

Los Juegos Olímpicos como NOMS. El olimpismo en la sociedad deportivizada global

The Olympics as a New Social World-Object. The Olympic Movement in the Global Sports-Minded Society

*Ramón Llopis Goig

Facultad de Ciencias Sociales. Universitat de València. España/Spain

Ramon.Llopis@uv.es

Manuel García Ferrando

Facultad de Ciencias Sociales. Universitat de València. España/Spain

garferra@uv.es

Recibido/Received: 11/06/2015

Aceptado/Accepted: 09/12/2015

RESUMEN

En este trabajo se presenta la tesis de que los Juegos Olímpicos modernos pueden interpretarse, trascendiendo su dimensión estrictamente deportiva, como un Nuevo Objeto-Mundo Social. Desde esta perspectiva teórica se establecen dos hipótesis de investigación. La primera tiene que ver con la fundamentación empírica de su carácter de objeto-mundo social. La segunda sostiene que el éxito alcanzado por los Juegos Olímpicos se ha debido principalmente a que el Comité Olímpico Internacional (COI) se ha relacionado con el resto de instituciones que conforman el Sistema Olímpico con criterios incluyentes. El amplio trabajo bibliográfico llevado a cabo junto con el material empírico consultado en los archivos del propio COI, ha permitido confirmar empíricamente ambas hipótesis.

Palabras clave: Olimpismo, sociedad deportivizada, globalización, complejo mediático-deportivo, Comité Olímpico Internacional, inclusividad, sociología del deporte.

ABSTRACT

In this paper we put forward the thesis that the modern Olympics may be understood, beyond their sportive dimension, as a New Social World-Object. From this theoretical viewpoint, our research rests on two hypothesis. First, that the olympic movement can be seen, in the light of a robust empirical evidence, as a social world-object. The second one holds that the success of the olympics is mainly due to the way in which the International Olympic Committee has related to the rest of the institutions making up the olympic system, namely by means of a criterion of inclusivity. The wide bibliographic search performed, as well as the data gleaned in the IOC archives, have provided substantial evidence for both hypotheses.

Keywords: Olympic movement, sports-minded society, globalization, sports-media complex, International Olympic Committee, inclusivity, sociology of sports.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: Ramon Llopis Goig. Universitat de València, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología y Antropología Social, Despacho 4-D20, Av. de Tarongers, 4b, 46021 Valencia.

Sugerencia de cita / Suggested citation: Llopis, R., García-Ferrando, M. (2016). Los Juegos Olímpicos como NOMS. El olimpismo en la sociedad deportivizada global. *Revista Española de Sociología*, 25 (1), 109-131.

INTRODUCCIÓN

Los Juegos Olímpicos (JJO) son, más allá de su estricta dimensión deportiva, un ejemplo paradigmático de algunos de los aspectos estructurales que se encuentran en la base de la globalización del deporte que está teniendo lugar desde finales del siglo xx (Maguire, 1999; Miller et al., 2001). Junto a otros megaeventos deportivos (Giulianotti, 1999), los JJO representan la parte más visible y espectacular de una *sociedad deportivizada global*, en la que el deporte, en su significado más amplio y en sus manifestaciones más diversas, así como en un número creciente de países de los cinco continentes, se encuentra cada vez más presente en prácticamente todos los ámbitos del sistema social —economía, política, cultura y estilos de vida de la población, medios de comunicación, sistema educativo, urbanismo y arquitectura o actividades de I+D+i (García Ferrando y Llopis, 2014: 472-3).

Al contener tal diversidad de manifestaciones e interrelaciones sociales, las prácticas deportivas de la población en general, y los JJO en particular, trascienden la perspectiva estrictamente deportiva para pasar a constituirse como un Nuevo Objeto-Mundo Social (NOMS), en el sentido originalmente formulado por Michael Serres (2006), que es quien ha dado fundamento teórico inicial a los diferentes artículos del presente monográfico.

Desde esta perspectiva, los JJO formarían parte en estas primeras décadas del siglo xxi, como trataremos de mostrar en este artículo, del grupo de realidades sociales que definen su dinámica como un sistema unitario a escala planetaria o, de manera más precisa, a escala glocal, y que se constituyen como sistemas dinámicos con interconexiones causales autoproducidas y autorreproductivas (Navarro, en el artículo introductorio de este número monográfico). Además, por su propia multidimensionalidad, los JJO mantienen estrechas relaciones con otros NOMS que se analizan en el presente monográfico y en otros lugares, como son la educación, el proceso de empoderamiento global de las mujeres, el mercado financiero global (García Blanco, 2015), etc.

Siguiendo esta línea de reflexión teórica y contrastación empírica, en el presente artículo sobre

los JJO hemos establecido dos objetivos. El primero de ellos ha consistido en someter a prueba la hipótesis de que los JJO pueden ser considerados en estas primeras décadas del siglo xxi como un Nuevo Objeto-Mundo Social, al estar inmersos en una dinámica social que sólo puede ser entendida como definitiva de un sistema unitario a escala global-mundial¹. Se trataría de un sistema unitario que responde a una lógica interna y a una dinámica propia, por lo que una y otra se pueden captar y describir como una unidad fundamental de análisis. Y es que al considerar como un Objeto-Mundo Social a los JJO, estos adquieren un potencial heurístico que radica tanto en la red de vínculos que los propios JJO establecen con campos de fenómenos correspondientes a otros Objetos-Mundo Sociales, (así, el Sistema Mediático Global) como en las relaciones multilaterales que se establecen entre estos últimos. Esta red de relaciones multilaterales formaría un ecosistema en el que los objetos por ella vinculados se reproducirían los unos a través de los otros (digamos, los JJO a través de los medios de comunicación glociales, y estos a través de los JJO). Estas consideraciones permiten entender el proceso de globalización como la progresiva potenciación y enriquecimiento del ecosistema que constituyen los diferentes NOMS.

Junto a esta primera hipótesis —que en cierto modo es común a las que se plantean en el resto de aportaciones de este monográfico—, en este artículo se aborda una segunda hipótesis específica, referente al Comité Olímpico Internacional (COI) en tanto que organismo que promueve el olimpismo, coordina las actividades del Movimiento Olímpico y se encarga de supervisar y administrar los JJO. Sin olvidar, además, que de acuerdo con lo que establece la Carta Olímpica, el COI es propietario de todos los derechos asociados a los símbolos olímpicos y de los derechos de transmisión de los propios JJO, la publicidad y el resto de actividades que le son propias.

1 Al hablar de sistema “unitario” no se quiere decir “unificado”. En realidad la aludida dinámica no es simple y monolítica, sino que describe trayectorias genuinamente glociales, a la vez globales y locales.

Esta segunda hipótesis sostiene que el COI ha sabido relacionarse creativa y productivamente, a lo largo de su poco más de un siglo de historia y a través del uso de criterios incluyentes y no excluyentes, con el resto de instituciones deportivas que han ido conformando progresivamente el actual Sistema Olímpico (SO). Estas instituciones son, sobre todo, las Federaciones Deportivas Nacionales (FN) y las Federaciones Internacionales (FI), los Comités Olímpicos Nacionales (CON), los patrocinadores nacionales e internacionales y los medios de comunicación de masas, así como los diferentes gobiernos y los organismos intergubernamentales que participan en la organización de cada olimpiada. Estos criterios incluyentes son los que han permitido establecer una red de vínculos internos y externos de todas estas instituciones con el COI, basándose en principios de colaboración y beneficio mutuo. Esta vinculación opera según un patrón parecido al que han expuesto recientemente Acemoglu y Robinson en su importante libro *Por qué fracasan los países* (2012). En este libro ambos autores argumentan que el éxito social y económico de los países es distinto como consecuencia de las diferencias entre sus instituciones sociales y políticas, las reglas que influyen en el funcionamiento de la economía y los incentivos que motivan a las personas. Más adelante nos ocuparemos con mayor detalle de este punto, al contrastar la referida hipótesis específica sobre el papel conformador y decisivo que ha tenido el COI en la transformación de los Juegos Olímpicos en un Nuevo Objeto-Mundo Social.

Para llevar a cabo el análisis que se propone, se incluye seguidamente un primer apartado que tiene por objeto efectuar una contextualización sociohistórica y teórica del objeto de esta investigación. Para ello se aborda el creciente auge de los JJOO en un contexto de progresivo desarrollo de los megaeventos deportivos. Este auge se da en el marco de una *sociedad deportivizada global*, la cual impulsa y da sentido a los referidos megaeventos. Tras esta primera contextualización sociohistórica y teórica, se aborda sumariamente el desarrollo del olimpismo, para pasar a continuación a la presentación de los resultados empíricos de la investigación llevada a cabo. Estos resultados son los que proporcionan

un grado razonable de corroboración de las hipótesis de investigación y referidas.

Los apartados de resultados combinan los datos procedentes de diversas fuentes publicadas así como los recabados en los archivos del Comité Olímpico Internacional en Lausanne, en cuyo Centro de Estudios Olímpicos tuvimos la oportunidad de realizar una estancia de investigación en el año 2013. Por último, se incluye un apartado de conclusiones en el que retomamos las hipótesis de la investigación y formulamos diversas sugerencias para futuras investigaciones.

MARCO TEÓRICO

El reciente auge de los JJOO y otros megaeventos deportivos

Los megaeventos deportivos han sido definidos como acontecimientos centrados en alguna práctica deportiva planteada a gran escala y con carácter espectacular, que cuentan con un enorme poder de atracción global y poseen un profundo significado internacional (Roche, 2000). Constituyen un aspecto central de las sociedades globalizadas de la modernidad avanzada, por su inigualable capacidad de proporcionar experiencias significativas a millones de individuos de todo el mundo, y por su importante —aunque a veces controvertido— papel en el desarrollo económico y en la transformación del medio urbano. Los megaeventos deportivos, en suma, hacen del deporte un aspecto esencial de las nuevas *economías de signos y espacios* (Lash y Urry, 1994).

