

NUEVOS RETOS PARA LA ÉTICA: APROXIMACIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN Y GOOD GOVERNANCE EN DEPORTE

NEW CHALLENGES FOR ETHICS: APPROACH TO
COMMERCIALIZATION AND GOOD GOVERNANCE IN SPORT

Raúl Francisco Sebastián Solanes
Universidad de Valencia
Real Colegio de España en Bolonia

Resumen: *La ética aplicada al deporte tiene dos nuevos retos que deberá afrontar en un futuro próximo: la comercialización del deporte de competición y la buena gobernanza de las empresas e instituciones deportivas.*

El tema de la buena gobernanza en deporte goza de una gran actualidad en el ámbito de la ética y filosofía del deporte. En el presente artículo me centraré en ver qué entiende Levy Kreft por buena gobernanza, para determinar si es un tema de ética o filosofía política aplicado al deporte. Pero además me centraré en la importancia la práctica virtuosa como práctica ética en las instituciones y empresas deportivas.

Palabras clave: *buena gobernanza, Levy Kreft, ética del deporte, Alasdair MacIntyre.*

Abstract: *The ethics applied to sport will face two new challenges in the near future: the commercialization of competitive sport and the good governance of sports companies and institutions.*

The issue of good governance in sport is highly topical in the field of sports ethics and philosophy. In this article I will focus on what Levy Kreft means by good governance, in order to determine whether it is a matter of ethics or political philosophy applied to

sport. But I will also focus on the importance of virtuous practice as an ethical practice in sports institutions and companies.

Keywords: *good governance, Levy Kreft, sport ethics, Alasdair MacIntyre.*

INTRODUCCIÓN

El deporte moderno de alta competición sigue gozando de una importante posición y reconocimiento en nuestras sociedades, como evidencia la alta participación de espectadores que asisten con gran afición a los acontecimientos deportivos, sea un mundial de fútbol, o un certamen olímpico. Este respaldo convierte al deporte moderno de alta competición en un importante espectáculo capaz de movilizar a la gente y de ingresar y contar enormes sumas de dinero, lo que convierte a los clubes deportivos en multimillonarias empresas. Por eso los problemas de la corrupción, el tráfico de influencias y la mala actuación de muchos de los altos empresarios y directivos de los principales clubes deportivos, e incluso de las altas instancias del mundo deportivo internacional, han saltado a la actualidad, alarmando con sus escándalos a la opinión pública.

Entre los muchos problemas que sacuden al deporte moderno se encuentra el de la comercialización y el negocio de los espectáculos deportivos, y unido a éste, el de la buena gobernanza en deporte, que ya cobra gran actualidad entre los representantes de la filosofía del deporte estadounidense. Parece que son dos focos de atención que deben ir a la par y que se erigen en un nuevo reto para la ética aplicada al deporte, pues de la buena gobernanza de las instituciones y empresas deportivas dependerá qué enfoque dar al deporte espectáculo, viendo si lo más importante es ganar la competición o incrementar la ganancias económicas. La buena gobernanza es un tema importante a tratar en un artículo de ensayo, pues se vincula al papel de las instituciones y al poder corruptor que éstas pueden ejercer sobre la práctica en nuestro caso deportiva— como ya había denunciado Alasdair MacIntyre, quien aboga por el poder de la virtud para hacer frente al poder corruptor de las instituciones.

El pasado 13 de mayo de 2017 se celebró la *14 Sesión Internacional para Presidentes y Directores de Academias Olímpicas Nacionales*, que reunió en su sede de Olimpia (Grecia) a 106 presidentes y miembros de Academias Olímpicas de 77 países. El grupo 1, integrado por anglófonos, centró su atención en cómo el Comité Olímpico Internacional (COI) puede implementar una buena gobernanza (*good governance*). Según este grupo, una buena gobernanza debe referirse al tratamiento igualitario de instituciones y personas. Para garantizar esta buena gobernanza se hace necesario que el COI se mantenga firme

gestionando sus reglas a través de los códigos éticos y de la comisión de atletas¹.

El término *good governance* está cobrando cierto relieve, especialmente en pensadores estadounidenses, dentro de la filosofía y ética del deporte, debido a la importancia que tiene no solo la práctica del deporte, sino también para las instituciones deportivas en un mundo cosmopolita. Autores como Lev Kreft indican que, pese a que la reciente filosofía del deporte ya tiene una ética bien consolidada, realmente se echa en falta la existencia de una filosofía política del deporte en un mundo global, universal y cosmopolita. Por filosofía política del deporte no se refiere Kreft a las políticas deportivas para garantizar una vida saludable o la disminución de la obesidad, sino que se vincula a la *good governance* en los cuerpos institucionales de las asociaciones deportivas como el COI y otras similares².

La pregunta es qué entendemos por comercialización y buena gobernanza en deporte (*good governance in sport*) y si ésta es la clave para entender una ética aplicada al deporte o más concretamente a la empresa e institución deportiva que, en caso de corromperse, supondría un peligro para la buena práctica del deporte, viendo además cómo esta buena gobernanza podría ser la clave o canon moral para una empresa deportiva que se gobierne desde un enfoque ético. Este es el propósito inicial del presente artículo, donde me propongo enfrentarme al problema ético de las instituciones deportivas. Para ello tendré que ver si la corrupción de éstas y los escándalos que últimamente han cobrado protagonismo en los diversos sectores deportivos pueden paliarse desde una buena gobernanza o si es necesario hablar de una ética de la empresa deportiva viendo el aspecto positivo de la comercialización del deporte. Quizás la respuesta a estas cuestiones en boga sea interdisciplinar e implicará la unión de ambos aspectos, es decir, propiciar una buena gobernanza que impida sucumbir al poder corruptor de las instituciones junto con una ética de la empresa deportiva que nos ayude a evitar dicha corrupción que puede afectar a la práctica del deporte y a los grupos de afectados. No podemos olvidar que toda práctica va ligada a una institución y a la tradición y que la institución corrupta puede corromper los bienes éticos inherentes a la práctica, como ha dicho Alasdair MacIntyre.

1. EL CREPÚSCULO DE LA ÉTICA DEL DEPORTE

Para entender mejor nuestro objeto de estudio –el deporte moderno de competición y las instituciones deportivas– debemos conocer bien qué entendemos por juego y deporte moderno, cómo éste último surge con unas

¹ P. ROBNIK, (2017) “La buena gobernanza dentro del deporte y el movimiento olímpico: Análisis, reflexiones y recomendaciones”, en *Citius, altius, fortius* 10, n.1 (2017), p. 60.

² L. KREFT, “The Governance of Sport”, en *Sport, Ethics and Philosophy* 11, n.1 (2017), p. 119.

características bien definidas, como el resultado de los cambios propiciados por la sociedad industrial y los nuevos ritmos de vida que marcan el devenir de las prácticas deportivas con nuevas características que en ocasiones oscurecerán el elemento lúdico tan característico de las sociedades humanas.

