

UTS: EL GIRO POSMODERNO DEL TENIS

Hernán DAlessio,
Universidad de Buenos Aires, Argentina
hernandalessio@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0001-5840-9616>

Mariano Rositano
Universidad Argentina de la Empresa, Argentina
m_rositano@yahoo.com - <https://orcid.org/0009-0006-3935-3585>

Recibido: 5 de febrero 2024

Aceptado: 7 de mayo de 2024

|1|

Identificadores permanentes

ARK: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/nsirlxwvs>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2024.9486>

Resumen

Si bien en los últimos años ha emprendido una serie de reformas reglamentarias tendientes a no perder su atractivo entre el público, el tenis continúa siendo uno de los deportes más conservadores en cuanto a las reglas de conducta. Impulsado como torneo de exhibición en el marco de la pandemia de Covid-19 por Patrick Mouratoglou, uno de los entrenadores más mediáticos del circuito, el denominado *Ultimate Tennis Showdown* (UTS) constituye una propuesta rupturista respecto a las tradiciones más arraigadas del tenis, en tanto modifica radicalmente el conteo del marcador y acorta de modo sustancial la duración de los partidos. De la misma manera, promueve la creación de un entorno más festivo, distendiendo el código estricto de comportamiento que se aplica tanto a los tenistas como al público, a quienes el nuevo formato propone una experiencia con música e interacciones, sobre todo en las redes sociales. Esta liberación de las normas y convenciones del tenis se encuentra en sintonía con el predominio de valores y principios característicos de la posmodernidad, como la entronización de la diversión, la obsesión con la autenticidad, el predominio de las identidades fluidas y el fomento de la cultura participativa. Este trabajo describe y analiza los modos en que UTS concibe a las experiencias emocionales como un activo clave en su estrategia de acercar el tenis a una nueva generación de espectadores.

Palabras clave: tenis, posmodernidad, emociones, experiencia, *storytelling*.

UTS: TENNIS WITH A POSTMODERN TWIST

Abstract

Tennis has undergone a series of regulatory reforms in recent years to maintain its public appeal. However, it remains one of the most conservative sports in terms of rules of conduct. Promoted as an exhibition tournament in the context of the Covid-19 pandemic by Patrick Mouratoglou, one of the most media-friendly coaches on the circuit, the so-called Ultimate Tennis Showdown (UTS) is a groundbreaking proposal with respect to tennis' deep-rooted traditions, radically changing the scoreboard and significantly shortening the duration of matches. It also encourages the creation of a more festive environment by relaxing the strict code of behaviour applicable to both players and spectators, to whom the new format proposes an experience of music and interaction, especially on social networks. This liberation from the norms and conventions of tennis is in line with the predominance of values and principles characteristic of postmodernity, such as the enthronement of fun, the obsession with authenticity, the predominance of fluid identities and the promotion of participatory culture. This paper describes and analyses the ways in which UTS sees emotional experience as a key asset in its strategy to bring tennis to a new generation of spectators.

|2|

Keywords: tennis, post-modernity, emotions, experience, storytelling.

Tenis: orden y (poco) progreso

El tenis constituye la evolución moderna de una serie de juegos practicados durante el Renacimiento que, como era distintivo en la época, se disputaban sin reglas, horarios y espacios definidos, como el frontón o, en su versión más famosa de todas, el *jeu de paume* [juego de palma]. Hacia el siglo XIX esta versión francesa derivó en Inglaterra en el tenis, ya con la raqueta como el elemento que golpea la pelota con el objeto de que supere la red y rebote dentro de los límites permitidos del campo del rival.

Relacionado tradicionalmente con los estratos sociales altos, se reconoce al tenis como el “deporte blanco” ya que los jugadores utilizaban vestimenta de ese color como símbolo de prestigio, distinción y nobleza. Si bien en la actualidad sólo Wimbledon mantiene esta tradición, la práctica de tenis conserva una gran cantidad de hábitos y costumbres de carácter restrictivo –prohibición de gritos, festejos y reclamos desmedidos, maltrato al propio equipamiento deportivo, etc.–, lo que le ha valido otro mote: el de “deporte de caballeros” (Lake, 2008).

Desde mediados del siglo XX y como sucedió con otros deportes, el tenis pasó a tener una mayor difusión en los medios de comunicación y creció el número de instalaciones y jugadores dedicados a su práctica. A finales de la década de 1960 se inició lo que se conoce como la Era Abierta, un cambio trascendental que permitió el establecimiento de

un circuito profesional internacional, más atractivo como espectáculo y que multiplicó los ingresos gracias al aumento de los patrocinios, la venta de equipamiento y la comercialización de los derechos de televisación.

Por entonces los partidos eran al mejor de cinco sets, cada uno de los cuales se cumplimentaba al obtener seis *games*, siempre y cuando hubiese una diferencia de dos con el rival, caso contrario se extendían indefinidamente hasta alcanzar esa diferencia. A partir de 1970, la paulatina incorporación de la regla del *tie-break* para desempatar los sets igualados en seis *games*, sirvió para acortar los tiempos de los partidos e incrementar la tensión y el dramatismo de los espectadores.

