

MUJER, DESAFIOS DE LA COMUNICACION**10**

La inserción de la Mujer en los medios de comunicación es cada vez mayor. Esto ayuda a consolidar sus conquistas y acelerar sus progresos. Eso sí, en América Latina, 80 millones son pobres-pobres.

Dunja Pastizzi, Lola Rocha, María Yáñez, Mercedes Pulido, Jaime Niño Diez, Halfdan Mahler, Angharad Valdivia, Mariana Landázuri, Jessica Ehlers, Attilio Hartmann, Lucía Lemos, Martha Rodríguez.

**PERIODISMO DEPORTIVO****56**

Gracias a la alta tecnología, la TV y la publicidad, el periodismo deportivo es el género de mayor crecimiento en todo el mundo. Pero, irónicamente, en América Latina no hay universidades en donde especializarse.

Michael Real, James Larson, Gilberto Fregoso, Máximo Simpson, David Landesman, Daniel Samper, John MacAloon, Huntington Williams, Pete Axthelm, Craig Neff, Orivaldo Perin, Fausto Jaramillo.

ENTREVISTAS A: MUJERES COMUNICADORAS

Patricia Anzola, <i>Juan Braun</i>	48
Rigoberta Menchú, <i>Kintto Lucas</i>	52
Amalia Pando, <i>Ronald Grebe</i>	53
Ana María Romero de Campero, <i>Ronald Grebe</i>	54

NOTICIAS	2	ACTIVIDADES DE CIESPAL	6
EUROPA	4	NUEVAS TECNOLOGIAS	8
AFRICA	5	LIBROS	95

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de CHASQUI.

Carta del editor

Mujeres comunicadoras. Cada vez son más. Hasta hace muy poco las redacciones eran un Club de hombres. Ciertamente, "ellas" no podían quedarse en el diario hasta la medianoche. ¿Viajar solas? ¡Imposible! Tampoco iban a la Universidad ¿Para qué? Pero hoy son muchas. Mañana serán miles. Deben comprometerse no solo a luchar por ellas mismas, sino por una sociedad más libre, más justa. Y de la mano con los hombres.

CHASQUI intenta saldar una deuda con sus lectores. Nunca, en sus 19 años de existencia, ha incluido en sus páginas una sección de Periodismo Deportivo, a pesar de que

este tema ocupa una gran parte del contenido de un medio de comunicación. Y millones se sientan frente a un televisor para gozar de un partido de fútbol.

Del circo romano al circo de la TV. Claro, 2.000 años después. Lo que era un evento para unos pocos es ahora un espectáculo para las masas. ¡El mundo es un estadio!

La portada de CHASQUI es obra del famoso pintor ecuatoriano Oswaldo Guayasamín. ¡Muchas gracias!

Juan Braun

DIRECTOR: Asdrúbal de la Torre. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Nelson Dávila. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Oswaldo Guayasamín y Jaime Pozo. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Jorge Mantilla Jarrín, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Lucía Lemos, Jorge Merino, Francisco Ordóñez. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis Beltrán

(Bolivia); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). Servicios Especiales de IPS, OIP, IJI. Chasqui es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584. Quito-Ecuador. Teléfono: 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED. FAX (593-2)502-487

Gilberto Fregoso Peralta

Fútbol México - 86: Así se hizo el mundial

El artículo exclusivo de Gilberto Fregoso, describe con fría precisión, lo que fue la "interna" del Mundial de Fútbol México'86. Un país en crisis. La necesidad política del Mundial para contrarrestar el malestar social. La alianza con TELEvisa. El poder de la FIFA. El Cuaderno de Cargos. Los patrocinadores y las ganancias. Y también los "ratoncitos verdes".

Miguel De la Madrid asumió el cargo de presidente de México en diciembre de 1982 y la decisión de solicitar para el país la sede del Mundial de Fútbol de 1986, se hizo oficial en marzo del año siguiente. Varias fueron las razones para determinar ese propósito, pero la más importante fue la aguda crisis económica y social que atravesaba la nación.

Meses antes de acceder a la Primera Magistratura, en su calidad de candidato por el partido del gobierno y por ello obligado vencedor, De la Madrid era calificado por diversos analistas como "el Presidente de la crisis"; señalaban que a él correspondería hacerle frente y administrarla.

UN PALIATIVO A LA CRISIS

Los primeros tres años y medio de la nueva gestión gubernamental, corrieron paralelos a su objetivo de que México consiguiera hacerse de la sede del Campeonato Mundial de fútbol en 1986. Tal propósito se enmarcó en los intentos por hacer frente y administrar la crisis que ya entonces padecía el país, como medio de atenuar el malestar social provocado por ella. En pocas palabras, para inducir un

cierto consenso de la población a despecho de las políticas económicas que se irían aplicando y que ya se vio en qué consistieron y con qué resultados.

El Estado encontró en el monopolio privado de la televisión, **TELEvisa** el socio idóneo para gestionar y obtener de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), la designación deseada y, consecuentemente, co-organizar dicho certamen. Desde un principio fue ostensible que el interés principal del régimen era de carácter político y el del consorcio televisivo eminentemente comercial. Así, las decisiones y actividades que uno y otro llevaron a efecto denotaron con claridad sus intenciones y metas respectivas. La mancuerna operó con eficacia y armonía en función de sus designios propios, aunque no exenta de algunos errores y roces que perjudicaron a terceros. La reseña pormenorizada de los acontecimientos revela la magnitud de los intereses y recursos involucrados, que no se redujeron a los de ambas instancias, sino también los de empresas transnacionales encabezadas por la FIFA: El "cartel" del espectáculo deportivo.

COLOMBIA: NOBEL SI, FUTBOL NO

Previa candidatura, Colombia había sido elegida como anfitrión de la XIII Copa del Mundo a efectuarse en 1986. Sin embargo, al conocer el **Cuaderno de Cargos**, que contiene los requisitos impuestos por la FIFA a la nación que pretenda la sede, el presidente de la

República, Belisario Betancur, pospuso su firma como aval del Comité Organizador, a efecto de estudiar a fondo la relación entre pruritos, disponibilidad financiera y soberanía. En diciembre de 1982, ante las presiones de la FIFA, el Primer Mandatario hizo el anuncio oficial de la renuncia colombiana a hacerse cargo de la competencia: Los requisitos eran incumplibles, tanto en el aspecto



El Mundial de México-86 atenuó el malestar social

Gilberto Fregoso, mexicano. Comunicador y miembro del Centro de Estudios de Información y Comunicación, Universidad de Guadalajara. Con la colaboración de Catalina Arreola Ochoa, Oralia Arreola Ochoa y Gabriela Gómez.

económico como en el político. Con dignidad, reconoció que en su territorio había "problemas más importantes que resolver" y que su pueblo no necesitaba de un mundial "porque ya tenemos más que suficiente y con enorme orgullo, con un premio Nobel de literatura: Gabriel García Márquez".¹

De inmediato se mencionó a cuatro sustitutos en orden de probabilidad: Brasil, México, Estados Unidos y Canadá. Por los aztecas el vocero fue la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), si bien otras manos movían el tinglado.

