

Lo global y lo local en la tecnología del deporte



KLAUS HEINEMANN

Catedrático emérito de Sociología

Universität Hamburg (Alemania)

klauswehn@aol.com

Traducción del alemán:

Centro Linden (Pamplona, Navarra)

info@centrolinden.com

Resumen

En el presente artículo se analizan los efectos de la globalización y el influjo de las culturas locales sobre el desarrollo y el uso de las tecnologías del deporte –como por ejemplo, de barcos de vela, bicicletas, esquís, etc.– y sobre la expansión de los mercados de comercialización de artículos deportivos. Se señala que sólo cuando exista una profunda diferenciación de una tecnología del deporte concreta podrá hacerse visible la diversidad de los efectos globales y locales. Contra la tesis de una estandarización mundial de bienes y servicios uniformes y, por tanto, de una nivelación de la práctica deportiva, se encuentra el hecho de que con el desarrollo tecnológico se incrementan enormemente los “grados de libertad”, que abren un espacio casi inagotable a la individualización y a la capacidad de adaptación a las culturas locales.

Palabras clave

Tecnología deportiva; Globalización; Culturas locales; Desarrollo de las sociedades.

Abstract

The Global and the Local in Sports Technology

The present article analyses the effects of globalisation and the influence of local cultures on the development and use of sport technologies, such as, for example, sailing boats, bicycles, skis, etc., and on the expansion of commercialisation markets for sports articles. It is pointed out that, only when there is a profound differentiation in a specific sport technology can the diversity of global and local effects become visible. Against the thesis of a world standardisation of uniform goods and services and, therefore, of an evening up in the practice of sports, is the fact that with technological development the “degrees of liberty” increase enormously, opening up a practically inexhaustible space to individualisation and the capacity of adaptation to local cultures.

Key words

Sports technology; Globalisation; Local cultures; Development of societies.

Sobre la relación entre lo global y lo local

En la discusión sobre la relación entre la globalización (económica), por un lado, y el peso de las peculiaridades culturales locales, por otro, se enfrentan tres líneas de argumentación:

- Desde la perspectiva económica la globalización se refiere a los procesos –y sus consecuencias– que propician el libre acceso a todos los mercados, a la apertura cada vez mayor de las fronteras locales y, por tanto, a la creciente permeabilidad de las fronteras políticas y el desarrollo de mercados

de libre acceso para el capital, los productos y los servicios, las tecnologías y las personas que trabajan. Así, se reducen cada vez más las diferencias económicas, políticas y culturales, de modo que llegaríamos a vivir en la denominada “sociedad mundial”, caracterizada por unas condiciones de producción y una organización laboral iguales para todos, por la propagación en todo el mundo de productos y servicios estandarizados y homogéneos y, como resultado, también de formas de vida, de pensamiento, de valores, homogéneas, y también de un ordenamiento político y económico unificado.¹

¹ La “cultura” McDonalds se utiliza a menudo como metáfora de una globalización de este tipo. Ohamae (1985) cree haber mostrado en su estudio sobre la homogenización de la civilización material, hasta qué punto se ha producido una equiparación de estilos de vida y de hábitos de consumo. Las diferencias en cuanto a percepción de la vida, hábitos de consumo, actividades de ocio, objetivos y expectativas de la generación de jóvenes de América del Norte, Japón y Europa son –según sus conclusiones– menores que las existentes entre la generación más joven y la mayor en los mismos países; la “distancia horizontal” entre los distintos países es menor que la “distancia vertical” entre las generaciones.

- Las culturas locales mantienen sus peculiaridades sin variación. Esta tesis se basa en que la población sólo puede conservar su identidad y sus características históricas si cuida su propia cultura. La individualidad y la identidad están impregnadas y unidas a su sello territorial-cultural. Se produce una vuelta a las raíces propias e históricas que se reflejan, por ejemplo, en el idioma, los estilos de vida, las formas individuales de usos y costumbres y por supuesto también en las culturas deportivas.
- La cultura global y la local están entrelazadas. Esta tesis afirma que cada extensión de las culturas globales provoca al mismo tiempo una diversificación cultural de los tipos de comportamiento –en nuestro caso del hábito deportivo correspondiente y de la práctica social del deporte. Pero lo “local” no tiene por qué identificarse con regiones de delimitación clara y establecida. Es más, la diversidad y la diferenciación de los productos ofrece así mismo la posibilidad de una individualización del consumo (deportivo) y de la aparición de microculturas neo-locales.

En este artículo se tratará la relación entre la globalización y la localización, y por tanto también las tesis expuestas, en un aspecto muy concreto, el desarrollo de las tecnologías del deporte y la expansión internacional de los mercados de los artículos deportivos. Se intenta dejar claro que sólo la más amplia diferenciación del fenómeno analizado –en este caso la tecnología del deporte– y el estudio específico de cada uno de sus elementos concretos puede aportar indicios para formarse una opinión sobre cuál de las tesis mencionadas describe la realidad existente –refiriéndonos por supuesto siempre a un caso concreto. La tesis, que se va a desarrollar a continuación, afirma que ninguna de estas líneas de argumentación puede reivindicar una validez general; es más, su significación varía incluso ya al hablar de distintas tecnologías del deporte y mercados de artículos deportivos.

Si se entiende globalización en el sentido indicado anteriormente, es decir que en todo el mundo se ofertan y consumen los mismos bienes y servicios producidos en último término con similares tecnologías de fabrica-

ción, cabe pensar que los desarrollos de las tecnologías deportivas –como pueden ser las bicicletas, tablas de surf, barcos de vela, aparatos de fitness, esquís, palos de golf, etc.– y los mercados de productos deportivos son un ejemplo clásico de globalización: fabricantes de artículos deportivos que operan en todo el mundo –enseguida nos viene a la mente Adidas o Nike– dominan con sus productos el mercado en probablemente todos los países. Son artículos que se fabrican en grandes series y que reciben la aceptación suficiente en los grandes mercados como para que puedan aprovecharse todos los beneficios de la producción en masa. Por toda la tierra se venden –según parece– los mismos artículos deportivos y, como es inherente al programa de aprovechamiento de estos artículos, se utilizan de la misma forma.