El juego es –según Huizinga– una acción o una ocupación voluntaria que se da dentro de ciertos límites espacio-temporales que se desarrolla según unas reglas asumidas voluntariamente, que tiene una finalidad en sí, pues no se realiza para ningún otro fin³. Por eso –añade Marina– debemos entenderlo como una actividad felicitaría, gratuita, libre, creativa, herencia y nostalgia de la infancia, que no tiene fin en sí. El jugador, señalaba Marcuse, experimenta un sentimiento de libertad respecto del mundo objetivo, donde no suprime la realidad pero la supera de su aspecto serio⁴. En efecto, el juego ofrece al hombre un elemento liberador, mientras que la seriedad le hace perder la conciencia de libertad. El hombre serio no juega con las cosas, pues quiere estar en la realidad y echar raíces, en cambio el hombre que juega quiere ser libre y ahuyentar la responsabilidad porque desea ser autosuficiente⁵. Por eso, desde un punto de vista metafísico, podríamos decir que el jugador altera la esencia de las cosas⁶.

El juego, a pesar de ser sustituido por los nuevos ideales que trajo consigo la revolución industrial, sigue estando presente en la vida del hombre como evidencia el deporte moderno, especialmente el de competición. A pesar del componente lúdico, el deporte moderno surge como un producto sociocultural de la sociedad industrial y participa plenamente de las transformaciones que acompañan a los procesos de modernización. El mismo origen de la palabra anglosajona *sport* está asociado históricamente a un determinado tipo de competición sometido a la formalización de un sistema de reglas, cuyo lento y planificado proceso se dio en la Inglaterra de la época victoriana. En este período la práctica deportiva formaba parte de un determinado estilo de vida, de sentir y pensar que se denominó modernidad. Debido a la hegemonía económica de la burguesía anglosajona, la práctica del deporte se asocia desde su origen a los jóvenes burgueses aficionados a este tipo de actividades. Podemos apreciar esta influencia en el discurso que pronunció Coubertin en la III Olimpiada, donde dice: “La idea olímpica es a nuestros ojos la concepción de una avanzada cultura muscular, apoyada, por un lado, en el espíritu caballeresco que ustedes tan graciosamente llaman *fair play*, y por otro, en la noción estética, en el culto de lo que es bello y agraciado”⁷.

³ J. HUIZINGA, *Homo ludens*, Torino, Einaud, 1946, p. 49.

⁴ J. A. MARINA, *Elogio y refutación del ingenio*, Barcelona, Anagrama, 1995, p. 25.

⁵ *Ibid.*, pp. 35-37.

⁶ *Ibid.*, p. 61.

⁷ P. DE COUBERTIN, *Ideario olímpico: Discursos y ensayos*, Madrid, Instituto Nacional de Educación Física, 1973, pp. 37-38.

En efecto, el elemento lúdico es parte constitutiva en el hombre que desde los albores mismos de la humanidad ha realizado juegos y tenido momentos de ocio siempre que las circunstancias se lo permitieran. Como señala Marina, el juego es un tema tradicional en las meditaciones filosóficas, aunque destaca la gran aportación hecha desde la filosofía por el libro *Eros y civilización* de Marcuse. Este exageradamente encumbrado y olvidado filósofo se preguntaba allá por los años cincuenta y sesenta del pasado siglo XX si nos encontrábamos en el momento en que una sociedad lúdica iba a trasmutar el trabajo en juego⁸. Creo que Marcuse olvidaba que el elemento lúdico queda oscurecido en nuestras sociedades a partir del siglo XVIII con la irrupción de la revolución industrial, que implica un cambio radical de cosmovisión. Ello se debe a que el progreso técnico e industrial trajo consigo la racionalización y un nuevo espíritu científico que impregnan todos los campos de la vida humana, por lo que más que hablar de transformación del trabajo en juego deberíamos hablar de la transformación del juego en deporte de alta competición y de *fitness*. Los nuevos ideales del trabajo, de la ciencia y de la democracia que surgen en la sociedad industrial oscurecen el principio del juego como acción o actividad voluntaria que se realizaba como fin en sí, es decir, como una actividad “autotélica” por utilizar la expresión de Bateson⁹. Pero los nuevos ideales de globalización y mercantilización convierten el deporte de competición en un lucrativo negocio que enriquece a los empresarios deportivos y a los deportistas, causando graves daños al *êthos* interno del deporte. Como señala Alain Touraine, vivimos en una sociedad postindustrial, lo que ocasiona que la sanidad, la cultura, el ocio y el deporte aparecen configurados industrialmente¹⁰. Por este motivo –señala Carlos Paris– el deporte se convierte a su vez en inmenso espectáculo y fuente de mercado, polarizando intereses económicos y políticos y exhibiendo como protagonistas mitificados maquinas humanas especializadas, resultado de absorbentes y rígidas técnicas de entrenamiento que aumenten su rendimiento¹¹.

La “Carta europea del deporte”, que se hace pública en el año 1992, define deporte como *todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles*. Obviamente este documento se está refiriendo al deporte moderno, que surge en el contexto de la sociedad industrial y que posee unas características propias que le diferencian del juego y de la forma de entender el deporte en la antigüedad clásica.

⁸ J. A. MARINA, *op cit.*, p. 25.

⁹ G. BATESON, *Verso un'ecologia della mente*, Milano, Adelphi, 1976.

¹⁰ A. TOURAINE, *La société post-industrielle*, Paris, Editions Donoël, 1969.

¹¹ C. PARIS, *El animal cultural*, Barcelona, Crítica, 2000, p. 195.

Es en la edad moderna cuando se inaugura una verdadera ciencia del rendimiento físico. Por esta razón Adorno denuncia que las instituciones deportivas se basan en un criterio orientado al mercado¹². Por ello, el deporte moderno tendencialmente modela el cuerpo a imagen de la máquina, con lo que aparece el reino de la “no libertad” y del “yo organizado”¹³. Como señala Cortina, refiriéndose al pensamiento de Horkheimer, la razón puede llegar a convertirse en un adversario para el hombre¹⁴. En consecuencia, la racionalización del deporte moderno puede tener consecuencias negativas, también para el deportista profesional.