Asimismo, fue ganando lugar en el circuito la preferencia por las superficies duras, en lugar de las tradicionales de pasto (hierba) y polvo de ladrillo (tierra batida). Además de garantizar una conservación más sencilla de los terrenos, las pistas sintéticas contribuyeron a la implementación de estrategias de juego más agresivas y ofensivas y a una oferta de jugadas más vistosas y de partidos más veloces y vertiginosos.

No obstante, el tenis continúa siendo un deporte en el que el juego no corre alrededor del tiempo, por lo que los partidos no tienen una duración previsible y, en ocasiones, se extienden por más de tres horas o hasta cuatro. Dicha prolongación, no solo desgasta el físico y agota las mentes de los jugadores sino también desincentiva el interés del público. Esta cuestión se ha vuelto más relevante en el marco de la denominada “economía de la atención” (Crary, 2015; Wu, 2020), en la que el valor más cotizado ha pasado a ser el tiempo del consumidor / usuario / espectador, quien se encuentra asediado de manera constante por estímulos que tienen como principal origen el entorno digital y que, a su vez, compiten entre sí.

|3|

Atendiendo estas exigencias, el circuito de tenis incorporó cambios que apuntan a reducir el tiempo de juego de los partidos. En 2017 la Copa Hopman, un torneo por equipos en el que hombres y mujeres compiten juntos, incorporó el formato *Fast4*, mediante el cual los sets de los encuentros de dobles mixtos se juegan hasta alcanzar los cuatro *games* en lugar de los seis habituales, incorporándose el *tie-break* en caso de igualdad en tres e incluyéndose la permisividad con los saques que tocan la red y la eliminación de las ventajas en caso de empate en 40 dentro del *game*.

En el mismo año se disputó por primera vez la Copa Laver. Un campeonato de tenis masculino por equipos, impulsado por el ex jugador Roger Federer, que cambió el sistema de puntaje de las series en relación con el formato tradicional de la Copa Davis. Se otorga un punto para partidos del viernes, dos para los del sábado y tres para los del domingo, manteniendo la atención de los espectadores hasta el último día de competencia. Además, en esta competición, en caso de que el partido esté empatado a un set, se juega un desempate de diez puntos en lugar de un set final decisivo –un formato que ya había sido probado en algunos torneos de dobles– apuntando a garantizar que los cotejos concluyan en un plazo no superior a las dos horas, al tiempo que permite que se completen cuatro partidos distintos en una misma jornada.

En 2018 la Federación Internacional de Tenis (ITF) aprobó una reforma en el formato de la Copa Davis, a partir del otorgamiento de sus derechos de explotación a la empresa Kosmos Global, cuya cabeza visible es el ex futbolista español Gerard Piqué.

Tradicionalmente, se disputaba mediante series *knock out* en los meses de febrero, julio, septiembre y noviembre, y alternando localías. El nuevo formato pasó a tener una serie menos, con una fase final en sede única y los partidos individuales son disputados al mejor de tres sets, en lugar de los cinco habituales.

También se han realizado algunas reformas en el código de vestimenta, un asunto fundamental para el universo del tenis, especialmente en los torneos en los que los rituales se respetan con más celo, como Wimbledon, la competencia de tenis oficial más antigua del mundo, que sólo permite una línea de color alrededor del cuello, en las mangas, los pantalones o la falda y en las zapatillas de los jugadores, siempre y cuando su grosor no sea mayor que un centímetro. En 2023 los organizadores del torneo permitieron por primera vez que las mujeres utilicen ropa interior oscura o de otros colores durante los días de menstruación, poniendo fin a una de sus prohibiciones más polémicas.

En 2022 la Asociación de Tenistas Profesionales (ATP), el ente que organiza el circuito internacional de tenis masculino, puso a prueba el permiso para que los entrenadores puedan dar indicaciones a sus dirigidos durante los partidos, una situación completamente vetada a lo largo de toda la historia de este deporte. Sin embargo, los cambios en materia disciplinaria en el tenis suelen ser moderados: de hecho, en el mismo año el organismo emitió nuevas recomendaciones a su equipo de arbitraje con el objeto de adoptar una postura más estricta al juzgar las violaciones del código de conducta y garantizar sanciones apropiadas y actualizadas para transgresiones graves y reincidentes.

Por otra parte, en los últimos años la ATP y la Asociación de Tenis Femenino (WTA) vienen apostando por la implementación de iniciativas relacionadas con el marketing, el mercado de la experiencia y el *storytelling*, con el objeto de generar nuevos seguidores e incrementar ingresos. Entre los proyectos más destacados se encuentran el lanzamiento de un canal propio en la plataforma Twitch, con el francés Gael Monfils, uno de los tenistas más carismáticos del circuito, como presentador, y la coproducción de la serie *Break Point*, emitida por Netflix, que documenta la vida de los tenistas, sobre todo los más jóvenes y díscolos del circuito, de una manera similar a *Drive To Survive*, cuyo éxito ha venido contribuyendo al aumento de las audiencias de la Fórmula Uno.