Sobre la diferenciación del topos “tecnología deportiva”

Esta visión superficial enmascara no obstante la relación existente entre globalización y peculiaridades locales. Si se analiza con más detenimiento es demasiado superficial referirnos a la tecnología del deporte teniendo en cuenta únicamente el aparato deportivo concreto –ya sea la bicicleta, el barco de vela, los esquís, los palos de golf u otros artículos deportivos como las zapatillas de deporte, la ropa deportiva, etc.– Para nuestro tema es imprescindible plantear la siguiente diferenciación:

- *Componentes tecnológicos específicos* –en el caso de los barcos de vela se trata, por ejemplo, de velas, arboladura, cornamuzas, motor, jarcia, equipos de anclaje, equipo de navegación, equipamiento interior.²
- El *aparato deportivo* como complejo tecnológico, compuesto por la unión y la combinación de diversos componentes. Este aparato se contruye en la mayoría de los casos mediante la combinación correcta de elementos tecnológicos. Así, el barco de vela se compone del casco, el motor, arboladura, las velas, los instrumentos de navegación, equipos de anclaje, winches, cornamuzas, etc.; la bicicleta del cuadro, las ruedas, los neumáticos, las mar-

² *Arboladura*: Es el conjunto de todos los palos, vergas y perchas de madera o hierro, destinado a suspender las velas y a que éstas puedan orientarse convenientemente al viento.

Cornamuzas: Piezas metálicas o de madera en forma de T fijas en cualquier parte del buque que sirven para amarrar los cabos.

Jarcia: se refiere a todos los cabos de un barco.

Winche: Cilindro con un sistema interno que permite multiplicar la fuerza ejercida sobre los cabos (Nota de la trad.)



El barco de vela: la combinación de una tradición milenaria con la moderna tecnología. (Foto: Klaus Heinemann)

chas, los frenos, las amortiguaciones, los aparatos de medición, etc.³

- La *compleja tecnología del consumo*.⁴ Además existen una serie de premisas que condicionan el aprovechamiento adecuado de los complejos tecnológicos; condiciones que se cumplen en un sistema material y social diferenciado: el esquí como deporte de ocio sólo es posible con la correcta combinación y adecuación de los siguientes elementos: esquís, fijaciones, ropa, accesorios, arrastres, pistas, mantenimiento de éstas, cañones de nieve, ambiente deportivo, hoteles, alojamientos, restaurantes, escuelas de esquí, comercio; medios de transporte, vías de comunicación, infraestructuras. Montar en bicicleta va estrechamente relacionado con cascos, aparatos de medición, mochilas, ropa resistente, alimentación específica, redes de carriles para bicicletas, mapas de itinerarios, medios de información. El deporte de la vela con el complejo tecnológico barco de vela, puertos, instalaciones de servicios, mapas navales, comercio de equipamientos, seguros, sistemas de seguridad, escuelas de formación, predicciones meteorológicas, señales náuticas, sistemas de información, etc. Es toda esta compleja tecnología de consumo la que aporta a quien se interesa por el deporte su valor vivencial y de ocio y que ha favorecido que el esquí, el ciclismo, el fitness, la vela, etc. se hayan convertido en deportes de masa (Bökemann, 1989).

El uso de aparatos deportivos (esquís, bicicleta, barco de vela, etc.) se encuentra pues ligado a sistemas

materiales estrechamente entrelazados entre sí, debido a los requerimientos de uso y garantía de estos aparatos y sus componentes y por las características de la infraestructura (como pueden ser, los carriles de bicicleta, los puertos deportivos, los campos de golf). Además, una inserción del deportista en variados sistemas sociales ya que el uso de complejos tecnológicos se relaciona irremediamente con una serie de procesos de venta, asesoramiento, formación, mantenimiento, servicio y reparación especializados.

La *cultura de uso* en la que se encuentran insertados los distintos aparatos deportivos (es decir, el complejo tecnológico correspondiente y la compleja tecnología de consumo), o sea el modo cómo se usa la bicicleta en un determinado país, la forma en la que se navega, cómo se esquía y qué pautas de comportamiento, valores y emociones destacan en ello, etc. Cultura de uso significa pues, por un lado, el modo y manera en que se practica deporte con los aparatos deportivos, y por el otro, cómo se inserta el deportista en la red de sistemas materiales y sociales; por ejemplo, hasta qué punto se hace uso de los servicios de reparación y servicio y hasta dónde realiza la propia persona que practica el deporte los trabajos de reparación.

Los cuatro niveles mencionados influyen en el comportamiento deportivo de las personas y esto significa: una creciente sustitución de los modelos, estrategias y técnicas manuales por ayudas tecnológicas que cambian completamente los modos de hacer. De este modo, el análisis de las “historias evolutivas” de las tecnologías del deporte pueden aportar a su vez resultados esenciales sobre la relación entre lo local y lo global en el desarrollo de la práctica deportiva de un país.

Así pues, esta diferenciación del hecho “tecnología del deporte” deja claro todo lo que se ha de tener en cuenta en un modelo explicativo sobre la relación de lo local y lo global, puesto que, cualquiera de estos cuatro componentes de una tecnología del deporte dispone de su propia “historia de evolución y uso”. Esto significa que se han de tematizar las tesis descritas al principio sobre la relación entre lo global y lo local para cada uno de estos cuatro elementos por separado y, el resultado final es que para cada una de las tecnologías del deporte resultan distintas relaciones de interacción entre lo global y lo local. A continuación, nos ocupamos de todo ello.