Allen Guttmann clasifica en siete las características del deporte moderno¹⁵. En primer lugar, el “secularismo”: si los juegos se caracterizaban por tener un carácter ritual y estar vinculados a las ceremonias y actos de tipo religioso y místico, con la llegada de la modernidad y de la sociedad industrial el deporte se mantiene al margen de los actos religiosos y se vincula a una especie de “religión civil”, favoreciendo el carácter racional y no el mágico-místico. En segundo lugar, el “principio de igualdad” para todos. Si en la Grecia clásica el deporte sólo se reservaba para los varones libres de una clase social pudiente y no para los esclavos o miembros de clases bajas, en el deporte moderno no hace falta la pertenencia a una casta o clase social determinada, pues se fomenta la igualdad de oportunidades basada en el respeto a las reglas comunes y a la posibilidad de acceso para todos con independencia de su condición o de su sexo. La tercera característica es la “especialización” acompañada por la profesionalización del deportista que se dedica completamente a un deporte a través de largas horas de entrenamiento, por lo que es adecuadamente remunerado, lo que convierte al deporte moderno en un aparato burocrático¹⁶. La cuarta característica es la “racionalización” del deporte, pues debido a su naturaleza es una actividad organizada y vinculada a normas. Es en la edad moderna cuando se inaugura una verdadera ciencia del rendimiento físico. La quinta característica es la “burocratización” del deporte moderno, que surge con la finalidad de organizar, controlar y determinar la actividad deportiva. Desde que en 1894 naciera el Comité Olímpico Internacional (COI), se ha intentado que todas las organizaciones burocráticas aseguren el cumplimiento local y universal de los reglamentos establecidos por la máxima instancia del deporte, que es precisamente el COI, aunque los últimos escándalos evidencian que todavía se dista mucho del propósito de Coubertin. La sexta

¹² T. ADORNO, *Consignas*, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1969.

¹³ T. ADORNO, *Prismas*, Barcelona, Ariel, 1962.

¹⁴ A. CORTINA, *Crítica y utopía: La Escuela de Francfort*, Madrid, Ediciones Pedagógicas, 2001, p. 85.

¹⁵ A. GUTTMANN, *From ritual to record: the nature of modern sport*, New York, Columbia University Press, 1978.

¹⁶ A. GUTTMANN, “Development of Modern Sport”, en J. COAKEY, & E. DUNNING, *Handbook of Sport Studies*, London, Sage, 2000.

característica es la “cuantificación”: se trata de obtener el mayor rendimiento posible en el menor tiempo. Es entonces cuando aparece una de las categorías clave del deporte moderno, que es la de “récord deportivo”. El récord se identifica estrechamente con “el mejor”, que –a decir de Guttmann– se convierte en un nuevo mito que reemplaza las antiguas creencias incorporando nuevas mitologías basadas en el progreso, la racionalización y el mayor rendimiento de los deportistas en la competición. No es de extrañar que pensadores marxistas –como Jean Marie Brohm– entiendan que el “récord deportivo” se ha convertido en el “fetiche deportivo”, ocupando el mismo lugar que el dinero, al que ya Marx había denominado en alguna ocasión el “fetiche monetario”¹⁷. Y en último lugar, se concibe el deporte moderno como espectáculo de masas, convirtiéndolo en un rentable objeto de mercado que proporciona cuantiosos ingresos a sus organizadores. El mismo Brohm señala cómo el deporte, en tanto que “espectáculo agonístico”, se convierte en un factor de estabilización del orden social¹⁸, entendiéndose que reproduce los valores dominantes de la cultura capitalista, como son los valores de mercado, de rentabilizar todo en el menor tiempo posible, hecho que explicaría el auge de la noción de “récord deportivo”. Pero además también socializa los valores dominantes favoreciendo la reproducción del capitalismo avanzado, de ahí el que se convierta al movimiento Olímpico en el mejor embajador de la paz mundial y la mejor garantía de la “política de coexistencia pacífica” imprescindible para que no se interrumpan las cadenas de producción que hace que los empresarios capitalistas aumenten sus ganancias¹⁹.

La moderna sociedad industrial ha ido evolucionando a lo que autores como Carlos Paris han denominado *tecnoesfera*, que relativiza las necesidades humanas desde un pluralismo cultural de la técnica. En este contexto los componentes de la vida humana, como lo estético, lo lúdico, lo festivo y lo religioso, que combinan el amplio espectro de los aspectos superiores y simbólicos de la cultura humana, resultan reestructurados según la división de clases, que determina el acceso a tales bienes, lo que tiene como consecuencia la formación de valores propios y la constitución de subculturas²⁰. El deporte moderno y las instituciones deportivas no quedan al margen de estas nuevas manifestaciones que le afectan en su organización y gobierno.

2. COMERCIALIZACIÓN: EL PODER CORRUPTOR DE LAS INSTITUCIONES DEPORTIVAS

Uno de los mayores escándalos vinculados al mundo del deporte de alta competición reside en la cantidad de dinero que mueven las empresas e instituciones deportivas y la ganancia ilícita por parte de los empresarios o de

¹⁷ J. M. BROHM, *Sociología política del deporte*, Madrid, F.C.E, 1982, p. 140.

¹⁸ J. M. BROHM, *Critiques du sport*, Paris, C. Bourgeois, 1976.

¹⁹ J. M. BROHM, *Le mythe olympique*, Paris, C. Bourgeois, 1981, p. 97.

²⁰ C. PARIS, *op cit.*, pp. 169-172.

los altos cargos en instituciones deportivas, que han llegado a convertir la práctica deportiva en un rentable negocio. Se trata del fenómeno de la comercialización del deporte, al que han prestado su atención las propuestas de ética del deporte estadounidenses y que me parece estrechamente vinculado al problema de la buena gobernanza en deporte.

La comercialización del deporte tiene como consecuencia más inmediata convertir el deporte, que tiene que ver con el ocio, en un negocio. De entrada esto parece etimológicamente contradictorio, pues la raíz latina “nec” + “otium” se refiere a lo que no tiene que ver con el ocio. La pregunta, por tanto, es cómo y por qué ha ocurrido que algo como el deporte, que se vincula desde sus orígenes al ocio, ha devenido en negocio.

Aunque *prima facie* podamos ver la comercialización del deporte como algo negativo y contrario a la ética, lo cierto es que dicha comercialización ha sido abordada desde dos perspectivas: una negativa, cuyos partidarios se engloban dentro de lo que se ha denominado *corruption thesis*, y otra positiva, como el propio Robert. L. Simon lo sabe plasmar en su argumentación. La comercialización del deporte es clave para entender la gobernanza en deporte, pues de cómo se la entienda, a saber, si como fin o como medio, dependerá la forma de gobernar el deporte como práctica institucionalizada. En efecto, el deporte de alta competición puede ser el mejor vehículo de transmisión de valores morales y éstos nos pueden ayudar a la búsqueda recíproca de la excelencia a través del cultivo de valores tan importantes como la dedicación o la disciplina, añadiendo la equidad y el respeto a las reglas constitutivas. El deporte puede además trasmitirnos momentos de gran belleza estética, haciendo que el suspense por el resultado final de la competición esté en el aire hasta el último momento y por tanto haciendo que la competición deportiva adquiera momentos de emoción y drama insospechados. Por desgracia, la propia popularidad y prestigio que posee el deporte se convierte en su punto débil, pues su capacidad de convocatoria lo convierte en un objeto muy atractivo para el mercado, que en la mayoría de casos convierte las competiciones deportivas en eventos muy rentables que devienen en una mercancía que tiene que venderse, en un negocio cuyo éxito está garantizado, debido a la demanda existente y que, por tanto, va a dar muchos beneficios a todo aquel que quiera sacarle rentabilidad.