Además, en tanto que metáforas del proceso creciente de globalización, el deporte y, de forma más concreta, las manifestaciones espectaculares de los megaeventos deportivos, aparecen con mucha frecuencia en las últimas décadas tanto en los medios de comunicación como en los discursos políticos convencionales (Horne y Manzenreiter, 2006). Y es que al utilizar el término globalización en su sentido mitológico (Ferguson, 1992), esto es, como algo que se refiere a fenómenos de gran escala y de naturaleza culturalmente homogeneizadora, se puede aceptar que el deporte, con sus variadas formas y organizaciones, derrocha globalización

por todas partes. Y lo hace tanto por lo que se refiere al número de practicantes de actividades físico-deportivas, como por el número de espectadores, en directo o a través de la televisión y otros medios de comunicación, de las competiciones de los deportes más populares. A todo ello habría que añadir, por supuesto, el volumen de negocios que movilizan las industrias del equipamiento y materiales deportivos o las actividades de patrocinio y publicidad (Llopis, 2012; García Ferrando, 2010).

Aunque existe un amplio número de competiciones y torneos deportivos internacionales, cuando se habla de megaeventos deportivos se tiende a pensar, más que nada, en los JJOO y la Copa del Mundo de Fútbol de FIFA. También, aunque lógicamente en una medida muy inferior, en los Campeonatos Continentales (Europeos, Africanos...), los Juegos del Mediterráneo y los Juegos de la Commonwealth. De hecho, el término megaevento deportivo fue acuñado para competiciones como todas estas, que incluyen un amplio número de modalidades deportivas y se celebran cada cuatro años. Sin embargo, en el presente artículo sólo centraremos nuestra atención en el fenómeno del olimpismo y en el desarrollo de los JJOO.

En relación con el ámbito más genérico de los NOMS, el estudio sobre los JJOO que se presenta seguidamente presta atención a su progresiva configuración como objeto-mundo en sí mismo, esto es, como componente de una suerte de ecosistema social global que está impulsando el actual proceso de globalización (Navarro, 2014), y que define la dinámica de cada uno de sus componentes (de cada NOMS) como un sistema unitario de ámbito mundial (Serres, 2006).

También prestamos atención a la propia concepción, definición, configuración e instrumentación de los JJOO por parte del Comité Olímpico Internacional (COI). Este ha dado progresivamente respuesta a las nuevas demandas que han ido surgiendo a medida que avanzaba el proceso de globalización, así como al paulatino desplazamiento del centro de gravedad mundial hacia los llamados mercados emergentes. Ese desplazamiento viene manifestándose desde comienzos del siglo xxi en la geografía de los megaeventos deportivos. Este último hecho parece estar convir-

tiendo a los países avanzados, que han sido sedes preferentes de los JJOO a lo largo del siglo xx, en actores que comparten y compiten por la organización de los eventos deportivos internacionales con los nuevos países emergentes, y especialmente con los países más dinámicos de Asia y de otros continentes.

Además, nos referiremos a algunas vinculaciones exteriores de los JJOO, que unen a estos con otros objetos-mundo. Estos objetos-mundo asociados a los JJOO, a pesar de su externalidad respecto a ellos, se hallan sistémicamente acoplados al hecho olímpico, y resultan esenciales para la proyección global de este al actuar como condiciones de posibilidad del mismo. Así, diferenciaremos dos niveles de análisis. Por un lado, la tecno-estructura global que posibilita que cada megaevento deportivo, y especialmente los JJOO, una vez configurados como fenómeno global, se conviertan en un objeto-mundo real. Es esta una conversión que requiere la existencia y utilización de los cauces tecnológicos, empresariales y comunicativos a través de los cuales circulan las imágenes de cada megaevento y se producen las transacciones comerciales que sustentan el negocio de los megaeventos deportivos. Es lo que algunos autores han denominado el *complejo mediático deportivo global* (Maguire, 1999; Rowe, 1999; Helland, 2007). Y, por otro, los JJOO en sí mismos, como sistema de relaciones autocohérentes, capaz de mantenerse a sí mismo de manera ampliada según ciertos principios de optimización².

De hecho, se ha señalado que la proliferación y auge de los megaeventos deportivos de las dos últimas décadas está relacionada fundamentalmente con factores como la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación —especialmente la televisión por satélite— y la aparición y consolidación de un conglomerado deportivo-mediático-empresarial, formado por la alianza entre el mundo del deporte, los medios de comunicación y las grandes empresas multinacionales (Whitson y Horne, 2006; Horne y Manzenreiter, 2006).

2 Véase a tal respecto la sección 5 del artículo de Antonio Ariño en este mismo monográfico.

El desarrollo del olimpismo

No se puede entender la grandiosidad de los JJOO en el siglo xx sin tener presentes sus humildes orígenes, pues aunque tanto en la antigua Grecia como en la actualidad el nombre Juegos Olímpicos conjuraba —y conjura ahora— las nociones de grandiosidad, excelencia y llamamiento universal, lo cierto es que tanto los JJOO antiguos como los modernos han tenido unos orígenes modestos. A partir de una única y corta carrera a pie en Olimpia en el año 776 antes de Cristo, las competiciones de la antigüedad ampliaron grandemente su programa y la importancia que adquirieron. Incluso antes de la época dorada de la Atenas clásica, los JJOO ejemplificaban el pináculo de la excelencia y del prestigio, que se habían convertido en un aspecto central de la cultura griega. A lo largo de más de un milenio, los JJOO mantuvieron su significado cultural y su valor simbólico de excelencia en la Grecia y Roma de la antigüedad (Young, 2005: 3-18).

Algo parecido ocurre con los JJOO modernos, en los que también existen importantes diferencias, especialmente por lo que se refiere a su magnitud. En los primeros JJOO modernos, celebrados en 1896 en Atenas, participaron 241 deportistas de 14 países, que compitieron en 43 eventos. Algo más de un siglo después, en los JJOO de Atenas 2004 participaron 10.000 deportistas de 200 países que compitieron en 300 eventos. En comparación, en el apogeo de los JJOO de la antigüedad, en el siglo v a.C., sólo participaron 300 atletas que compitieron en 14 eventos. A pesar de ello, las similitudes entre los JJOO de la antigüedad y los modernos son mayores que las diferencias, especialmente en lo que se refiere a que ambos representan el pináculo del prestigio atlético.

Comparten también ambas épocas de JJOO la misma dedicación a la búsqueda de la excelencia, lo que estimulaba y actualmente continúa estimulando el máximo rendimiento físico de los participantes, especialmente valorados tanto antes como ahora. Además, y lo que es importante, ambas etapas de JJOO fueron iniciados por

los griegos y en Grecia. Y es que a pesar de la creencia más difundida de que los actuales JJOO fueron la creación personal de Coubertin y de que el COI continúa celebrando su paternidad, creencia asumida en general por todos los medios de comunicación, la realidad es que el interés por la vuelta de los JJOO se fue desarrollando progresivamente a lo largo de la segunda mitad del siglo xix tanto en la propia Grecia como en Francia e Inglaterra. Ahora bien, lo cierto es que fue Coubertin quien organizó en París en 1894 el congreso para revivir los JJOO, consiguiendo después que Atenas fuera la organizadora, en 1896, de los primeros JJOO de la modernidad (MacAloon, 1981).

Además, de nuevo los orígenes de los JJOO modernos iban a ser humildes pues al negarse Coubertin a aceptar la propuesta de los reyes griegos de celebrar en Grecia, cada cuatro años, los sucesivos JJOO, tuvo que buscar cobijo en las Exposiciones Universales (Expos). Estas Expos habían nacido con fuerza en la segunda mitad del siglo xix con una clara vocación internacional y como manifestación de excelencia del desarrollo de la sociedad industrial. Cuando se inicia el movimiento olímpico con los primeros JJOO de Atenas en 1896, las siguientes ediciones de los JJOO —París (1900), San Luis (1904) y Londres (1908)...—, encuentran un marco de acogida en las Expos que se celebraban en las ciudades que son sedes de los correspondientes JJOO. De esta manera, durante las tres primeras décadas del siglo xx, los JJOO se celebran en la ciudad que acoge la correspondiente Expo, lo que constituyó un gran apoyo para la consolidación de los JJOO como movimiento y como institución.

Sin embargo, las Expos fueron perdiendo su posición privilegiada de principal evento de la economía industrial internacional, no llegando en consecuencia a alcanzar el potencial globalizador que parecían contener en las últimas décadas del siglo xix y principios del siglo xx. Y es que el incremento de los intercambios económicos internacionales no podía tener suficiente cabida dentro de las Expos, lo que condujo a que la economía internacional de mercado desarrollase su carácter global fuera del marco de estas, a las

que cada vez necesitaba menos, pues las había ya desbordado.

Por el contrario los JJOO, apoyándose en la competición internacional entre equipos deportivos de carácter nacional, se fueron articulando como Objeto Social Globalizable y Globalizador, especialmente a partir de los JJOO de Berlín de 1936 y después de superado el periodo paralizante de la Segunda Guerra Mundial.

Los JJOO supieron y pudieron así trascender, por elevación, la celebración nacionalista asociada a cada competición en las diversas modalidades deportivas que esos Juegos fueron integrando a lo largo del tiempo. Es en este proceso como lograron superar la tensión provocada por un movimiento, típicamente glocal, de globalización y localismo simultáneos, movimiento en que se ve atrapado, entre otros, el proceso de globalización del deporte (Puig y Machado, 2010). De ahí que surgiera la 'paradoja del olimpismo', que se ha convertido en un elemento clave del deporte mundial, y que parte de la exaltación mediática y popular del *triumfo*, individual o por equipos, no de los individuos o equipos en sí mismos, sino en tanto que *representantes* de los *países participantes*. Porque en efecto, resulta paradójico que, a pesar del carácter a la vez universalista y esencialmente competitivo del hecho olímpico, haya sobrevivido con el paso del tiempo el izado de banderas y la interpretación del himno nacional del país vencedor, con los tres medallistas en el podio de galardonados y con la respuesta casi siempre respetuosa y masiva de los asistentes en el recinto deportivo olímpico. Y ello pese a que en algunos momentos se ha propuesto (en principio de acuerdo con el espíritu coubertiniano) escuchar un himno olímpico neutral en la ceremonia de entrega de las medallas. Una propuesta que nunca ha tenido el eco suficiente como para llevarse a cabo.

