

Zákravský, J. (2021). *Cycling Diplomacy. Undemocratic Regimes and Professional Road Cycling Teams Sponsorship*. Peter Lang, 156 p.

FERNANDO GUTIÉRREZ-CHICO*

En las Relaciones Internacionales el concepto de poder sigue siendo clave. Así, los estados buscan nuevas alternativas para proyectar su imagen en el exterior. Una de ellas ha sido y sigue siendo el deporte. Si bien la relación de estas prácticas atléticas con la política ha sido cuestionada desde distintos ámbitos y sectores, cada vez son más los estudios que revierten tal argumento y remarcan la estrecha relación entre ambas variables. Enmarcado dentro de la denominada diplomacia deportiva, se concibe el uso del deporte, por parte de un actor, como instrumento de diplomacia pública o poder blando (*soft power*) a fin de conseguir una percepción positiva en el escenario internacional.

El presente libro profundiza aún más en este tipo de prácticas y se sumerge en el análisis de una estrategia tan novedosa académicamente, como infrecuente en las agendas políticas: la diplomacia del ciclismo (*cycling diplomacy*). Escrito por el Doctor Jiří Zákravský, docente e investigador de la University of West Bohemia (República Checa), la obra estudia el uso de equipos profesionales de ciclismo en ruta como herramienta para fortalecer la imagen exterior de un país mediante la financiación de sus líderes políticos. Concretamente, el foco se pone en la práctica ejecutada por las élites de cuatro estados (Kazajistán, Rusia, Bahréin y los Emiratos Árabes

Unidos), comúnmente considerados como no democráticos, y cómo esta podría llegar a ser una herramienta efectiva de diplomacia deportiva. El texto explora las actividades que estos cuatro países desarrollan dentro del pelotón profesional en relación al patrocinio de sus propios clubes. Se trata de una investigación descriptiva que busca abrir horizontes en el conocimiento de la materia a la par que suscitar nuevos interrogantes al respecto.

¿Bajo qué circunstancias se formaron estos equipos ciclistas y quién apoyó su formación? ¿Cómo trabajan estos equipos el simbolismo en relación a los estados que les patrocinan? ¿Reconocen los propios equipos, o sus representantes y donantes, que sirven como herramienta de diplomacia deportiva? ¿La retórica que emplean los equipos y sus representantes alude a la importancia del club dentro de las correspondientes sociedades de dichos países no democráticos? ¿Existe alguna controversia asociada a los equipos que pudiese arruinar su imagen y la imagen de los países cuyos líderes políticos les apoyan? ¿O tales controversias no existen y se asocia a los equipos con éxitos en los principales eventos ciclistas? Estas son las preguntas de investigación que guían el estudio de este libro estructurado en cinco capítulos.

* Fernando
GUTIÉRREZ-
CHICO,
Universidad
de Salamanca.
Contacto:
fgutierrezchico@
gmail.com

El primer capítulo, *Cycling Sponsorship as a Part of Foreign Policy*, aborda el concepto de poder y su transformación en las Relaciones Internacionales. Se hace énfasis en el poder blando (*soft power*) y cuál ha sido su vinculación con el deporte a través de una serie de ejemplos tradicionales y actuales. Como señala el autor, la diplomacia deportiva, si bien resulta un término de reciente cuño, es casi tan antigua como la diplomacia misma. Solo cabe pensar en el origen de las olimpiadas en la Grecia clásica y su función para con las distintas polis. Dentro de este análisis, se presta especial atención al patrocinio de los equipos como aplicación práctica de dicha estrategia. Específicamente, se resaltan las particularidades de la esponsorización en el mundo del ciclismo. Probablemente uno de los deportes donde antes se ligó la conexión equipo-marca comercial, no solo hace evidente la presencia de los logos en los maillots: tiene la singularidad de haber normalizado como nadie su inclusión en el propio nombre de las entidades.

El segundo capítulo, *Astana Pro Team*, inicia la serie de casos prácticos pesquisados. El título hace referencia a la escuadra kazaja del mismo nombre formado en 2006 bajo la presidencia estatal de Nursultán Nazarbáyev. Zákavský apunta los esfuerzos de Kazajistán por crear una imagen internacional del país asociada a la modernidad y el progreso, en oposición a la mezcla de clichés de distinto tipo y cuestionamientos políticos presentados en los medios occidentales. Subraya cómo el ciclismo se ha convertido en una de las partes integrales de un proceso estatal de *astanización* a través del cual proyectar el país sobre la base de su metrópolis y nueva capital, Astana. Igualmente, remarca el peso que ha jugado la figura internacional del exitoso ciclista Alexandre Vinokurov en dicha tarea. Financiado casi desde el inicio por empresas estatales, el autor nota cómo la pandemia

ha pasado factura a la formación, lo que ha abierto la puerta a fondos extranjeros que limitan la asociación total del equipo con el país. Esto también ha afectado al nombre de la entidad que en 2021 pasó a compartir espacio con el nuevo patrocinador (Premier Tech). Como indica Zákavský, no se trata de un asunto menor, ya que el simbolismo de la institución ha sido cuidado desde sus orígenes en una sistemática política por vincular emblemas, colores y nomenclatura a los del Estado kazajo.