No es de extrañar que el sociólogo Thorstein Veblen diga en su célebre libro *Teoría de la clase ociosa* que la afición a los deportes señala un desarrollo retrasado de la naturaleza moral del hombre, pues los deportes comparten el carácter de ficción con los juegos y hazañas con los que se educan habitualmente los muchachos²¹. La afición a los deportes, no solo en lo que respecta a la participación directa, sino en la forma de sentimiento y apoyo moral, es una

²¹ T. VEBLEN, *Teoría de la clase ociosa*, Madrid, F.C.E., 2002, p. 262.

manifestación de la clase ociosa²². Hablando en términos económicos, los deportes vendrían a fomentar en nuestras sociedades lo que se denomina trabajo eficaz²³. Por este motivo, pueden verse como un rentable negocio que aglutina en torno a sí a muchos espectadores ávidos de las actividades deportivas.

Robert Louis Simon, impulsor del Internalismo ético en deporte, hace en su exposición una clara distinción entre el lado negativo que puede mostrar la comercialización del deporte, como defiende la denominada *tesis de la corrupción*, y un lado positivo de la comercialización que la convierte en éticamente aceptable, siempre y cuando se la conciba desde la ética, siempre como medio para alcanzar los valores internos a la práctica deportiva, imprescindibles para que la competición se desarrolle desde la excelencia y que implica además la observancia de las reglas constitutivas y de la equidad. Por esta razón voy a dividir este apartado en dos, uno referido a la tesis de la corrupción (*corruption thesis*) y otro referido a la defensa del lado positivo que puede presentar la comercialización del deporte, siempre y cuando se tengan claros cuáles son los medios y fines que debe perseguir la práctica deportiva y que obviamente tienen que ver con los valores internos y con la búsqueda recíproca de la excelencia moral, desde el respeto a las reglas y a la equidad entre los competidores. Esto constituye el núcleo de la propuesta de ética del deporte como ética de la competición que defiende el propio Simon.

En efecto, para Simon decir corrupción se refiere a un tipo de descomposición o a una caída del propósito original y noble de una práctica²⁴. Aplicada al caso de la práctica deportiva, la corrupción se referiría a que la competición deportiva ha olvidado los valores fundamentales para el deporte, inherentes a él, que posibilitan la búsqueda recíproca de la excelencia y que garantizan que los participantes cumplen con las reglas constitutivas y compiten en equidad. Dicha corrupción se debe a una causa externa que hace que el deporte yerre el camino, como puede ser la comercialización, es decir, la ganancia lucrativa de dinero gracias a las competiciones deportivas. Esto hace que el fin del deporte no sea la búsqueda recíproca de la excelencia, junto con los valores internos a la práctica como son el esfuerzo o la disciplina, sino obtener, por parte de los participantes y todo el grupo de afectados, el mayor rendimiento de su participación, directa o indirecta.

Alasdair MacIntyre, cuyo pensamiento influye notablemente en la perspectiva internalista de Simon, advertía en su obra *Tras la virtud* del poder corruptor de las instituciones, en nuestro caso las deportivas. Como sostiene MacIntyre, entrar en las prácticas implica entrar en relación no solo con los participantes actuales, sino con los que nos han precedido en el uso de las

²² *Ibid.*, p. 277.

²³ *Ibid.*, p. 275.

²⁴ R. L. SIMON, *Fair play: The ethics of Sport*, USA, Westview Press, 2004, p. 172.

referidas prácticas. Pero además nos vincula a una institución, ya que ninguna práctica subsiste al margen de una institución que la sostiene y la potencia, existiendo una íntima unión entre prácticas e instituciones, entre bienes internos a la práctica y bienes externos. Aquí jugarán un papel esencial las virtudes, pues sin ellas, sin la veracidad, la justicia o el valor, no se podría resistir al poder corruptor de las instituciones²⁵. El poder corruptor puede ejercer un efecto negativo en la práctica cuando se dejan en un segundo plano los bienes internos a ésta y se siguen solo los externos, tales como la fama, el honor o la ganancia excesiva. La corrupción de las instituciones, según MacIntyre, es consecuencia de los vicios²⁶. La razón se halla en que donde se exigen virtudes también pueden florecer vicios, y el vicioso y ruin confía necesariamente en las virtudes de los demás para la práctica que realiza, negándose a sí mismo la experiencia de lograr aquellos bienes internos en que hallan recompensa quienes practican la virtud y solo buscan los bienes internos a la práctica²⁷. Aristóteles había advertido que el gozo de la actividad y el gozo del logro no son los fines a los que tiende el agente, pero el gozo procede del éxito de la actividad, consecuentemente la actividad lograda y la actividad gozada son uno y el mismo estado²⁸.

Simon quiere alejarse de la “tesis de la corrupción” (*corruption thesis*). Según ésta, la comercialización del deporte trasforma la práctica deportiva en un producto que puede ser comprado o vendido obteniendo múltiples beneficios económicos, lo que tiene como consecuencia más inmediata la corrupción del verdadero fin del deporte, que no puede ser la ganancia lucrativa. William J. Morgan sostiene al respecto que la comercialización de la práctica deportiva instala los valores de mercado en el deporte, tales como la búsqueda de dinero, la fama, la rentabilidad de las inversiones hechas en los diversos acontecimientos deportivos, dejando de lado los verdaderos fines del deporte, que nada tienen que ver con los valores de mercado ni de la economía capitalista²⁹.

Los partidarios de la *tesis de la corrupción* no sólo sostienen que la comercialización del deporte corrompe los fines de éste, sino que lo convierte en un instrumento para el logro de los bienes externos a la práctica deportiva, como son la ganancia económica o la fama. Para Simon, los presupuestos de la esta perspectiva son una respuesta demasiado radical y estricta como para ser aceptada en su totalidad, por lo que requiere ser tomada en consideración analizando en profundidad todos los detalles. Simon no puede aceptarla, pues la tesis de la corrupción se ofrece como una nueva manifestación de

²⁵ A. MACINTYRE, *Tras la virtud*, Barcelona, Crítica, 2001, p. 241.

²⁶ *Ibid.*, p. 243.

²⁷ *Ibid.*, p. 240.

²⁸ *Ibid.*, p. 245.