EL GOBIERNO Y TELEvisa, DUPLA IMBATIBLE

Los cuatro aspirantes tenían hasta marzo de 1983 para lograr el respaldo oficial correspondiente. Los especialistas se inclinaban a considerar que Brasil supliría la "defección" colombiana, merced a dos factores de peso: El conocido arraigo del fútbol en suelo amazónico y el hecho de ser oriundo de allí el presidente de la FIFA, Jean Marié Faustin Godofried Havelange. Con respecto a México, ponderaban la posible influencia de Guillermo Cañedo, uno de los nueve vicepresidentes de ese organismo que rige el balompié universal, quien ocupaba el mismo cargo en Televisa, presidente además de la Orga-

nización de Televisión Iberoamericana (OTI) y verdadero poder "detrás del trono" en la FMF; con la experiencia incluso de haber dirigido el Comité Organizador del torneo mundial en 1970. Asimismo, destacaron el deseo manifiesto de las autoridades mexicanas por asumir el compromiso.

Estados Unidos estaba decidido a promover este deporte en su seno y qué mejor oportunidad que con la contienda del más alto nivel: El Mundial de Fútbol, así lo había expresado Henry Kissinger en ocasiones múltiples, sería un gran negocio en un lugar con los estándares de consumo más altos del orbe. Los norteamericanos integraron su comité negociador con personalidades de la política y con antiguas luminarias de las canchas: El propio Kissinger y Cyrus Vance (ex-Secretarios de Estado), "Pelé" y Franz Beckenbauer. Aunque con reticencias (I love Baseball) y un tanto a destiempo, Ronald Reagan dio su anuencia. ¿Y Canadá? En ningún momento se tomó en serio su solicitud.

Durante los dos primeros meses del año, TELEvisa no desaprovechó noticiarios ni transmisiones deportivas para difundir la idea acerca de los beneficios que traería al país, en tanto se le designara el ámbito para desarrollar la competencia mundialista. A su vez,

la FMF a través de su dirigente formal Rafael Del Castillo, identificado como miembro del grupo "Cañedo" (TELEvisa), defendió la candidatura con argumentos tan exagerados como contradictorios. Ante la opinión adversa que en ese sentido se gestaba entre algunos analistas connotados de la realidad nacional a través de la prensa escrita, Del Castillo argumentó: "Tengo derecho a dudar de lo que digan los señores economistas quienes anunciaron, hace tiempo y por estas fechas, abundancia y riqueza para el pueblo mexicano.

No quiero hablar de ganancias sino de beneficios. Crearía (el mundial) empleos, daría trabajo a muchos mexicanos. El evento provocaría la entrada de divisas en muy buena cantidad. Y aunque no sería de ninguna manera para salvar al país de su crisis, sería buena colaboración"². Probablemente nunca se sabrá si las palabras transcritas a continuación las haya vertido de buena fe o bien apenas revelaron la ansiedad de lograr apoyo en pro de la causa que enarbolaba, aún a costa de mentir; el hecho es que se volvieron dardos de ironía en su contra: **Con un bote de pintura, una brocha y quince o veinte millones de pesos, México puede organizar el mundial 1986.**³ Tal cantidad, manifestó categórico, sería aportada por TELEvisa, con el respaldo y confianza del gobierno. Sin embargo, Joseph Blatter, otro de los vicepresidentes de la FIFA, interrogado al respecto, manifestó que "se requieren un mínimo de 60 millones de dólares para organizarlo"⁴. Sin haber precisado a qué economistas se refería en su crítica, lo cierto es que Del Castillo también falló en los pronósticos; y en cuestión de horas, el mentís dado a sus aseveraciones concernientes al mínimo costo del certamen, lo puso en evidencia.

El 10 de marzo de 1983, el Presidente brasileño, Joao Baptista Figueiredo, declinó la oferta inicial para hacerse cargo del susodicho torneo, debido a la "crisis económica" que agobiaba a su pueblo. Sostuvo que "los altos costos de tal compromiso implicarían desviar presupuesto destinado a los programas sociales del gobierno. Ante la crisis económica es recomendable una austeridad estricta en los gastos públicos".⁵



MEXICO, VIRTUAL ANFITRION

Ese mismo día, Miguel de la Madrid concedió el aval de su gobierno para que la FMF gestionara la consecución de la sede. Se encomendó a Fernando Alanís, Subsecretario del Deporte, anunciar oficialmente la decisión del régimen, en el sentido de que el país se responsabilizaba de la competencia "por ser una ocasión extraordinaria y única y de un valor incalculable, para promover en el mundo la imagen de México".⁶

Hizo énfasis en que la inversión sería de carácter privado y en que no se distraerían fondos públicos para el efecto. Calculó utilidades cercanas a los ocho mil millones de pesos (53 millones de dólares al cambio de 151 pesos por dólar), distribuidos así: 65 por cien-

ró que los aficionados locales "se encuentran entusiasmados ante la posibilidad de presenciar un mundial, aunque no podemos sentirnos seguros de que ya lo tenemos".⁷ Ya en ese momento el consorcio transnacional del espectáculo futbolístico había escogido a México como el virtual anfitrión de la competencia. Falta reunirse el 20 de Mayo en Estocolmo y dar a conocer la decisión definitiva. Prueba de tal aserto lo es que, "sorpresivamente", Joseph Blatter dio a conocer (abril 19), que no iría Comisión alguna de la FIFA a visitar las instalaciones de Estados Unidos y de Canadá, "pues no tienen tradición futbolística y las distancias entre unos lugares y otros son enormes".⁸ La declaración no dejaba más que a un aspirante en la lid: México.

futbolístico), molesto afirmó que ya se tenía un 95 por ciento de probabilidades (ni una menos) a favor. Pronosticó que el país "vivirá sus mejores momentos económicos en 1986, pues se habrán eliminado los problemas actuales".⁹

Cuando, quienes se oponían a la realización del campeonato comenzaron a manejar cifras muy superiores a las estimadas por los voceros del régimen y de TELEvisa, empezaron también las rectificaciones. Del Castillo, por ejemplo, "se dio cuenta" de que el problema era, entre otros, el aforo de los estadios y admitió que "se requiere algo más que una brocha y un bote de pintura para restaurarlos".¹⁰ Contradicciones, mentiras, expectativas infundadas de recuperación económica, cualquier subterfugio era válido con tal de no afectar el negocio.

Ante las dudas suscitadas por los siempre molestos críticos, Havelange se vio precisado a iniciar las presiones para que las autoridades mexicanas se decidieran de una vez por todas y no siguieran el camino de Colombia y luego de Brasil: El 23 de abril de 1983, anunció que dos "visores" de la FIFA salían a Estados Unidos "para conocer sus propuestas".¹¹ Resultaba ahora que las grandes distancias y la carencia de tradición en materia de soccer, efectos atribuidos a la candidatura norteamericana y suficientes para descalificarla, dejaban de ser obstáculos. Más aún, el grupo estadounidense había ya proporcionado a la FIFA la información pertinente que documentó desde un principio su demanda. Al otro día, De la Madrid reiteró ante los reporteros la confianza "en haber tomado una determinación adecuada para los mexicanos"; su Administración sostenía el aval.

