

# POLITICA Y MARKETING

**M**ULLER y Beckenbauer están cabreados. El público de Hamburgo no apoyó a la selección de la Alemania Federal, en parte porque no le gustaba el fútbol que practicaba y en parte porque al público de Hamburgo le trae sin cuidado una selección llena de bávaros, en la que gobierna Herr Beckenbauer, sostenedor de Franz Joseph Strauss. ¿Política o deporte? Como siempre: política y deporte. Pocos acontecimientos deportivos se han presentado tan politizados como el Mundial de 1974. Para empezar, la campaña de hostilidad contra la selección chilena, movida principalmente por grupos de chilenos refugiados en Alemania, secundados por organizaciones de izquierda alemana y por simpatías múltiples e indeterminadas entre la población políticamente sin adjetivar. Para continuar, la pugna entre las dos Alemanias, que tuvo un dramático fin de primer acto: la derrota de Occidente por 1 a 0 a pies de Oriente. El juego de la Alemania Democrática (es decir, la co-

munista) se caracteriza por una fuerza física situable incluso por encima de la tan encomiada fuerza física del fútbol europeo medio. Los muchachos de Alemania Oriental realizan entrenamientos de legionarios. Tienen un fuelle de comando de desembarco y juegan con la concentración de un tenista que cada día jugara la final de Wimbledon. Ganaron a los otros alemanes, pero no sólo por resistencia física. De-

landeses dispuestos a demostrar que el sistema capitalista no está reñido con la fuerza deportiva. Holanda es un país donde el valor del dinero está aún más sacramentalizado que en Alemania Occidental. A los holandeses les ha costado mucho esfuerzo todo lo que tienen, y a eso atribuyen su culto al dinero. Es curioso, a algunos pueblos también les ha costado mucho esfuerzo todo lo que no tienen. Los ho-

pañoles. Y se asegura que los italianos pronto levantarán las barreras aduaneras futbolísticas, con lo que un puñado de futbolistas holandeses irán a Italia a jugar al fútbol y a hacer «spots» publicitarios de coches, vermouths o tallarines.

## EL GRAN MERCADO

En los Campeonatos del Mundo de 1974 se compra y se vende carne humana a la manera de las viejas ferias. Se prefieren animales jóvenes y técnicos, a ser posible centroeuropeos. Don Santiago Bernabéu va al mercado en coche alquilado y los representantes del Barça viajan en el Rolls Royce del suegro de Cruyff, Cor Coster, «manager» de todos los jugadores del Ajax. Bernabéu orienta su olfato hacia la selección yugoslava, porque yugoslavo es el futuro entrenador del Real Madrid, y en la ascensión de los grandes clubs españoles siempre ha habido un tándem de compatriotas como protagonistas: el jugador «vedette» y el ▶

## Luis Dávila

mostraron que saben correr con el balón, abrir espacios, jugar al primer toque, apoyar la jugada. Sin figuras tan determinantes como Beckenbauer, Overath o Muller, los alemanes democráticos han construido un conjunto joven de «sprinters» con pulmones de corredores de fondo.

¿Peligra la imagen occidental? Poco probable. Ahí están los ho-

landeses han acudido a los Campeonatos dispuestos a demostrar que son los mejores jugadores del mundo, con el fin primero de darse una satisfacción espiritual a sí mismos y con el fin segundo de ofrecerse en el gran mercado de contratación que son los Campeonatos del Mundo. Sus grandes figuras son codiciadas por los grandes empresarios del fútbol mundial: los es-



Pocos acontecimientos deportivos se han presentado tan politizados como el Mundial de 1974. Una muestra: La campaña de hostilidad contra la selección chilena, como vemos en el encuentro entre Chile y la RFA en el estadio Olympia de Berlín.

## MUNDIAL 74

entrenador. Allí está el Barça de Kubala y Daucik, el Madrid de Di Stéfano y Carniglia, el Madrid de Muñoz y Velázquez, el Barça de Michels y Cruyff. Este tipo de cordón umbilical entre el campo y el banquillo sirve como correa de transmisión de liderazgo.

