

**ADIÓS A**

## SARAMAGO, MONSIVÁIS Y ECHEVERRÍA

La mejor forma de recordar al escritor portugués y ganador del Premio Nobel de Literatura, José Saramago, al intelectual mexicano, Carlos Monsiváis y al filósofo ecuatoriano Bolívar Echeverría, quienes murieron recientemente, es recordando:

### SARAMAGO

“Yo no escribo para agradar ni tampoco para desagradar. Escribo para desasosegar”; “en un tiempo como el de ahora, en el que tan fácilmente se desprecia a los mayores, creo que soy un ejemplo muy bueno. Entre los 60 y los 84 he hecho una obra. Por tanto ¡ajo con los viejos!”; “antes de empezar a escribir, tengo que escuchar lo que suena en mi cabeza, porque si acabo una frase con todo sentido, pero a esa frase le faltan armonía y melodía, es que aún sigue incompleta”; “si la literatura pudiera cambiar el mundo, ya lo habría hecho”; “el hombre más sabio que he conocido en toda mi vida no sabía leer ni escribir”; “disentir es uno de los derechos que le faltan a la Declaración de los Derechos Humanos”.

### ECHEVERRÍA

verdadera fuerza del impulso anticapitalista está expandida muy difusamente en el cuerpo de la sociedad, en la vida cotidiana y muchas veces en la dimensión festiva de esta última, donde lo imaginario ha dado refugio a lo político y donde esta actitud anticapitalista es omnipresente.

### MONSIVÁIS

“O ya no entiendo lo que pasa o ya pasó lo que estaba entendiendo”; “muchos dicen que han cumplido con su deber, y a mí, me da mucho gusto no haber cumplido ni con la mínima parte de él, para desgracia o fortuna de esta patria”; “no mentir, es a lo más que uno aspira. Si me pronuncio ante un tema, no creo estar diciendo la verdad, sino no estar mintiendo, de acuerdo con lo que yo conozco”.

**E**s fin de semana y el ambiente cambia. Dormir hasta tarde, comer lo no habitual, descansar y entretenerse es un asunto cualquiera. Todo esto acompañado de un condimento especial que durante la semana mantuvo en expectativa a más de uno, hablamos entonces del ‘señor fútbol’.

Ese deporte, capaz de hacer posibles las más raras formas de exteriorización de emociones, el mismo que logró unir un pueblo bajo el grito del ‘sí se puede’ y enarbolar el sentimiento de pertenencia y devoción hacia los colores queridos, así como de enfrentar imperdonablemente dos bandos, hoy por hoy ha dejado de ser un simple punto de manifestación de sensaciones para caber, más bien, en la discusión puramente académica sobre su acción y alcances en la cotidianidad social.

Atrás quedaron los tiempos en que un hábil jugada de un genio del balón llamado Pelé, un movimiento del fantástico Maradona, aquella definición del implacable Eusebio o el prodigioso dribbling de Cruyff eran todo lo que se pedía y encantaba dentro de las canchas. La pasión vivida en las gradas y la entrega con la que se jugaba en el gramado eran la muestra palpable de que el fútbol era un deporte, nada más.

Con el paso de los años y el evidente cambio en las prácticas sociales, hoy en día, cuando hablamos del rey de los deportes, debemos inevitablemente situarnos en dos aspectos trascendentales: el social y económico. Entender que el carácter social del fútbol radica una linealidad histórica, es decir, que la afición al fútbol y el universo de pasiones que se mueven dentro de éste corresponde a una herencia de muchos años atrás, y que; por otro lado, sería equívoco tratar el tema futbolístico dejando de lado al Dios dinero, esto pues, son más los movimientos de los verdes entre andurrial y andurrial que los que se hacen dentro de la cancha misma.

¿Por qué se concentran tantas pasiones alrededor del fútbol entonces? ¿Qué hace distinto y suprapopular a este deporte

## DE LA PASIÓN POR EL DEPORTE A LA PASIÓN POR EL DINERO

 por **Fabrizio Rauber**


con respecto a los otros? La respuesta parecería clara según lo dicho por el sociólogo Dimitri Madrid, catedrático de la UPS y de la Universidad Central.

Para Madrid, la razón por la que el fútbol es tan popular reside en que se posibilita la confrontación entre iguales, o sea, no importa si se es bajo o alto, musculoso o delgado, el aspecto contingente de la competición queda intacto, mencionando también que es una práctica intercultural, pues siempre encontraremos actores de distintos orígenes por lo que, además de arrojar la relación no sólo circunstancial de individuos diversos, se fomenta el tra-

bajo en equipo y este surge como puntal independientemente del trabajo individual. Ejemplo de ello es que un equipo; si bien es cierto posee una estrella, llámese Messi, Ronaldo o Kaká, obtendrá resultados gracias a la labor colectiva de sus integrantes.

Entonces decimos que el fútbol tiene esa calidad de deporte supremo en cuanto a seguimiento de la afición, pues brinda esa oportunidad de participación integral desde muchos sectores. Muchos de nosotros nos hemos convertido alguna vez en técnicos, jugadores, dirigentes o árbitros en un intento por acceder a esa cualidad que el fútbol brinda, pues es una situación puramente vivencial.