LA DECISION FINAL

El 20 de mayo se reunió el Comité Ejecutivo de la FIFA en Estocolmo, con el fin de elegir a México, por decisión unánime de sus 21 miembros, sede del Campeonato Mundial 1986. Aplausos, brindis, abrazos. Todo había salido a pedir de boca. Henry Kissinger, sin quererlo, daría un mentís a la empresa futbolística al declarar, una vez escuchado el veredicto: "No me queda más que felicitar a México. Es un país al que conozco y amo, pero deploro que la FIFA haya decidido no visitar a Estados Unidos. Cuando



Mascota del Mundial de Fútbol México-86

to para las asociaciones participantes; 10 por ciento a la FIFA; el 25 por ciento restante correspondería a la FMF. Informó que la decisión se había tomado en virtud de una encuesta en la que el 80 por ciento de las personas consultadas dijo estar a favor, pero no puntualizó de dónde provino la iniciativa aprobada en el supuesto sondeo, cuándo y dónde se aplicó, ni qué criterios se consideraron. Predijo, además, que en 1986, la crisis económica se habría mejorado en virtud de las medidas contempladas por la nueva Administración.

El 13 de marzo, el Primer Mandatario recibió al grupo de "inspección" de la FIFA, encabezado por Hermann Neuberger, ante quienes formalizó la solicitud mexicana. De la Madrid conside-

SEVERAS CRITICAS

Pero las cosas parecieron complicarse durante los días siguientes. Desde las páginas de varios periódicos de circulación nacional (no la radio ni la TV), se hizo patente la crítica a las intenciones estatales y de TELEvisa; algunos periodistas e intelectuales de prestigio reconocido, evidenciaron su desacuerdo bajo el argumento principal de que la situación económica prevaleciente no justificaba el gasto cuantioso cuyos beneficiarios serían intereses mercantiles, principalmente extranjeros. Al arrear la inconformidad, las autoridades optaron por guardar silencio; no así los voceros de la televisión privada. Guillermo Cañedo, candidato para presidir el Comité Organizador de "México '86" (como ya se le denominaba al torneo

hay dos ofrecimientos igualmente buenos, debe darse preferencia al solicitante que no haya organizado antes un Mundial".¹² Por la mañana, Reagan había enviado un mensaje a la Federación Internacional en el que pedía "consideración favorable" a la solicitud norteamericana para albergar el torneo.

Destacados analistas de la prensa escrita mexicana (no de radio o TV), lamentaron que un monopolio transnacional ejerciera todos los derechos de organización y que se aceptaran obligaciones violatorias de las leyes nacionales.

ENTRETELONES DEL NEGOCIO: EL CUADERNO DE CARGOS

La Federación Internacional de Fútbol Asociado, que reside en Suiza, afiliaba en 1986 a 147 federaciones nacionales de todo el mundo; así controlaba ya uno de los espectáculos de mayor cobertura y participación internacional. Según su reglamento, la FIFA se reserva el derecho exclusivo de controlar los Campeonatos Mundiales de Fútbol, cuya sede debe ser designada por su Comité Ejecutivo, de manera que las competencias se desarrollen sucesivamente en continentes distintos, con el requisito, para el país interesado, de ceñirse a los lineamientos deportivo y financiero estipulados por ese organismo.

Cobra un 10 por ciento de los ingresos brutos, en los que se incluye boletaje, transmisiones de radio y televisión, publicidad en los estadios, la película oficial y la comercialización de símbolos y mascotas; no admite deducción alguna del ingreso total, salvo impuestos gubernamentales. Los aspirantes a responsabilizarse por un torneo de esta índole, deberán satisfacer los pruritos insertos en el Cuaderno de Cargos, que reciben previamente para su estudio:

- Doce estadios con cupo mínimo para 40 mil espectadores, sin compromisos previos en cuanto a boletos y publicidad.
- Libre circulación de divisas.
- Garantía (a la FIFA) de poder remitir sus utilidades en dólares o en francos suizos a su central en la nación Helvética.
- Supervisión de la FIFA sobre el Comité Organizador del territorio anfi-

trión, en todo lo concerniente a la comercialización.

- Libre importación y exportación de efectos personales para todos los visitantes.
- Ingreso y salida sin cortapisas, de equipo técnico al personal autorizado.
- Instalación de una red internacional de telecomunicaciones.
- Centro de prensa con todas las facilidades para quienes cubren los avatares futbolísticos.
- Sistema de transporte pertinente que cubra el trayecto hacia las sedes y otros sitios de atracción turística.
- Las ciudades sede, deberán tener aeropuerto con pistas para el aterrizaje de aviones de turbinas.
- Congelación en las tarifas de hospedaje durante los cinco meses anteriores al inicio de la competencia y hasta su terminación, a personas acreditadas por la FIFA.
- El ministerio de turismo garantizará la disponibilidad de "paquetes" de viaje y todo aspecto vinculado a hotelería y restaurantes para un servicio adecuado.
- Permiso irrestricto de ingreso y salida para todos los visitantes sin distinción de nacionalidad, raza o credo.
- Aval firmado por el gobierno, como garante de que lo anterior se cumpla.



Una valla publicitaria cuesta millones de dólares

PATROCINADORES Y GANANCIAS

Los intereses de esta transnacional del deporte están relacionados con empresas diversas que "patrocinan" las Copas del Mundo. En 1986, fueron dieciocho las corporaciones que se repartieron las ganancias más importantes. Cuatro de origen estadounidense: COCA COLA, GENERAL MOTORS, GILLETTE y R.J. REYNOLDS. Cuatro japonesas: SEIKO, VICTOR COMPANY (mejor conocida por las siglas JVC), CANNON INC. y FUJI FILM. Una italiana, CINZANO; una holandesa, PHILLIPS; una canadiense, BATA; cinco presuntamente ligadas al grupo "Daßler", de Alemania Federal: ADIDAS, INTERNATIONAL SPORT LEISURE, ARENA, LUK y SPORT BILLY PRODUCTIONS; una de la que se desconoce su génesis, VITA SAY, compañía en la que Joao Havelange sería accionista; una mexicana, TELEVISA, consorcio de radio y televisión considerado el más grande de América Latina, con 338 estaciones (año de 1986) en Estados Unidos, a través de dos cadenas que captaban al 82 por ciento de los televidentes hispanoparlantes, aparte de un amplio mercado en el centro y sur de América.¹³

A otro nivel, de menor relevancia, contrataron su participación IBM, ABC LABORATORIES, ERICSSON, SIEMENS, AGA INCORPORATED, HEWLETT PACKARD, KIMBERLY CLARK, NESTLE, DOMEQ, KODAK y FORD MOTOR COMPANY; además de las paraestatales oriundas del país sede, MEXICANA DE AVIACION, a cambio de cinco millones de pesos en descuentos a viajeros autorizados por la FIFA; BANCO NACIONAL DE MEXICO, que se encargó de vender series de boletos para asistir a los estadios; y DINA NACIONAL, fabricante de vehículos que puso los autobuses necesarios a disposición del Comité Organizador.¹⁴ Todos ellos acapararon la publicidad.