Si Barcelona y Madrid orientan sus preferencias según sus afinidades, otros clubs aprovechan la ocasión para llevarse los saldos de la gran liquidación fin de temporada. Milhanij ha conseguido colocar como entrenador del Valencia a su segundo de a bordo en la dirección técnica de la selección yugoslava, medida muy oportuna, porque el presidente del Valencia está muy unido y supeditado industrialmente al poderoso directivo del Real Madrid señor Gil de Biedma (no confundir con el gran poeta español del mismo apellido). Alemania está llena de mercancía tentadora. No sólo la constituyen los futbolistas y técnicos concurrentes en los Mundiales, sino también la larga lista de jugadores y técnicos no actuantes que han acudido a los Campeonatos para ampliar estudios y cuenta corriente.

Técnicamente, ¿se va a aprender algo en estos Campeonatos? Creo que nada que no se supiera desde los de México o los de Inglaterra. En el fútbol moderno domina la técnica y la preparación física. Muchas naciones han alcanzado altos niveles de lo uno y lo otro. Se impone la que, además de todo eso, dispone de uno o dos jugadores con

«inspiración». Es decir, jugadores que introducen variantes imprevistas en las normas de un juego como el de hoy, perfectamente codificable y presumible.

Inglaterra ganó los Mundiales de 1966 con un equipo cuya fortaleza, con ser mucha, era inferior a la de Alemania y con una técnica equivalente. En cambio, dos individualidades, como Moore y Bobby Charlton, fueron las que marcaron la diferencia que había entre un comportamiento futbolístico perfecto (el de Alemania) y un comportamiento futbolístico genial. Fue este también el caso del Brasil en 1970, con individualidades como Pelé, Gerson o el Jairzinho de entonces. En los Mundiales de 1974, el conjunto que une un alto nivel técnico y una fortaleza física comunes a muchos otros, con la genialidad de algunas de sus figuras, es Holanda. No hay que extrañarse de que en el mercado de los Campeonatos sea la mercancía holandesa la más cotizada.

### EL CASO HOLANDES

El fútbol holandés no es un milagro. Basta haber visitado Holanda para saber dónde está la base de su éxito. En los grandes prados verdes a disposición de los niños para que peloteen con ganas y tranquilidad, en la pugna de prestigios entre las grandes ciudades, que se traduce igual en una política de becas para artistas y escritores que en el mantenimiento y mimo de los

clubs de fútbol, en una política de educación física real y sensata más allá y más acá que los «slogans» electorralistas del señor Samaranch.

Si a estos factores se suma el coyuntural de la hegemonía europea del Ajax con el consiguiente despliegue de mitos nacionales (Cruyff, Michels, Kalzer, Krol, Rep, Israel, Neeskens, etc.) se comprenderá que Holanda entera arrope un deporte que puede practicar y contemplar con gozo. No obstante, en la culminación del crecimiento del fútbol holandés puede estar el inicio de su declive. Estamos asistiendo a una diáspora de figuras que ya ha conseguido debilitar a los clubs y que en el futuro debilitará a la selección nacional. Esto sólo puede ser contrarrestado por el entusiasmo futbolístico que se ha desatado entre los jóvenes futbolistas holandeses a la vista de los contratos conseguidos por Cruyff o Neeskens y de los que conseguirán Rep, o Krol, o Haan.

En el fenómeno del fútbol holandés han operado factores típicos de economía capitalista desarrollada. En el fenómeno del fútbol de Alemania Oriental han operado factores típicos de la organización socialista del deporte como proyecto para aglutinar a la juventud y como técnica de relaciones públicas exteriores. Los nadadores, atletas y futbolistas de la Alemania Oriental han hecho más por el prestigio del régimen socialista de Pankow que cuatro toneladas de folletos propa-

gandísticos. El público de Hamburgo, dividido a la hora de apoyar a una de las dos Alemanias, optó por aplaudir lo que más le gustaba de una y otra. Sano objetivismo deportivo, peligroso objetivismo político.

### VUDU Y SEXUALIDAD

Otros aspectos curiosos de estos Campeonatos son la concurrencia de culturas tan exóticas como puedan serlo las de Zaire o Haití y la introducción del racionalismo sexual en las normas de los entrenadores de fútbol. Las selecciones de Zaire y Haití han acudido al Mundial para dar la nota exótica e incluso han aportado la única víctima de la moralidad deportiva occidental: un futbolista de Haití utilizó estimulantes fácilmente detectados por el equipo médico de los Mundiales.