Acotar, distender y emocionar

Ultimate Tennis Showdown (UTS) [Confrontación Máxima de Tenis] fue lanzado en 2020 en el marco de la interrupción total de las competencias profesionales de tenis debido a la pandemia de Covid-19. Si bien se trata de un evento no oficial, cuenta con la participación de jugadores profesionales, la mayoría de los cuales se encuentran rankeados en los primeros lugares.

El evento es una creación conjunta de Patrick Mouratoglou, *frontman* de la iniciativa, y Alex Popyrin, empresario australiano del sector de la tecnología y padre de Alexei, tenista profesional entrenado por Philipp Wagner, que pertenece al staff de la Mouratoglou Tennis Academy, reconocida como uno de los mejores centros de alto rendimiento deportivo de todo el mundo.

Con sede en la Costa Azul francesa, la academia de entrenamiento y formación de tenistas de Mouratoglou promueve entre sus pupilos una educación amplia, que incluye música, letras y otros juegos, además de tenis, basando su método en la personalidad del tenista: tal como advierte la página web de su academia, “cada jugador es único y por eso se merece una metodología de entrenamiento individualizada y ajustada a sus necesidades. Nuestra profesión consiste en conocer al jugador, en entrar en su mundo para entender cómo piensa y lo que siente”. Esta metodología constituye la antítesis de la célebre Academia de Tenis de Nick Bolletieri, ubicada en el estado de Florida, famosa por su éxito en la formación de campeones pero también por la uniformidad, la disciplina férrea y su “*aspecto carcelario*” tal como lo definiera André Agassi, ex número uno del ranking mundial, en su autobiografía *Open* (p. 95).

Nacido en 1970 en Francia e hijo mayor de un magnate de los negocios originario de Grecia, desde pequeño Mouratoglou incursionó en el tenis, aunque sin llegar a ser profesional, estudió administración de negocios y en 1999 inició su carrera como entrenador, destacándose por el impulso que imprimió a la carrera de Marcos Baghdatis, un chipriota talentoso y carismático que llegó a ser finalista del Grand Slam de Australia. Pero el reconocimiento y la fama le llegaron en 2012, cuando comenzó a entrenar a Serena Williams, una de las mejores jugadoras de la historia del tenis y quien ganó una decena de sus 23 títulos individuales de Grand Slam bajo la conducción del francés.

|5|

Inquieto y polifacético, Mouratoglou escribió los libros *Educar para ganar* y *El entrenador*, es columnista de revistas de tenis y de las cadenas de televisión ESPN, Fox y Eurosport, donde tiene su propio programa, y hasta cuenta con una línea propia de indumentaria. Además, suele ser muy activo en el universo de las redes sociales: sus perfiles en las redes sociales Facebook, Twitter, TikTok e Instagram, en la que es conocido como *The Coach* [El Entrenador], totalizan más de dos millones de seguidores.

En cuanto a UTS, su principal novedad reside en el formato: en lugar de *games* y sets, los partidos se disputan al mejor de cuatro cuartos, cuya duración es de ocho minutos cada uno y, en caso de empate en dos, se juega una “muerte súbita”, en la que el jugador que gana dos puntos seguidos se lleva el partido. Teniendo en cuenta que entre cada cuarto existe un descanso de tres minutos, cada encuentro no supera los 45 minutos (Zenou, 2023).

Los cotejos empiezan sin calentamiento previo y la reanudación del saque tras finalizar un punto no puede extenderse más de 15 segundos, lo que provoca un ritmo más frenético y pocos “tiempos muertos”. En lugar del habitual 15, 30 y 40, el conteo de puntos se simplifica en 1, 2, 3, etc. y, en cuanto al saque, se intercambia cada dos puntos y no es penalizado si toca la red, aunque se descarta el segundo servicio.

Además, en UTS cada jugador puede utilizar una vez por cuarto la denominada “Carta Bonus”, una tarjeta de bonificación que sirve para triplicar el punto obtenido. Esta innovación, originaria del mundo *gamer*, es utilizada también por la Kings League, el torneo de fútbol con características alternativas y por fuera de las regulaciones de la FIFA que creó en 2022 el ya mencionado Piqué, en asociación con el *streamer* español Ibai Llanos.