Una prueba indudable de las grandes utilidades que produce un espectáculo de esta naturaleza a sus instigadores, se contiene en el informe de Havelange (mayo 23 de 1986): "El mundial de México era un éxito desde mediados del '85, pues se habían recaudado 144 millones de francos suizos sin agotar todavía el boletaje; en Argentina se obtuvieron 65 y en España 104 millones de esa divisa".¹⁵

SUPERVISION A LOS "RATONCITOS VERDES"*

Con el antecedente ominoso de los resultados insatisfactorios de la selección mexicana en Copas del Mundo y en las eliminatorias de calificación, se corría el riesgo de que su representante fuera eliminado a primeras de cambio, lo que no debía de suceder por las consecuencias políticas y económicas que ello acarrearía.

El nexo entre las autoridades gubernamentales y el comité encargado de preparar a la selección nacional, lo fue el subsecretario del deporte. De sus planteamientos a la prensa se desprende la importancia que para las autoridades tenía "asegurar", hasta donde fuera posible, una actuación decorosa del equipo: "Vigilaremos la preparación de nuestro seleccionado", (...) "al cual se le podría negar la representación oficial, en caso de no realizar un

* Así llama el destacado periodista deportivo mexicano, Manuel Seyde, a los miembros del seleccionado nacional, merced a su poco éxito en las competencias internacionales.

trabajo serio y satisfactorio" (...) "una cosa es la selección que representaría a la FMF y otra sería una selección nacional avalada por el gobierno".¹⁶ Sin precisar a quién se refería, el subsecretario señaló que lo acontecido durante el Campeonato Mundial Juvenil, celebrado también en México en 1983, donde la debacle del cuadro azteca suscitó la violencia de los aficionados, no debería volver a ocurrir, para lo cual, aseveró, "vamos a estar cerca de todo el proceso de preparación del seleccionado y del campeonato mundial, para que no nos pase lo que les pasó a otros".¹⁷ Sus palabras iban dirigidas a la FMF y a la empresa COCA-COLA, patrocinadores del certamen para jóvenes y del consecuente revés futbolístico de los mexicanos. Si una duda quedara, se despidió de los periodistas afirmando que "la magnitud del evento rebasa el ámbito estrictamente deportivo y se involucra hasta el prestigio de un Estado. Por eso nos compete supervisar a nuestro seleccionado como autoridades deportivas".¹⁸

TELEVISA se hizo eco, pues a ambos socios convenía que el equipo tricolor (en realidad verde, blanco y rojo), se mantuviera en un primer plano de la atención pública durante el mayor tiempo posible, a fin de lograr lo que en realidad se buscaba: Un superávit catártico y otro económico. Los comentaristas y locutores de la televisión privada expresaron la necesidad de que a los jugadores se les debería inducir "deseos, ambición y mentalidad triunfadora".¹⁹

SELECCION SIN PREOCUPACIONES

Lejos de iniciar la reestructuración del fútbol mexicano, férreamente controlado por TELEVISA, lo que se hizo fue destinar recursos cuantiosos para el seleccionado. Se pagaron cuarenta millones de pesos (265.000 dólares) al director técnico yugoeslavo, Bora Milutinovich, por hacerse cargo del conjunto, más un millón de pesos mensuales (6,625 dólares), a efecto de que "sin preocupaciones" se dedicara a su tarea. (Milutinovich recibió del gobierno mexicano la condecoración AGUILA AZTECA, el 23 de julio de 1986).

De marzo del '83 a mayo del '86, los "ratoncitos" disputaron 61 encuentros; ganaron 34, empataron 19 y perdieron apenas ocho. El saldo fue positivo, pero la televisión comercial, que transmitió las confrontaciones, siguió la tónica de exagerar los triunfos cual si se tratase de epopeyas, a la vez de minimizar derrotas y empates, en particular aquellos ante cuadros notoriamente de menor nivel. Se trataba de fabricar una imagen que creara expectativas de triunfo en el "México '86"; la "emoción" fue pergeñada mediante ambientaciones grabadas y las ya consabidas narraciones "nerviosas" que pretendían animar lo que en realidad no ocurría en el terreno de juego. Un botón de muestra acerca de la importancia comercial de estas transmisiones exclusivas de TELEVISA y del dominio que ejercía sobre la FMF, lo es el "caso Suárez". En diciembre de 1984, el directivo del equipo profesional de primera división perteneciente a la Universidad Autónoma de Nuevo León, Carlos Suárez, fue suspendido por la Federación Mexicana durante un año bajo la acusación de haberse negado a facilitar tres de sus jugadores que requería el seleccionado para un encuentro internacional en California.

El afectado, en su defensa, argumen-

Brad Durham

Maradona

El ídolo futbolístico Diego Maradona, quien emergiera de un pueblito argentino para convertirse en uno de los futbolistas mejor pagados y más queridos del mundo, es el compendio de la figura deportiva como artículo de consumo internacional.

Maradona fletó un jet 747 y partió de Nápoles, Italia, con 250 de sus compañeros de equipo y socios, a Buenos Aires vía Madrid (para recoger a su hermano). Iba a casarse, el 8 de noviembre, con su vieja amiga Claudia Villafañe. Aunque la mayoría de los servicios nupciales eran gratuitos por razones de implícito valor publicitario, se informó que Maradona gastó un millón de dólares adicionales en la fiesta, que duró hasta la mañana del día siguiente y en la cual no faltaron caviar, vestidos ornados de perlas y champaña. Expensas al alcance de un personaje como él.

En 1982, con 19 años de edad, Maradona partió de Argentina a Barcelona, España, para cumplir un contrato de 11 millones de dólares. Terminado aquel compromiso, fue a parar a Nápoles, donde gana 3 millones de dólares al año además de los 8 millones correspondientes a la propaganda comercial. Acaba por prorrogar el contrato por cinco años. Italia puede resultar su última parada, por lo menos hasta 1993, cuando el contrato expira.

La expiración, no del contrato sino de Maradona mismo, fue recientemente el tema central de las negociaciones entre la mafia napolitana y él, cuando recibió del hombre de negocios francés Bernard Tapie la oferta de 21 millones de dólares a cambio de jugar con el Olympique Marseille y anunció que abandonaba el Nápoli. La mafia, que perdería apuestas en ausencia de Maradona, le dijo a él y a su familia, en términos inequívocos, que sería más beneficioso para su salud respetar el contrato. Luciano Moggi, el presidente del equipo Nápoli, declaró enseguida: "Maradona jugará con el Nápoli o no jugará".

tó que el verdadero motivo de la sanción radicaba en su crítica a los intereses ocultos relativos a la contratación de los encuentros del equipo mexicano; cotejos que él consideró intrascendentes por su nulo aporte futbolístico, además de poco rentables para la FMF. Según las cifras que manejó, por cada juego en Estados Unidos ingresaban solo 20 mil dólares, mientras que en el estadio de sus "tigres", el cuadro nacional tendría bolsas garantizadas de 114.500 dólares. ¿Cuál era el problema? Que las transmisiones generadas en territorio norteamericano cubrían regiones densamente pobladas por aficionados hispanohablantes, más atractivos desde el punto de vista publicitario para TELE-VISA. Igual o peor suerte han corrido quienes osan oponerse al consorcio, sean comentaristas, árbitros, futbolistas o directivos; los ejemplos son muchos.