³ Me centraré en este artículo principalmente en estas dos tecnologías (barcos de vela y bicicletas), porque así puedo referirme a resultados de mis propios análisis empíricos (Heinemann, 2001).

⁴ Utilizo el concepto de tecnología del “consumo” para dejar claro que mis argumentos no se aplican a las tecnologías del deporte de alto rendimiento, sino al deporte de ocio, aunque a menudo la interacción entre ambos no puede pasarse por alto.

La diversidad de las evoluciones de los componentes tecnológicos

Cada componente tecnológico tiene su propia “historia evolutiva” y esto significa que en cada componente se encuentra otro efecto de lo global y lo local. Esto se desprende de los siguientes argumentos:

- El desarrollo de los componentes tecnológicos se encuentra determinado de modo creciente por los avances de las investigaciones científicas y de ingeniería en las que se basan (sobre todo en el área de la tecnología de la preparación y la producción). No obstante estas investigaciones no suelen ser guiadas, es decir, no se orientan hacia metas concretas, áreas de aplicación o necesidades específicas de grupos exactamente definidos y menos aun hacia los deportistas. Este proceso de innovación apenas se puede conducir desde el exterior, tampoco su utilización posterior en las distintas áreas de la ingeniería aeronáutica, náutica, el sector militar, la construcción de motores –y tampoco en el deporte. Las innovaciones decisivas que han modificado las distintas modalidades deportivas de modo tan radical en los últimos 30 años, se basaron en principio en tecnologías de origen difuso, de uso abierto o en tecnologías desarrolladas para otros campos de aprovechamiento distintos de aquellos en los que posteriormente se han aplicado.⁵
- Estos desarrollos suelen tener por regla general un origen local, en un determinado país, en el que se investigan determinados problemas, se desarrollan nuevas técnicas y se introducen en la vida diaria. O formulado de otro modo: la globalización en el sentido mencionado anteriormente suele tener su punto de partida en las “culturas y tradiciones de investigación y desarrollo” locales de un país. Si



La aparición de los winches ha facilitado el trabajo de izar las velas haciéndolo más accesible a todas las personas. (Foto: catálogo Niemeyer www.awn.de)

queremos descubrir por qué y de qué modo se desarrollaron determinados componentes tecnológicos para equipos deportivos, tendremos que dirigir nuestra mirada no sólo a las condiciones culturales, de política de investigación, financieras, etc. del país en cuestión, sino preguntarnos también por qué se utilizó el conocimiento de un país, preciso y destinado a un área de aplicación, para un determinado componente.⁶

- El análisis del desarrollo de los componentes tecnológicos individualizados que constituyen un aparato deportivo presenta una imagen difusa que no permite determinar de modo general la relación entre lo global y lo local. Ya no es posible fijar el origen y la distribución de cada componente tecnológico: muchas veces se remonta a cien o más años atrás y se han convertido en una tecnología generalizada.⁷ Otros tipos de componentes tienen su origen claro en un determinado país, pero no están protegidos por patentes o un *know how* técnico exclusivo, de modo que los adoptaron pequeñas empresas de fabricación para sus mercados regionales, adaptándolos a los requerimientos específi-

⁵ Un ejemplo típico de esto es el desarrollo de materiales plásticos, vitrofibras y fibras de carbono, que han revolucionado entre otros campos la construcción náutica. Del mismo modo el GPS, desarrollado en su origen con fines militares. Otro ejemplo es el desarrollo de la electrónica, cuyo punto de partida se encuentra en la investigación espacial de EEUU. Sin duda pues un fenómeno local. Pero de este modo se ha desarrollado también una electrónica para barcos que se produce en muchos países, aunque los norteamericanos y los ingleses lideren el mercado en este ámbito.

⁶ ¿Por qué, por ejemplo, se utilizaron pues las fibras de vidrio y de carbono, desarrolladas por la industria aeronáutica –sobre todo de USA– para la reducción de peso, hace unos cuarenta años en gran medida en Alemania y Suecia para la construcción de barcos de vela?

⁷ ¿A qué cultura se puede adscribir, por ejemplo, el desarrollo de las ruedas de la bicicleta? Es una pregunta de difícil respuesta. Por el contrario, sabemos en qué condiciones desarrolló Dunlop a finales del siglo XIX el neumático con aire y cómo se impuso éste. La introducción del neumático relleno de aire inventado por Dunlop para las bicicletas se rechazó y obstaculizó en un principio, por un lado, porque se consideró muy poco estético, y por otro porque el argumento de que era más cómodo al reducir las vibraciones y además más seguro, no se tuvo en cuenta puesto que utilizaban la bicicleta sobre todo hombres jóvenes y deportistas, atraídos especialmente por el prestigio que suponía la incomodidad y el peligro de andar en ella. No obstante este tipo de ruedas con neumático con aire tuvo gran éxito en las carreras de bicicletas. En un principio se intentó solventar (sin éxito finalmente) este problema implantando normas disuasorias, hasta que este tipo de ruedas se introdujeron de modo generalizado (Hughes, 1987).

cos de los clientes, fabricando a menudo bajo pedido, pero esto no se limita a un solo país concreto. Un ejemplo de esto son las velas de material plástico o la introducción de fibra de vidrio en el casco del barco de vela. Otros componentes tecnológicos requieren un conocimiento técnico específico y están, debido a ello, protegidos por patentes, de modo que hay pocas empresas, en algunos casos una sola, que lideran el mercado mundial –como ejemplo de esto son la arboladura y los winches en los barcos de vela, y de un modo más limitado los cambios de marchas de las bicicletas.

