Medios, delito y violencia

VIOLENCIA / EL DRAMA DEL HINCHA DE MILLOS APUÑALADO POR UNO DE SANTA FE

Todo por una camiseta azul

Un joven de 16 años, seguidor de Santa Fe, atacó sin motivos a Giovanni Cortés, que ahora permanece en el hospital El Tunal, con un pulmón perforado

LA FIESTA QUE SE vive dentro del estadio se convierte por fuera, en ocasiones, en una batalla. El domingo pasado un hincha fue apuñalado y 40 más fueron retenidos por la policía

Periódico El Tiempo,

Edgar Gustavo Angel G.*

Globalización y deporte

La televisión hace posible hoy, que en el rincón más apartado del mundo se puedan observar de manera simultánea todo tipo de eventos; entre ellos los deportivos. Pero el precio que pagamos deportistas y consumidores por el rentable negocio, merece un análisis, al que buscamos contribuir con el presente artículo.

* Coordinador Colegio Académico de Comunicación y Educación. Universidad Pedagógica Nacional.

En muy contadas oportunidades la primera página de la sección de deportes de un diario de circulación nacional, se dedica a los seguidores del balompié. El martes 10 de abril de 2001, El Tiempo lo hizo. Se refirió a la brutal agresión contra Giovanni Cortés, un joven de 20 años, casado, fanático del fútbol y quien junto con otros tres compañeros intentó, sin éxito, asistir al clásico entre Santa Fe y Millonarios, que se jugó el domingo anterior a la aparición de la nota.

En un mundo globalizado, el enmarañado tejido medios, patrocinadores, deporte se presta para casi todo.

Giovanni y sus acompañantes vestían camiseta azul; por ese hecho, veinte muchachos con camiseta roja los atacaron. El joven padre permaneció tres días en un hospital del servicio de salud de Bogotá, con un pulmón perforado; sus agresores y acompañantes, en una comisaría. Unos y otros portaban armas que presagiaban, más la asistencia a un duelo de pandillas, que a un espectáculo deportivo.

De la sana rivalidad hemos pasado, sin mediar palabra, a la agresión física. *Las barras bravas,* copia fiel, en desmedro del espectáculo, de los *hooligans* ingleses y holandeses, hacen necesaria la presencia de grupos antimotines cuando juegan Nacional o América contra los equipos de la capital. ¿De dónde sacamos estos estereotipos?

Medios masivos y deporte

La mayor expresión de la globalización, sin duda alguna, es la televisión, nada más atrayente que un espectáculo deportivo para congregar multitudes en torno a la caja mágica.

Cerca de 1.700 millones de personas vimos la final del campeonato mundial de Francia 1998. Los derechos de televisión que cancelaron las dos cadenas locales que la transmitieron, y los comerciales con que fuimos bombardeados durante los 64 partidos, hicieron que el esfuerzo comercial valiera la pena para anunciantes y canales privados.

Para el próximo campeonato mundial, Corea Japón 2002, los derechos de televisión para América Latina serán de Direct TV. En otras palabras, entraremos en el comercio de P.P.V. (pague por ver), novedoso sistema de mercadeo planetario que fue exitosamente probado en los pasados Juegos Olímpicos de Sydney.

La simultaneidad de los certámenes, obligó a los productores a ofrecer el mismo tratamiento televisivo a todos los deportes, y sin embargo la venta de señal abierta[1], a un año de los Juegos, no garantizaba el esperado éxito comercial. La N.B.C., dueña de la franquicia, por la que pagó 705 millones de dólares, optó por proponer a quienes retransmitirían P.P.V., y las ganancias se duplicaron.

Los Campeonatos Mundiales de Atletismo obligaban un solo pico de preparación, que concluía durante la única cita orbital. Primo Nebiolo oyó el consejo y la Federación Internacional de Atletismo entró al negocio de la tele. Los derechos de televisión hacían imperiosas mínimo siete crestas durante el año, cuatro bajo techo y tres en escenarios abiertos. El proceso de entrenamiento para alcanzarlas debió variar, a él lo acompañaron nuevos componentes alimenticios y rápidas transformaciones en las ciencias aplicadas, para garantizar las recuperaciones de los músculos lesionados, producto del sobre-esfuerzo. El espectáculo debía continuar, sin importar el costo.