El formato pretende ser la contracara de la formalidad, el acartonamiento y el silencio que caracteriza al ambiente del tenis: entre los puntos suena música, el público grita y los jugadores, además de festejar sus mejores golpes de manera altisonante, están autorizados a interactuar con los espectadores, con sus pares, con sus entrenadores y con los comentaristas y hasta a golpear sus raquetas contra el piso. Sobre este último aspecto, unos días antes del inicio de la primera edición de UTS, Mouratoglou señalaba con tono enfático:

El tenis es falso. Tenemos personalidades reales que no se atreven a mostrarse como verdaderamente son. Quiero autenticidad, quiero que los jugadores sean libres. Por ejemplo, si no es peligroso para alguien más, tendría que estar permitido romper una raqueta. Es mi raqueta, es mi problema (Pattle, 2020)

La competencia apunta a “vivir una experiencia tenística como nunca antes”. Tras asistir a la serie de julio de 2023 en la ciudad de Los Ángeles, Rachel Stuhlmann, reconocida *influencer* de tenis, resumió en un posteo en su cuenta de Instagram el espíritu que anima la experiencia UTS y sus singularidades en comparación con un juego de tenis convencional:

Cinco razones por las que estoy obsesionada con el @u.t.s_tour: 1) El ambiente general: un DJ tocando música todo el tiempo, los fanáticos animando o caminando hacia sus asientos cuando lo deseen, los jugadores interactuando con la multitud. 2) Nunca he visto un partido/evento de tenis en el que los aficionados estuvieran atentos y emocionados TODO el tiempo. 3) Me encantó ver a los profesionales mostrar sus divertidas personalidades de una manera que no podrían hacerlo durante los partidos de tenis tradicionales. 4) El formato: 6 partidos por día, cuatro cuartos de 8 minutos, un servicio, tarjeta de bonificación de tres puntos, sin calentamiento... entre otras cosas... fue un ritmo rápido y la cantidad perfecta de tenis. 5) Qué bueno es esto para el deporte. El calendario de la gira es largo y serio. Este es un pequeño descanso perfecto en el calendario para que los jugadores se diviertan y también obtengan un gran premio en dólares. También hoy en día la capacidad de atención es corta. UTS hace que el tenis sea divertido y de ritmo rápido de una manera fácil e interactiva para que los fanáticos de los deportes en general puedan digerir y mantenerse entusiasmados con el juego. @patrickmouratoglou es un genio. ¡Agradecida de haber sido parte de Ultimate Tennis Showdown LA y ansiosa por los futuros eventos de UTS!

Cada serie UTS se desarrolla en un fin de semana, lo que hace más atractiva a la de por sí generosa bolsa de premios. A modo de comparación, el ganador de la final de la edición 2023, el inglés Jack Draper, se hizo con 546.800 dólares, una suma superior a lo que suele recaudar el campeón de un torneo ATP 500, la tercera categoría de competición detrás de los Grand Slam y los Masters 1000, y que demanda más tiempo de competencia.

Los tenistas son seleccionados por su posición en el ranking, su estilo de juego arriesgado y espectacular y, fundamentalmente, por su carisma, carácter extrovertido y dotes para el *self marketing*. A diferencia de la sobriedad y discreción con que son presentados en los torneos profesionales, en las series de UTS los jugadores son tratados

como si fuesen estrellas de rock y reciben un apodo que los acompaña e identifica durante el transcurso del torneo.

La dupla de comentaristas, compuesta por Jenny Drummond y Pete Odgers, desempeña una función comunicacional a tono con el espectáculo, en el sentido de que sostiene un estilo informal y divertido en sus comentarios, sin caer en la falta de profesionalismo a partir de su conocimiento técnico y comprensión del juego. De la misma forma, el *feedback* que la pareja genera con jugadores y entrenadores, particularmente en el momento de las entrevistas, resulta clave para propiciar un tono descontracturado que se traduce en una mejor experiencia visual.

Los partidos se juegan en superficie dura, propicia para un ritmo de juego ágil y veloz. Las dimensiones son más pequeñas que las de las canchas de tenis tradicional y los postes que sostienen la red no están colocados fuera de las líneas laterales de la pista como en el formato tradicional sino a la misma altura, propiciando de este modo que haya mejores ángulos para que los jugadores pasen la pelota por los costados de la malla. Asimismo, durante la jornada previa al inicio del evento tiene lugar el UTS All Star Skills Challenge, un concurso de minijuegos diseñado para que los jugadores pongan a prueba sus habilidades de una manera similar a lo que ocurre en el All-Star Game de la NBA, el partido anual de carácter amistoso en el que participan los mejores jugadores de básquet de la liga estadounidense.

A través de este amplio y variopinto abanico de innovaciones, que incluyen la distensión del código de conducta, el formato interactivo, la atmósfera relajada, partidos más intensos e vertiginosos y los guiños al universo *gamer*, Mouratoglou pretende atraer al consumo de tenis a un grupo demográfico más joven, apuntando de esta forma a renovar y ampliar la base de seguidores de este deporte.

Una experiencia de lo especial

Los deportes fueron concebidos en el marco del despegue de la modernidad (Guttman, 1978). Si bien el elemento lúdico tradicional premoderno ha sido preservado, la práctica deportiva fue incorporando reglas y normas, cuyas prescripciones disciplinaron el juego, al que dotaron de un sentido competitivo, vinculado con las nociones de rendimiento, racionalidad y especialización, en sintonía con los valores impuestos en las sociedades por el despliegue del capitalismo industrial (Corriente y Montero, 2011).