Y es que el olimpismo ha sobrevivido al carácter idealizante de su propuesta original de restaurar los Juegos de la antigüedad, sabiendo modificar estratégicamente y con sentido oportunista esa propuesta. Así ha ocurrido con la apertura de olimpismo desde el amateurismo al profesionalismo, o con su la aceptación de la

exaltación nacionalista, entendida en términos compatibles con el espíritu universal y globalizante propio del movimiento, o también a través de la modificación de los rasgos deseables (y cambiantes) de lo que es un deporte olímpico. El horizonte epistémico nacional-estatal, que en tantos casos dificulta el análisis sociológico de los fenómenos sociales, no ha sido pues un elemento que haya perjudicado el desarrollo de los JJOO sino más bien al contrario, ha dado siempre a estos un impulso que hasta el presente no parece que vaya a decaer en la perspectiva histórica de los Juegos venideros.

RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados empíricos de la investigación. En primer lugar se incluye una sección en la que se aborda el proceso de expansión geográfica de los JJOO, tanto en lo que se refiere al número de países participantes y su procedencia continental como en lo relativo al lugar de celebración de los mismos. En el segundo apartado se ofrecen datos que muestran el reconocimiento con que cuentan los JJOO y los símbolos del COI en la opinión pública internacional. El siguiente apartado examina la evolución deportiva, mediática y económica de los JJOO. A continuación se hace lo propio con la participación femenina, y la sección concluye con dos apartados en los que se defiende el carácter inclusivo de la estructura organizativa del COI y la naturaleza solidaria, y por tanto asimismo inclusiva, de sus criterios de distribución de recursos económicos entre los diversos miembros y *stakeholders* del Sistema Olímpico. Los cuatro primeros apartados abordan la primera hipótesis (la de que los JJOO pueden ser considerados en estas primeras décadas del siglo XXI como un Nuevo Objeto-Mundo Social) planteada al comienzo del artículo. Por su parte, los dos últimos se refieren a la segunda hipótesis (la de que el COI ha sabido articular una dinámica eminentemente inclusiva en relación con las instituciones de su entorno, tanto deportivas como de otro tipo) formulada en ese mismo lugar.

La expansión geográfica de los JJOO

Para tener una imagen más precisa de la rápida expansión de los JJOO a partir de sus orígenes humildes a finales del siglo XIX, hemos elaborado la tabla 1, que contiene datos sobre la evolución en el número de los países participantes en ellos y en el de los Comités Olímpicos Nacionales reconocidos por el COI. Antes de que en 1945 se fundase la Organización de Naciones Unidas, cerca de medio centenar de países contaban con un Comité Olímpico Nacional (CON) reconocido por el COI y habían participado en los últimos JJOO celebrados antes de la Segunda Guerra Mundial, los de 1936. A esos Juegos Olímpicos —los últimos que se celebraron antes de la creación de Naciones Unidas— acudieron 49 países, en un momento en que existían 47 CON reconocidos por el COI. Quince años después de la fundación de la ONU, en 1960, Naciones Unidas contaba ya con 99 miembros, con lo que aventajaba en 10 países a los CON. Esa tendencia se mantiene hasta finales de los años noventa del siglo pasado, cuando el olimpismo experimenta una nueva y definitiva fase globalizadora con la que incrementa el número de CON reconocidos por el COI hasta 205 y el número de países participantes en los JJOO de

Londres 2012 hasta 204. Para entonces, la cifra de miembros de Naciones Unidas llegaba a 193.

El ritmo y la intensidad del proceso de globalización deportiva que reflejan los datos de la tabla 1 es común a otros megaeventos deportivos como el fútbol. El organismo internacional que gobierna la práctica del fútbol, la Fédération Internationale de Football Association, universalmente conocida por sus siglas FIFA, agrupa en la actualidad a 209 asociaciones o federaciones nacionales de fútbol, por lo que cuenta con dieciséis países miembros más que la Organización de Naciones Unidas. Por otro lado, organismos como la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo o la Federación Internacional de Baloncesto superan estas cifras al contar ambas con 213 federaciones nacionales.

El carácter necesariamente sintético de la tabla 1 no permite apreciar una circunstancia que, sin embargo, queremos poner de manifiesto por ser altamente significativa de lo que estamos tratando de exponer. Y es que el crecimiento del número de países con un CON reconocido por el COI a lo largo del siglo XX se produjo incluso en periodos bélicos. Así, por ejemplo, entre 1913 y 1919 —periodo en el que tuvo lugar la Primera Guerra Mundial— fueron reconocidos 5 nuevos Comités Olímpicos Naciona-

Tabla 1. Comités Olímpicos Nacionales en los JJOO de verano (1896-2012)

| Año y sede | Países participantes | Países con CON reconocidos | Países miembros de Naciones Unidas |
|--------------------|----------------------|----------------------------|------------------------------------|
| 1896 Atenas | 14 | -- | -- |
| 1912 Estocolmo | 28 | 22 | -- |
| 1936 Berlín | 49 | 47 | -- |
| 1945 Fundación ONU | -- | -- | 51 |
| 1948 Londres | 59 | 63 | 51 |
| 1960 Roma | 83 | 89 | 99 |
| 1980 Moscú | 80 | 144 | 159 |
| 1992 Barcelona | 169 | 172 | 179 |
| 2000 Sídney | 199 | 199 | 189 |
| 2012 Londres | 204 | 205 | 193 |

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Departamento de Comunicación del COI, 2012.

les, mientras que entre 1937 y 1947 —antes, durante y después de la Segunda Guerra Mundial— serían reconocidos otros 6.

La ampliación geográfica global que ha protagonizado el Movimiento Olímpico puede también corroborarse atendiendo a la ubicación continental de los 205

países que lo forman en la actualidad. Como muestra la tabla 2, uno de cada cuatro pertenecen a África, lo que convierte al continente africano, con 53 CON, en el de mayor presencia mundial. Europa, Asia y América aparecen a continuación con 49, 44 y 42 países miembros respectivamente, y tras ellos Oceanía con 17.

Tabla 2. Comités Olímpicos Nacionales por continentes en 2012

| <i>Continente</i> | Número de CON reconocidos | |
|-------------------|---------------------------|-------|
| | N | % |
| África | 53 | 25,9% |
| Europa | 49 | 23,9% |
| Asia | 44 | 21,5% |
| América | 42 | 20,5% |
| Oceanía | 17 | 8,3% |
| Total | 205 | 100% |

Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2012).

Tabla 3. Continentes de celebración de los JJOO de verano (1986-2012)

| Europa (16) | América (7) | Oceanía (2) | Asia (4) |
|----------------|---------------------|----------------|------------|
| Atenas 1896 | San Luis 1904 | Melbourne 1956 | Tokio 1964 |
| Paris 1900 | Los Ángeles 1932 | Sídney 2000 | Seúl 1988 |
| Londres 1908 | México 1968 | | Pekín 2008 |
| Estocolmo 1912 | Montreal 1976 | | Tokio 2020 |
| Amberes 1920 | Los Ángeles 1984 | | |
| Paris 1924 | Atlanta 1996 | | |
| Ámsterdam 1928 | Rio de Janeiro 2016 | | |
| Berlín 1936 | | | |
| Londres 1948 | | | |
| Helsinki 1952 | | | |
| Roma 1960 | | | |
| Munich 1972 | | | |
| Moscú 1980 | | | |
| Barcelona 1992 | | | |
| Atenas 2004 | | | |
| Londres 2012 | | | |

Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2012).

El proceso de ampliación geográfica se ha registrado también en lo que se refiere al lugar en que se celebran los JJOO. Esta temática ha inspirado estudios recientes como el publicado en 2013 por Borgers, Vanreusel y Scheerder (2013), en el que se examinan los procesos de difusión geográfica de 27 megaeventos deportivos entre los años 1891 y 2010 y se concluye que estos han sido un actor clave en la globalización del deporte y la cultura física al menos desde la segunda mitad del siglo xx.

En el caso de los JJOO, de las 27 ediciones celebradas desde que en 1896 se inaugurara su etapa moderna, 16 han tenido lugar en Europa, 6 en América, 3 en Asia y 2 en Oceanía (véase tabla 3). La mayor presencia de países europeos, sin embargo, se ha ido compensando en las últimas décadas con una creciente tendencia de desplazamiento hacia países americanos y asiáticos, tal y como pone de manifiesto el hecho de que los próximos JJOO hayan sido asignados a Rio de Janeiro (2016) y Tokio (2020).

La imagen de los JJOO en la opinión pública internacional

El extraordinario desarrollo que desde las últimas décadas del siglo xx ha protagonizado el deporte olímpico le ha otorgado una posición privilegiada en la opinión pública internacional. No es de extrañar que por ello se haya convertido tanto en “vehículo” como en “objeto” de marketing. En las variadas relaciones de oferta y demanda que gravitan alrededor del fenómeno olímpico contemporáneo, los JJOO han adaptado la imagen de un multiproducto, en el sentido de que generan una cuádruple rentabilidad en términos de resultados deportivos, resultados financieros, resultados motivacionales y resultados de marketing y comunicación (Minquet, 1992: 28). Y es que el éxito dual de la organización olímpica y del marketing olímpico ha conducido a que los JJOO sean más que nunca un verdadero “valor añadido”, en el sentido de que en el transcurso de cada olimpiada, favorecen la inyección de una “masa financiera siempre creciente en el sistema financiero mundial”.

Una clara muestra del reconocimiento global con que cuentan los JJOO en la actualidad se encuentra recogida en los datos que aparecen en la tabla 4, donde se resumen los resultados de una serie de encuestas

realizadas por encargo del COI a la compañía Sponsorship Research International. Las encuestas —realizadas en diversos países de los cinco continentes— revelan la tendencia global a considerar a los JJOO como el evento deportivo más importante del mundo y el más reconocido espontáneamente. Uno de los indicadores incluidos en la tabla 4 (bloque I), revela las elevadas proporciones de población de diversos países que los consideran como una clara *metáfora de la cooperación internacional*. La tabla 4 incluye también otros indicadores que muestran que la expansión del fenómeno olímpico en el contexto de la globalización del deporte ha conducido a que el símbolo por excelencia de los JJOO, los *cinco anillos olímpicos*³, logren mayor grado de reconocimiento que los símbolos de la Unión Europea, UNICEF o Naciones Unidas (tabla 4, bloque I), y de grandes compañías como Shell, McDonalds y Mercedes.