La diversidad cultural de los complejos tecnológicos

Los complejos tecnológicos presentan en lo que se refiere a nuestra perspectiva temática una imagen distinta:

- Un complejo tecnológico –como puede ser el barco de vela o la bicicleta– se compone de una combinación razonable de componentes tecnológicos concretos. Estas combinaciones pueden poseer a su vez un carácter innovador y, del mismo modo, los requerimientos planteados al complejo tecnológico “aparato deportivo” puede impulsar el desarrollo posterior de los componentes tecnológicos. El modo en que esto se produce es siempre un proceso abierto, evolutivo de interconexiones y dependencias que, además, en muchos casos se produce en un territorio delimitado regionalmente. Formulándolo de otro modo, diremos que el desarrollo de un complejo tecnológico “aparato deportivo” se divide en una diversidad de procesos distintos de desarrollo técnico de cada uno de los componentes tecnológicos y de los complejos tecnológicos con diferentes bifurcaciones y ramificaciones, en las que se interrelacionan de modos diversos lo global y lo local. Se producen aquí diversas tomas de decisión sobre el desarrollo técnico y la presentación material del aparato deportivo en cuestión (Ramert, 1994).
- El uso de los conocimientos de las ciencias de la naturaleza y la ingeniería y el uso puntual y la combinación específica para el equipo de los componentes tecnológicos al crear los complejos tecno-

lógicos suele adaptarse a la cultura en cuestión. La tesis es, pues, que aunque sea de desarrollo local, el conocimiento global disponible en las diferentes formas descritas y el acceso a los componentes tecnológicos se aprovechan y aplican de modo distinto en cada entorno cultural (local, por tanto). Existe un conjunto de conocimientos de ciencias de la naturaleza y de la ingeniería y de componentes tecnológicos que en principio puede ser “capturado” por todos los constructores y empresas de todo el mundo (Hughes, 1987), pero se utiliza de modo selectivo dependiendo de las características culturales específicas, el tipo de presentación material de la organización y por tanto de los requerimientos específicos del propio mercado, puesto que: el desarrollo de los aparatos deportivos –son característicos aquí los barcos de vela y las bicicletas– supone previamente el análisis de las indicaciones de orientación y las pautas de desarrollo. Las “pautas de orientación”, por las que se guía el desarrollo de una tecnología deportiva, pueden obedecer por ejemplo a requerimientos como la velocidad, seguridad, potencial de riesgo, estado más actual del desarrollo tecnológico, estándares de calidad, comodidad, economía, confort, diversidad de potenciales de utilización, comportamiento medioambiental, etc..., No se trata de valores de tipo técnico, sino de características sociales, valoraciones culturales y del resultado de la lucha de distintos actores con intereses y criterios de valoración bien distintos, que además son temporales y variables.⁸ Estas pautas no son pues características resultantes de un “capricho” de la técnica; no son tampoco resultado de parámetros impuestos por la ingeniería; son más bien el resultado de las peculiaridades culturales y las estrategias sociales con las que los actores implicados, con su influjo y sus recursos encuentran, en el marco de las condiciones (culturales, legales, económicas) existentes unas soluciones más “adecuadas” a sus expectativas; es decir, técnicamente óptimas para la resolución de sus problemas. La explicación de la génesis y el desarrollo técnico requiere pues destapar las “pautas de orientación” dominantes en cada momento, así como los factores y fuerzas: los actores implicados, los intereses, sus peculiaridades organizati-

⁸ El neumático con aire se impuso finalmente por que se definió una nueva “pauta de orientación” para la función de las bicicletas: se definió como instrumento con el que desplazarse con la mayor rapidez posible, sin riesgos y de forma cómoda de un lugar a otro.

vas, y al mismo tiempo las condiciones generales (culturales, normativas, políticas y económicas), los acuerdos institucionales de coordinación e interacción- y a su vez descifrar su modo de influencia en cada caso. Los nuevos complejos tecnológicos aparecen pues de acuerdo a la significación que se concede a estas pautas de orientación, o dentro de la arquitectura de una tecnología compleja del deporte con distinta valoración de las orientaciones existentes. El desarrollo tecnológico no es culturalmente neutro, ni resulta de una necesidad tecnológica “lógica” imperiosa (Schubert, Friederici, 2002).⁹

- Es al mismo tiempo característica del mercado de artículos deportivos una diferenciación extremadamente funcional y además estética de la oferta, que en parte se rige por pautas de orientación de influjo cultural. Por un lado esto resulta en una diferenciación de las posibilidades de aplicación de los aparatos deportivos según tipo de rendimiento –palos de golf y raquetas de tenis, esquís para nivel debutante, avanzado y profesional, etc.–, por otro, unas áreas especiales de aplicación –velas para distintos tipos de mares, zapatillas de deporte para las distintas modalidades deportivas, bicicletas para distintos terrenos, esquís para diferentes tipos de nieve, adaptado a la cartera de cada uno, etc. Cada vez hay una mayor diferenciación de las cualidades funcionales y estéticas.

El influjo de las pautas de orientación dominantes puede medirse en los criterios que quienes realizan pruebas para las revistas especializadas juzgan como recomendables o critican en los barcos de vela o las bicicletas. Estos criterios se han ido modificando con el paso del tiempo, incluso en aspectos básicos. Esto demuestra que quienes realizan las pruebas en los diversos países utilizan para la valoración de un equipo deportivo distintos criterios de evaluación dependiendo de las “pautas de orientación” predominantes en su país.