Desde agosto de 1985, fueron separados de sus equipos respectivos 18 jugadores a fin de dedicarse en "tiempo exclusivo" al seleccionado. Como parte de su preparación psicológica, para infundirles "deseos de triunfo", se les proyectaba constantemente escenas, las más agresivas, de las películas "Rocky", cuya música se convirtió en "ambiental" para los jugadores mexicanos.²⁰ En una ya no tan extraña combinación de negocio y autoafirmación grupal, grabaron dos melodías en

Los mundiales futbolísticos exigen equipos modernos para las emisiones de radio y TV.



cinta y acetato, "Adelante México" y "La ola verde".²¹ Eran, según algunos periodistas, una verde esperanza para una crisis madura.

¿UNA BROCHA Y UN BOTE DE PINTURA?

De acuerdo con las exigencias de la FIFA, los estadios, en número de doce, deberán tener cupo para 40 mil espectadores cada uno. Al ser este país declarado sede, solo cuatro satisfacían ese requisito: Azteca, 105 mil; México'68, 68 mil; Jalisco, 65 mil; Universitario, 50 mil. De los restantes, siete tuvieron que ser ampliados y uno construido. A todo vapor se iniciaron

los trabajos en 1983 con el compromiso de concluirse a mediados de 1985; acerca del costo de las obras y de sus financiadores, circuló poca información. Cabe señalar que todos los escenarios ya erigidos requirieron restauraciones y adaptaciones diversas: Cabinas modernizadas para las emisiones de radio y TV, centros de prensa, vestidores remodelados.

El hecho es que los estadios incrementaron su aforo, se veían relucientes y estuvieron listos "casi" a tiempo; incluso algunos de ellos sobrepasaron las estipulaciones del "Cuaderno de Cargos", si bien otros no se adecuaron a ellas (Tabla 1)

TABLA 1 ACTUALIZACION DE LOS ESTADIOS PARA EL CAMPEONATO MUNDIAL DE 1986

NOMBRE	UBICACION	AFORO INICIAL	NUEVO CUPO	DIFERENCIA
Azteca*	Distrito Federal	105.000	119.000	14.000
Cuauhtémoc	Puebla	35.564	48.000	12.436
Bombonera	Toluca	30.512	40.000	9.488
Neza '86	Nezahualcoyotl	37.500	40.000	2.500
Irapuato	Irapuato	18.000	31.336	13.336
Nou Camp	León	28.000	38.000	10.000
3 de Marzo	Guadalajara	15.000	31.000	16.000
Tecnológico	Monterrey	32.000	40.000	8.000

* Se tuvo que ampliar debido a que su construcción original se pagó, en parte, con el financiamiento de quienes adquirieron en propiedad palcos y butacas. Cuando se quiso desconocer este derecho por presiones de la FIFA, se suscitó un conflicto legal resuelto en favor de los afectados. Ante el enojo de Havelange, se pactó incrementar el aforo a efecto de que el consorcio del fútbol recibiera los 105 mil lugares prometidos. El mismo problema se resolvió de manera diferente en otras sedes.

El cinco de febrero del '85 se inauguró el estadio **Corregidora**, situado en la ciudad de Querétaro, con capacidad para 40.535 espectadores y a un costo de 5 mil millones de pesos. Obras de infraestructura para facilitar el tránsito de vehículos hacia y desde los recintos deportivos, como el eje vial **Tollzin** de Toluca, implicó una erogación de 2.080 millones de pesos; la remodelación del **Cuauhtémoc** ascendió a 1.070 millones de pesos; los sistemas de telecomunicación instalados en los doce "colosos" requirieron una inversión de 25 millones de dólares; el Centro Internacional de Prensa, dotado con la tecnología más avanzada, necesitó de un desembolso cercano a los 2 mil millones de pesos.²² Los datos anteriores son de los pocos dados a conocer públicamente.

En abril de 1985, el ministro de Comunicaciones y Transportes se jactaba de que México diera el paso más relevante de su historia en materia de telecomunicaciones, merced a la renta que hacía del sistema de satélites **Morelos**. Negó que el hecho obedeciera a una decisión apresurada, pues la nación se beneficiaría; aceptó que **TELEVISA** sería el principal cliente y por ende el que obtuviera mayor provecho. De manera indirecta, el funcionario daba respuesta a las opiniones de algunos especialistas según las cuales era prematuro poner en órbita el primero de los artefactos, pues no había estaciones terrenas suficientes dentro del territorio, para aprovechar adecuadamente la capacidad del satélite —apenas 195 de 600 potenciales—. Denunciaron que la medida tenía que ver con presiones políticas y económicas de grupos vinculados a la organización del "Mundial".

El dinero fluía, pues, como en cualquier país desarrollado, pero en México para comprar "la brocha y el bote de pintura".

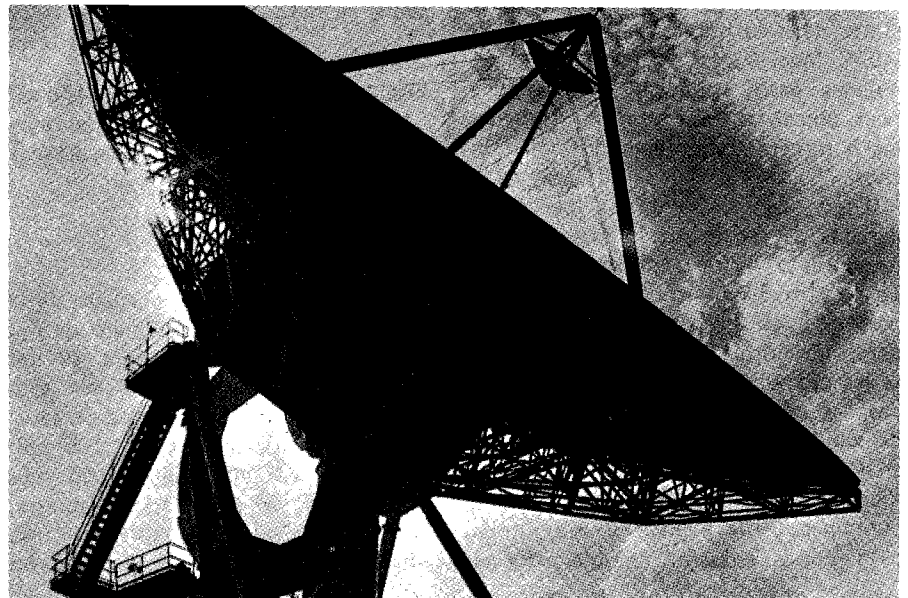
UN TERREMOTO "INVENTADO POR LA PRENSA"