De la misma manera, el sistema deportivo introdujo dos principios que redujeron aún más el componente festivo y sagrado característico de los juegos: la seriedad y el denominado *fair play*. En su estudio clásico sobre la omnipresencia del juego en la historia humana, Huizinga (2012) advirtió sobre el modo en que la función social atribuida al deporte y su sistematización hicieron que disminuya entre los jugadores la despreocupación, la espontaneidad y la pureza propia de la actividad lúdica, mientras que el principio de “juego limpio” impulsado por el espíritu amateur impuso convenciones y prácticas que amordazaron la naturaleza innata y primitiva de los jugadores.

En el marco de la globalización, iniciada en la última década del siglo XX, comenzó a operar un proceso de posmodernización del deporte, puesto de manifiesto en paralelo con el desarrollo y la difusión del capitalismo inmaterial o cognitivo. Entre las tendencias deportivas afines con la vida social contemporánea es posible destacar el proceso de hipermercantilización, el abandono de la solemnidad, la búsqueda de la autenticidad como atributo de autoridad, la producción y el consumo de emociones, la proliferación de identidades flexibles y fragmentadas, la emergencia de la ludificación y su mixtura con otras esferas cotidianas, el valor de la experiencia y el despliegue de narrativas e historias asociadas con los sentimientos conocidas como *storytelling*.

En cuanto a la mercantilización del deporte, desde la década de 1990 este proceso se ha caracterizado por el aumento del patrocinio corporativo a federaciones, equipos, atletas y entrenadores, el incremento de las horas diarias de transmisiones televisivas, la aparición de las técnicas de comercialización relacionadas con el merchandising personalizado, la irrupción del mercado de las apuestas virtuales y el abordaje del deporte por otras expresiones culturales masivas, como los films, los videojuegos y, más recientemente, las series en las plataformas *on demand*.

|8|

Asimismo, la industria deportiva ha incursionado exitosamente en la generación de una nueva fuente de valor, relacionada con una puesta en escena que, como en el teatro, se esmera en generar momentos memorables y en involucrar a los espectadores de un modo personal. En esta sintonía UTS ha incorporado la existencia de un ambiente de competencia menos serio y más distendido, tanto para los jugadores como para los fanáticos: esto hace que sea posible ver bailar al excéntrico Monfils entre un punto y otro al ritmo de la música tecno sonando a todo volumen, mientras un camarógrafo se adentra en la pista para seguir de cerca sus movimientos y el rival, Andréi Rublev, lo arenga y aplaude, o bien observar a Benoit Paire y Diego Schwartzman prescindiendo de sus raquetas y pasándose la pelota de un lado de la red al otro utilizando pies, pecho y cabeza, mientras el público, obligado a mantenerse en silencio durante los torneos oficiales y a no exteriorizar demasiado sus sentimientos, celebra y festeja estas ocurrencias.

De acuerdo con Lipovetsky (2016), en las sociedades contemporáneas se ha impuesto una ética de vida de tipo hedonista, que celebra la diversión, la espontaneidad y la anécdota graciosa; en sus propias palabras: “el ciudadano de nuestros días no consume en abundancia solamente objetos, imágenes y viajes, sino también risas y buen humor” (p. 53). A tono con este imperativo moral del goce que somete a la seriedad y a los rasgos formales y convencionales de comportamiento, UTS ofrece una exhibición deportiva más breve y explosiva pero, sobre todo, viene a promover la desacralización de los códigos del tenis, de los cuales prescinde y a los que, en cierto modo, banaliza.

Además de la risa y la hilaridad, las facultades catárticas autorizadas en este formato incluyen la ira, cuya muestra más contundente es la rotura de raquetas, habitualmente reprobada por el universo del tenis debido a que se la considera una acción “antideportiva”. El torneo fue presentado en las redes sociales con el mensaje *You're in for a wild ride* [Te espera un viaje salvaje] y un video que incluye un peloteo intenso entre los tenistas Stéfanos Tsitsipas y Paire y a éste último destrozando su principal instrumento de trabajo tras golpearlo en tres ocasiones contra el suelo.

Nostálgico de la capacidad de atracción de jugadores carismáticos y talentosos como los “chicos malos”: Jimmy Connors, Ilie Nastase y, sobre todo, el emblemático, John McEnroe, Mouratoglou considera que los tabúes impuestos por el código de comportamiento del tenis constituyen una impostura artificial dado que cercenan la libre expresión de los tenistas, cohibiéndolos para que puedan mostrar su verdadera personalidad a un público que caracteriza como ávido de sensaciones. Es por esto que insiste en que el tenis “se ha vuelto demasiado aburrido” y reclama que en el circuito debe haber “más Kyrgios”, en referencia al jugador australiano caracterizado por su estilo de juego improvisado y explosivo y por su desapego a las normas de comportamiento de la ATP.