El tercer capítulo, *Team Katusha*, se centra en el equipo ruso de idéntico nombre formado hacia finales de 2008. Zákavský subraya cómo este uso del deporte en Rusia difiere del resto de países analizados, toda vez que el gigante euroasiático bebe de las herencias soviéticas al respecto. Explica cómo la formación de esta entidad ciclista se enmarca dentro de una estrategia más amplia de diplomacia deportiva diseñada por el Kremlin con Putin a la cabeza. Y todo ello sin olvidar los escándalos que han salpicado al deporte ruso, con las sanciones por dopaje de estado como punta de lanza. El autor destaca al papel fundamental de Putin, así como sus conexiones con los principales oligarcas rusos involucrados en la financiación, para el posterior desarrollo del equipo. En términos simbólicos, Zákavský remarca un punto clave al señalar cómo el nombre del equipo se desmarca de apelativos próximos a la nomenclatura del país o de la capital. Por el contrario, se opta por un término mundialmente asociado a la cultura rusa.

El tercer capítulo, *Bahrain Merida/ Bahrain McLaren*, ocupa uno de los dos apartados centrados en el golfo Pérsico. Se enfoca en el equipo creado en 2016 en el Reino de Bahrain, inicialmente como Bahrain Merida y a partir de 2020 como Bahrain McLaren. Se trata del primer equipo ciclista profesional

con licencia *WorldTour* en Oriente Medio. El autor destaca su formación como parte de una estrategia más amplia del Estado bahreiní, en el que la reinante familia Al Khalifa ejerce una alta presencia en el deporte local. La figura de Sheikh Nasser bin Hamad Al Khalifa, según describe Zákřavský, resulta fundamental para comprender esta apuesta por el ciclismo. Su interés por el triatlón y su admiración por el ciclista italiano Vincenzo Nibali centraron los esfuerzos por desarrollar un equipo propio. Zákřavský, igualmente, comprueba cómo esta inmersión bahreiní en el ciclismo conjuga con los planes de estado para promocionar al reino en el exterior como un destino turístico y de negocios preferencial.

El cuarto capítulo, *UAE Team Emirates*, cierra los casos de estudio analizados. Se centra en el segundo de los apartados geolocalizados en Oriente Próximo. Específicamente, en el equipo, del mismo nombre al que alude el título del capítulo, formado en los Emiratos Árabes Unidos en la temporada 2016/2017. Zákřavský apunta cómo la estrategia seguida desde Abu Dabi/Dubái se enmarca en una línea continuista con el patrocinio de equipos o eventos internacionales iniciada en otros deportes. Ejecutada a través de empresas estatales, la relación de la entidad con las familias reales gobernantes se manifiesta no solo a nivel de gestión, sino también simbólico. El autor destaca la importancia del nombre y los colores del logo, así como en el maillot, tras la configuración del club, lo que se traduce en una promoción constante del país a nivel global.

La relación entre el deporte y la política, como se puede observar en este libro, es mucho más estrecha de lo que popularmente se piensa. En el siglo XXI, la diplomacia deportiva se ha convertido en un importante elemento a través del cual los estados buscan fortalecer su posición en el escenario internacional. En el caso de

regímenes no democráticos, como los vistos en esta obra, el uso de esta herramienta de poder blando se vuelve, si cabe, más notoria. Las distintas actividades de patrocinio van más allá de una inversión motivada por la pasión al ciclismo, en particular, y al deporte, en general. La interrelación entre los equipos y los estados que los financian se supedita a los intereses de los segundos. En ese caso, merece la pena preguntarse cómo se resignifica la imagen de estos en el caso de que los clubes ciclistas se conviertan en referencias deportivas de éxito. ●

RELACIONES INTERNACIONALES

Revista académica cuatrimestral de publicación electrónica
Grupo de Estudios de Relaciones Internacionales (GERI)
Universidad Autónoma de Madrid, España
<https://revistas.uam.es/relacionesinternacionales>
ISSN 1699 - 3950

 facebook.com/RelacionesInternacionales

 twitter.com/RRInternacional



FECYT-388/2022
Fecha de certificación: 01/03/2022
Válido hasta: 02 de julio de 2023