Evolución deportiva, mediática y económica de los JJOO

En este apartado examinamos el progresivo crecimiento y expansión global de los JJOO a escala deportiva, mediática y económica. Analizamos en primer lugar el crecimiento del número de atletas participantes y de las modalidades deportivas incluidas en el programa olímpico. Para evitar el exceso de información que comportaría referirse a las 27 ediciones de los JJOO modernos, los hemos agrupado en cinco grandes periodos (véase tabla 5) que facilitan su interpretación en clave sociohistórica y de acuerdo con su proceso de crecimiento y desarrollo global. Siguiendo las sugerencias de Chappelet y Kübler-Mabbot (2008: 78-80), la primera etapa comprendería las ediciones de los JJOO de Atenas (1896) a Estocolmo (1912), un periodo marcado por la imperiosa necesidad a la que se enfrentó el COI de superación de las diversas dificultades que iban surgiendo al inicio. La siguiente fase

3 El COI adoptó en 1914 una bandera olímpica que fue presentada por Pierre de Coubertin en el Congreso de París. Se compone de cinco anillos entrelazados que representan la unión de los cinco continentes y el encuentro de los atletas de todo el mundo en los Juegos Olímpicos, tal como se recoge en el preámbulo y en el principio octavo de la *Carta Olímpica* (COI, 2013: 10, 22-23).

correspondería a la etapa de entreguerras: se iniciaría en 1920 con los JJOO de Amberes y alcanzaría hasta 1936, con los JJOO de Berlín. Sería una etapa de afianzamiento de los símbolos olímpicos. Tras la Segunda Guerra Mundial, se abriría un tercer periodo en 1948 que abarcaría hasta 1968 y que supondría la etapa de internacionalización de los JJOO con su expansión

fuera de Europa y Estados Unidos. Los JJOO de Munich (1972) y Barcelona (1992) señalan los límites de un cuarto periodo, marcado por la mejora de los equipamientos y las retransmisiones internacionales. El último periodo se habría iniciado en 1996, con los JJOO de Atlanta, y habría dado lugar a un todavía mayor desarrollo, crecimiento y grandiosidad de los mismos.

Tabla 4. Imagen de los JJOO en la opinión pública internacional

| I. Acuerdo con la frase “los JJOO como metáfora de la cooperación” * | |
|--|-----|
| Estados Unidos | 90% |
| España | 82% |
| Gran Bretaña | 77% |
| II. Reconocimiento de símbolos ** | |
| Anillos Olímpicos | 96% |
| Unión Europea | 67% |
| UNICEF | 54% |
| Naciones Unidas | 52% |
| III. Reconocimiento de símbolos *** | |
| Anillos Olímpicos | 78% |
| Shell | 72% |
| McDonalds | 66% |
| Mercedes | 61% |

Fuente: Sponsorship Research International (1992).

* Encuesta realizada en Estados Unidos, España y Gran Bretaña

** Encuesta realizada en Estados Unidos, UK y Japón

*** Encuesta realizada en Gran Bretaña, Australia, India, Japón, Estados Unidos, Alemania, Jamaica, Brasil y Nigeria

Tabla 5. Periodos característicos en la evolución de los JJOO desde 1896 hasta 2012

| 1896-1912 | 1920-1936 | 1948-1968 | 1972-1992 | 1996-2012 |
|--|---|--|--|--|
| Superación de las dificultades iniciales | Entreguerras: Afianzamiento de los símbolos olímpicos | Internacionalización: los JJOO, que salen de Europa y Estados Unidos | Retransmisión internacional por TV. Mejora equipamientos | Grandiosidad de los JJOO. ¿Se alcanzó el límite? |
| Atenas a Estocolmo | Amberes a Berlín | Londres a México | Múnich a Barcelona | Atlanta a Londres |

Fuente: Chappelet y Kübler-Mabbot (2008: 78-80).

Junto a la información ya comentada relativa al progresivo aumento de países participantes, la tabla 6 muestra también la evolución que han protagonizado las sucesivas ediciones de los JJOO en cuanto al número de atletas, pruebas celebradas y deportes incluidos en el programa olímpico en los cinco periodos en que hemos subdividido la historia de los JJOO modernos.

El número de países participantes se ha incrementado de manera considerable en cada uno de los periodos, hasta superar la cifra de doscientos en los JJOO de Londres en 2012, siendo estos países siete veces más que los que concurren justo cien años antes en Estocolmo. También ha conocido un amplio crecimiento el número de atletas participantes, que se ha multiplicado por cuatro en el mismo periodo, es decir, de 1912 a 2012. El crecimiento cuantitativo de las dimensiones de los JJOO se aprecia también en el número de pruebas deportivas celebradas, que aumenta en una proporción muy cercana a tres desde el final del primer periodo a los JJOO de 2012 en Londres. Este hecho propicia, por otro lado, un incremento del número medio de atletas por cada prueba deportiva, que pasa de los algo más de 23 de los JJOO de

Estocolmo 1912 a los 35 registrados en los JJOO de Londres 2012.

El número de modalidades deportivas presentes en las sucesivas ediciones de los JJOO constituye también un claro indicador de su proceso de globalización. Ahora bien, más allá de la tendencia evidente que se refleja en el aumento del número de deportes incluidos en el programa olímpico, debe repararse en los criterios que condicionan la admisión de un deporte en el programa de los Juegos Olímpicos de verano, tal y como fueron redactados en la Carta Olímpica que entró en vigor el 1 de septiembre de 2004. En primer lugar, sólo los deportes ampliamente practicados en un mínimo de setenta y cinco países y cuatro continentes por hombres, y en un mínimo de cuarenta países y tres continentes por mujeres, pueden ser inscritos en el programa de una Olimpiada. En segundo lugar, sólo los deportes que hayan adoptado y apliquen el código mundial antidopaje podrán inscribirse y permanecer en el mencionado programa (COI, 2004: 92-93).

El conjunto de datos que comentamos constituye una clara prueba de que la configuración de los JJOO

Tabla 6. Países, atletas, pruebas y deportes presentes en los JJOO de verano (1896-2012)

| Periodo | Sede y año de celebración | Países participantes | Atletas participantes | Pruebas celebradas | Deportes presentes |
|-----------|---------------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| 1896-1912 | Atenas 1896 | 14 | 241 | 43 | 9 |
| | Estocolmo 1912 | 28 | 2.407 | 102 | 14 |
| 1920-1936 | Amberes 1920 | 29 | 2.626 | 154 | 22 |
| | Berlín 1936 | 49 | 3.963 | 129 | 19 |
| 1948-1968 | Londres 1948 | 59 | 4.104 | 136 | 17 |
| | México 1968 | 112 | 5.816 | 172 | 20 |
| 1972-1992 | Munich 1972 | 121 | 7.134 | 195 | 23 |
| | Barcelona 1992 | 169 | 9.364 | 257 | 24 |
| 1996-2012 | Atlanta 1996 | 197 | 10.318 | 271 | 26 |
| | Londres 2012 | 204 | 10.568 | 302 | 26 |

Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2012).

como un NOMS ha respondido en gran medida a la propia voluntad del COI, que ya desde sus inicios —conectando con el espíritu de los antiguos JJOO, pero dándole un giro universalista a ese espíritu— apostó por la creación de un acontecimiento global.

Esa voluntad de que la configuración de los JJOO adquiriera progresivamente un carácter global ha tenido una clara vía de consumación en la cobertura y difusión que han alcanzado sus retransmisiones televisivas. Como se señala en un documento del COI que contiene información sobre sus estrategias y resultados en términos de “marketing”, la difusión televisiva de los JJOO es el factor considerado más relevante en la comunicación de los ideales olímpicos a nivel mundial (COI, 2014: 22). Asegurar el mayor número posible de espectadores que tengan la oportunidad de presenciar los JJOO es uno de sus objetivos centrales del olimpismo. Tal y como muestran los datos recogidos en la tabla 7, ese objetivo se ha ido alcanzando a lo largo de los años en un proceso que ha significado un aumento constante del número de países, territorios y mercados que han quedado cubiertos por la difusión televisiva de los JJOO, que desde inicios del siglo XXI alcanza ya a 220 países.

Precisamente, los derechos de retransmisión televisiva de los JJOO son una de las principales fuentes de financiación del COI, algo que no puede sorprender si se tiene en cuenta, por ejemplo, que en su edición de Londres 2012 tuvieron una audiencia global de 3.635 millones de espectadores, una cifra que suponía un incremento respecto a los anteriores JJOO, los de Pekín en 2008, que alcanzaron ya los 3.546 millones⁴.

El COI es propietario de los derechos de difusión de los JJOO a través de televisión, móviles o internet y, tal y como establece la regla 49 de la Carta Olímpica, es responsabilidad suya tomar las decisiones adecuadas de cara a asegurar la más amplia y completa audiencia de los JJOO a escala mundial. Por esa razón, el COI comercializa los derechos de difusión vendiéndolos únicamente a aquellas compañías que pueden garantizar la

4 Esta *audiencia global* se define como el número de individuos que han presenciado al menos un minuto de la cobertura televisiva del evento. Esta cifra se obtiene mediante el uso de modernos sistemas de medición de audiencias que permiten calcular el número neto de personas que han presenciado una determinada emisión (COI, 2014: 24).