²⁹ W. J. MORGAN, *Leftist Theories of Sport: A Critique and Reconstruction*, Chicago, University of Illinois Press, 1994, Capítulo 3.

reduccionismo socio-económico, al considerar que dicha comercialización instala los valores de mercado en el deporte. Simon se opone a la visión reduccionista del deporte, que defiende que en la práctica deportiva se aprecian los valores imperantes de la sociedad, abogando a favor de que la práctica deportiva tiene sus propios valores internos, tales como la dedicación, el esfuerzo cooperativo y la disciplina, y persigue sus propios fines, como la búsqueda recíproca de la excelencia. Esto implica la observancia de las reglas constitutivas y la equidad en la competición. Decir que la comercialización traslada los valores de mercado a la práctica deportiva es una afirmación poco acertada y algo exagerada que Simon no puede aceptar. Es cierto que el deporte puede convertirse en un rentable objeto de mercado sin que por ello se instalen en el deporte los valores del mercado, ya que la práctica deportiva tiene sus propios valores internos, que están por encima de los valores imperantes en cualquier sociedad.

Pero hay otro aspecto que se sigue de las tesis de la corrupción –analizado por Simon– que afecta a los espectadores estadounidenses. James Michener sugiere que el gran problema de EEUU es que son una nación de espectadores antes que de participantes³⁰. En efecto, el gran problema que puede presentar el deporte estadounidense, y que los partidarios de la tesis de la corrupción achacan a la comercialización del deporte, es que los espectadores se dejan arrastrar por un exceso de “partidismo”, de filiación y supuesta lealtad a su equipo, deseando por encima de todo que éste gane, lo que se genera una cierta animadversión hacia el equipo rival, con lo que se llega a despreciar su buen juego y a no reconocer el mérito y la dignidad del adversario, pues lo único que les interesa es que su equipo gane. Este partidismo genera en muchas ocasiones un comportamiento agresivo que se manifiesta en una violencia verbal en ocasiones desmedida hacia los rivales, que también puede culminar en una violencia física, bien hacia los propios deportistas o bien hacia los otros fans del equipo oponente que asisten al partido. El problema de fondo es que, a base de asistir de manera directa o indirecta a los encuentros deportivos, los espectadores no han generado una actitud crítica, sino que el exceso de partidismo les lleva a este tipo de conducta destructiva y antideportiva, que se ve acrecentada por la comercialización del deporte, ya que los espectadores que pagan por asistir a una competición deportiva – donde su equipo se puede jugar la victoria de algún campeonato– quieren sacar el mayor rendimiento del dinero que han invertido para asistir de manera directa a la competición. No es de extrañar que se sientan defraudados e incluso estafados si su equipo pierde.

Obviamente, Simon no acepta esta segunda postura de los partidarios de la tesis de la corrupción, pues se adhiere a la postura sostenida por Christopher

³⁰ J. A. MICHENER, *Sports in America*, New York, Random House, 1976, p. 17

Lasch, quien defiende que los espectadores no destruyen el valor del deporte, e incluso su asistencia lo puede hacer más completo, pues una de las genialidades del deporte contemporáneo es que, a base de buen hacer, de mostrar que lo importante es la búsqueda recíproca de la excelencia y el cumplimiento de las reglas constitutivas del deporte, puede producir que los espectadores desarrollen un juicio crítico que les convierta en personas virtuosas que valoran más el buen juego que la victoria, evitando que se conviertan en masa borreguil³¹.

Por ello, apreciar una buena competición en el transcurso de la misma requiere de inteligencia, observación y capacidad crítica, además de la aplicación de las normas o de la excelencia, sin que la comercialización del deporte se vea como la principal responsable del comportamiento violento y antideportivo que demuestran algunos participantes. No obstante, la falta de capacidad crítica que en la mayoría de los casos muestran los espectadores que asisten de manera directa a las competiciones deportivas no tiene por qué ser consecuencia de la comercialización del deporte, sino que más bien es consecuencia del Estado de Bienestar. Como acertadamente señala Cortina, el Estado del Bienestar surge a finales del siglo XIX impulsado por Otto von Bismarck, a quien debemos la aprobación por primera vez en la historia de una serie de medidas sociales como fueron el seguro de enfermedad, el seguro contra accidentes laborales, o las pensiones para la vejez. Esta es la primera vez que el Estado asumió funciones sociales, pues hasta entonces sólo había tenido funciones políticas. Lo que en principio fue un avance en política social, si tenemos en mente las penosas condiciones de los trabajadores de la época, pasó a convertirse en un Estado paternalista, en donde se aprecia una sobreprotección que ha provocado que se le llame coloquialmente “papá Estado” o en palabras de Drucker “megaestado”, que se considera a sí mismo como el hacedor más adecuado para llevar a cabo todas las tareas sociales y solucionar todos los problemas de carácter social. Esto tiene una nefasta consecuencia para la ciudadanía, pues se generan ciudadanos heterónomos que acaban persuadiéndose de su heteronomía y asumiendo la vida política, económica y social con una actitud de “dependencia pasiva” propia de un incompetente básico. Se trata de un ciudadano criticón que no es lo mismo que crítico, pasivo, apático y mediocre del que se aleja todo pensamiento de libre iniciativa y de creatividad propia³².

Esto puede explicar en buena medida la actitud de los espectadores estadounidenses y de otros puntos de la “aldea global”, así como su comportamiento agresivo cuando su equipo pierde, que no es consecuencia de la comercialización del deporte, como bien aclara Simon, sino que puede ser

³¹ R. L. SIMON, *op cit.*, p. 176.

³² A. CORTINA, *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Tecnos, 2001, pp. 65-96.

consecuencia de la crisis actual del Estado del Bienestar, que ha devenido en “megaestado” o en Estado paternalista y electorero, que forma una ciudadanía crítica, pasiva y muy alejada de asumir responsabilidades ciudadanas y que a no tiene reparo en recurrir a todo tipo de violencia verbal o física sin medir las consecuencias de su acción.

En definitiva, parece que la comercialización del deporte no sólo tiene un lado negativo, ni tampoco podemos considerar los brotes de violencia o de perversión que surgen en torno al deporte como consecuencia de dicha comercialización, ya que pueden ser causa de otros efectos, como la ciudadanía pasiva consecuencia directa del paternalismo que irradia el decadente Estado del Bienestar o de la crisis de valores humanos que muestran un *analfabetismo emocional* de la ciudadanía incapaz de compadecerse del dolor ajeno e inconsciente del dolor que puede causar a través de un comportamiento violento, como los que por desgracia surgen con más frecuencia en torno a los acontecimientos deportivos.

Por esta razón Simon aboga por un lado positivo de la comercialización del deporte. La transformación del deporte de élite en una “mercancía”, en un producto rentable, no presenta peligros reales para una ética del deporte. Para evitar contratiempos, Simon cree que antes de realizar un análisis lógico de los efectos perversos de la comercialización del deporte, resulta más rentable averiguar por qué deben aplicarse principios morales a los deportes profesionales, aceptando que debe haber un marco ético que regule los beneficios oportunos que puede tener la comercialización en el deporte.