[1] Señal Abierta: se refiere a la recepción de programas de televisión por canales comerciales (Uno, A).

También se transformaron para garantizar su presencia en televisión, los reglamentos deportivos; *"El caso más palpable es el voleibol. Deporte atractivo para la pantalla chica, pero con un grave problema: los partidos eran muy largos – hasta cuatro y cinco horas- y por eso televisarlos resultaba muy complicado."*

"La solución no se hizo esperar. En Octubre del año 98 , la Federación Internacional de este deporte modificó prácticamente todas sus reglas." (Morales Z, Rodrigo. Teledeportes. En: El Tiempo. (oct. 1999); p. 1D). Esto para no entrar a hablar del voleibol arena, que conjuga todos los elementos para una extraordinaria transmisión: playa, brisa, mar y esbeltos cuerpos; los acercamientos, casi pornográficos, son parte fundamental del éxito del producto final.

El Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos nos muestran deportistas que compiten cobijados por una bandera nacional. Cuando las reglas varían aparecen *nuevos escenarios, nuevos mercenarios.*

El tenis no se quedó atrás, *no deuce, no let,* junto con un mayor diámetro en la bolas, son los experimentos que buscan hacer al deporte más televisivo, a partir del 2002. Mientras el béisbol parece haber sido concebido para televisión, no ha requerido modificaciones en el reglamento para dar paso a los comerciales, como si lo han hecho el baloncesto N.B.A. y el fútbol americano, cuyos comisionados, ante todo David Stern, avizoraron, además, la necesidad de vender franquicias para recibir la señal de estos atrayentes espectáculos.

Las copas MERCONORTE y MERCOSUR, en fútbol, fueron creadas para mantener vivo el interés por este deporte durante todo el año, hecho que obligó a modificar el calendario de la COPA LIBERTADORES. Las dos decisiones se copiaron del fútbol europeo.

Modificaciones en calendarios, reglamento y procesos de entrenamiento, reflejan el esfuerzo de los canales por esclavizarnos, cada vez más a las transmisiones deportivas; corrección, esclavizarnos a los productos que durante la transmisión se promocionan.

Los Juegos Olímpicos, el Mundial de Fútbol y otros escenarios de globalización deportiva

Una de las sillas más apetecidas en el ámbito deportivo es la del catalán Juan Antonio Samaranch. El hombre que transformó al movimiento olímpico llegó de la mano de Michael Payne al cargo de presidente del C.O.I. en 1980. Los Estados Unidos y algunos de sus aliados boicotearon las justas moscovitas, como protesta por la invasión de las tropas soviéticas a Afganistán.

Para evitar un nuevo fracaso económico y ante el anunciado boicot del *bloque comunista* a los juegos de los Ángeles 1984, Samaranch y Payne crearon de la mano de Horst Dassler y su empresa I.S.L. Marketing, el programa TOP. Diez patrocinadores iniciales, en Sydney fueron doce, compraron los derechos para usar con exclusividad los anillos olímpicos. Estos doce privilegiados aportarán el 66% de los ingresos del C.O.I. durante la próxima década.

"Sus amplias fuentes de ingreso le permiten al C.O.I. canalizar hasta US $150.000 para cubrir gastos de muchos atletas, financiar con US $10 millones la reconstrucción del estadio Olímpico de Zetra de Sarajevo, ofrecer comida y alojamiento gratis a todos los atletas durante los juegos y dedicar el 10% de los pagos por derechos de transmisión a la creación de un fondo de becas para los atletas. Payne espera recaudar unos US $500 millones por patrocinio entre 1998 y el 2000, frente a US $350 millones entre 1994 y 1996. Además el C.O.I. recibirá US $ 1.800 millones por derechos de transmisión 2000 – 2002. Samaranch dice que el C.O.I. no tiene que preocuparse por sus ingresos hasta el 2012." (En: Tiempos del mundo).