A pesar de esta invitación a la trasgresión, UTS también impone sus límites disciplinarios como se comprobó durante la edición disputada en Oslo en febrero de 2024. Allí, el ya mencionado Monfils fue descalificado luego de una situación “jocosa” en el vestuario que habría provocado lesiones leves a un supervisor del torneo. La sanción, que iría en sintonía con la concepción de Elias (2014) acerca del “descontrol controlado” que caracteriza a las actividades de ocio en las sociedades contemporáneas, se vincularía además con el deseo expresado por Mouratoglou de hacer de UTS no una mera competencia de exhibición sino un circuito establecido y paralelo al de la ATP, en el cual la distensión también se encuentra ajustada a ciertas reglas de comportamiento.

Según Illouz (2019), si bien el capitalismo ha hecho de la racionalidad un rasgo omnipresente de las sociedades humanas, no deja de constituir al mismo tiempo un sistema que está impregnado de emocionalidad. En este sentido, la fase cognitiva actual del capitalismo, más flexible, inmaterial y adaptativa que su antecesora, ha intensificado una búsqueda de las emociones basada fundamentalmente en el principio de la autenticidad, esto es, el llamado a ser uno mismo, a dejar de lado las normas, los roles y las etiquetas sociales y a liberar a la propia naturaleza, reprimida durante la modernidad por los mandatos colectivos, los deberes sociales y las actitudes moralizantes.

Esta celebración de lo auténtico apunta a consagrar un estado de transparencia, sinceridad y fidelidad, sobre todo con el propio ser. Sin embargo, Illouz destaca que la autenticidad deviene en plusvalía económica ya que en torno a las emociones se conforma un mercado estructurado sobre la base de la producción, el consumo y la resignificación de sentidos, identidades y experiencias: de esta manera, es posible considerar a UTS como un “mercado de emociones”, que los espectadores aprecian no solo por las destrezas y el talento de los jugadores sino también porque propicia como valor agregado esencial que los tenistas manifiesten sin ataduras sus “sentimientos verdaderos”.

Vinculada con esta obsesión por la autenticidad, la estrategia de adopción de apodos por parte de los jugadores que participan en las series de UTS sirve para identificarlos de un modo realista, ingenioso y personal, ya sea por su estilo de juego, atributos físicos, origen o personalidad: por ejemplo, Taylor Fritz, Ben Shelton, Wu Yibing y el ya mencionado Paire son *The Hotshot* [El Tiro Caliente], *The Mountain* [La Montaña], *The Great Wall* [La Gran Muralla] y *The Rebel* [El Rebelde], respectivamente. Así como en la posmodernidad las identidades de los sujetos se caracterizan por su fluidez, mutación e inestabilidad (Jeffries, 2023), estos sobrenombres hacen las veces de máscaras a través

de las cuales los tenistas abandonan transitoriamente su rol de deportistas y, una vez liberados de la impronta seria propia de la práctica oficial y profesional, conectan con un tipo de competencia más distendida como la de UTS.

La elección de un apodo representa una cuestión familiar y estratégica para los miembros de las generaciones más jóvenes, en el sentido de que el *nickname* [alias o nombre de usuario] elegido frecuentemente por razones estéticas o emocionales es utilizado por estos nativos digitales ya sea para buscar información en las pantallas, participar en foros virtuales, interactuar en las redes sociales y, en especial, jugar videojuegos, un componente del paisaje cultural contemporáneo que, día a día, incrementa su amalgama con la vida cotidiana.

Precisamente una de las apuestas fuertes de UTS pasa por lo que se conoce como ludificación o gamificación, entendida como la apelación a dinámicas de juego en ambientes como el trabajo, la educación, el marketing, el ocio y el deporte, entre otros (Muriel y Crawford, 2023). En este sentido, la “Carta Bonus”, esto es, la tarjeta de bonificación similar a las “armas especiales” o “superpoderes” de los videojuegos que cada jugador de UTS puede utilizar una vez por cuarto y que hace que el resultado sea imprevisible hasta el final, agregando tensión y emoción a la dinámica competitiva.

|10|

Para incentivar a las audiencias nativas digitales a que mantengan vivo el interés por el tenis, Mouratoglou apela a formas narrativas acordes con los nuevos tiempos. Respecto al perfil esperado de los participantes en su torneo señala: "UTS convocará a sus jugadores con una perspectiva completamente diferente, centrándose en el detrás de escena y su capacidad para el *storytelling*", mientras que desde su cuenta de Instagram saluda el lanzamiento de la segunda temporada de Break Point: “el tenis necesita más *storytelling* y este increíble documental revela el backstage de nuestro deporte”.