Un ejemplo de esto: Cada país de Europa dispone de una tradición propia, desarrollada a lo largo de los años, en la construcción de barcos la cual tiene como

consecuencia que exista un estilo de “arquitectura” de los barcos de vela típico en cada país: los barcos escandinavos no destacan por sus velas, sino por su excelente construcción interior de madera y su gran calidad de construcción –que se refleja en los precios–. Los barcos de vela franceses son objetos de construcción relativamente ligera, sólida y también económica. Los astilleros alemanes suelen ser empresas pequeñas que se adaptan concretamente a los deseos de sus clientes. En los últimos años se han impuesto dos astilleros más grandes que producen grandes cantidades de construcción en serie con precios económicos y que distribuyen con una política de precios de descuento.¹⁰ Los barcos de vela ingleses son renombrados como equipos sólidos, incluso en condiciones meteorológicas adversas, con una construcción interior muy somera.

Observaciones sobre la compleja tecnología del consumo

Las peculiaridades de la compleja tecnología del consumo dependen de modo decisivo de las distintas modalidades deportivas, es decir de la infraestructura requerida, las redes de distribución necesarias, los requerimientos de garantía, servicio y reparación, etc. del aparato deportivo. Por este motivo, podemos señalar aquí también algunas observaciones.¹¹

- Las empresas de todo el mundo ofrecen un abanico muy amplio de artículos deportivos –así por ejemplo Adidas o Nike ofertan aproximadamente 750 modelos distintos de zapatillas de deporte entre los que la clientela puede elegir. Ocurre algo similar en la variedad de ropa deportiva y aparatos deportivos (raquetas de tenis, esquís, palos de golf, etc.). Brindan una imagen de mercados globales de artículos deportivos, pero esta imagen es falsa. Ningún establecimiento de artículos de deporte ofrece a la venta todos y cada uno de los 750 modelos fabricados por dichas firmas; 30 modelos distintos ya son muchos. ¿Cómo se efectúa la selección? Depende únicamente de las peculiaridades regionales y de las preferencias individuales de la

⁹ Aunque el desarrollo de los ferrocarriles, por ejemplo, tiene una antigüedad superior a los 150 años y esta técnica se aprovecha en todos los países, en cada uno de ellos tiene una forma distinta –con la consecuencia, por ejemplo, de que los trenes alemanes tienen problemas para viajar por las vías francesas.

¹⁰ Se refleja aquí también una peculiaridad alemana que resulta en las enormes tasas de crecimiento de los ofertantes de descuentos. Es típico de esto la nimia frase publicitaria de una cadena de establecimientos de venta de electrodomésticos. “Geiz ist geil” (‘la avaricia es guay’)

¹¹ En relación a este tema, carecemos de estudios empíricos significativos.

clientela. La persona responsable de compras ha de elegir entre tanta diversidad.

Esto se puede mostrar también con el ejemplo de la bicicleta: Desde los años 80 existe una enorme variedad de bicicletas en el mercado – también en este caso presentadas por empresas pequeñas y medianas–. Pero 1. esta amplia variedad de bicicletas (de carreras, de montaña, de trekking, de ciudad, tandem, bicicletas eléctricas, plegables, reclinadas, en todas sus variantes, equipamientos y precios) no se ofrecen en la misma medida en todos los establecimientos de los distintos países (europeos); es mucho más amplia en las tiendas de bicicletas de Alemania que en, por ejemplo, las españolas o las holandesas, y 2. el aparato deportivo “bicicleta” y su uso se interpreta de distinto modo en los diferentes países. En Alemania se considera mucho más un medio de transporte y un aparato saludable, de modo que todos los grupos de edad, todas las clases sociales, hombres y mujeres, familias e individuales, tienen una bicicleta y en la mayoría de los casos la utilizan. En España la bicicleta no suele ser un “aparato de transporte”;¹² dominan las bicicletas de montaña y las de carrera, que son un signo del estilo de vida de la cultura masculina juvenil; es decir, es más inusual ver montadas en bicicleta a las generaciones un poco mayores o a las mujeres. Acorde a estas distintas culturas de uso, se desarrollan las diferentes infraestructuras –que se ven por ejemplo en la red de carriles de bicicleta finamente entrelazada que cruza Alemania (con mapas específicos, guías, lugares gastronómicos, etc.) y la espesa red de instalaciones de servicios.

- Las grandes empresas de artículos deportivos que operan en todo el mundo (Adidas, Nike, Puma...) copan, en realidad, un total el 20% del comercio mundial de artículos deportivos. Esto significa que el mercado de estos artículos se caracteriza porque la mayoría de los fabricantes son pequeñas o medianas empresas (con menos de 500 trabajadores), activas en mercados o ramos delimitados, como

por ejemplo, el surf, escalada, snowboard, parapente, bicicleta, barcos de vela y toda su diversidad de accesorios. Esto es un indicador de que estas empresas trabajan en un medio muy turbulento y de rápido cambio que requiere un alto grado de flexibilidad y adaptabilidad y que exige una gran cercanía a la clientela y a sus gustos y deseos individuales. Esto significa, a su vez, que estos oferentes pueden responder de modo local a las preferencias (también las culturales y las que se han presentado a los largo de la historia) de cada lugar.

Un ejemplo típico se encuentra en los estudios de Chantelat (2001) sobre el mercado de esquíes de esquí alpino: en ellos se indica que los fabricantes de esquíes que operan en todo el mundo para los tres grandes mercados –Europa, América del Norte y Japón– fabrican tres tipos de esquíes de diferente construcción y hacen también una publicidad diferente para cada uno (“etnpublicidad”). Esto no sólo es necesario por las diferencias en los tipos de nieve, sino sobre todo, porque la técnica del esquí y la significación –aun más importante– del deporte del esquí en la cultura deportiva es diferente.¹³

Se plantea aquí por ende el problema de qué se entiende en cada momento por “local”; es decir en que delimitaciones espaciales se basa. Alguna vez puede considerarse –como en este ejemplo– Europa frente a América y Asia, en otros ejemplos –como en los barcos de vela– los distintos países europeos, pero también puede establecerse –como en el caso de las modalidades y culturas deportivas tradicionales– las distintas regiones de un país (Cataluña en España, Baviera en Alemania, Gales en Inglaterra).