Jueves 19 de septiembre, 1985. Un sismo trepidatorio de ocho grados en la escala de Mercalli se dejó sentir en varias provincias de México. El lugar más castigado fue la ciudad capital de la República, poblada por 16 millones de habitantes. Decenas de edificios y casas se derrumbaron. Nunca se sabrá el número de muertos, pero las versiones coincidentes de la prensa interna-

cional hablaron de cien mil. De nada valieron los esfuerzos del gobierno por minimizar la tragedia en vidas humanas. La solidaridad de los ciudadanos, los múltiples actos heroicos y fraternos pusieron de manifiesto la existencia de una sociedad civil dispuesta a emprender el rescate económico, político y ético del país. ¡Cuántas cosas develó el siniestro! ¡A cuántas gentes evidenció! Los explotadores de costureras a destajo, los torturadores en las procuradurías de "justicia", el gran poder de los monopolistas urbanos, la insensibilidad de las autoridades y de los barones del dinero. La versión oficial contabilizó las pérdidas materiales en tres mil millones de dólares, mientras que para

mer.²⁴ Las palabras de Guillermo Cañedo, vertidas el 20 de septiembre, expresaron el sentir del grupo al que representaba y fueron un monumento a la ambición desbordada: "La seguridad de los doce estadios para la Copa Mundial está garantizada. El daño en la Ciudad de México ha sido exagerado por las noticias y en otras ciudades el temor fue mayor que el daño" (...) "Tendremos un Mundial digno de los mexicanos. Siempre tuvimos la intención de llevarlo a cabo y lo haremos".²⁵

Harry Cavan, uno de los vice-presidentes de la FIFA, propuso posponer durante un año el inicio de la competencia, pues no estaba seguro de que la Ciudad de México estuviera en condicio-



El satélite mexicano Morelos se puso al servicio del mundial.

analistas mexicanos y extranjeros éstas ascendían a diez mil millones.

Entre los escombros, el llanto y la necesidad de los miles de damnificados, ante el dolor de los deudos y heridos, el Regente del Distrito Federal y los miembros del Comité Organizador del Mundial unieron sus voces para declarar enfáticamente, que no había razones para ello. El primero de octubre, autoridades y empresarios informaron que todas las edificaciones relacionadas con la industria turística serían las primeras en reconstruirse.²³ Como publicó un diario de circulación nacional, desde el primer minuto una vez reanudadas las transmisiones, se dijo a la población, con júbilo y satisfacción notorias por parte de los más conspicuos voceros de **TELEVISA**, que a pesar de todo "el Campeonato Mundial se realizará en México", nada había ya que te-

nes de funcionar como la sede principal. La negativa del gobierno e iniciativa privada fue rotunda. Al comentar los hechos, el periodista Rob Hughes, del *International Herald Tribune*, escribió: "Cañedo llevará todo adelante. El tiene intereses personales involucrados, siendo uno de los socios principales de **TELEMUNDI**, que tiene derechos para transmitir las finales. Amigo común de él y de Havelange, Emilio Azcárraga posee la llave, la clave de la multimillonaria televisión (privada) mexicana. Todos sus amigos: La **JVC**, **CANNON**, **COCA COLA** y **REYNOLDS TOBACCO**, por nombrar solo a cuatro, han invertido tanto que la idea de Harry Cavan de posponer el mundial es impensable".²⁶ Nunca se sabrá, tampoco, el costo de maquillar la realidad tan lacerante con bardas detrás de las cuales se enseñoreaban miseria y abandono.

PODER QUE MATA

A efecto de generar la señal de imagen y sonido que cubriría casi todo el orbe para dar cuenta de los pormenores futbolísticos, se constituyó la empresa TELEMEXICO, formada por TELEVISA (monopolio privado de la TV en México), con un 75 por ciento de las acciones e IMEVISION (su similar pero de propiedad estatal), con el restante 25 por ciento. Fue una sociedad forzada por las circunstancias, no estuvo exenta de fricciones personales y de grupo. Al darse a conocer las tarifas impuestas por el nuevo consorcio, las cadenas televisivas extranjeras manifestaron su desacuerdo, todas en la búsqueda de los mejores contratos y las mejores condiciones. Para diciembre del '85, la Unión Europea de Televisión amenazó con no "poder" asistir al torneo, debido a lo oneroso de los precios, por lo que una porción importante del planeta se quedaría sin poder verlo vía TV. Se quejó de que con relación al de España, resultaba entre un 200 y un 300 por ciento más caro. Igual criterio sustentaron las cadenas ASBU (mundo árabe) y ORT (bloque socialista). Consultados al respecto, los directivos de TELEMEXICO argumentaron que el tabulador era correcto y que las protestas obedecían a problemas de los quejosos porque a su vez revendían la señal. Las cifras motivo del debate eran las siguientes:²⁷

- Estudio 2 cámaras por 30': 1.500 dólares.
- Estudio 3 cámaras por 30': 3.500 dólares.
- Estudio 3 cámaras para todo el certamen: 600.000 dólares.
- Posición de comentarista para 3 personas: 3.200 dólares por partido.
- Posición "off tube": 1.850 dólares por partido.
- Servicio de télex: 175 dólares por partido.
- Grabadora de video-cinta para todo el torneo: 40.000 dólares.
- Enlaces internos de audio y video sincronizados acompañados de comunicación internacional: 19.000 dólares todo el torneo.
- Escritorio ejecutivo: 170 dólares todo el torneo.
- Máquina de escribir electrónica: 200 dólares todo el torneo.
- Lugar en el Centro Internacional de Prensa: 765 dólares m² todo el torneo.

Orivaldo Perin

La super-audiencia

Los 52 juegos del XIV Campeonato Mundial de Fútbol Italia-1990 disputado por 24 países, del 8 de junio al 8 de julio, en 12 ciudades italianas, será visto en televisión por un público calculado entre 15 y 17 mil millones de telespectadores, (otros autores indican que serán 26 mil millones de personas), una masa humana tres o más veces mayor que la población del planeta, que cuenta hoy con una población de 5 mil millones de habitantes.

Esas cifras no asustan a los estudiosos de las comunicaciones de masas. Es precisamente en torno al deporte donde se han conseguido las mayores audiencias televisivas. Los números indican que la audiencia de este mundial superará en por lo menos 2 mil millones de telespectadores a su anterior edición. El récord mundial actual de audiencia televisiva se registró en el XIII Mundial de Fútbol México-86, con un total aproximado de 13 mil millones de personas.

DEPORTE Y TV: MATRIMONIO PERFECTO

¿Cómo se pueden explicar estos récords demográficos de los mundiales de fútbol? Especialistas de los medios de comunicación acostumbran a decir que el deporte y la televisión hacen un matrimonio perfecto. Por el placer de ver un gol, una carrera de automóviles, una gran pelea de boxeo, etc., el ser humano gasta lo que no tiene por comprarse un aparato de televisión y así observar "de cerca" esos fenómenos.

Para llegar a este ser humano, un consumidor en el lenguaje de mercadeo, las grandes empresas invierten muchas veces lo que sea para lograr exclusividad en el patrocinio de máquinas y atletas. En cambio, por ello ganan fortunas y notoriedad mundial los hombres que persiguen la victoria. Y el gran circo a la romana de la era moderna no está en el campo de fútbol, del atletismo, en un cuadrilátero o en un circuito automovilístico. Esta en la pequeña pantalla de televisión instalada en la casa de millares de modernos romanos, en todos los rincones del planeta.