El propio Mouratoglou se entusiasma al contar su historia personal y profesional como la de un entrenador paternalista y atento al bienestar emocional de sus dirigidos pero, fundamentalmente, se proclama como un amante desprendido del tenis que no quiere ver perecer a su deporte frente a la incapacidad de adaptarse a las nuevas generaciones de espectadores. Por lo general, las crónicas periodísticas sobre UTS han resaltado este perfil “quijotesco” de su creador, aunque evitando colocar el énfasis en su faceta empresarial y en el negocio creado en torno a esta competición.

En UTS el *storytelling*, parte central de su estrategia comunicacional, adquiere la forma de *storyselling*, esto es, el arte de generar un producto y venderlo mediante la fabricación de historias o del aprovechamiento de esas *stories* con el fin de comercializar objetos físicos y bienes intangibles. De este modo, cada torneo se ajusta a una narrativa en la que, más allá del resultado deportivo, se pone en valor sobre todo la espontaneidad y la frescura de sus participantes, que son incentivadas y exacerbadas con el objeto de que las expresiones y emociones sean mercantilizadas.

La industria del entretenimiento ha convertido el *storytelling* en el *commodity* cultural posmoderno por excelencia bajo el formato de las series, los productos televisivos que buscan la gratificación instantánea ya que su lógica primaria no es tanto artística sino más bien económica. Según Han (2022) estas producciones audiovisuales resultan exitosas porque responden a los hábitos seriales de las audiencias, propensas a

maratones y atracones en un contexto general en el que la capacidad perceptiva se ha vuelto refractaria a cualquier tipo de demora, intervalo y reflexión, alimentándose de una sucesión sin fin de sensaciones.

En el caso de UTS, cada serie se desarrolla en un total de 15 partidos, con una duración máxima de 45 minutos cada uno y consumida en tres días de competición, en la que cada uno de sus ocho participantes se convierte en un personaje con su propio *script* [guión], concordando en carácter estético, estructura narrativa y ritmo compulsivo con lo que sucede con una temporada de una serie televisiva, dejando el terreno preparado para la subsiguiente, es decir, generando la necesidad de un consumo futuro a ser materializado en un próximo evento.

La puesta en escena de los torneos incluye 19 cámaras y una mezcla de sonido que realza aquello que sucede en las tribunas, un campo de juego de dimensiones más reducidas que el habitual para lograr mayor intimidad e inmersividad y pantallas con colores brillantes y elementos visuales que buscan retener el margen de atención de los espectadores, quienes siguen las alternativas por multiplataformas de transmisión. El *storytelling* se complementa mediante gráficos con datos en tiempo real, estadísticas y aspectos biométricos de los jugadores que atienden la avidez de información constante del público *centennial*, en su proclividad por hacer del consumo una experiencia distintiva.

|11|

Arnaud Simon, un ex directivo de la cadena Eurosport, fundador de la consultora deportiva francesa In&Out Stories y colaborador de Mouratoglou en el diseño de su liga tenística, señala que la forma en la que la gente consume deporte está evolucionando, pudiendo distinguirse tres modos de narración: “en vivo” (directo), “casi en vivo”, es decir, los *highlights* publicados casi simultáneamente en redes sociales y el “detrás de escena”, relacionado con una perspectiva al estilo de una serie documental. Favorecido por su carácter no oficial, UTS apunta a combinar estas formas, apelando al vértigo que hace que se juegue casi el doble de puntos por minuto que en un partido ATP, incentivando un tenis que posibilita muchos “momentos espectaculares” y produciendo un *backstage* en tiempo real a partir del estímulo de la emocionalidad, el intercambio verbal entre jugadores y las interacciones que generan en las entrevistas y el *coaching* permitido durante las pausas del juego.

En el mismo sentido, la manera de vivenciar un espectáculo deportivo *in situ* se encuentra en mutación, dado que un aficionado de las generaciones más jóvenes no busca simplemente concurrir a un estadio sino que requiere ser protagonista de su experiencia y darle vida a través de su dispositivo móvil, compartiéndola en redes sociales con sus múltiples círculos de afinidad. El comentario de la *influencer* Rachel Stuhlmann es paradigmático en términos de los estímulos sensoriales que UTS ofrece, haciendo de esta competición tenística un producto prototípico de la “economía de la experiencia”, en la que en consonancia con lo que sugieren Pine y Gilmore (2001) la creación de valor no radica solamente en el entretenimiento o la diversión sino en lograr una vinculación personal y memorable con los espectadores, a quienes promete, siguiendo a Han (2022), una “experiencia de lo especial”, favorecida en este caso por el carácter no oficial del evento.

Match point

Creado en el contexto de una pandemia que resignificó la vida social y consolidado como una iniciativa que responde a los modos contemporáneos de consumo cultural, UTS apunta a la integración entre los universos del deporte y el entretenimiento, una tendencia en expansión en las industrias del ocio y de la recreación conocida como *sportainment* (Radošinská, 2018). En este sentido, la propuesta fusiona competencia atlética y espectáculo, tenis y emociones, habilidades deportivas y experiencias, configurando un proceso que se hilvana a partir del hilo narrativo del *storytelling* y conformando un nuevo formato para su explotación comercial y mediática.

