

ENTORNO

Marisol Casado (ITU): “Nuestros socios nos piden citas más dinámicas y cortas, y en París 2024 habrá cambios”

La presidenta de la Unión Internacional de Triatlón analiza el momento que atraviesa la disciplina tras el *boom* de su práctica. Ahora, el reto es dar visibilidad a este deporte y adaptarlo a los nuevos tiempos, el público profesional y al aficionado popular.

Patricia López
28 mar 2019 - 04:58

Marisol Casado es la única presidenta de una federación internacional de un deporte que

Si hay una mujer que haya marcado un hito en la dirección deportiva en el ámbito internacional, esa es Marisol Casado. Máster y Administración y Dirección del Deporte, en 1978 fue una de las seis mujeres que participaron en el I Maratón de Madrid. Exjugadora de hockey hierba y atleta, decidió trabajar en promover el triatlón, lo que la llevó a crear y presidir la federación española de esta disciplina a finales de los años ochenta. De ahí dio el salto a la Unión Europea de Triatlón, hasta que en 2008 fue elegida presidenta de la Unión Internacional de Triatlón (ITU, por sus siglas en inglés), una institución que preside en la actualidad.

En 2010 se convirtió en la primera mujer miembro del Comité Olímpico Internacional (COI), lo que le ha llevado a integrar comisiones como la de Mujeres y Deporte y la de Coordinación de los Juegos Olímpicos de París 2024. Sin dejar de trabajar para promover los valores del movimiento olímpico, Casado ha liderado la hoja de ruta de triatlón en el ámbito internacional, una disciplina que ha experimentado un *boom* de práctica y seguimiento. Ahora, va a por más.

El triatlón ha ganado en popularidad en los últimos años. ¿Qué explica el alza de la práctica de esta disciplina?
Es un movimiento que se fraguó en el momento del despegue del deporte popular y de masas. Creo que los fundamentos de este movimiento los tiene el triatlón porque tiene un componente muy interesante de reto personal, y eso es lo que de alguna manera está en el interior de todos los que lo practican. Además, en España concretamente este movimiento se supo encauzar desde el primer momento en una línea de deporte

de competición, y no todos los países hicieron lo mismo.

Casado: “Parte del éxito del triatlón está en haber dado cabida al deporte popular y al de alta competición”

Una disciplina tan exigente físicamente, ¿puede llegar a un público que no persigue participar en alta competición?

Sí, y de hecho en aquel momento creíamos que era una modalidad que podía dar cabida al deporte popular y de alta competición. Eso ayudó a que se convirtiera en deporte olímpico en tiempo récord, porque la federación internacional se creó en 1989 y en 1994 el COI dio el visto bueno a que entrara en el programa olímpico de Sídney 2000.

¿Cuáles son las grandes prioridades de la federación internacional?

Lo más importante para nosotros es dar publicidad a nuestros atletas de élite porque son grandísimos deportistas y, como secundario, dar la opción a todos los demás para que puedan participar. En este sentido, tenemos claro que el producto olímpico es el motor de lo que hacemos, y tenemos que darle mucha atención. Ahora bien, hay que tener muy claro que nuestro público desea practicar la disciplina de múltiples maneras: algunos prefieren ultra distancia, otros prefieren nadar-correr-nadar u otros itinerarios.

El triatlón es un deporte que compuesto por tres disciplinas. ¿Puede sufrir una fuga de talento hacia disciplinas únicas como el atletismo, el ciclismo o la natación?

El triatlón tiene su intrínquis, sus valores asociados solamente a esa mezcla de nadar, pedalear y correr. Y ahí se forjan las estrellas. Sin embargo, podemos saber perfectamente que en los 10k que corren ahora tras la natación y el ciclismo, hay varios deportistas entre los que está Mario Mola que bajan muy a gusto de los treinta minutos. Y esa es una marca muy buena para atletismo. Pero eso no quiere decir que, si se pasa al atletismo y sólo compite en esa modalidad, vaya a obtener mejores resultados.

¿En qué países o mercados cree que está la gran oportunidad de crecimiento de esta disciplina?

Está muy arraigada en Europa, que es donde se fundamenta la élite. Francia y España son mercados muy importantes, sin olvidar Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, en parte porque son países anglosajones donde ha calado muy fuerte a nivel popular y de élite. Ahora está creciendo mucho en los países árabes, y ahí hay mucho problema

porque somos una federación que vela por la igualdad entre hombres y mujeres, y está costando mucho que crezca a ritmos semejantes entre esos dos públicos. La federación internacional destina un millón de euros al año al desarrollo del deporte en lugares donde no tienen medios para desarrollarse.

Casado: “La licencia diaria es una respuesta a las nuevas generaciones que no quieren afiliarse a algo durante un año entero”

El cobro de las licencias es una fuente de ingresos para las federaciones. ¿Cómo se está trabajando esta cuestión?

Es obligatorio estar federado para poder competir, porque tener licencia conlleva un seguro. Tenemos 170 países afiliados, pero no hemos reflejado nuestro crecimiento internacional en el volumen de licencias, porque en otros países se mide de manera diferente. Por ejemplo, en España sí que existe una licencia anual destinada a aquellos que les gusta la disciplina y planean competir de manera asidua, pero también tenemos una licencia de día que da cabida a otras maneras de entender la práctica. Las nuevas generaciones no tienen interés en firmar algo por un año entero. Ese es uno de los motivos por los que este deporte ha crecido.

¿Qué otras fórmulas se dan en otros países?