Este poderoso aparato electrónico es capaz de mostrar en una forma muy íntima el rostro o el gesto de un héroe, autor del gol. Son pocos los habitantes de las áreas urbanas y rurales de todo el mundo que no pueden reconocer al jugador argentino Diego Maradona, la mayor estrella del circo del fútbol en los tiempos actuales.

Debido a ese magnetismo que aplica el deporte sobre las masas, los medios de comunicación dedican un espacio destacado, en sus programaciones, a las actividades deportivas de las comunidades en donde actúan. Y es precisamente el fútbol el deporte de mayor afición e interés que se ofrece en la programación general de los medios, tanto de Europa como de América Latina.

Es en época del Mundial de Fútbol, que este deporte prueba que el "mundo es una aldea global". Y el fútbol de Brasil es un personaje activo de esa aldea. Las empresas de comunicación brasileñas enviaron a Italia nada menos que 2.200 periodistas. Los juegos de la selección brasileña serán transmitidos por cuatro grandes redes de televisión del país y más de 20 radioemisoras.

Según la FIFA, el partido final quebrará el récord de audiencia que se registró en la final del Mundial de Fútbol México-86, jugada entre Argentina y Alemania Federal. Ese partido fue visto por 652 millones de telespectadores: 153 millones en Asia, 145 millones en Europa Occidental, 141 millones en América Latina, 108 millones en Europa Oriental, 53 millones en Estados Unidos, 13 millones en Oriente Medio y 2 millones en Australia.

El Comité Organizador informó en diciembre de 1985, que 40 de las 50 cabinas disponibles ya estaban reservadas por la BBC e ITV (Inglaterra); la ZDF (Alemania Federal); la RAI (Italiana); O'GLOBO, MANCHETE, RECORD y BANDEIRANTES (Brasil); RTE (España), entre otras. Trascendió que una firma televisiva norteamericana había rentado una cabina equipada con lo más sofisticado, por un millón de dólares. Grandes números para mayores negocios: Las cadenas no solo revenderían la señal, sino cobrarían a sus clientes el tiempo de publicidad durante las transmisiones, en la zona de influencia respectiva.

Además de su participación en TELEMEXICO, TELEVISIA vendió ocho paquetes publicitarios "mundialistas" a un costo, cada uno de 2.5 millones de pesos; los adquirientes fueron BANAMEX (tres); COCA COLA (dos); KODAK, FORD y CHRYSLER, uno por empresa. El tiempo por paquete fue de 259' y 40", con derecho a un minuto de anuncios por partido. Aparte, saturó su horario TRIPLE A con avisos comerciales alusivos a la competencia de balompié e hizo lo propio dentro del tiempo de difusión de los juegos. Por radio se valió de su propio sistema, RADIOPOLIS.

Por su parte, IMEVISION vendió dos paquetes cotizados en 1.5 millones de dólares cada uno a NISSAN y al banco mexicano SERFIN, que incluyeron también 259' y 40". Para radio, la cadena del gobierno vendió sus derechos al INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO en 90 millones de pesos.

Finalmente, TELEMEXICO obtuvo ingresos brutos por 8'271.000 dólares.²⁸

...PEQUEÑA AYUDA DE MIS AMIGOS

En la víspera de la fecha en que se llevaría a efecto el "sorteo" para definir la distribución de los equipos por grupos en las diferentes sedes (24 selecciones y 52 encuentros), el presidente del Comité Organizador del "México '86", Guillermo Cañedo, anunció que la ceremonia llegaría a 150 naciones del orbe en forma "gratuita"; solo era necesario pagar los costos de recuperación, entre 2 y 3 mil dólares según servicios. Mientras su hijo, Guillermo Cañedo White, lograba ser representante exclusivo de todos los intereses comerciales

de la Confederación Brasileña de Deportes, a través de la empresa TELEMUNDI.²⁹

El gobierno había cedido el Palacio de Bellas Artes, ligado desde hacía lustros a la alta cultura nacional, para que se realizara el sorteo. Cuando ya se decoraba el venerable recinto al estilo de los "shows" norteamericanos, artistas e intelectuales de relieve mostraron su inconformidad; al subir de tono la polémica, el Ministerio de Educación decidió cancelar el permiso de que se utilizara el inmueble con ese propósito. Enfadados, los organizadores no aceptaron otras opciones y se marcharon a los estudios "San Ángel", propiedad de TELEVISIA.

Por afanes políticos y económicos, algunas selecciones recibieron designación favorable (México y Brasil) de manera destacada; en cambio, otras fueron sorteadas. Con los anfitriones quedaron, además, BELGICA, IRAK y PARAGUAY; con los brasileños, ARGELIA, IRLANDA DEL NORTE y ESPAÑA, los grupos considerados más débiles. Véase si no: ALEMANIA FEDERAL, URUGUAY, DINAMARCA y ESCOCIA, en uno; FRANCIA, URSS, HUNGRÍA y CANADA, en otro; ITALIA, ARGENTINA, BULGARIA y SURCOREA, en el siguiente; en el último, INGLATERRA, POLONIA, PORTUGAL y MARRUECOS.

Sócrates, divo del fútbol amazónico, declaró sin tapujos que a los intereses comerciales del torneo les era imprescindible la permanencia de México y Brasil el mayor tiempo posible sin ser eliminados: Por ello les habían ayudado.

Por cierto, el día del sorteo, afuera del edificio donde se realizaba la ceremonia, un grupo numeroso de damnificados se manifestaba al grito de "no queremos goles, queremos frijoles".

"HUGO SALVO A LA PATRIA"

En 1985, Hugo Sánchez, famoso futbolista mexicano, ya había triunfado en España. Ese año concedió una entrevista en la que reconoció el carácter político y comercial del fútbol moderno. Al respecto, dijo el goleador del Real Madrid: "Es cierto que se aprovecha el deporte para hacer manifestaciones políticas. El deporte actual se ha comercializado mucho; pero en sí, el deporte está por encima de todo eso porque es una actividad sana". (...) "Pero no podemos dejar de reconocer que estos elementos han sido un ele-

mento (SIC) para que se difunda más este deporte. Soy optimista y creo que el fútbol se ha beneficiado un tanto".³⁰

Si el fútbol se ha favorecido o no por su creciente carácter comercial, es materia de discusión. Lo cierto es que Hugo sí ha disfrutado (sin desconocer sus méritos como jugador) del negocio futbolístico. En la víspera del Campeonato, protagonizó varios anuncios que aprovechaban su popularidad; lo mismo ingiriendo bebidas de chocolate artificial, que hospedándose en hoteles de lujo o anotando "penalties" de utilidad para festejar luego con una gaseosa.



¡Viva México!

A dos meses de iniciarse el "México '86", el versátil goleador concedió otra entrevista, en la que denota plena conciencia de lo que ocurría en su país. "Yo soy un escape para las situaciones políticas y económicas que tiene México". (...) "Entonces, yo me he convertido en un escape muy fuerte. De eso estoy muy orgulloso. Quiero ser un escape muy grande, para que los mexicanos echen ahí muchas amarguras y muchas tristezas, para que sientan que triunfan cuando triunfo yo".³¹

REACCION "SIN MOTIVOS APARENTES"

Era la mañana del 31 de mayo del '86, día de la inauguración. Desde las siete horas, miles de vehículos circulaban lentamente con rumbo al "azteca".