Tabla 7. Evolución del número de países con difusión televisiva de los JJOO 1936-2012

| Año | Número de países | Año | Número de países |
|----------------|------------------|------------------|------------------|
| 1936 Berlín | 1 | 1980 Moscú | 111 |
| 1948 Londres | 1 | 1984 Los Ángeles | 156 |
| 1952 Helsinki | 2 | 1988 Seúl | 160 |
| 1956 Melbourne | 1 | 1992 Barcelona | 193 |
| 1960 Roma | 21 | 1996 Atlanta | 214 |
| 1964 Tokio | 40 | 2000 Sídney | 220 |
| 1968 México | ND | 2004 Atenas | 220 |
| 1972 Munich | 98 | 2008 Pekín | 220 |
| 1976 Montreal | 124 | 2012 Londres | 220 |

Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2014: 22).

más amplia cobertura territorial. Estos derechos de retransmisión de los JJOO han proporcionado al Movimiento Olímpico la principal fuente de financiación durante las tres últimas décadas. Los datos que se recogen en la tabla 8 ponen de

manifiesto el progresivo incremento del valor comercial de los JJOO, lo que sin duda constituye la más clara prueba de su potencial y del atractivo que ejercen para la mayor parte de la población a escala planetaria.

Tabla 8. Evolución de los ingresos por derechos televisivos de los JJOO 1960-2012

| Año | Dólares USA (millones) | Año | Dólares USA (millones) |
|------------------|------------------------|----------------|------------------------|
| 1960 Roma | 1,2 | 1988 Seúl | 402,6 |
| 1964 Tokio | 1,6 | 1992 Barcelona | 636,1 |
| 1968 México | 9,8 | 1996 Atlanta | 893,3 |
| 1972 Munich | 17,8 | 2000 Sídney | 1.331,6 |
| 1976 Montreal | 34,9 | 2004 Atenas | 1.494,0 |
| 1980 Moscú | 88,0 | 2008 Pekín | 1.739,0 |
| 1984 Los Ángeles | 286,9 | 2012 Londres | 2.569,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2014: 26).

Tabla 9: Evolución del medallero de los JJOO de verano por continentes (1896-2012)

| | Atenas 1896 | Estocolmo 1912 | Berlín 1936 | Londres 1948 | Munich 1972 | Moscú 1980 | Los Ángeles 1988 | Atenas 2004 | Londres 2012 |
|---------|----------------|-------------------|----------------|-----------------|----------------|---------------|------------------------|----------------|-----------------|
| Europa | 97 81,5% | 226 72,9% | 285 73,5% | 268 65,2% | 406 67,7% | 570 90,3% | 498 67,4% | 470 50,6% | 449 46,7% |
| América | 20 16,8% | 71 22,9% | 75 19,3% | 111 27,0% | 114 19,0% | 33 5,2% | 121 16,4% | 173 18,6% | 189 19,6% |
| Asia | -- | -- | 20 5,2% | 5 1,2% | 43 7,2% | 11 1,7% | 80 10,8% | 197 21,2% | 243 25,3% |
| Oceanía | 2 1,7% | 7 2,3% | 2 0,5% | 18 4,4% | 20 3,3% | 9 1,4% | 27 3,7% | 54 5,8% | 48 5,0% |
| África | -- | 6 1,9% | 6 1,5% | 9 2,2% | 17 2,8% | 8 1,3% | 13 1,8% | 35 3,8% | 33 3,4% |
| Total | 119 | 310 | 388 | 411 | 600 | 631 | 739 | 929 | 962 |

Fuente: Elaboración propia a partir del Medallero Oficial del Comité Olímpico Internacional (2012).

El proceso de transformación de los JJOO en un Objeto-Mundo (O-M) queda nuevamente corroborado por un indicador que muestra la progresiva extensión geográfica de uno de sus principales resultados: el medallero olímpico. La tabla 9 revela que con la excepción de los JJOO de Moscú de 1980 —que fueron boicoteados por Estados Unidos tras la invasión soviética de Afganistán en 1979— los países europeos han experimentado una progresiva reducción de su presencia en el medallero olímpico, pasando del 81,5% de las medallas que obtuvieron en 1896 al 46,7% de 2012.

Por el contrario, los países americanos han pasado del 16,8% al 19,6% en el mismo periodo, mientras los asiáticos ya suponen un 25,3%. Oceanía y África han experimentado una evolución en general positiva, aunque en los JJOO de Londres ninguno de los dos continentes superaba el cinco por ciento de las medallas olímpicas.

La incorporación de la mujer al movimiento olímpico

Una dimensión de la evolución de los JJOO en la que se pone de manifiesto tanto su progresiva

expansión social —lo que constituye una prueba confirmatoria de la hipótesis general de este trabajo— como su carácter inclusivo —y esto tiene que ver con la hipótesis específica del mismo— se refiere a la incorporación de la mujer al movimiento olímpico.

Las mujeres estuvieron presentes por primera vez en los JJOO de París en 1900. Allí acudieron 24 países (Alemania, Argentina, Austria, Bélgica, Bohemia, Canadá, Cuba, Dinamarca, España, EEUU, Francia, Grecia, Hungría, Italia, México, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Rumanía, Rusia, Suecia, Suiza), 997 atletas y se celebraron 95 pruebas correspondientes a 19 deportes olímpicos. Fueron 22 las mujeres que participaron en 2 pruebas (tenis y golf) y supusieron un 2,2% del total de participantes efectivos. Como se recoge en la tabla 10, la presencia de mujeres en los JJOO no ha dejado de crecer desde entonces, llegando a suponer un 44,2% del total de participantes en los JJOO de Londres. Aunque en los JJOO de 1936 y 1948 su presencia ya alcanzaba un 8,3% y un 9,5% respectivamente, el avance más significativo se produce en los años sesenta y se materializa en los JJOO de Munich en 1972, cuando las mujeres supusieron un 14,6% del total de participantes.

Tabla 10. Participación femenina en los JJOO de verano (1896-2012)

| Año y sede | Deportes presentes | Pruebas deportivas | Número de mujeres | Porcentaje de mujeres |
|------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------------|
| 1896 Atenas | -- | -- | -- | -- |
| 1900 París | 2 | 2 | 22 | 2,2 |
| 1912 Estocolmo | 2 | 5 | 48 | 2,0 |
| 1936 Berlín | 4 | 15 | 331 | 8,3 |
| 1948 Londres | 5 | 19 | 390 | 9,5 |
| 1972 Munich | 8 | 43 | 1.059 | 14,6 |
| 1980 Moscú | 12 | 50 | 1.115 | 21,5 |
| 1984 Los Ángeles | 14 | 62 | 1.566 | 23,0 |
| 2000 Sídney | 25 | 120 | 4.069 | 38,2 |
| 2004 Atenas | 26 | 125 | 4.329 | 40,7 |
| 2012 Londres | 26 | 140 | 4.676 | 44,2 |

Fuente: Elaboración propia a partir de Comité Olímpico Internacional (2012).

Los datos señalados deben ser situados en el contexto histórico del avance del reconocimiento de los Derechos de la Mujer que se ha venido produciendo desde los años sesenta del siglo xx. Debe tenerse presente —y esto constituiría una prueba del carácter inclusivo del Movimiento Olímpico— que se trata de un avance logrado bajo el “tutelaje” de una organización como el COI, dominada por hombres —tal y como también ha sucedido en otras dimensiones de la vida social—. Barrie Houlihan señala a este respecto (Houlihan, 2005: 137-8) que el papel del COI en lo que respecta a la igualdad de género en el deporte puede describirse como el de un “entusiasta ligeramente tardío”. Por otro lado, también habría que mencionar la responsabilidad

que a tal efecto tienen los propios CON. Así, aunque en los JJOO de Londres 2012 ninguno de los países participantes carecía de participación femenina, en los JJOO de los Ángeles en 1984, todavía 45 se encontraban en esa tesitura.

Debe tenerse presente, por otro lado, que en los JJOO de 1972 sólo ocho de los deportes presentes en el programa olímpico contaban con participación femenina (tabla 11), mientras que en el caso de los hombres eran ya 23 los deportes incluidos; en tanto que en la actualidad son 26 en ambos casos. La información recogida en la tabla 11 muestra cuáles eran esos deportes, así como el amplio incremento en la admisión de deportes en el programa femenino que se produce a partir de los años setenta.

Tabla 11. Año de introducción (por primera vez) de diversos deportes en el programa femenino

| Año | Deporte | Año | Deporte |
|------|-------------------------------|------|--|
| 1900 | Tenis, Golf | 1980 | Hockey sobre hierba |
| 1904 | Arco | 1984 | Ciclismo en carretera, Gimnasia rítmica, Natación sincronizada |
| 1908 | Patínaje artístico | 1988 | Tenis de mesa, Vela, Ciclismo en pista |
| 1912 | Natación | 1992 | Bádminton, Judo, Triatlón |
| 1924 | Esgrima | 1996 | Fútbol, Softbol, Voleibol playa |
| 1928 | Atletismo, Gimnasia artística | 1998 | Curling, Hockey sobre hielo |
| 1936 | Esquí alpino | 2000 | Halterofilia, Penthalon, Taekwondo, Triatlón, Trampolín, Waterpolo |
| 1952 | Deportes ecuestres | 2002 | Bobsleigh |
| 1960 | Patínaje de velocidad | 2004 | Lucha libre |
| 1964 | Voleibol, Luge | 2008 | Bike Moto Cross (BMX) |
| 1968 | Tiro | 2012 | Boxeo, Rugby |
| 1976 | Remo, Baloncesto, Balonmano | 2014 | Salto de esquí |

Fuente: Elaboración propia a partir de Comité Olímpico Internacional (2012).

Un último aspecto de esa tendencia de inclusividad que debe ser examinado se refiere a la presencia de las mujeres en puestos de responsabilidad del Movimiento Olímpico. En 1972 sólo tres mujeres ocupaban alguno de esos puestos, y aunque en la década de los setenta y en la de los ochenta se produjo un sensible incremento de la participación femenina en los JJOO, no se produjeron apenas cambios en la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad directiva. A mediados de los noventa, sin embargo, el COI adoptó una posición más proactiva, siguiendo las recomendaciones de la Declaración de Brighton de 1998, en la que alrededor de 200 gobiernos y organizaciones deportivas internacionales formularon el objetivo de que para 2005, al menos el 10% de las posiciones de cierta responsabilidad en el movimiento olímpico estuvieran ocupadas por mujeres. A partir de entonces, el COI ha fomentado la elección de mujeres en las esferas más altas, aunque todavía la presencia femenina en esas esferas sigue siendo minoritaria.