El cuestionamiento a los abultados ingresos se refleja en la inequidad de la distribución; el 70% entre los países industrializados que acaparan el 94% de la medallería, contra el 30% para los en vía de desarrollo. El tema se abordó en la XII Asamblea del Comité Olímpico Internacional, pues para financiarse algunos atletas recurrieron al nudismo: *"La discusión se planteó por la aparición de 29 atletas del equipo olímpico australiano, que posaron desnudas para una edición especial de la revista Black & White con la intención de promover el deporte, especialmente las disciplinas acuáticas."* (En: tiempos del mundo).

Foto: Libro Guinness de los Records 1999

Y si por allá llueve por aquí no escampa, nuestro seleccionado de Polo Acuático Masculino, recurrió a la estrategia de la promocionada película *Full Monty,* para poder participar en los Suramericanos de 2000.

En un esfuerzo por restablecer los límites a la contratación de futbolistas extranjeros, catalogados por sus críticos como xenófobo, Gerhard Aigner, Director Ejecutivo de la Unión Europea de Fútbol (U.E.F.A.) advirtió: *"El fútbol se está sumergiendo en un hoyo negro en el que los jugadores son considerados mercenarios, para ellos sólo cuenta el dinero."* (En: Tiempos del mundo.)

Pero en una sociedad de mercado, el dinero es amo y señor, por eso la discusión entre la F.I.F.A. y la Unión Europea (U.E.) que lucha por abolir el modelo de traspasos, al que califican como esclavista, es pertinente: *"... examinaron durante más de un año el funcionamiento del sistema de transferencias que la F.I.F.A. aplica a los jugadores y llegaron a la conclusión: no es transparente. A partir de allí decidieron solicitar a la F.I.F.A. que se establezcan nuevas reglas que extiendan a los futbolistas los beneficios que la Comunidad otorga a cualquier otro trabajador europeo. Si eso llega a ocurrir, cualquier jugador de un equipo europeo podría cambiar de club aún cuando tuviera su contrato en vigencia."* (Rafael, Eduardo).

Y aquí si que entre el diablo y escoja: En la temporada 1998–1999, los clubes ingleses desembolsaron 316 millones de dólares en fichajes que incluyen jugadores nativos y extranjeros; mientras en Italia la *legión mercenaria* subió de 163, en la temporada 1999-2000, a 175 en la actual. En la liga más rica del mundo actúan

75 latinoamericanos. Esto para no entrar a hablar del fútbol español, del que tenemos referencias más cercanas.

Esa permanente necesidad de *materia prima* para alimentar el espectáculo a cualquier costo, justifica tanto el fenómeno de los pasaportes fraudulentos, como la transferencia temprana de jugadores menores de edad, por las que fueron criticados el Manchester United y más recientemente el Arsenal -reincidente-, por el contrato de Nery Castillo de 16 y el Gremio de Porto Alegre, que fichó en Julio de 2000 al uruguayo Enzo Scorza, de 12 años.

Son esos ídolos quienes mantienen vivas, tanto las transmisiones televisivas como las fanaticadas, y las poderosas chequeras, lucradas con los beneficios de la publicidad y nuestras compras, las que posibilitan las contrataciones sin límite en el fútbol y reglamentadas en la NBA.

Ninguna franquicia, de las 29 que integran la NBA, puede gastar más de un límite estipulado por la organización desde 1985. Comenzó en $3.5 millones y para este año 2001, es de 35.5 millones. *"Un tope que se modifica al concluir cada temporada, y cuyo crecimiento depende de los ingresos, especialmente los que lleguen por televisión"* (Romano, Miguel). Con esos dineros se contrataron inicialmente a los integrantes de la legión africana que encabezaron Diktembe Mutombo y Olabijou, y que para el próximo *draft* [2] contará con la presencia de dos, de los tres integrantes de la "gran muralla china": Yao Ming de 20 años y 2.27 metros, quien ocupará el número uno en el sorteo, y Menk Bateer 24 y 2.10 m. El tercer integrante Wang Zhizhi de 2.18m y 24 años ya fue seleccionado por los Dallas Makericks en 1999.