Así como en sus orígenes el tenis adoptó y patrocinó códigos y valores de comportamiento propios de la clase alta como la caballerosidad, la elegancia, la deportividad y el respeto irrestricto por las normas, esta plataforma híbrida y disruptiva que es UTS llegó de la mano de una figura representativa del capitalismo del siglo XXI. Se trata del “emprendedor visionario”, un sujeto que se presenta como alguien opuesto a la autoridad y a las normas e impulsado por una inspiración premonitória y portadora de una intuición audaz, un horizonte salvador y una visión individual capaz de romper el modelo dominante (Sadin, 2018). En el estilo megalómano y mesiánico de los tecnolibertadores Jeff Bezos, Mark Zuckerberg y Steve Jobs, Patrick Mouratoglou se promociona como alguien excepcional, que viene a plantear soluciones innovadoras ante la decadencia “*inminente*” del tenis.

|12|

Frente a una perspectiva de futuro inquietante para el tenis, desafiada por el impacto de la “economía de la atención”, la emergencia de las audiencias digitales y el inminente recambio generacional de multicampeones como Roger Federer, Rafael Nadal, Novak Djokovic y las hermanas Venus y Serena Williams, UTS ha formulado un producto con capacidad de adaptación ante estos dilemas, posicionándose en un segmento de mercado refractario al formato del circuito oficial. En este sentido, resulta sintomática la tolerancia del *establishment* del tenis, que puede interpretarse como un apoyo tácito a Mouratoglou dado que su competencia cuenta con el potencial para extender la base de aficionados y, al mismo tiempo, se erige en un laboratorio de ideas y tendencias nuevas para eventuales reformas a ser implementadas por la ATP y la WTA.

Impulsado por su afán transgresor, liberador y rupturista, UTS constituye un producto cuyo éxito reside en haber sido concebido como una experiencia integral, tanto para deportistas como para espectadores, y en desbordar los límites convencionales de la competencia deportiva. Establecido como giro posmoderno del tenis, su capacidad de adaptación, fluidez y plasticidad le permitiría sortear el destino inexorablemente efímero de lo experiencial.

Referencias bibliográficas

- Agassi, A. (2018). *Open*. Dumo.
Corriente, F. y Montero, J. (2011). *Citius, altius, fortius. El libro negro del deporte*. Pepitas de Calabaza.
Crary, J. (2015). *24/7. El capitalismo tardío y el fin del sueño*. Paidós.

- Elias, N. (2014). Introducción”. en Elias, N. y Dunning, E., *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Fondo de Cultura Económica.
- Guttmann, A. (1978). Del ritual al récord. En Scharagrodsky, P. y Torres, C. (2019). *El rostro cambiante del deporte. Perspectivas historiográficas angloparlantes 1970-2000*. Prometeo Libros.
- Han, B. C. (2022). *No-cosas: quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Huizinga, J. (2012). *Homo ludens*. Alianza.
- Ilhouz, E. (comp.) (2019). *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía*. Katz.
- Jeffries, S. (2023). *Todo, a toda hora, en todas partes. Cómo nos hicimos posmodernos*. Taurus.
- Lake, R. (2008). *Social exclusion in british tennis: a history of privilege and prejudice*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Brunel.
- Lipovetsky, G. (2016). *De la ligereza*. Anagrama.
- Muriel, D. y Crawford, G. (2023). *Los videojuegos como cultura. Identidad y experiencia en el mundo actual*. Ampersand.
- Pattle, A. (7 de junio de 2020). Patrick Mouratoglou: Ultimate Tennis Showdown will revive sport's 'authenticity' to save its future. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/sport/tennis/atp-wta-dates-ultimate-tennis-showdown-patrick-mouratoglou-serena-williams-coco-gauff-a9551631.html>
- Pine, J. y Gilmore, J. (2001). *La Economía de la Experiencia*. Ediciones Granica.
- Radošinská, J. (2018). On Cinderella men and peaceful warriors; 'Sportainment' in American Mainstream Cinema. en *Communication Today*. Vol. 9, Nro. 2. <https://communicationtoday.sk/download/22018/02.-RADOSINSKA-%25E2%2580%2593-CT-2-2018.pdf>
- Sadin, E. (2018). *La siliconización del mundo: la irresistible expansión del liberalismo digital*. Caja Negra.
- Stuhlmann, R. [@rstuhlmann]. (23 de julio de 2023). Five reasons why I'm obsessed with the @u.t.s_tour. Instagram. <https://www.instagram.com/rstuhlmann/p/CvFnlfuu3o/>
- Wu, T. (2020). *Comerciantes de atención. La lucha épica por entrar en nuestra cabeza*. Capitán Swing.
- Zenou, T. (13 de diciembre de 2023). Patrick Mouratoglou wants to reinvent tennis. Does he need to? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/sport/2023/dec/13/patrick-mouratoglou-wants-to-reinvent-tennis-does-he-need-to>