Monterrey 6 de Junio-78



PLAZA PUBLICA

¿Hoy la Segunda Derrota?... La Fascinación por el Futbol Cómo Movilizar a una Nación

Por MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA

Esta mañana entra por segunda vez en la cancha, esta vez en Rosario, el equipo de futbol formado por jugadores mexicanos, que

(PASA A LA PAGINA SIETE)

PLAZA PUBLICA

¿Hoy, la Segunda Derrota?... La Fascinación por el Futbol Cómo Movilizar a una Nación

Por MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA



(VIENE DE LA PRIMERA PAGINA)

participa en la copa del mundo. Seguramente la atención que le prestarán sus seguidores será menor que la brindada por ellos mismos el viernes pasado. Entonces había la esperanza, la certidumbre casi, de que el equipo de jugadores tunecinos sería aplastado por el de los mexicanos. Como se dice en México, les cambiaron el chirrión por el palito y una pesada sombra de frustración, parecida a las grisuras con que ya nos está regalando este junio lluvioso, se batió sobre el territorio nacional.

Los expertos en el balompié están seguros que hoy serán enormes las dificultades de los futbolistas mexicanos para empatar siquiera con los alemanes. De producirse una victoria teutona, las oportunidades de los mexicanos habrán concluido en este campeonato. Sólo que entren en práctica los "imponderables", como gustan de decir los gritones cronistas deportivos de la televisión, el equipo de mexicanos podrá continuar adelante.

De cualquier modo, independientemente del resultado de hoy, estamos frente a la ocasión de examinar —o mejor dicho, de plantear cuestiones para entrar a un análisis a fondo del asunto— sobre la fascinación que ejerce el futbol sobre millones de mexicanos, y la relación que ello tenga con la política.

Recordemos algunas cuestiones básicas. En primer término, no olvidemos que el futbol profesional es, ante todo, un negocio. Es un negocio de grandes cifras, en que algunos jugadores alcanzan precios de varios millones de pesos. Hay que tener presente, así, que los jugadores que actualmente contienden en la República Argentina no representan, estrictamente hablando, a México, sino al puñado de intereses mercantiles que los patrocinan, obteniendo con ello suculentas ganancias.

Raras veces se oye decir a un empresario que tiene éxito en sus negocios. Por lo tanto, la permanente que jumbre de los propietarios de los clubes de futbol acerca de sus dificultades económicas tiene que ser escuchada con un grano de sal. He oído decir al rector de una universidad provinciana, patrocinadora de un equipo de la primera división, que no tiene por eso que ocultar la bonanza económica de ese equipo, que ningún club pierde dinero en la práctica del futbol profesional. Me hacía notar de qué manera sólo la concesión para la venta de cerveza en el estadio correspondiente es de tal modo rentable, que esa universidad podrá financiar un club campestre de cierto lujo, construido especialmente para ese propósito, sólo con las ganancias derivadas de la operación del futbol.

Imaginemos que una empresa siderúrgica mexicana envía a sus representantes a, digamos, Colombia a vender acero. Imaginemos que el comprador convoca a otros proveedores, procedentes de los cuatro puntos cardinales. Imaginemos, por último, que la oferta de la empresa mexicana es de menor calidad y de mayor precio y de plazos de entrega menos convenientes que la oferta del vendedor tunecino, por ejemplo y que por consiguiente es el vendedor africano el que obtiene el pedido. ¿Habría quien derramara una lágrima o se le ensombreciera el rostro, o enchuecara la boca por la "derrota" de esta empresa mexicana? Seguramente no. Pues en Buenos Aires ocurrió lo mismo: Una empresa mexicana cayó abatida. Ni el honor nacional, ni los colores patrios, ni nada semejante estaban en juego, y por lo mismo no sufrieron quebranto.

Naturalmente, este punto de vista nuestro no es compartido por millones de personas. Sería absurdo decir que esos millones de personas están locas o son tontas y que, al contrario, quienes opinamos de esta manera disfrutamos del exclusivo privilegio de la cordura y de la lucidez. Es preciso encontrar el mecanismo por el cual el futbol convoca de la manera en que lo hace la pasión, la emoción de estos millones de personas. En este camino, habría que tener en cuenta el hecho de que la televisión ha acentuado, o muy probablemente creado, esta edición masiva por el futbol profesional.

En efecto, una cosa era el futbol antes del advenimiento de la televisión, y otra cosa después de esa circunstancia. No sólo ha cambiado la esencia de ese espectáculo como negocio, sino también como espectáculo mismo. Con gran frecuencia, sobre todo los niños se entretienen jugando al futbol y, al mismo tiempo reseñando en voz alta, a gritos como lo hacen los narradores de la TV los incidentes del juego en que participan. Si la televisión, más que el futbol mismo es capaz de crear esta movilización nacional, ¿no es este un nuevo llamado de atención sobre la capacidad de influencia de ese medio, y los riesgos de que la siga manejando un grupo que sólo contempla su particular interés?