Con todo, hay que valorar la importancia de los bienes externos y de las motivaciones externas a la práctica, que también constituyen un excelente medio para adquirir una práctica excelente. El único inconveniente es cuando los bienes externos –me refiero a la ganancia económica, la fama, entre otros similares– se convierten en fines en lugar de medios. Es entonces cuando la comercialización del deporte puede convertirse en un problema y puede presentar una faceta negativa, que convierta al deporte en un mero producto de mercado, en un negocio lucrativo y rentable, tanto para los empresarios, como para entrenadores y deportistas. Es preciso en este punto recordar que el propio Aristóteles entiende que la prudencia no sólo comporta el conocimiento de los fines, sino también el de los medios³³. En efecto, tenemos en cuenta la opinión de muchos de los estudiosos de Aristóteles, que han querido ver que en el conocimiento moral de Aristóteles está implicado esencialmente un doble acto de cognición, que se centra en la relación fines-medios³⁴.

³³ J. R. MONCHO, *La unidad de la vida moral según Aristóteles*, Valencia, Anales del Seminario de Valencia, 1972, p. 93.

³⁴ J. D. MONAN, *The Doctrine of Moral Knowledge in Aristotle's Protrepticus, Eudemean and Nichomachean Ethics*, Tesis Lovaina, 1959, p. 114.

Para plantear la comercialización del deporte como algo positivo desde el punto de vista ético es preciso considerar el importante papel de los bienes y motivaciones externas a la práctica, siempre que se los vea como medios, y no como fines, que nos permitan alcanzar los verdaderos fines del deporte, que tiene que ver con los bienes y valores internos en el deporte. Con ello, sería preciso hablar de “compromiso trascendental”, como lo hace Apel, cuando aborda desde la ética del discurso el fenómeno deportivo.

3. *GOOD GOVERNANCE* EN DEPORTE

Como decíamos en el apartado anterior, la buena gobernanza en el deporte (*good governance*) posiblemente esté muy vinculada a la comercialización de éste y a los posibles abusos cometidos por los miembros de las instituciones deportivas, que en muchos casos funcionan como entidades empresariales. Por este motivo, una ética aplicada al deporte tiene que hacer frente en su campo de reflexión este problema y su buena aplicación.

Pero debemos empezar preguntándonos qué entendemos por buena gobernanza en deporte, para luego ver qué implicaciones debería tener en una práctica deportiva éticamente aceptable. En las últimas reuniones del grupo de expertos de buena gobernanza celebradas en la Unión Europea para países miembros, en junio y diciembre de 2012, se intentó establecer cómo entender la buena gobernanza en deporte y cómo cimentarla en base a los códigos éticos existentes. El resultado de estas reuniones consistió en la publicación de un documento en donde se da una definición de buena gobernanza y una serie de principios que la garantizan.

Se entiende por buena gobernanza aquella que “en un marco cultural un organismo deportivo establece una política, cumple sus objetivos estratégicos, se compromete con las partes interesadas, supervisa el rendimiento, evalúa y gestiona los riesgos e informa a sus mandatarios sobre sus actividades y progresos, incluida la aplicación de una política deportiva efectiva, sostenible y proporcionada”³⁵. El referido documento destaca que las instituciones deportivas deben garantizar una buena gobernanza basada en la educación, la identificación de mejores prácticas y la construcción de relaciones complementarias, respetando al mismo tiempo la autonomía del deporte³⁶. Por ejemplo, en ámbitos como la fijación de partidos y el dopaje, los organismos deportivos deberían seguir desarrollando y aplicando normas, códigos de conducta y programas educativos relevantes para sus participantes. Además deberán tomar otras medidas para minimizar las posibilidades de mala conducta adoptando

³⁵ “Expert Groups Good Governance – Deliverable 2: principles of good governance in sport 2”. Septiembre de 2013, p. 5. http://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/xg-gg-201307-dlvrl2-sept2013.pdf

³⁶ *Ibid.*, p. 15.

principios sólidos de gestión financiera. Sin olvidar las medidas legales que deberán tomar los gobiernos políticos para hacer cumplir a las instituciones deportivas dichas metas y garantizar así una buena gobernanza.

Lev Kreft publicaba en 2017 un artículo titulado “The Governance of sport” donde intenta abordar el tema de la buena gobernanza en deporte que debe de asumirse, según Kreft, desde una filosofía política del deporte. Para Kreft el deporte ya tiene una ética sólida y bien desarrollada, solo adolece de una filosofía política que aborde de forma firme la buena gobernanza en el deporte, que no solo debe reducirse a la gestión deportiva³⁷. Ahora bien, la filosofía política debe ir de mano de una consideración ética, pues la indignación por los malos comportamientos de las instituciones, corporaciones y asociaciones en nuestro caso deportivas, que reclaman justicia para todos, solo puede paliarse desde un sentimiento ético. Dicho sentimiento –como entiende Cortina– buscará caminos para paliar las injusticias, desde unas raíces éticas³⁸. Pero además se deberían arbitrar los procedimientos institucionales para que tengan voz las minorías afectadas por estas instituciones, garantizando así la defensa de la autonomía solidaria de las personas, aunque implique el enfrentamiento con la corporatización de la sociedad³⁹. De este modo los afectados por las instituciones deportivas y su potencial poder corruptor –como sujetos éticos autónomos– podrán luchar desde su libertad y autonomía con la virtud de su comportamiento, encauzando un buen quehacer ético en la práctica institucional y corporativa en deporte. Dicho quehacer ético tendrá que unir el lado de la virtud con el del deber.

Para llevar a cabo su propósito, Kreft asume una perspectiva cuasi genealógica, donde se remonta a varios autores para ver qué se entiende por filosofía política y cuáles han ido siendo sus principales finalidades, para luego ofrecer una respuesta a qué entendemos por filosofía política del deporte. Nos referimos a Drucker, Held y Scholz.

El primero de esos autores es Peter F. Drucker, quien reconoció la importancia de un nuevo poder político: las corporaciones y su gestión. Para Drucker las corporaciones, identificadas con las empresas, son un tipo de poder político que ya no proviene de la propiedad privada, sino de la estructura y las élites gerenciales. Para Drucker, responsabilidad y autoridad deben caminar juntas, pues toda organización es un medio que camina para un fin y no un fin en sí mismo⁴⁰. El poder ya no reside exclusivamente en el monopolio estatal, sino que está repartido en manos de las corporaciones, empresas,

³⁷ L. KREFT, *op. cit.*, p. 119.

³⁸ A. CORTINA, *¿Para qué sirve realmente...? La ética*, Barcelona, Paidós, 2014, p.145.

³⁹ A. CORTINA, *La moral del camaleón: Ética política para nuestro fin de siglo*, Madrid, Espasa-Calpe, 1994, p. 54.