## LAS TELECOMUNICACIONES EXTENDIERON SUS BRAZOS

Ahora bien, si el fútbol es una práctica movilizadora de masas y pasiones, éste no puede; por sí mismo, dispersarse. Claro, para mencionar aquello nos situamos en el periodo donde el desarrollo de las telecomunicaciones le permitió extender los brazos y llegar a rincones antes impensados o, simplemente, llevar la señal de manera más clara y rápida. La tecnología ha permitido elaborar nuevos sistemas de transmisión de la información. Largo ha sido el camino recorrido para poder tener en nuestros televisores los partidos en alta definición.

Aprovechando tiempos de mundial, entendemos que desde que el primer juego llevado a través de la televisión en Suiza 54; pasando por el primero a colores en Inglaterra 66; o las amigables máquinas de escribir de México 86; ha sido mucho el progreso obtenido y éste mismo es, sin duda alguna, el motivo que posicionó al fútbol en donde está, algo en lo que concuerda Patricio Jarrín, experimentado y reconocido periodista deportivo de nuestro país, quien señala que “aún manteniéndose el fervor original de la fiesta futbolística, éste ha se ha acrecentado gracias a la ayuda de nuevas y rápidas vías, económicas y fiables de transmitir cada uno de los

acontecimientos dados en los distintos espacios donde se den”.

El desarrollo de las telecomunicaciones y el avance de la tecnología, así como la impresionante capacidad de adhesión social que éste deporte posee, nos lleva al análisis económico.

Jarrín menciona como anécdota que durante los mundiales el país se paraliza para seguir minuto a minuto las incidencias del partido, así como, conforme avanzan los equipos de ronda a ronda, el interés no

se centra únicamente en los seguidores originales de ellos sino que siempre existirán otros que se identifiquen con éstos.

### entonces...

El gran movimiento de masas provocado durante 90 minutos es, sin duda alguna, el principal atractivo para la actividad económica. La emoción de los espectadores se traduce, para algunos, en millones. Ahora bien, la actividad económica no sólo se admira en ese campo. Movimiento de dinero existe en varios sectores, en el barrio por ejemplo la señora que vende las gaseosas mueve dinero con sus ventas.

El fútbol, gracias a su enorme poder monetario, está considerado dentro de las 20 economías más sólidas del mundo. Durante el mundial de Alemania, en el 2006, un informe elaborado por la consultora internacional Deloitte & Touche, estimó que 3 millones de personas asistieron a los estadios alemanes, 2,5 millones de turistas fueron a ese país por el campeonato, quienes gastaron un promedio de mil dólares diarios, que se suman a los 500 millones aportados por los patrocinadores. El mundial de 2006, dejó como ganancias 1.124,6 millones de Euros. Nada despreciable si comparamos con los 2000 millones de dólares obtenidos en Francia 98’.

Todo es dinero, sino veamos: La televisión mundial efectuó la mayor cobertura de un evento cubriendo 214 países con 26.290 millones de telespectadores a través de 376 canales, De los 1,059 millones de dólares que esta mega transmisión reportó, solo 650 millones de dólares fueron por derechos televisivos y 277 millones de dólares por concepto de marketing, sin tener en cuenta, por supuesto, a los patrocinadores, entre ellos las monstruosas transnacionales como Coca-Cola, Adidas, MasterCard, Budweiser, Toshiba, Philips, Fujifilm y Gillette, estas dos últimas unidas a los mundiales desde 1982.

El fútbol mueve anualmente 500 mil millones de dólares, algo grosero si sabemos que ese rubro es el triple del PIB de Argentina, y supera el de otros como Bélgica o la misma Suiza, o que un sólo jugador, como Cristiano Ronaldo supe-re con mucho más el sueldo del Presidente de la primera potencia mundial, Barack Obama.

La arbitrariedad con que se actúa deja que desear. La FIFA tiene en sus registros más países afiliados que la ONU, y, sin importar estamentos jurisdiccionales, elabora sus propios marcos reglamentarios que, en la mayoría de los casos, sobrepasan los estamentos de las naciones, violentando así derechos como el trabajo al suspender a jugadores de la actividad deportiva durante periodos determinados.

Decidir una sede para el mundial es un arte de negocios. Más allá de organizar la copa mundial, los juegos traen consigo millones en inversión y ganancia. Se calcula que Alemania, con una inversión aproximada de \$12.000 millones de dólares en infraestructura, experimentó un incremento de alrededor de 0,5% en el PIB del año 2006. La inversión para Sudáfrica 2010 es de 2,7 mil millones de dólares.

Para este evento se prevé que las quince empresas patrocinadoras oficiales de la Copa superen el pago de 500 millones de dólares efectuado en el mundial de Alemania 2006. De allí comprendemos por qué el equipo ganador se lleva como premio 30 millones de dólares.

La pasión continúa perenne en las gradas y otro tipo de pasión se desemboca en las arcas de las grandes empresas del deporte. Debemos esforzarnos por no perder la real esencia de éste deporte, la sana competencia y entender que, cuando el árbitro pita, se acaba y no es más que un juego.

**Fuentes:**

<http://www.infobae.com>  
<http://www.marlexsystems.org>  
<http://www.lanacion.com.ar>  
<http://alainet.org/active>