Cada cual se vale de las técnicas que considera más apropiadas. Por ejemplo, los entrenadores y presidentes de clubs españoles aplican el cinturón de castidad a sus muchachos, porque consideran que ante los partidos importantes hay que reservar energías. En cambio, algunos entrenadores del Mundial han confesado que no les importa que sus chicos, casados o solteros, consuman energía sexual en plenos Campeonatos, porque ese consumo les relaja y les ayuda a afrontar psicológicamente la tensión de los juegos.

Los suecos han dado el espectáculo de concentrar a sus jugadores con sus esposas y amigas, sin que por ello haya disminuido la contundencia de una selección que recuerda a la Real Sociedad de la época del heroico cerrojo. Los alemanes tampoco han hecho ascos a un asunto que no los merece. Hasta Milhanij ha confesado que no le importa que sus jugadores vean de vez en cuando a sus esposas o... en fin.

Aun sin decidir, los Campeonatos del Mundo de 1974 pueden ya pasar a la Historia por la sinceridad. Ha bajado el nivel de patriotismo en el público, se ha explicitado la trama mercantil de la convocatoria, ha hecho el ridículo en general el fútbol latinoamericano, se ha asumido que no sólo de pan vive el hombre. Todas estas perspectivas son interesantes y prometen un futuro de fútbol distendido y desacralizado, bien jugado por profesionales conscientes de que utilizan un cuerpo humano y que además lo comercializan.

Y en el caso de las confesiones de Milhanij, será muy interesante comprobar si trae a España su manga ancha. La etapa del entrenador yugoslavo puede sumarse a todas las piedras de toque que el país está considerando apasionadamente: «La prima Angélica», el «Cara al Sol «pop», los delantales del «Diario de Barcelona», las cenas políticas, la prensa canallesca en general. ■ L. D.

En el fenómeno del fútbol holandés han operado factores de economía capitalista desarrollada. En la foto, Cruyff marca el primer gol en el encuentro contra Argentina.





Partido entre Polonia e Italia: los polacos triunfaron por dos a uno.

## LA ENAJENACION FUTBOLISTICA

# JUEGO Y REALIDAD

**N**O lo dudéis, es cierto. En Italia, y a raíz de su derrota en los Mundiales 1974, el furor ha hecho presa en los «tifosi». Televisores destrozados, campos de fútbol arrasados y hasta manifestaciones frente a la embajada de Polonia, país directamente culpable (?) de su fracaso. Tendríamos derecho a conmovernos, a declarar solemnemente que el cretinismo es dueño de las gentes y hasta podríamos organizar otra manifestación ante la embajada italiana de la calle Juan Bravo. Pero sería injusto. La noticia que las agencias de prensa acaban de emitir desde Roma es sólo la repetición de unos hechos que revelan la intolerable intromisión del universo lúdico en la esfera de la realidad. Por desgracia, este problema es familiar para todos nosotros.

¿Queréis algunas anécdotas?... Hace pocos días, el diario «Informaciones» comunicaba a sus lectores que un grupo de antiguos socios del Madrid había pedido permiso a la Administración para constituir una Asociación de Amigos del Real Madrid. La noticia tenía su gracia, porque delataba los límites de la pretendida entidad, que no quería o no se sentía capaz de competir con el «establishment» del Club; con su líder, Santiago Bernabéu, y ni siquiera declaraba que sus fines tenían carácter electoral, con vistas a futuras elecciones. Ese estar y no

estar dentro del terreno de juego, declarando su preocupación por el Club pero fuera del Club, tiene mucho que ver con el ser y no ser del otro asociacionismo, con su presumible inoperatividad y con la inquietud que provoca su figura de islote de opinión con altavoces. La interrelación entre las instituciones del juego y la realidad es evidente. ¿Se produce por influjos miméticos? Más tarde lo veremos. Sigamos con los ejemplos.