⁴⁰ L. KREFT, *op. cit.*, p. 123.

asociaciones e instituciones no gubernamentales sin ánimo de lucro que, en una época que Drucker tilda de transición al postcapitalismo, funcionan bien jerarquizadas, combinando autoridad y responsabilidad y ejerciendo un peso en nuestros estados⁴¹. No hace falta irse muy lejos para percatarnos de que las empresas deportivas, y especialmente las grandes instituciones deportivas, ejercen un poder sobre las sociedades a nivel mundial, como hace poco pudimos ver en el caso de Corea del Norte y del Sur, que dejaron de lado sus diferencias políticas para unirse en los Juegos Olímpicos de invierno del pasado mes de febrero de 2018. Este tipo de influencia puede ejercer un influjo positivo ya que –como dice Pérez Triviño– incrementa la emoción y pasión de los espectadores contribuyendo a su gozo por la práctica deportiva⁴².

David Held –el otro pensador propuesto por Kreft– indica que ha habido una transición donde lo político emerge en todos los campos de relaciones humanas, sean sociales, culturales o económicas, a través de una ciudadanía local o global, concretada en las asociaciones, corporaciones y coaliciones que forman una nueva “democracia monitorizada”. Según Held, el poder ha pasado de una democracia representativa de un estado nacional a las coaliciones, asociaciones y grupos vinculados a la sociedad civil, capaces de ejercer una gran presión a cualquier gobierno democrático. Dichas asociaciones o coaliciones, como es caso del COI, pueden ejercer de forma poco ética el poder mediático y presionar al orden político mundial en favor de sus propios intereses. Estas asociaciones, corporaciones o instituciones pueden ejercer un poder corruptor y, dado el peso global que ejercen, pueden traer consecuencias dañinas para todos los seres humanos.

La otra pensadora propuesta por Kreft es Bettina R. Scholz, que se centra en el estudio de las asociaciones voluntarias transnacionales para ver qué efectos tienen en una sociedad cosmopolita. La pregunta de fondo que se hace Scholz es si son las asociaciones voluntarias transnacionales las encargadas de garantizar un gobierno cosmopolita y una ciudadanía activa transnacional. Sin caer en una disputa a fondo sobre cosmopolitismo, Scholz va a asumir la triple caracterización ofrecida por Pogge que entiende que son tres los rasgos que caracterizan el cosmopolitismo, a saber: individualismo, universalidad y el *status* especial de cada ser humano⁴³. Una manifestación de este cosmopolitismo la encontramos en el COI, cuyos miembros no son delegados o representantes de sus respectivos países, sino que representan al COI en los diferentes países. Se trata de una organización transnacional, cuyo principal objetivo desde su fundación ha sido cultivar un entendimiento mutuo. Se trata de una asociación que cuenta con un fuerte potencial transnacional y

⁴¹ *Ibid.*, p. 124.

⁴² J.L. PÉREZ TRIVIÑO, *Ética y deporte*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 2011, p. 171.

⁴³ L. KREFT, *op. cit.*, p. 127.

cosmopolita que podría, según Scholz, dar lugar a un nuevo tipo de organización global de individuos.

Asumiendo parte de los presupuestos de estos tres autores, Kreft quiere consolidar su propuesta de una filosofía política del deporte que garantice una buena gobernanza deportiva. Quiere romper con una visión aristocrática, donde son las élites de cada país las que gobiernan en las asociaciones, instituciones o empresas deportivas, como imponía el viejo ideal del barón de Coubertin, heredero de una visión victoriana y de élites en deporte. Kreft distingue entre el lado asociativo y el lado comercial del deporte, que debe quedar subordinado al propósito de la asociación deportiva. La gerencia del deporte, incluso aunque esté inmersa en el lado del negocio, tiene que ser capaz de funcionar como una administración sin ánimo de lucro luchando por alcanzar sus fines, comprendiendo que una cosa es la actividad no gubernamental orientada a los beneficios y otra la sociedad civil⁴⁴. Kreft piensa que una buena gobernanza en deporte implica que no sean los miembros de la aristocracia (empresarial) quienes estén al frente de las organizaciones o instituciones deportivas, sino que deben ser gobernadas por los propios deportistas. Se debe evitar que éstas se conviertan en meras corporaciones al servicio de los intereses estatales o con ánimo de lucro. Su función es ejercer un papel de cambio en la vida humana y seguir siendo actividades de la sociedad civil⁴⁵.

En efecto, si antes se identificaba lo público con lo político, entendiendo que solo desde el poder político era posible tratar de llevar proyectos justos y solidarios, mientras que en la sociedad civil todos sus sectores (familia, empresas, economía) tenían que ver con las metas privadas, como aquellos lugares donde cada uno busca su bien particular, lo cierto es que desde finales del pasado siglo XX, aunque el poder político siga cobrando su legitimidad de perseguir el bien público, muchos de los que participan en la vida política solo buscan su propio bien privado⁴⁶. Por ello el protagonismo debe recaer en la ciudadanía y en las instituciones, asociaciones y corporaciones que son capaces de ejercer de facto un poder sobre la sociedad, enfrentándose al corporativismo y el poder corruptor de las instituciones. Esto se puede paliar formando ciudadanos éticos que, como participantes en una práctica, eviten los vicios y practiquen la virtud, juntamente con el cumplimiento de su deber moral y legal.

Pero el problema de fondo ya no solo es si la sociedad civil o los grupos implicados en el mundo deportivo que ejercen un importante papel en las sociedades tienen o no poder. El problema es cómo garantizar una buena

⁴⁴ *Ibid.*, p. 129.

⁴⁵ *Id.*

⁴⁶ A. CORTINA, *¿Para qué sirve realmente...? La ética*, p. 132.

gobernanza en el deporte sin que el poder corruptor de la institución deportiva arrastre la buena práctica deportiva cimentada en el *êthos* y afecte la actuación de los grupos de afectados (deportistas, empresarios deportivos, entrenadores...etc) en el deporte. Para ello creo que puede servir la aportación de MacIntyre, que advierte de los peligros y el poder corruptor de las instituciones, apostando por el ejercicio de la virtud por parte de los afectados que participan en una práctica.

4. CONCLUSIÓN: ÉTICA APLICADA AL DEPORTE CLAVE PARA LA BUENA GOBERNANZA

En muchas ocasiones ha referido la filósofa Adela Cortina que el gran reto del siglo XXI es que la ética llegue a la política. Esta consigna de urgente necesidad bien se podría ampliar al ámbito deportivo. Así nosotros podríamos parafrasear a Cortina sugiriendo que es un reto hacer que la ética llegue a la empresa deportiva y a las grandes organizaciones y corporaciones deportivas, como clave esencial para garantizar la buena gobernanza en deporte. Esto nos debe llevar a unir ética con filosofía política, pero sobre todo incrementar la función del quehacer ético. Como refería MacIntyre, las prácticas van ligadas a las instituciones –en nuestro caso deportivas– que pueden ejercer un poder corruptor de las prácticas, llevadas por el vicio y errando en sus fines y medios. Solo a través de la virtud podremos enderezar nuestra práctica y erradicar los malos usos de las instituciones.