El sistema olímpico como organización inclusiva a escala global

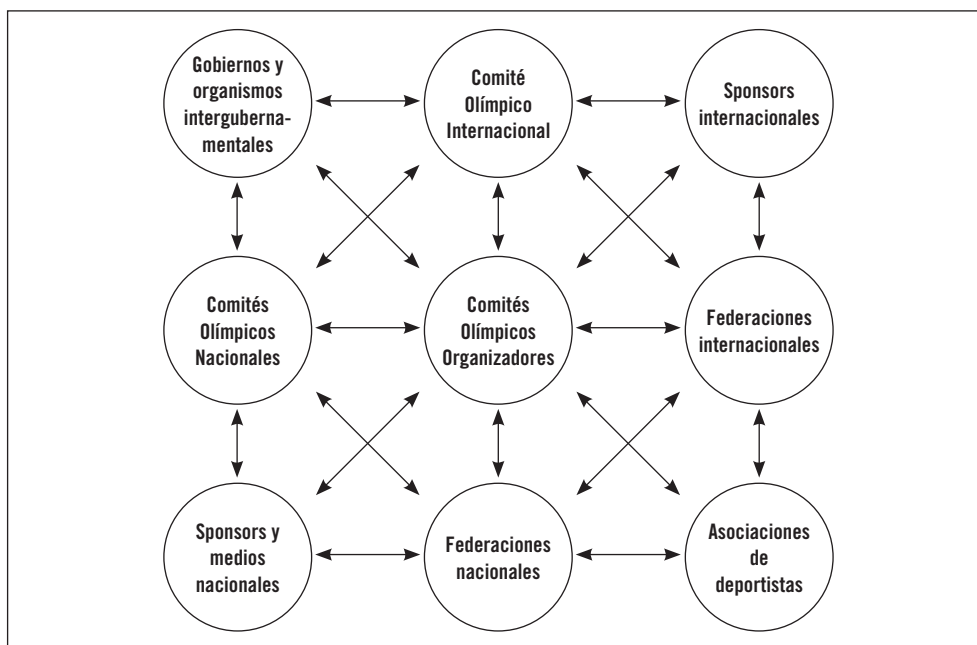
La definición de Sistema Olímpico que ofrecen Chappelet y Kübler-Mabbott (2008) constituye un buen ejemplo del modo en que este sistema puede ser considerado como una 'institución inclusiva' (Acemoglu y Robinson, 2012), tal y como planteaba la segunda hipótesis de este trabajo. Estos autores sostienen que son inclusivas aquellas instituciones que tratan de beneficiar al conjunto de la sociedad, más allá del beneficio que obtienen sus propios impulsores. El principal apoyo empírico a esta hipótesis lo constituye el hecho de que el COI distribuye en torno al noventa por ciento de sus ingresos a las diversas organizaciones y entidades que integran el sistema olímpico, para apoyar la celebración de los Juegos Olímpicos y para promover el desarrollo en el mundo del deporte. Pero antes de examinar estos datos es necesario detenerse brevemente en el análisis de la estructura del Sistema Olímpico.

Como muestra la figura 1, los componentes del Sistema Olímpico se encuentran entrelazados y forman una red de interconexiones. Todos los componentes de este sistema, esto es, COI, CON, COJO, FI y FN (más abajo se recordará el significado de todos estos acrónimos), así como también los gobiernos y las organizaciones intergubernamentales, los patrocinadores nacionales e internacionales, los medios de comunicación y las asociaciones de deportistas, se benefician de los crecientes recursos económicos y de las oportunidades sociopolíticas que generan los JJOO, a la vez que colaboran en el creciente éxito y desarrollo de estos. Veamos a continuación a qué se refiere cada acrónimo:

- El Comité Olímpico Internacional (COI) es el principal actor y líder del movimiento olímpico (reconoce al resto de actores y en parte los financia).
- Los Comités Olímpicos Nacionales (CON) son los embajadores del COI en cada país y alcanzaban una cifra de 205 en el año 2012.
- Otro componente del sistema es el Comité Organizador de los Juegos Olímpicos (COJO), que se encarga de gestionar cada olimpiada. El COI trabaja simultáneamente con tres Comités Organizadores, que son el correspondiente a los últimos JJOO realizados y los que preparan los dos siguientes JJOO, con sede ya designada.
- Las Federaciones Deportivas Internacionales (FI).
- Las Federaciones Deportivas Nacionales (FN).
- El resto de actores que componen el Sistema Olímpico son los gobiernos y los organismos intergubernamentales, los "sponsors" nacionales e internacionales, los medios de comunicación y las asociaciones de deportistas.

Como hemos señalado anteriormente, el COI distribuye en torno al noventa por ciento de los ingresos que obtiene en concepto de "marketing". El restante diez por ciento es pues lo que suponen los gastos operativos y administrativos del gobierno del movimiento olímpico. Como recoge la figura 2, el mencionado noventa por ciento se destina a la

Figura 1. Configuración del sistema olímpico



Fuente: Chappelet y Kübler-Mabbott (2008).

financiación de los Comités Olímpicos Nacionales, las Federaciones Internacionales y los Comités Organizadores de los JJOO (COI, 2014).

Una proporción muy similar es la que el COI retiene de los ingresos procedentes del conocido como *Olympic Partners Programme*, que constituye el programa de patrocinio mundial gestionado por el COI. Este programa fue creado en 1985 de cara al establecimiento de acuerdos de patrocinio empresarial a largo plazo que resultaran beneficiosos para el sistema olímpico. Como también puede comprobarse en los datos que aparecen en la figura 2, junto al diez por ciento que recibe el COI, a los Comités Olímpicos Nacionales les corresponde un cuarenta por ciento y a los Comités Organizadores un cincuenta por ciento (COI, 2014).

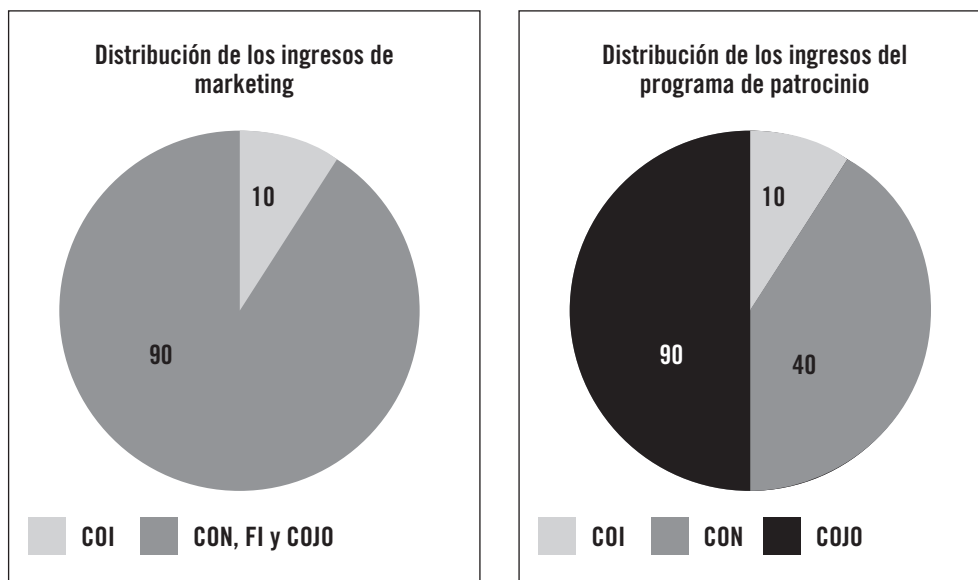
En las últimas tres décadas se han ido incorporando al sistema olímpico otros actores que se caracterizan por ser organizaciones gubernamentales o intergubernamentales que se encuentran reguladas por una legislación de carácter público

(“public law”), y que ya no revisten el carácter de organizaciones sin ánimo de lucro que es propio de las cinco anteriormente consideradas, esto es, COI, CON, COJO FI y FN. Y es que a medida que los JJOO han ampliado su presencia e influencia, han ido surgiendo, rápidamente, problemas relacionados con el orden público, el dopaje, la violencia y corrupción dentro del deporte, problemas que han conducido a los gobiernos de todo el mundo a implicarse en asuntos que hasta fechas recientes eran responsabilidad preferente de las autoridades deportivas⁵.

Por otro lado, han ido adquiriendo mayor protagonismo las corporaciones multinacionales que patrocinan, financieramente, al COI y a las FI, así como las cadenas de televisión transnacionales que se

5 Como ejemplo se puede hacer alusión a la creciente implicación de la Unión Europea —desde los años setenta— en la regulación de cada vez más aspectos del deporte.

Figura 2. Distribución de los ingresos de marketing y patrocinio



Fuente: Elaboración propia a partir de COI (2014).

encargan de transmitir y difundir las competiciones deportivas. También se han ido consolidando patrocinadores nacionales que apoyan a los CON, COJO y FN, al igual que lo han hecho los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) de cada ámbito nacional. Se trata, en todos los casos, de patrocinadores de ámbito nacional e internacional que se implican en el Sistema Olímpico en búsqueda de beneficios económicos y empresariales, como la “imagen de marca”.

La solidaridad olímpica como fuente de inclusividad

El programa de Solidaridad Olímpica del COI tiene como objetivo organizar la ayuda a los CON más necesitados. Esta ayuda adopta la forma de programas elaborados en común por el COI y los CON. Los objetivos de los programas adoptados por Solidaridad Olímpica —tal y como aparecen formulados en la *Carta Olímpica* (2004)— son: “contribuir a promover los principios fundamentales del Olimpismo; ayudar a los CON en la preparación de

sus atletas y de sus equipos con vistas a su participación en los Juegos Olímpicos; desarrollar los conocimientos deportivos técnicos de los atletas y entrenadores; mejorar el nivel técnico de los atletas y entrenadores, en cooperación con los CON y las FI, recurriendo a la concesión de becas; formar a dirigentes deportivos; colaborar con las organizaciones y entidades que persiguen estos objetivos, particularmente a través de la educación olímpica y la propagación del deporte; construir, en caso de necesidad, instalaciones deportivas sencillas, funcionales y económicas en cooperación con los organismos nacionales o internacionales; apoyar la organización de competiciones a nivel nacional, regional y continental regidas o patrocinadas por los CON y ayudar a los CON en la organización, preparación y participación de sus delegaciones en juegos regionales y continentales; estimular los programas conjuntos de cooperación bilateral o multilateral entre los CON; e incitar a los gobiernos y organizaciones internacionales a que incluyan el deporte en sus planes oficiales de ayuda al desarrollo” (COI, 2004: 14-5).

