta manera, se puede observar qué aspectos fueron los que cada centro y alumno destacó del partido. Además, uno de los elementos que más fomenta la interac-

tividad entre escolares de diversos centros es la opción de la «pizarra». En ésta, los alumnos pueden expresar aquello que les sugieren las aportaciones de otros compañeros.

El proyecto ya lleva tres años funcionando y ha registrado una media de 20 escuelas anuales. En el último curso escolar, se inscribieron 21 escuelas de las cuales 14 participaron activamente del proyecto con un total de 468 alumnos y 10 profesores. El grupo de investigación fomenta activamente la participación en el proyecto de escuelas de la Comunidad Autónoma de Madrid, «para hacer más diversas las opiniones que recogieramos en la web» (Font y Prat, 2006: 7).

4. Conclusiones

La globalización de algunos deportes como el fútbol o el baloncesto y las nuevas dinámicas sociales, económicas y políticas que influyen sobre estos deportes, nos hacen cuestionar si los valores olímpicos que tradicionalmente se han asociado al deporte se reflejan en la práctica. El modelo competitivo tradicional ha derivado hacia un modelo espectáculo, que convive en una relación de simbiosis con los medios de comunicación, y no siempre transmite valores tales como el respeto, la tolerancia, la multiculturalidad o el trabajo en equipo. El deporte-espectáculo y los medios de comunicación se necesitan mutuamente: el deporte obtiene recursos económicos de los medios, mientras que los medios de comunicación reciben de los clubes y los atletas información para los contenidos de los programas –no siempre éticamente correctos– que les permiten incrementar las audiencias y, por lo tanto, mejorar también los ingresos en publicidad.

No obstante, casos como los escándalos de dopaje para mejorar el rendimiento deportivo, la famosa «mano de Dios» de Diego Armando Maradona en 1986 –recientemente reproducida por el argentino Sergio Agüero en el partido entre su equipo, el Atlético de Madrid, y el Recreativo de Huelva en la presente liga 2006-07– o la corrupción en el Calcio italiano son demasiado frecuentes en la información deportiva; así como la presencia de deportistas (David Beckham o Anna Kournikova) en los programas del corazón. En consecuencia, los «inputs» que los nuevos deportistas reciben en la fase de iniciación no siempre están acordes con los valores que defiende la academia olímpica: la no discriminación, la búsqueda de la paz y la mejora psicofísica del hombre y la mujer en un entorno equilibrado. De todos modos, ya parece habitual ver a las familias presionar a los hijos durante los partidos entre equipos de deporte base o los famosos abucheos a los árbitros. Un síntoma evidente de que los

valores olímpicos o socialmente aceptables en el deporte no son los únicos que están en la mente de aquéllos que viven la competición.

Frente a esa situación, parece interesante avanzar hacia la utilización del deporte-espectáculo como recurso educativo, tal y como García Matilla (2001) lo defendía en las conclusiones de un artículo en esta misma publicación. En este sentido, iniciativas como el proyecto «Juego de valores», que vehicula diversas escuelas en un proyecto telemático para analizar críticamente los derbis entre FC Barcelona y Real Madrid desde diversos puntos de vista (deportivo, social y mediático) son un primer paso para armonizar la práctica del deporte de competición y espectáculo con la pedagogía en las primeras fases de formación.

Notas

¹ Este apartado carecería de sentido sin dar las gracias a todos los miembros del equipo de investigación de la Universidad Autónoma de Barcelona, «Valors en joc», por su asesoramiento y colaboración. Especialmente, a María Prat, Raquel Font y Xavier Orrit. Igualmente, cabe mencionar la gratitud hacia la psicopedagoga Aurora Vicente por su relectura del texto.

² Este tipo de rivalidad, casi irreparable, entre dos clubes como son FC Barcelona y Real Madrid también la podemos encontrar en Escocia, donde Celtic de Glasgow y Glasgow Rangers representan ideologías totalmente opuestas. Los primeros son el club católico y los segundos, el protestante. No obstante, en otros países también hay partidos con equipos claramente marcados por unas historias opuestas, como en Viena entre el Rapid (proletario) y el Austria (burgués) o en Belgrado, entre el Partizan (el equipo del ejército comunista yugoslavo) y la Estrella Roja (el equipo de la policía y los nacionalistas serbios).

Referencias

- AGUDO SAN EMETERIO, A. y TOYOS, F. (2004): *Marketing del fútbol*. Madrid, Pirámide.
- CASASA, J. y DURÀ, J. (1984): *La promoció de l'esport comenta a l'escola*. Barcelona, autoedición.
- DIRECCIÓN GERENCIA DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES INSTITUCIONALES DE RTVE (Ed.) (2006): *Informe 2005 sobre el cumplimiento del servicio público*. Pozuelo de Alarcón, RTVE.
- DURÁNTEZ, C. (2006): «Las Academias Olímpicas y la difusión de los valores olímpicos», en *Seminario España-Brasil en Estudios Olímpicos*. Barcelona.
- FONT, R. y PRAT, M. (2006): «Del estadio a la escuela. Una propuesta para la reflexión sobre los valores del deporte», en *Seminario España-Brasil en Estudios Olímpicos*. Barcelona.
- GARCÍA MATILLA, A. (2001): «Información, ficción y pedagogía en el fútbol televisado», en *Comunicar*, 17; 57-63.
- GINESTA, X. (2006): *Descobreix Osona fent camí: 25 anys de la Caminada Popular d'Osona*. Vic, Ajuntament de Vic.
- GONZÁLEZ RAMALLAL, M.E. (2003): *Sociedad y deporte. Análisis del deporte en la sociedad y su reflejo en los medios de comunicación en España, I*. A Coruña, Universidade da Coruña.
- MURILLO, E. y MURILLO, C. (2005): *El nou Barça*. Barcelona, Edicions 62.

PRIETO, J.A. y NISTAL, P. (2003): «La importancia del deporte-salud», en *Efdeportes*, 61 (www.efdeportes.com/efd61/deporte.htm).

PUIG VOLTAS, J. (2006): «Los valores en la escuela», en Seminario España-Brasil», en *Estudios Olímpicos*. Barcelona, 19, 20 y 21 de septiembre.

PUIG, N. y HEINEMANN, K. (1991): «El deporte en la perspectiva del año 2000», en *Papers*, 38; 123-141.

PUIG, J.M. (1996): *La construcción de la personalidad moral*. Bar-

celona, Paidós.

WERNER, D.; SANDERS, D. y OTROS (2000): *Cuestionando la solución: Las políticas de Atención Primaria de Salud y Supervivencia Infantil*. Palo Alto, Health Wrigths.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (2005): *Fútbol, una religión en busca de un dios*. Barcelona, Debate.

VIADÉ, A. (2003): *Psicología del rendimiento deportivo*. Barcelona, UOC.

Reflexiones desde el butacón



Enrique Martínez-Salanova, 2007 para Comunicar