Como sugiere MacIntyre, necesitamos distinguir entre bienes internos y bienes externos a la práctica, defendiendo la importancia de adquirir los bienes internos antes que los externos. Dichos bienes internos a la práctica lo son por dos razones. La primera es que se encuentran internos en cualquier tipo de prácticas, como puedan ser el fútbol o el ajedrez; la segunda, porque sólo pueden identificarse y reconocerse participando en este tipo de práctica desde dentro, no desde fuera. Sin olvidar la definición de práctica dada por MacIntyre, para quien ésta, además de los bienes internos a la práctica, conlleva modelos de excelencia y obediencia a normas. El problema viene dado cuando convertimos los bienes externos en el fin del deporte y olvidamos o dejamos en segundo plano los bienes internos.

Este tipo de inclinaciones hacia los bienes externos –que no sólo provienen de los deportistas, sino de los otros “grupos de afectados” en el deporte– pueden hacer que cada uno persiga sus propias metas, olvidando que forma parte de una unidad común a la que llamamos equipo y en donde se presupone la cooperación para alcanzar las metas propuestas y el beneficio mutuo propio de la camaradería. Para MacIntyre, en las relaciones sociales es imprescindible cooperar con los demás para alcanzar los bienes comunes a la práctica, lo que implica de antemano una cierta comprensión compartida de posibilidades presentes y futuras, pues la independencia, como dice MacIntyre, supone

la dependencia con los demás, con quienes tenemos que cooperar si queremos alcanzar los bienes comunes y la excelencia en nuestra práctica. Por esta razón, considero acertada y pertinente la propuesta de ética hermenéutica elaborada por Conill, que defiende que “compartimos el deseo de lo justo y nos sentimos afectados por un sentimiento de pertenencia que nos vincula al otro”⁴⁷.

Como afirma Kreft, la gerencia del deporte, incluso aunque esté inmersa en el lado del negocio, tiene que ser capaz de funcionar como una administración sin ánimo de lucro, luchando por alcanzar sus fines, y han de ser los grupos de afectados y no una élite gubernamental ajena al propio deporte la que fomente este tipo de inclinaciones⁴⁸. A mi modo de ver, solo se puede garantizar desde el cultivo de la virtud y del deber que nos haga ver que la ganancia lucrativa no puede ser el fin del deporte. Como mucho será un medio necesario para su sostenimiento, para financiar las actividades deportivas y pagar a sus afectados, que no solo son los deportistas, sino todo el personal de servicios que hay detrás. La buena gobernanza tiene que ver con esa actitud virtuosa y de cumplimiento del deber.

Creo, junto con Cortina que, desde los horizontes de una economía ética, debemos tener en cuenta no sólo los intereses grupales, sino que la empresa o la institución debe perseguir intereses universalizables que no beneficien a un grupo, sino a todos por igual⁴⁹. En efecto, la empresa deportiva, como las grandes instituciones o corporaciones deportivas –léase el Comité Olímpico Internacional– no deben hacer lo que les plazca y recurrir a medios ilícitos para aumentar sus beneficios. Por el contrario, deberán operar de acuerdo con principios razonables con proyección universalizable. Se trata de que las empresas y las organizaciones y corporativas relacionadas con el deporte puedan y deban esperar obtener ganancias razonables dentro de los límites éticos.

En efecto, no sólo deberán contemplar los resultados tangibles –como la obtención de ese beneficio mutuo– sino que también deben contemplar bienes intangibles, que son los que en última instancia propician la armonía y el trabajo cooperativo dentro de la empresa hasta asumir la responsabilidad social por el entorno desde la corresponsabilidad entre las relaciones internas, como señala muy acertadamente Cortina⁵⁰. En primer lugar, la empresa o la institución ética no es desinteresada, pues persigue un interés o intereses universalizables, que es la satisfacción de los intereses de todos los afectados por una actividad, no sólo los grupales; en segundo lugar, no debe guiarse por una ética de la convicción, sino que debe de asumir las consecuencias que pueden seguirse de la toma de decisiones para alcanzar la meta de la empresa.

⁴⁷ J. CONILL, *Ética hermenéutica*, Madrid, Tecnos, 2006, p. 179.

⁴⁸ L. KREFT, *op. cit.*, p. 129.

⁴⁹ A. CORTINA, *Ciudadanos del mundo*, Madrid, Tecnos, 2001, p. 99 y ss.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 105.

Se trata de una ética de la responsabilidad propia del deontologismo moderno –como el que propone Karl Otto Apel– que, a diferencia del kantiano, asume las consecuencias y subconsecuencias de las acciones que previamente todos los afectados (en tanto que empoderados) se han comprometido a asumir mediante un consenso. Se trata de una empresa en donde se pide que la toma de decisiones sea moralmente correcta en la trama organizativa y previamente consensuada a través del diálogo intersubjetivo.

Para conseguir todo esto es necesario un marco donde se desenvuelva la empresa o institución ética. En primer lugar, deberá perseguir metas sociales por las que cobra su sentido en satisfacer las necesidades humanas. En el caso de la empresa o institución deportiva, ésta no sólo tiene como meta social satisfacer las necesidades humanas de los grupos afectados –aunque muchos de ellos obtienen los medios económicos para vivir de su actividad en dicha empresa–. Lo cierto es que la principal meta de la empresa deportiva no sólo es proveer de estos recursos a todos sus afectados, sino tener una proyección social más amplia transmitiendo modelos de excelencia moral que sirvan de ejemplo para guiar el comportamiento de los demás miembros de la sociedad civil, pues en una sociedad donde los valores morales convencionales que servían de guías para los sujetos están en crisis, el deporte puede constituir el mejor vehículo de transmisión de los valores de convivencia, camaradería y respeto mutuo imprescindibles para una sociedad que quiera ser ética y responsable. Necesitará también de un marco jurídico-político, sin que ello suponga perseguir los intereses marcados por posibles pactos sectoriales, ya que deben perseguir intereses universalizables. Y por último necesitarán de una ética crítica necesaria para no errar el camino convirtiendo lo que son medios en fines y los fines de la práctica en medios o, peor aún, no teniéndolos en cuenta, arrojándolos al desuso. Con esto creo que podremos conseguir una buena gobernanza en deporte que ayude a paliar los abusos en la comercialización deportiva, aunque sin duda éste sigue siendo uno de los grandes retos para la ética en este siglo XXI.

Raúl Francisco Sebastián Solanes
Grupo Investigación en Bioética Universidad de Valencia
Facultad de Filosofía y CC. de la Educación
Universidad de Valencia
Avda. Blasco Ibáñez 30
E-46010 Valencia (España)
Raul.Sebastian@uv.es