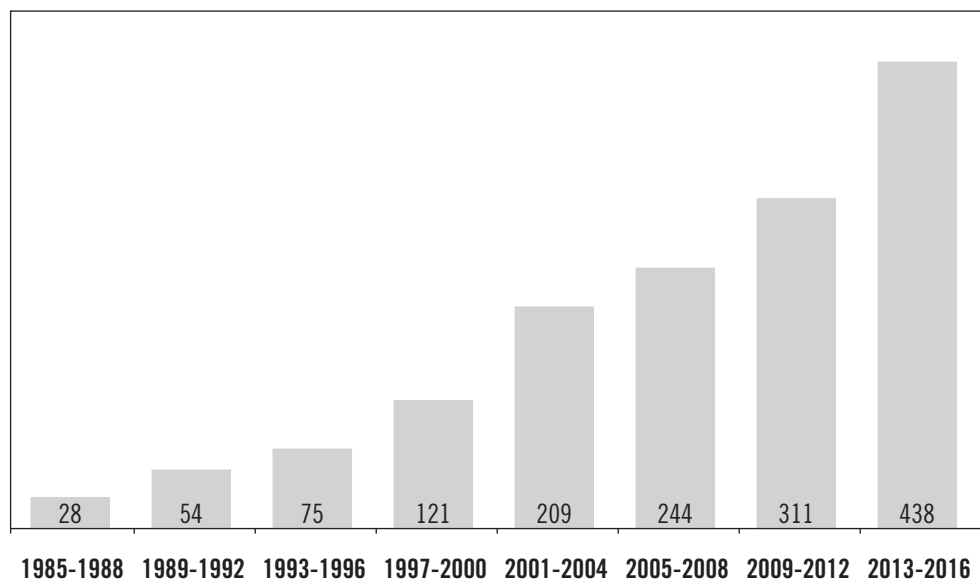
El programa de Solidaridad Olímpica gestiona la proporción de los derechos audiovisuales de los JJOO que pertenece a los CON y redistribuye estos fondos a través de programas ofrecidos a todos los CON reconocidos por el COI. Esta muestra de inclusividad por parte del COI no se queda, sin embargo, en una mera declaración de principios, como queda bien reflejado en la evolución de la cuantía del presupuesto dedicado a esta partida, que se presenta en la figura 3. Los datos recabados ponen de manifiesto que en el transcurso de los últimos treinta años, de los 28 millones de dólares que el COI destinó a sus programas de solidaridad olímpica en el periodo 1985-1988, se ha pasado a los 438 que hay presupuestados para el trienio 2013-2016, lo que supone una cifra que multiplica por dieciséis la inicial.

EL SISTEMA OLÍMPICO COMO NOMS

De acuerdo con la evidencia aportada en las páginas anteriores, parece evidente que el hecho

olímpico ha ido tomando cuerpo en torno a un conjunto de instituciones organizacionales presidido y articulado por el COI, y que funciona como una red de organizaciones locales distribuidas a escala planetaria, pero sujetas a un centro de decisión único y claramente definido. ¿Podemos considerar pues el sistema olímpico como una realidad puramente institucional-organizacional? ¿O bien estamos ante algo de mayor enjundia sociológica? Para responder adecuadamente a esta pregunta, convendrá que centremos nuestra atención en la constitución de eso que hemos denominado “el Sistema Olímpico” (SO). Este sistema se nos revela como algo más complejo que el conjunto de organizaciones que lo componen y que le prestan su apariencia institucional más visible. Pues tras (o por debajo de) ese nivel institucional-organizacional se perfilan dinámicas más abarcadoras y profundas que son las que, más que otra cosa, prestan al SO su coherencia y vitalidad características. Dicho más en concreto: si desde un punto de vista institucional-organizacional el SO queda bien representado en la

Figura 3. Evolución del presupuesto de los programas de Solidaridad Olímpica del COI de 1985 a 2016 (millones de dólares)



Fuente: <http://www.olympic.org/olympic-solidarity-in-brief?tab=finances>.

figura 1 de la p. 121, desde un punto de vista social es evidente que tal sistema tiene un alcance mucho más amplio e impregnante.

A este respecto, conviene dejar bien establecido el principio de que lo que llamamos un “Objeto-Mundo Social” no es simplemente un artefacto institucional-organizacional de dimensiones planetarias. Puede tener (y casi siempre tiene, en uno u otro grado) una encarnación institucional-organizacional más o menos madura y compleja; pero esta es solo un aspecto (la faceta, digamos, “oficial” y más visible) de una realidad social más dilatada y profunda.

El SO, desde este punto de vista más envolvente, puede concebirse como un sistema de producción y reproducción creativa, y a gran escala, de una forma específica de socialidad (de un modo peculiar de ser social). Esa forma específica de socialidad articula supuestos pragmáticos —a la vez cognitivos, valorativos, normativos, actitudinales y directamente prácticos— que están en la base de cierta familia de conductas sociales humanas (en este caso, aquellas conductas que giran en torno al “hecho deportivo”). Estos supuestos son los que están *representados* por la cara organizacional-institucional del SO; pero solo se hacen *efectivos* (se vuelven reales y actuantes) en la medida en que son asumidos y encarnados por la *base social* del sistema en cuestión —que, en el caso del SO está compuesta por cientos, si no miles de millones de personas—. Solo esa gigantesca base social es capaz de regenerar la dinámica de tal sistema en su conjunto, y de impulsar y guiar su evolución, que será efectivamente *instrumentada* (en parte) por sus representantes institucional-organizacionales; pero que se llevará a efecto gracias a su *asunción personal* por parte de dicha base social.

En otros términos: el SO incluye como su fundamento (y a su vez, en parte, como su producto) eso que llamamos la “sociedad deportivizada global”, la cual aporta elementos esenciales para la dinámica de ese sistema en su nivel cognitivo-valorativo-normativo-actitudinal-práctico. Un nivel constituido por la acción del conjunto, difuso pero gigantesco, de los millones de actores sociales que constituyen la base de tal SO. Si este tiene el éxito planetario que cada vez más claramente exhibe, es

por el “acoplamiento” que en él se produce entre su nivel organizacional-institucional y el indicado nivel pragmático-social.

Lo que llamamos la sociedad deportivizada global es la realización práctica, a escala planetaria, de la dimensión deportiva que forma parte, junto con otras, de la identidad y la socialidad humanas, tal y como esa dimensión toma cuerpo en el presente estadio del proceso globalizador. En efecto, es característico de este proceso el hecho de que, en él, la identidad y la socialidad humanas se abren a nuevas y específicas dimensiones, que hasta hace poco no existían sino —en el mejor de los casos— como fenómenos minoritarios. Desde los inicios de la actual etapa de globalización, tales dimensiones han comenzado a articularse y a generalizarse en sectores tendencialmente mayoritarios de la población global. El proceso no solo afecta, desde luego, al hecho deportivo; otro ejemplo de esas dimensiones emergentes lo proporcionaría la educación: así como estamos asistiendo al surgimiento de una “sociedad deportivizada global”, estamos también siendo testigos de la constitución de una “sociedad educativizada global”⁶.

El SO incluye pues, y de manera destacada, a los innumerables seguidores, en uno u otro grado, del olimpismo. Estos seguidores forman parte del SO en un sentido diferente a como lo hacen sus representantes institucionales-organizacionales; pero son también un elemento clave de ese sistema. Es justamente por la participación de esa enorme base de seguidores en tal sistema, por lo que este constituye un genuino sistema de *religación social* (o lo que es lo mismo, un sistema de creación de identidad personal y social, pero también de producción de solidaridad, acción, interacción y, en definitiva, estructura social). Y todo esto lo hace el SO en una dinámica genuinamente glocal. El SO

6 Obsérvese que esta sería algo más, y en todo caso algo distinto, de lo que podríamos entender por una “sociedad educada global”: sería una sociedad articulada, en una de sus dimensiones más importantes, la educacional, por una relación agencial coherente, definidora de identidad personal y social, así como sostenida en el tiempo, entre la mayoría de los actores que componen esa sociedad y los instrumentos técnicos e institucional-organizacionales que instrumentan y administran el hecho educativo.

puede concebirse como un sistema de construcción y reconocimiento identitario que se articularía globalmente, pero asimismo como un sistema propagador de valores sociales y morales esencialmente universalistas y, lo que no es menos importante, fuertemente “portables” (transferibles) a otras esferas —extra deportivas— de la vida social (digamos, a la esfera política, a la estética o a la de las relaciones laborales). Puede concebirse en este sentido, y en esa su dimensión pragmático-social, como un poderoso mecanismo de modernización de los individuos, los grupos y las sociedades.

Desde este punto de vista, un aspecto esencial de la dinámica del SO sería la relación de reproducción mutua que en él se establece entre su nivel institucional-organizacional y el referido nivel pragmático-social. Es ese acoplamiento autorreproductivo el que mejor explicaría la sintonía y evolución paralela que (cabe afirmar) se ha dado, a lo largo del último siglo, entre los valores olímpicos y los valores (universalidad, inclusividad...) que progresivamente devienen predominantes en (y merced a) el proceso de globalización.

En la medida en que el SO funciona como un sistema social dotado de la sugerida doble articulación (entre el nivel institucional-organizacional y su base social de adhesión e influencia, que es la que proporcionaría a tal sistema su capacidad sociogénica característica), podemos avanzar la hipótesis de que dicho sistema se constituye como un genuino Objeto-Mundo Social. Esta hipótesis solo puede ser sugerida, y no corroborada, dentro de los límites del presente trabajo. Una contrastación adecuada de ella requeriría el acopio de una base de evidencia empírica más amplia, así como la elaboración de indicadores sociales específicos, variados, amplios y convincentes.