A veces he pensado que sólo bastaría sustituir los términos estrictamente futbolísticos por otros de neto carácter político para demostrar que la mayor parte de

### José Carlos Arévalo

nuestros periódicos utilizan el mismo lenguaje en ambos casos. Recuerden los cientos de páginas que la prensa nacional, sobre todo la de Madrid, regaló a sus lectores sobre el pleito del Atlético de Madrid con la FIFA. No sólo declaraba don Vicente Calderón, como Presidente del Club, que los hechos le habían revelado la necesidad de crear una organización capaz de solventar los problemas derivados de las competiciones internacionales —es decir, un Ministerio de Asuntos Exteriores—; eran los espacios deportivos de

Televisión Española que solicitaban el juicio de los asesores jurídicos del Club para que sus doctas palabras pusieran en antecedentes a la opinión pública sobre nuestras limitaciones negociadoras, o los asombrosos comentaristas deportivos de la prensa diaria, transmutados portavoces del honor patrio, que denunciaban la siempre enhiesta bandera antiespañola, izada por doquier, bien sea en Ginebra o en Bruselas. El español más asombrado debió de ser el señor Ullastres, que pudo comprobar cómo la capacidad simplificadora del juego hace más comprensible el suspense de toda negociación al hombre de la calle, y la minuciosidad analítica de una prensa, que en el caso de su otra negociación con otros tribunales europeos jamás se ha mostrado tan unida, explícita y generosa.

Debería proponerse la creación de un comité de sociólogos, que, bajo la tutela del Instituto de Opinión Pública y con fondos sustraídos del dinero procedente de las quinielas, investigase el comportamiento de los españoles y de la prensa a propósito del fútbol. Nuestra estupidez quedaría reflejada en el espejo objetivo del investigador, lo cual resultaría muy saludable para todos y hasta muy útil para los políticos. A veces los periódicos, como las malas películas o como los cantantes «concienciados» —perdón por el palabro—, producen «aliporí», que en vasco

quiere decir, según creo, vergüenza ajena. Me sucedió leyendo la prensa de Barcelona, cuando las elecciones que dieron el triunfo al señor Montal. La solemnidad y extensión que la prensa dio a los programas de los dos candidatos recogía no sólo el interés que la contienda había despertado en la calle, sino que espoleaba el ánimo de los tibios de espíritu, de los que todavía no habían comprendido que Barça y Barcelona son una misma cosa...; por ahí iba, creo recordar, uno de los «slogans» de la campaña. El señor Montal, además de empalidecer las posteriores elecciones a concejales de la ciudad, demostró que la democracia es «bona» si la bolsa «sona». Se trajo a Cruyff, que es un emigrante a la inversa —en todos los sentidos—, y evidenció, primero con su éxito electoral y después con el triunfo deportivo, que democracia más tecnología futbolística europea da buenos resultados. Con tan fastuosos motivos, Barcelona era una fiesta el día que el Club azulgrana ofrecía la copa recién ganada a la Virgen patrona de la ciudad. Pero el impacto de los hechos debió pesar de tal modo sobre los notarios del folklore celtibérico que enmudecieron al comprobar aquellos signos, secularmente mesetarios, adueñados de la misma capital del «seny».

Escribo estas líneas cuando aún no se ha celebrado el encuentro Barcelona-Real Madrid, choque de una estructura simétricamente perfecta, si nos atenemos a lo que los dos Clubs significan, olvidando, por supuesto, sus diferencias estrictamente futbolísticas, que no parecen tener interés para nadie. Y las escribo porque este partido, o la expectación que despierta, representa de un modo exacto la enajenación de la realidad por intromisión de lo lúdico y la enajenación del juego por intromisión de lo real. Me explicaré.

### UN UNIVERSO MARGINAL

Con ocasión de un partido jugado en el estadio Vicente Calderón por el Atlético de Madrid frente a un equipo escocés dentro de la última Copa de Europa, pude comprobar un hecho alarmante. Fue motivado por un gol de Gárate, y lo produjo el desbordamiento emotivo del público. Evidentemente resultaba satisfactorio que el equipo obtuviera la victoria, pero este factor carecía de entidad para adecuar la pobreza de lo sucedido en el campo —un gol habilidoso, remate oportunista en medio de un confuso peloteo— con el entusiasmo del graderío. Aquella explosión colectiva y espontánea tenía su explicación en otra parte, no en la ac-