Los chinos sacaron ventaja de la codicia americana: obtuvieron franquicia NBA libre para OTV, que transmitirá dos partidos semanales sin pago mientras que el cuerpo técnico será asesor, durante dos temporadas, de los equipo que seleccionen a Ming y Bateer. Reglas de mercado a la comunista.

Para cerrar este apartado, unas líneas a la relación publicidad, medios y consumo.

Los contratos publicitarios constituyen una jugosa fuente de ingresos, no sólo para cadenas de televisión y propietarios de clubes. Las estrellas logran porcentajes importantes de los réditos, que finalmente salen de nuestros bolsillos. Miles de adolescentes incrementan las arcas de Ana Kournikova *"Solo las bolas deben rebotar"* cuando compran los sostenes que la bella tenista anuncia.

La ropa deportiva y las bebidas hidratantes ocupan el primer lugar en inversión publicitaria relacionada con actividad física. Venus Williams obtendrá 40 millones de dólares durante los próximos dos años por lucir el atuendo Reebok; mientras en la misma China, 100 mil empleados que trabajan para la empresa no juntarían ése dinero, entre todos, en toda su vida útil laboral.

La publicidad busca asociar el éxito deportivo con la marca y el estilo de vida del triunfador; deja de lado las arduas horas de entrenamiento y sacrificio. Los patrocinadores venden un mundo ideal, al que sólo se puede llegar a través del consumo.

Inequidad y consumismo en un cóctel que nos invita a ingerir la televisión, productora de efectos que no estaban calculados.

[2] Draft: Lotería, Remate en la que, por los mejores jugadores tienen la oportunidad de ofertar en primer lugar, los clubes que ocuparon los últimos lugares en la temporada inmediatamente anterior.

Globalización, delito y violencia en el deporte.

Durante la final del Campeonato Mundial de Fútbol de 1986, Diego Armando Maradona, ante la incredulidad de sus contendores, el equipo inglés, consiguió un gol ilícito con la mano, *"la Mano de Dios"* dijo el argentino, reconociendo el ilícito y por consiguiente el delito, que jamás fue penalizado.

Raúl, jugador del Real Madrid marcó un gol, también con la mano, en el triunfo de su equipo sobre el Leeds United 3-2. La U.E.F.A. suspendió al jugador por un partido, y lo multó con 13 mil dólares. El hecho nos invita a reflexionar sobre si todos los deportistas, son iguales ante la ley. Evidentemente no.

En la Corte Suprema de Justicia Argentina, se espera el fallo de confirmación, desde hace más de 18 meses, del expediente por el que se condena con dos años de prisión a Maradona, por agresión con un rifle de aire a un grupo de periodistas. *"El hecho refleja los intereses que se mueven y benefician únicamente a los poderosos."* (Bermolen, Marcelo). Dos acciones aisladas, de un mismo protagonista, evidencian la falta de objetividad transnacional una, local la otra, para juzgar delitos cometidos por ídolos del deporte.

El caso de O. J. Simpson corrobora nuestra teoría, a un icono deportivo no se le mide con el mismo rasero, ni en Argentina, ni en Estados Unidos; sin importar cual sea el delito.

Al unir el rompecabezas, ley de traspasos U.E. y legislación F.I.F.A., el marco de los delitos cometidos por los futbolistas Alvaro Recoba, Edu, Warley, Alberto, Diego Garay y Farid Mondragón, entre los 28 investigados por falsedad en documentos, adquiere una nueva perspectiva.

Foto: Historia Universal. Juegos Olímpicos de Munich (Alemania) 11 de septiembre 1970

Los equipos, en su afán por nuevos ídolos, son capaces de buscar por toda Europa, ancestros, en los casos de Recoba y Mondragón; o familiares cercanos, en los casos de Edu y Garay. No importa si adicionalmente deben recurrir a falsificar documentos.