A veces el organizador de una prueba ya da un seguro al participante con su inscripción, por lo que no es necesario que se federen. Es una idea que nos parece bien, el mundo es tan grande... Lo que sí trabajamos con mucho cuidado es en que las competiciones estén bajo nuestro control y especialmente en las cuestiones de seguridad. Tienen que pasar el filtro de la federación para tener bajo nuestro control las normas del juego, porque esto es un deporte.

¿Cómo está trabajando el triatlón para acercarse al público que sigue la competición desde casa?

Es algo que estamos analizando continuamente; una de las claves de nuestro éxito en los treinta años que llevamos es que nunca estamos conformes con lo que tenemos. Siempre intentamos hacer cambios e innovar para atender lo que en este momento el público joven pide. Una de las cosas más importantes que tenemos es que invertimos desde hace años en tener televisión propia por Internet. Este año nos hemos asociado con Infront para tener una OTT más fuerte y que nos permite generar más audiencia.

¿Cuáles son los límites de este deporte para conectar con el aficionado que está en casa?

Tenemos un público que ve poco la televisión, nos resulta difícil tener grandes audiencias en un colectivo físicamente tan activo. Ahí tenemos un margen de mejora muy grande. Pero, aun así, tras diez años de trabajo, se está incrementando el número de canales que emiten triatlón en directo, en China estamos volcándonos en aumentar la base de fans, y estamos muy de acuerdo con las World Triathlon Series.

Casado: “Nos resulta difícil tener grandes audiencias en un colectivo físicamente tan activo”

El triatlón es una prueba atlética de larga duración. ¿Se está promoviendo cambios para acortar el tiempo?

La distancia olímpica dura dos horas, pero el Tokio 2020 introduciremos los relevos mixtos, que serán mucho más cortos, de una hora y cuarto de duración. Y hay posibilidades de que esto siga variando porque es lo que nos están pidiendo las organizaciones de los Juegos Olímpicos y otras citas para no ocupar tanto tiempo las calles. Es probable que para París 2024 salgamos con otro formato más dinámico, que pueda tener semifinales y finales como el resto de los deportes, y que al final el total no pase de la hora. Es algo que también nos recomiendan los medios de comunicación.

A diferencia de otras disciplinas, las carreras se disputan en un emplazamiento específico. ¿Cómo se puede convencer a las marcas para que patrocinen el triatlón? Nuestro marketing hasta este momento ha sido siempre muy local. Vendemos los derechos de marketing y televisión a los comités organizadores de las ciudades para que ellos lo comercialicen a cambio de que nos abonen un *fee*. No vivimos de los patrocinadores globales, cosa que estamos trabajando. En los últimos años, la ITU ha sumado espórsors que están muy vinculados a Tokio y que nos ha llevado a trabajar con marcas japonesas como Asics o la empresa de radiodifusión japonesa NTP. Ahora estamos a punto de firmar otro patrocinio global con una compañía nipona.

Usted es una de las referentes como líder de organizaciones deportivas, como las federaciones de triatlón internacional y española. ¿Hay falta de interés del público femenino respecto al liderazgo de entidades deportivas? ¿Cómo lograr que ese interés se expanda entre las mujeres?

Es la pregunta del millón en este momento, y es difícil de contestar. Cuando hace años vi las cifras que certificaban la baja representación de la mujer en los órganos de

decisión del deporte, decidí trabajar en esta área con el Comité Olímpico Español y el COI. Tras años centrándonos en abrir puertas para que entren las mujeres, creo que estamos en un momento bastante bueno; ya no nos podemos quejar, ahora debemos actuar, necesitamos a mujeres que estén dispuestas a entrar.

Marisol Casado: “Cuando haya voluntad política, Madrid podrá ser ciudad olímpica”

¿El futuro apunta a la igualdad de representación en los órganos de decisión? Hay que seguir empujando para que se sigan abriendo puertas. Aún no hay referentes, la única mujer presidenta de una federación de una disciplina olímpica soy yo. Pero ahora estamos teniendo éxito en la participación deportiva de las mujeres, y es oro puro que haya gente vaya a ver deporte femenino. En los Juegos Olímpicos estamos en el 50% de participación. Todo ello me hace pensar que a partir de ahora vamos a tener una generación mucho más grande de mujeres que han sido deportistas, y que aspiren a dirigir organizaciones.

Se habla de París 2024 y Los Ángeles 2028 como la gran oportunidad de haber aprovechado dos grandes ciudades para adjudicar dos Juegos. ¿Era necesario algo así en un momento es que los países empezaban a cuestionar si debían presentar candidaturas?

Lo he vivido muy de cerca porque he sido miembro de la comisión de evaluación de París 2024, que finalmente incluyó la de 2028. Es bastante importante tener la mente abierta, también a la innovación. Ya se había hecho la agenda 2020 donde flexibilizaba mucho la elección de las ciudades para los Juegos. En ese periodo de tiempo, hubo diferentes candidatas, otras se cayeron por referéndum. Se presentó una ocasión estupenda porque había dos magníficas ciudades y dejar una fuera que tuviera que volver a hacer todo el proceso era una lástima, porque podríamos haberla perdido para la siguiente edición. Así que fue una oportunidad que debíamos aprovechar.

¿Madrid será ciudad olímpica?

Ha quedado demostrado que las candidaturas de Madrid eran muy buenas o incluso mejores que las que salieron elegidas. Creo que lo que falta es voluntad política. En el momento en que vuelva a haberlo, creo que sí será posible.