Distintas culturas de uso

Se tiende a considerar “el” deporte como un patrón universal de cultura, ya que todas las modalidades deportivas se practican en todos los países con los mismos reglamentos. El deporte, según se dice, habla todos los idiomas. Que esta generalización no es aplicable desde

¹² Desde hace poco la ciudad de Barcelona, por ejemplo, dispone de bicicletas de ciudad para su préstamo (“Bicing”), algo que en Alemania no funcionaría, porque todo el mundo posee ya una bicicleta.

¹³ La tesis aquí defendida sobre la diferenciación regional de la tecnología del deporte y de los mercados de artículos deportivos fue sustentada de modo teórico y empírico por el premio Nobel de Economía 2008 Krugman (2004) con su análisis de las estructuras comerciales y las localizaciones de la actividad económica. Su tesis se contrapone a la suposición clásica de la teoría económica de que cada país produce aquellos bienes que le aportan una ventaja en los costes frente a otros países. Mucho más importante para la estructura de los mercados es el conocimiento exacto de las peculiaridades regionales y las preferencias de quien compra (hábitos de consumo).

la perspectiva de la tecnología del deporte ya ha quedado claro con los argumentos presentados. Esta imagen se dispersa aun más si analizamos los distintos modos de uso de un aparato deportivo. Ya se ha mencionado este aspecto en el apartado anterior. Se forma un cuadro de diversidad del deporte y se refleja su resistencia frente a todas las tendencias de “homogenización”. No existe, dice Pfister (2005, 504) “en la comunidad científica histórico deportiva (...) ninguna duda de que el deporte, a pesar de los procesos de globalización, ha mantenido su propia diversidad”. Quien no se percate de ello corre el peligro “de pasar por alto o no ver siquiera los orígenes específicos de las distintas culturas, los trasfondos y las relaciones y también los objetivos, significados y motivos”.

Pero para poder descifrar estas diferenciaciones hay que analizarlas muy minuciosamente en repetidas ocasiones. Nadie discute que “en todo el mundo” se juegue, por ejemplo, al fútbol y que las competiciones se rigen en principio por las normas establecidas por la FIFA. Pero los estudios de Brandl-Bredenbeck (1999) –que pone de manifiesto las diferencias en la adaptación según la cultura de la práctica del fútbol en USA y en Alemania– muestran cómo los actores sociales integran una cultura global en su propia cultura originaria teniendo como resultado:

- La juventud americana relaciona el deporte principalmente con competición y victoria, mientras que la juventud alemana parte de un concepto difuso de ocio.
- Mientras que para la juventud de Alemania el rendimiento y el esfuerzo se asocia al entrenamiento, para la juventud americana el rendimiento y el esfuerzo son un factor autónomo,¹⁴ independiente del entrenamiento y la competición.
- Los valores apreciados en la cultura americana como la capacidad de decisión, la hombría y la victoria no se encuentran suficientemente representados en el fútbol. La estructura de juego del fútbol no es compatible con el concepto habitual del deporte existente en USA. Existe una escasez de los fascinantes momentos de toma de decisiones y de éxito y pocos resultados relevantes estadísticamente. Las características que Guttmann (1979) estableció como típicas para el deporte, es decir, la cuantificación, la especialización y la consecución

de récords, se encuentran mucho menos reflejadas en el fútbol que en el béisbol o el baloncesto, que recogen de forma más clara estas características esenciales del concepto del deporte: racionalización y cuantificación se detectan en una gran cantidad de datos estadísticos a lo largo del juego; los índices de acierto son casi tan importantes como el estado del marcador; el alto grado de especialización permite adscribir a unos jugadores concretos el éxito o el fracaso

Por tanto aunque el deporte –el fútbol, en este caso– sea un fenómeno universal, se ve que en el concepto de la población joven de Alemania se concede al deporte un sentido más individualizado que el que le atribuye la juventud de América del Norte. Modelos de comportamiento idéntico se someten a una interpretación distinta dependiendo de los contextos culturales; las ofertas globales se encuentran en los microentornos con respuestas locales que varían en cada cultura.

O formulado de modo más general: al igual que las distintas “pautas de orientación” “guían” el desarrollo de las nuevas tecnologías, existen distintas “pautas de uso” para las tecnologías del deporte, dependiendo de la época y de la cultura. En ellas puede predominar la búsqueda del riesgo y la aventura, la experiencia (de la naturaleza), el dominio de la técnica, el prestigio y la valoración sociales, etc. (Heinemann, 2001).

Se precisarían aquí más estudios comparativos interculturales sobre las diferencias en la práctica deportiva para poder analizar por ejemplo la interacción de los cuatro elementos tematizados de una tecnología del deporte y la interacción de lo global y lo local.

La globalización como ampliación de los niveles de libertad

Podemos resumir todo lo expuesto anteriormente del siguiente modo. Contra la tesis de una estandarización mundial de productos y servicios iguales y, por tanto de una nivelación de la práctica deportiva, nuestras conclusiones muestran una gran ampliación de los “niveles de libertad”, que abren un espacio casi inagotable para la individualización y la capacidad de adaptación a las culturas locales. Cuanto más complejo sea el equipo deportivo y la compleja tecnología del consumo, mayores

¹⁴ Es esto un resultado que puede explicarse –según Brandl-Bredenbeck (1999)– sobre todo por la técnica de trabajo puritana profundamente anclada en USA y de la idea de la “muscular christianity”. El sueño del éxito depende inmediatamente del esfuerzo y el rendimiento individual.