Sin embargo, creemos que la hipótesis sugerida (a saber, que el SO, más allá de su nivel institucional-organizacional, claramente globalizado, se constituye como un genuino objeto-mundo que involucra pragmáticamente una amplísima base social) está respaldada por un buen acopio de evidencias. Estas, aunque todavía poco articuladas, parecen suficientes para que tal hipótesis pueda ser asumida como el supuesto básico de ulteriores estudios.

CONCLUSIONES

En el trabajo de interpretación sociológica que hemos realizado a lo largo de estas páginas, hemos sugerido la tesis de que los JJOO modernos pueden interpretarse, trascendiendo su dimensión estrictamente deportiva, como un NOMS, esto es, como una realidad social dotada de una dinámica que la define como un sistema unitario a escala global-mundial. Además, esa realidad (y este es un aspecto que no hemos podido atender en detalle) mantiene interconexiones causales autoproducidas y autorreproductivas con otros NOMS (el proceso global de empoderamiento de las mujeres, por ejemplo) que también se estudian en este número monográfico.

Desde esta perspectiva teórica hemos establecido dos hipótesis de investigación, referida la primera de ellas a la idea misma de fundamentar empíricamente el carácter de Objeto-Mundo Social que tiene el Sistema Olímpico. Consideramos que hemos corroborado, a través de una robusta cadena de evidencias empíricas, esta primera hipótesis, al menos si definimos ese Objeto-Mundo en un sentido reducido, es decir, en su dimensión institucional-organizacional. Queda sin embargo por demostrar —a pesar de un cúmulo informal de evidencias que apuntarían en esa dirección— que el SO sea un Objeto-Mundo en un sentido pleno, a saber, un sistema autorreproductivo en una dimensión pragmático-social (sistema que operaría a través del acoplamiento de su nivel institucional-organizacional con cierta forma de socialidad que su gigantesca base social hace suya, en la medida en que adopta una visión *deportivizada* de un aspecto de su entorno y de su propia identidad, entendidos ambos de manera global).

La segunda hipótesis sostiene que el éxito alcanzado por los JJOO en su poco más de un siglo de historia, se ha debido principalmente a que el Comité Olímpico Internacional, en tanto que principal actor y líder del movimiento olímpico, ha sabido relacionarse desde sus orígenes, y a través de criterios inclusivos y no excluyentes, con el resto de instituciones deportivas, sociales, económicas y políticas que han ido conformando progresivamente, a lo largo del siglo xx y en estas primeras décadas del siglo xxi, el actual Sistema Olímpico. Además, el COI ha conectado con ciertos valores y actitudes de su

amplísima base social, promocionando y guiando el desarrollo de tales valores y actitudes en una dirección acorde con la evolución del sistema mundial de valores fomentado por el proceso de globalización.

El amplio trabajo bibliográfico llevado a cabo, junto con la información factual procedente de diversas fuentes, especialmente de los archivos del Comité Olímpico Internacional que hemos consultado en Lausanne en el verano de 2013, nos ha ayudado a reconstruir la expansión de los modernos Juegos Olímpicos, y a expresarla con una información de carácter numérico que se ha recogido en once tablas, un diagrama y dos gráficos. Dicha información ha arrojado una evidencia empírica que nos ha permitido confirmar, aun con las cautelas expresadas más arriba, las dos hipótesis de investigación formuladas de entrada y referidas, la primera, al carácter auténticamente global y planetario de los JJOO; y, la segunda, a la naturaleza plenamente inclusiva del COI. Estas dos realidades se manifiestan en el hecho de que los Anillos Olímpicos sea el símbolo más reconocido por la opinión pública internacional, por encima de otras instituciones sociales y políticas internacionales tan omnipresentes y atractivas como Naciones Unidas o UNICEF, y de grandes compañías internacionales. Cabe afirmar, en este sentido y para concluir, que los Juegos Olímpicos han llegado a convertirse en la metáfora más poderosa de la cooperación y de la excelencia internacional.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo forma parte de un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España y que lleva por título *Los Nuevos Objetos-Mundo Sociales* (CSO2011-25942). Agradecemos a los evaluadores anónimos de este artículo sus observaciones y sugerencias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acemoglu, D., Robinson, J. A. (2012). *Por qué fracasan los países. Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Barcelona: Planeta - Ediciones Deusto.

- Borgers, J., Vanreusel, B., Scheerder, J. (2013). The diffusion of world sports events between 1891 and 2010: A study on globalisation. *European Journal for Sport and Society* 2013, 10 (2), 101-119
- Chappelet, J.-L., Kübler-Mabbott, B. (2008). *The International Olympic Committee and the Olympic System: The governance of world sport*. London: Routledge.
- COI (2004). *Carta Olímpica (vigente a partir del 1 de septiembre de 2004)*. Lausanne (Suiza): Comité Olímpico Internacional.
- COI (2013). *Olympic Charter (in force as from 9 September 2013)*. Lausanne: International Olympic Committee.
- COI (2014). *Olympic Marketing Fact File: 2014 edition*. Lausanne: IOC Television & Marketing Services
- Ferguson, M. (1992). The mythology about globalization. *European Journal of Communication* 7, 69-93
- García Blanco, J. M. (2015). Burbujas especulativas y crisis financieras. Una aproximación neofuncionalista. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 150: 71-88.
- García Ferrando, M. (2010). The glocalizing duality of contemporary sport. *European Journal for Sport and Society*, 7 (3 + 4), 105-122.
- García Ferrando, M., Llopis, R. (2014). Los megaventos deportivos como nuevos objetos mundo sociales. En Llopis, R. (dir.). *Crisis cambio social y deporte* (pp. 469-77). Valencia: Nau Llibres.
- Giulianotti, R. (1999). *Football - A Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity Press.
- Helland, K. (2007). Changing Sport, Changing Media. Mass Appeal, the Sports/Media Complex and TV Sports Rights. *Nordicom Review*, Jubilee Issue, 105-119.
- Horne, J. y Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events. *Sociological Review*, 54 (2), 1-24.
- Houlihan, B. (2005). International Politics and Olympic Governance. En K. M. Wamsley and K. Young (ed.), *Global Olympics. Historical and Sociological Studies of the Modern Games* (pp. 127-142). Amsterdam: Elsevier.
- Lash, S. y Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage.

- Llopis, R. (2012). *Megaeventos deportivos. Perspectivas científicas y estudios de caso*. Barcelona: Editorial UOC.
- MacAloon, J. J. (1981). *This Great Symbol: Pierre de Coubertin and the Origins of the Modern Olympic Games*. Chicago: University Press.
- Maguire, J. (1999). *Global sport - Identities, societies, civilizations*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, T. et al (2001). *Globalization and sport*, London: Sage.
- Minquet, J. P. (1992). Le produit sport. *Revue Française de Marketing*, 138.
- Navarro, P. (2014). Social Objects as Tokens for Social Eigen-Behaviours. *XVIII ISA World Congress of Sociology - Facing an unequal world: Challenges for Global Sociology*, 13-19 July 2014.
- Puig, N. y Machado, R. (2010). Sport between the local and the global: a European outlook? *European Journal for Sport and Society*, 7 (3 + 4), 177-181.
- Roche, M. (2000). *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge.
- Rowe, D. (1999). *Sport, Culture and the Media - The Untruly Trinity*. Buckingham: Open University Free Press.
- Serres, M. (2006). *Récits d'humanisme*. Paris: Le Pommier.
- Whitson, D. y Horne, J. (2006). Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan. *Sociological Review*, 54 (2), 71-89.
- Young, D. (2005). From Olympia 776 bc to Athens 2004 - The Origins and Authenticity of the Modern Olympic Games. En K. M. Wamsley and K. Young (ed.) *Global Olympics - Historical and Sociological Studies of the Modern Games* (pp. 3-18). Amsterdam: Elsevier.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Ramón Llopis Goig es Doctor en Sociología y Profesor Titular de la Universidad de Valencia,

donde imparte docencia e investiga temáticas relacionadas con el deporte, la cultura y el ocio. Es Presidente de la Asociación Española de Investigación Social Aplicada al Deporte (AEISAD) y antes de su incorporación a la universidad ocupó puestos de responsabilidad técnica y directiva en diversas compañías multinacionales del sector de la alimentación y la investigación de mercados. Ha sido investigador visitante en la Universidad de Leicester (UK), en el Instituto Universitario Europeo (Italia) y en la Universidad de Cork (Irlanda). Es autor, coautor o editor de libros como *Megaeventos deportivos* (Barcelona, UOC, 2012), *Ideal democrático y bienestar personal* (con M. García Ferrando, Madrid, CIS, 2011), *Fútbol postnacional* (Barcelona, Anthropos, 2009) y *Groove Armada* (con John M. Williams, Londres, Mainstream, 2006). Recientemente ha publicado *Spanish Football and Social Change* (Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2015).

Manuel García Ferrando ha sido catedrático y es ahora profesor emérito de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de Valencia. En 1968 obtuvo el título de Ingeniero Agrónomo en la Universidad Politécnica de Madrid, en 1970 el Master of Arts en Sociología por la Mississippi State University, y en 1973 el título de Doctor Ingeniero Agrónomo (sección Económica y Sociología Agraria) por la Universidad Politécnica de Madrid. Ha desarrollado una amplia actividad investigadora para el Instituto de Reforma y Desarrollo Agrario, el Instituto de Opinión Pública, el Centro de Investigaciones Sociológicas, el Consejo Superior de Deportes, la Fundación BBV y la Fundación Bancaja, entre otras instituciones. Ha publicado 15 libros como autor único, 20 libros en colaboración y más de 50 artículos científicos. Entre sus publicaciones más recientes cabe citar *Sociología del deporte* (con Nuria Puig y Francisco Lagardera, Alianza, Madrid, 2009) y (como coordinador) *El análisis de la realidad social* (Alianza, Madrid, 2015).