Cientos de soldados vigilaban que el entusiasmo no se desbordara o que nadie se atreviera a salirse de los cánones festivos. Unos cumplían su cometido, ojo avizor, desde tanques blindados verde olivo; otros palpaban a los oriundos del país (y similares) para que no introdujeran objetos peligrosos. Aquellos con apariencia extranjera (blancos, anglos y protestantes), pasaban sin mayor trámite. Decenas de perros doberman especialmente entrenados, olfateaban a los concurrentes; se manejaban sensores electrónicos.

Cerca de las diez, creció la expectativa; se aproximaba el momento en que el presidente De la Madrid, verdadero promotor del espectáculo, procediera a declararlo formalmente iniciado. La campaña de mercadotecnia parecía haber dado los mejores resultados. 2.800 millones de personas en el planeta serían testigos, vía satélite, de que los mexicanos se sobreponían a crisis y tragedias naturales. Las miradas confluyeron en el palco presidencial, se distinguían las figuras del Mandatario, su esposa, Joao Havelange, Cañedo y Del Castillo, la plana mayor de la FIFA, del gobierno y de los organizadores. Reinó el silencio unos segundos y cuando Miguel De la Madrid pronunció la primera palabra, una rechifla estentórea se dejó escuchar. Un orfeón enorme pleno de espontaneidad gritaba palabras altisonantes; ocho largos minutos duró la protesta. Literalmente, ninguno de los discursos pudo escucharse, ni el del Presidente, ni los de Havelange, Cañedo y Del Castillo. Al hacerse patente la reacción del público (tipificado por algunos periodistas como de "clase media"), se cortó el sonido para radio y TV en México y sonido e imagen para buena parte del extranjero. Las empresas foráneas contratantes de la transmisión pasarían luego la factura reclamando indemnización por tal "error técnico".

Al concluir los inaudibles afares oratorios de quienes cosecharon lo que sembraron, el coro de 115 mil voces entonó el himno patrio; luego las porras, la algarabía generalizada.

FIN DE UN SUEÑO

Desde marzo de 1983, se puso en marcha la campaña obsesiva e irracional, para convencer a los mexicanos de que su prestigio y dignidad nacionales dependían de que se organizara en el país, el campeonato mundial de

fútbol; la crisis creó el ambiente propicio para el desahogo. La televisión, tanto oficial como privada, aunque más la segunda, convirtieron el certamen en una regresión equiparable a la de los sueños, "el fútbol fue a lo social, como los sueños a lo individual".³²

Una elaboración de las angustias que nos agobian. Fiesta maniaco-depresiva fincada en la necesidad de triunfar en algo; desplazamiento subjetivo que no modificaba la realidad.

Según el Dr. Octavio Rivas, psicólogo del cuadro azteca, los jugadores intuyeron haberse convertido en una esperanza nacional, pero no pudieron asimilarla. Eran, dice, una especie de tónico contra las frustraciones derivadas de la crisis que vivía la República. Lo mismo se les podía idolatrar que denostar, pero en ambos casos se les cosificaba: Eran un instrumento para logros muy superiores ajenos al deporte. Los muchachos no podían salvar al país. "Fueron manejados como ídolos artificiales, publicitarios, como héroes de pasquín que se desmoronaron con su propia realidad".³³

El público no era de verdaderos aficionados, ya que aplaudían el acierto y censuraban los errores; se creó un ambiente de ficción que estaba más cerca del mundo infantil que del adulto; por eso, cuando vino la decepción, cuando hubo que retornar a la realidad, los que más sufrieron fueron los mayores. Para el niño es algo normal dentro de sus vidas. No hay frustración sino recuerdos. Para el adulto es una cruda realidad: El sueño se acabó y se enfrentan de nuevo a la vida.³⁴

Los ídolos deportivos no son amados; sirven como sustitutos de carencias. Ante el panorama desolador de personas creíbles, tanto en el gobierno como en el empresariado, la gente tiende a llenar los nichos vacíos con ídolos de toda laya, según el psicoanalista mexicano, José Cueli.

Y sí, ese recreo al que llamara Rafael Del Castillo, "el mundial del Presidente" había terminado.

LOS MEDIOS, EL "MUNDIAL" Y LA CRISIS

El fenómeno futbolístico acaparó en gran medida la cobertura noticiosa de los medios masivos, tanto en la víspera como durante la realización del campeo-

nato. Ese período contempló un relegamiento de la información sobre los graves problemas del país a segundo plano. Tal juicio se pudo comprobar mediante la medición del tiempo que en sus noticiarios más relevantes asignaron una cadena radiofónica regional, un canal televisivo propiedad del gobierno y otro en poder de la cadena privada TELEVISA, a cubrir el fútbol y la crisis. Asimismo, se cuantificó el espacio dedicado por los dos periódicos de mayor tiraje y circulación editados en la segunda ciudad de la República Mexicana, Guadalajara, a esos aspectos.

En el conjunto de los medios estudiados, desde quince días antes y en el transcurso de la competencia, se tendió a prestarle mayor atención informativa que al acontecer de la crisis. Tal vez en cualquier otro país hubiera sucedido algo similar, pues es innegable la dimensión mundial que hoy por hoy han adquirido espectáculos de la talla del aquí reseñado, pero tampoco puede negarse la magnitud que para 1986 alcanzaba ya el crack económico mexicano. ■

REFERENCIAS

1. Revista *Proceso*. No. 325.
2. Revista *Proceso*. No. 324.
3. *Ibid.*
4. *Ibid.*
5. *Excélsior*, marzo 11 de 1983.
6. *Ibid.*
7. *Excélsior*, abril 13 de 1983.
8. *Excélsior*, abril 20 de 1983.
9. Revista *Proceso*, No. 334.
10. *Ibid.*
11. Revista *Proceso*, No. 338.
12. *Excélsior*, mayo 21 de 1983.
13. *La Jornada*, junio 30 de 1986.
14. *El Financiero*, junio 10 de 1986.
15. Revista *Proceso*, No. 345.
16. Revista *Proceso*, No. 348.
17. *Ibid.*
18. *Ibid.*
19. Revista *Proceso*. No. 347
20. Revista *Proceso*. No. 504.
21. *Ovaciones*, junio 1 de 1986.
22. Revista *Proceso*. No. 504.
23. *La Jornada*, octubre 2 de 1985.
24. *El Día*, octubre 11 de 1985.
25. Revista *Proceso*. No. 466.
26. *Ibid.*
27. Revista *Proceso*. No. 475.
28. Revista *Proceso*. No. 504.
29. Revista *Proceso*. No. 434.
30. Revista *Proceso*. No. 442.
31. Revista *Proceso*. No. 491.
32. *La Jornada*, junio 5 de 1986.
33. *El Financiero*, junio 23 de 1986.
34. *Ibid.*