Los plotter con mapas y GPS facilitan el complicado trabajo de navegación. (Foto: catálogo Niemeyer www.awn.de)

“niveles de libertad” se emplean para aplicar las tecnologías y adaptarlas a la cultura específica existente. Se trata de:

- niveles de libertad en el uso de los conocimientos de ciencias naturales e ingeniería disponibles para el desarrollo de los componentes tecnológicos;
- niveles de libertad en la arquitectura del aparato deportivo; es decir en la combinación de los distintos componentes tecnológicos que lo constituyen;
- niveles de libertad en la diversidad de la organización de la producción, la comercialización, etc. debido a los distintos actores que participan en estos procesos.
- niveles de libertad en la gama de ofertas específicas de cada región;
- niveles de libertad en su ejecución, uso y en el tipo de interpretación y significación que cada sociedad hace del aparato deportivo.

De este modo el avance de la tecnologización del deporte supone una ampliación de las posibilidades de opción y los niveles de libertad. Cuanto mayor sea el nivel de libertad, más clara y marcada la dependencia y la impregnación en los avances tecnológicos de la inserción cultural, económica, política, etc. de los actores. También son mayores las alternativas de elección y la asignación de función y significación por parte de cada persona usuaria. El individuo crea su propio mundo material –su barco de vela– para aprovecharlo después, es

decir para interrelacionarse con él. El objeto se convierte en parte integrante de la propia identidad.¹⁵ A la vista de los procesos anteriormente descritos de la diferenciación (funcional y estética) y del enorme incremento del número de alternativas, aumentan de modo ingente las posibilidades de una creación y un equipamiento personalizado de la arquitectura y de su inclusión en los distintos sistemas materiales y sociales. Que muchas empresas fabriquen y comercialicen en todo el mundo artículos deportivos similares no significa ni que quienes los compran adquieran la misma „cesta de la compra de artículos deportivos“, ni que se concedan a estos artículos deportivos y por ende a su deporte el mismo sentido y una significación similar.

Por otro lado, también será preciso buscar una nueva interpretación para lo “local”. Ya no está necesariamente ligado a un espacio impregnado de sus peculiaridades culturales y claramente delimitado, sino que se producen microculturas en las distintas modalidades deportivas de modo neolocal. En cada modalidad deportiva –como se muestra claramente por ejemplo en el ciclismo de montaña, la escalada, el parapente, el skating, el surf, aparecen microculturas con sus propios valores y normas, hábitos deportivos típicos, formas de consumo, redes sociales, escenificaciones del deporte, significaciones, no ligados a un lugar fijo o a una región establecida. En lo global se forman culturas deportivas particulares, neo-locales. Para las distintas personas o agrupaciones de una microcultura persiste la capacidad de creación y modificación de la realidad social, pero no (ya sólo) sobre la base de culturas vigiladas y ancladas en lo local.

La globalización como comparación de sociedades

En este último apartado se esboza una justificación para las tesis aquí presentadas: en la discusión sobre la relación compleja entre lo local y lo global suele pasarse por alto la trivial experiencia de que las diversas sociedades están configuradas de modo distinto y de que las personas que viven en ellas perciben y entienden de modo diferente los objetos y acontecimientos que se encuentran en su entorno. Las personas comparan, no sólo contraponiendo su propia forma de actuar, entender y

¹⁵ Esto se ve claramente con el ejemplo de los barcos de vela: la elección del barco entre una enorme variedad de ofertas y su construcción mediante una larga lista de “equipamientos opcionales” –utilizando la técnica disponible, desde el equipamiento interior hasta el color de los asientos de la borda– provoca un espectro inabarcable de las más variadas posibilidades de combinación. En esta elección y en el tipo de uso y la significación que se le atribuye se encontrará un reflejo de la personalidad y de las características internas de quien lo ha comprado.

percibir las cosas frente a las de otros, sino que interpretan las otras culturas desde la perspectiva de la suya. Por este motivo, cuando se habla sobre la relación entre lo global y lo local, hay que hablar de la comparación entre sociedades como forma y expresión de contactos sociales y culturales. Estas comparaciones incluyen no obstante también siempre influjos mutuos, una penetración recíproca, un entramado por adquisición y delimitación. “Sociedad” no es nunca una formación autónoma, separada con unas estructuras claramente delimitadas. Siempre hay que partir de unos conceptos más amplios de desarrollo de las sociedades. La “sociedad” de un país es siempre un elemento dentro de un campo más amplio de relaciones y fuerzas, en el que las peculiaridades sociales de este país aparecen como expresiones individuales dentro de unas formaciones más extensas (Tenbruck, 1992). Este aspecto es de aplicación, como se ha indicado, especialmente para la comparación y las interacciones entre conocimientos científicos, avance tecnológico y su aplicación en la práctica cotidiana (también del deporte).

Por eso es una simplificación inadmisibles que en las discusiones sobre la globalización se hable de “sociedad mundial” y por tanto se presuponga un “modelo único de sociedad”. Esto deriva en una perspectiva de análisis muy limitada que no tiene en cuenta la diversidad de procesos de influjo recíproco que se produce en todo momento entre las sociedades; hay que tener en cuenta siempre “situaciones internas” y “situaciones externas” y con ellas los procesos que se dan entre ambas los cuales pueden ser multiplicadores, cruzados, complementarios o concurrentes.