El delito, de la misma gravedad en los casos Recoba y Mondragón, recibió diferente tratamiento en los tribunales italiano uno, francés el otro. El uruguayo recibió una amonestación, acababa de renovar contrato con el Inter por 7 millones de dólares anuales hasta el 2006, la televisión del mundo no podía perderse sus goles. Mondragón, por su parte debía esperar la apelación al fallo que lo imposibilitaba para jugar en el viejo continente por tres años.

Si continuamos armando el rompecabezas y observamos los picos o crestas de rendimiento de los deportistas de élite, comprenderemos por

qué algunos entrenadores, especialmente en atletismo, pesas y ciclismo, se oponen al control del doping. Justifican su uso, ante la necesidad de recuperar a los protagonistas para el gran circo, que ahora transmite la televisión.

Recientemente entrenador y médicos del equipo finlandés de esquí, reconocieron haber suministrado sustancias prohibidas y de difícil rastreo a seis de los medallistas de la selección que participó en Nagano 98. Adujeron presión del público por las medallas.

El esfuerzo por detectar las drogas prohibidas hace que la inversión de los laboratorios por dificultar su rastreo y mejorar los efectos en el deportista, se incrementen. El bajo uso de esas sustancias (muchas requieren de seguimiento especializado), contra los altos grados de investigación, hacen que deban transferirse los costos en exceso, a productos de consumo masivo. El mismo público que pide medallas, paga por un lado y por otro.

Pero quizás el mejor ejemplo de la influencia por transculturización en el deporte, está representada en los *hooligans,* herederos de la cultura xenófoba de los *skinheads,* que defienden el nacionalsocialismo como ideología y los *redskins* que se identifican con el marxismo. Del mismo tronco se heredan la violencia e intolerancia que los hace discriminar, esta vez, a los seguidores de otro club de fútbol. El comportamiento en pandillas y los movimientos de avalancha que acompañan los ritmos Ska y Oi, como características predominantes, se transfirieron a los estadios y nos obligaron a vivir las pesadillas de Estambul, donde murieron dos hinchas ingleses durante las horas previas a la semifinal entre el Galatasarai y el Leeds United por la Copa U.E.F.A. de 2000, y otras tragedias que prefiero no evocar.

Pero no solamente nos agredimos en *vivo y en directo.* La mediación de la televisión y los espacios virtuales que ella promueve, posibilitan nuevos escenarios para la violencia.

Unos meses atrás, el enfrentamiento entre fanáticos ingleses y argentinos en Saint Etienne, tras el triunfo de los primeros, durante la Copa Mundo Francia 98, acabó con las plazas Jean Jaures de la población francesa y el Obelisco de Buenos Aires. Los fanáticos que se congregaron en la capital bonaerense destruyeron el televisor gigante que instaló el Canal 2 (América 2), junto con la más famosa plaza Argentina; respondieron así a las *agresiones* de que eran objeto sus compatriotas, a miles de kilómetros de distancia. La magia de la televisión planteará algunos, pero el fenómeno de la globalización a través de la televisión y los nuevos escenarios virtuales, está magistralmente descrito tanto por Armando Silva en su libro *Álbum de Familia,* como por Nestor García Canclini en *Ciberculturas.*

Pero la violencia como expresión del deporte no es exclusiva del fútbol. Cuando L. A. Lakers recobró el título N.B.A. en 2000, los alrededores del Memorial Coliseum fueron literalmente arrasados. Al iniciarse los disturbios, de celebración, salieron del estadio 27 mil asistentes, la televisión congregó a 20 mil más, que casi acaba con ésa parte de la ciudad. Muchos analistas del comportamiento individual en eventos masivos plantean que nos dejamos guiar por el colectivo. Pero, ¿cuál es el papel de los medios?

Verdad o ficción, el tejido social que produce la industria cultural a través de los medios, afecta nuestro comportamiento social. Esa intolerancia, aprendida en la calle y reforzada en los medios masivos, casi cobra en Givanni Cortés una nueva víctima, por ser... el del trapo azul.