Este tipo de interpretación del desarrollo de las sociedades está en contraposición a los conceptos de una globalización en el sentido de la conexión entre lo global y lo local que se presenta en las tesis uno y dos desarrolladas en el primer apartado de este artículo. La globalización, es decir la aparición de una “sociedad global” (y con ello también de culturas deportivas universales), puede entenderse como si en todos los países se desarrollara un “modelo único de sociedad”. Pero, a la vista de los planteamientos expuestos hasta ahora, esto es un error. Más bien dentro de un entramado global –originado por el uso de Internet, visible en las grandes empresas que actúan en todo el mundo, estabilizado por organizaciones supranacionales– (nuevos) modelos (del deporte) multisociales debido al intercambio, comparación, adquisición selectiva,

nuevas significaciones e interpretaciones. Las sociedades y el deporte mantienen un perfil individual que se va desarrollando entre otros por la combinación de situaciones internas y externas. Las situaciones externas se adaptan siempre de modo selectivo y se ajustan a la cultura existente. Es así por lo menos como ha ocurrido en la larga historia de Europa y también en la historia de la técnica; y es cuestionable que este modelo de equiparación recíproca y de adquisición y adaptación selectiva se haya modificado básicamente en los últimos años y que se encuentren argumentos vinculantes de que, con el influjo de la comunicación digital, ya no sea una realidad aquello que se ha ido produciendo a lo largo de dos mil quinientos años de la historia de Europa; es decir, precisamente esta interacción recíproca que no borra las características culturales de cada sociedad, sino que las mantiene con sus peculiaridades particulares –especialmente visible en la diversidad de lenguas de Europa–. No es fácil no obstante encontrar este tipo de argumentos.

Las fronteras políticas y económicas son más fáciles de cruzar que las culturales. No es que éstas no sean permeables. Sin embargo, las peculiaridades culturales sirven –acercándonos a Max Weber– como “guardagujas” para una recepción selectiva y una transformación cultural específica. Son los “intereses (materiales e ideales), no las ideas lo que domina directamente la actuación de las personas. Pero las ‘visiones del mundo’, formadas por las ideas, han determinado en muchos casos como guardagujas las vías en las que avanza la dinámica de los intereses y la actuación” (Weber 1956, 252).¹⁶ Esta tesis –es decir los modelos de valoración y pensamiento o los modos de comportamiento impregnados durante generaciones y cambiantes en la historia– de M. Weber sigue siendo aceptada en su mayor parte hoy en la Sociología. Si referimos esto a nuestro tema y nuestro ejemplo: los modelos culturales predominantes también se reflejan en distintas formas en el deporte; con una asimilación selectiva y una transformación adaptada a la cultura cada país crea su cultura técnica y deportiva.

Los individuos poseen capacidad de resistencia y también creatividad para dar una nueva interpretación a los elementos de la oferta de patrones de comportamiento e introducir de modo razonable elementos en su propia cultura. La diferenciación funcional y estética, que paradójicamente se hace posible por la globalización, abre el potencial para una diversidad local o microcultural.

¹⁶ Zündorf (1994) desarrolla tesis similares, conectando con Lepsi (1990), sobre los entramados económicos.

Referencias bibliográficas

- Bökemann, D. (1989). Bewegungsraum und Sporttourismus – Zur Herstellung und Vermarktung von Sportmilieus am Beispiel des Skilaufs. En K. Dietrich y K. Heinemann (eds.), *Der nicht-sportliche Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Brandl-Bredenbeck, H. P. (1999). *Sport und jungendliches Körperkapital. Eine kulturenvergleichende Untersuchung am Beispiel Deutschlands und der USA*. Aachen: Meyer & Meyer
- Chantelat, P. (2001). Die Globalisierung der Industrien und Märkte für Sportartikel: eine soziologische Perspektive. En K. Heinemann y M. Schubert, *Sport und Gesellschaften*. Schorndorf: Hofmann.
- Guttman, A. (1979). *Vom Ritual zum Rekord – Das Wesen des modernen Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- Heinemann, K. (2001). *Die Technologisierung des Sports – eine sozio-ökonomische Analyse*. Schorndorf: Hofmann.
- Hughes, T. P. (1987). The Evolution of Large Technological Systems. En W. E. Bijker, T. P. Hughes y T. J. Pinch (eds.), *The Social – Construction of Technological Systems*. Cambridge: MIT- Press.
- Krugman, P. (2004). *Internationale Wirtschaft - Theorie und Politik der Außenwirtschaft*. Frankfurt: Pearson Studium.
- Ohamae, K. (1985). *Macht der Triade. Die neuen Formen wirtschaftlichen Wettbewerbs*. Wiesbaden: Gabler.
- Pfister, G. (2005). Die Vielfalt der Bewegungskulturen und die Schwierigkeit, Einheit zu konstruieren. *Erwägen-Wissen-Ethik* 16 (4), 504-507.
- Rammert, W. (1994). Techniksoziologie. En H. Kerberka y A. Schmieder (eds.), *Spezielle Soziologien*. Reinbek: Rowolt
- Schubert, M. y Friederici, M. (2001). Das Design bestimmt das Bewusstsein... Überlegungen zur Technologisierung des Fahrrades und den Rekonstruktionsmustern technologischer Entwicklung aus der Perspektive der Nutzer. En M. Friederici, H.-D. Horch y M. Schubert (eds.), *Sport, Wirtschaft und Gesellschaft*. Schorndorf: Hofmann.
- Tenbruck, F. H. (1992). Was war der Kulturvergleich, bevor es den Kulturvergleich gab? En *Soziale Welt*, número especial 8 (Zwischen den Kulturen) editado por Matthes, J.
- Weber, M. (1956). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen. Edición española: *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Zündorf, L. (1994). Weltwirtschaftliche Vergesellschaftung – Perspektiven einer globalen Wirtschaftssoziologie. In: Lange, E. (Ed.): *Die Wirtschaft im Wandel – Soziologische Perspektiven*. Berlin: Dunker & Humblot.