

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**"**  
**CON LOS PIES**  
**"**  
**EL FUTBOL MEXICANO DE PRIMERA DIVISION Y SU**  
**MANEJO DIRECTIVO EN LOS TORNEOS CORTOS**  
**(REPORTAJE)**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE**  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**  
**PRESENTA**  
**ANA CECILIA GUADARRAMA NAVARRETE**

**ASESORA: DRA. MARIA DE LOURDES ROMERO**  
**ALVAREZ**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, 2004.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mi padre, Moises Guadarrama Gallardo, chiva hasta la muerte*

*A mi madre, Victoria Navarrete Rivera, quien sin su patrocinio de sacrificio, paciencia y aliento, nunca hubiera podido terminar este partido*

*A mis hermanos, Carmen Olivia Guadarrama Navarrete -mi mejor amiga y directora tecnica- y Daniel Ybknez Navarrete, por volverse mi fuerza bksica para seguir adelante*

*A Fernando Cesar Santillanes Bejarano, por ser quien es en mi vida*

*Y por supuesto, a la Universidad Nacional Autdnoma de Mexico, que ademks de ser una de las canteras futbolisticas mks importantes, es la mejor institucidn educativa de este pais, y a la cual me siento profundamente orgullosa de pertenecer*

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos los que participaron directa e indirectamente en la realización de este reportaje:

*\*A la doctora Maria de Lourdes Romero Alvarez, por sus invaluable enseñanzas y por dejarme, aunque sea por este medio, introducirla al maravilloso y complejo mundo del futbol.*

*\*A Maria de los Angeles Cruz Alcalde, por su cariño y por transmitirme el gusto por la docencia.*

*\*A Virginia Careaga, por enseñarme a creer en la literatura.*

*\*A Ricardo Magana, por sus catedras llenas de sabiduria e ironia.*

*\*A Carmen Aviles, por darme las bases para lograr los trabajos periodisticos que ahora ejerzo.*

*\*Tambien deseo dejar patente mi agradecimiento a Rafael Ocampo, Carlos Albert, Felix Fernandez y Francisco Javier Gonzalez, por transmitirme un poco de su vasta experiencia futbolistica.*

*\*A todos mis amigos, los que estan y los que se han ido, mil gracias por su cariño y apoyo, por soportarme con mi muchas veces incomprendida aficidn, y por aceptarme pese a ser de sangre rojiblanca.*

*\*A CNI Canal 40 y los "compañeros ", gracias por lo que hemos aprendido, especialmente la subsistencia con dignidad.*

*\*Al futbol, gracias por existir.*

## INDICE

### **Introduccion**

Un pacto de futbol y periodismo 7

### **Uno**

Futbolito nuestro partido en dos 15

### **Dos**

Mucho lucro y pocos orgullos 23

    Estrellados 24

    Mudanzas 29

    Botine\$ 35

    Dinero y cifra no son lo mismo 37

### **Tres**

Desde el palco de honor 39

    Los mismos de siempre 43

    Ideas en corto 50

    Un paradigma... 53

        Y un pionero 57

    Femexfut, hoguera de las vanidades 60

### **Cuatro**

Las dos torres 65

    Hasta las nalgas venden 70

    Un trato justo 74

### **Chico**

Esa prensa por todos tan temida 78

    Televisa *killed the radio star* 80

    ¿Diversidad o saturacion? 85

    Los protagonistas 92

<b>Seis</b>	
Estampitas de coleccion	<b>97</b>
Estampa 1: El exito	<b>98</b>
Estampa 2: El desequilibrio	<b>103</b>
Estampa 3: El simbolo	<b>107</b>
Estampa 4: El rescate	<b>112</b>
<b>Tiempo de compensacion</b>	<b>118</b>
<b>Fuentes de consulta</b>	<b>124</b>

"EN EL FUTBOL HAY TRES VEHICULOS DE CAMBIO: LAS LEYES, LA ECONOMIA Y LA TELEVISION [...]. Es EL TIEMPO DE LOS GRANDES EMPRESARIOS: INGRESOS ATIPICOS Y DESCOMUNALES, OBRAS FARAONICAS, GRANDES FICHAJES, INNUMERABLES PARTIDOS. EL PROBLEMA ES QUE EN EL MEDIO SIGUE HABIENDO UNA PRADERA VERDE DONDE SE JUEGA AL FUTBOL, UN JUEGO QUE IGNORA LAS REGLAS EMPRESARIALES"

Jorge Valdano

*Apuntes del baldn*

## INTRODUCCION

### UN PACTO DE FUTBOL Y PERIODISMO

Para junio del 2004, cuando la afición del orbe este degustando la Eurocopa de Portugal, platillo previo a la Copa del Mundo de Alemania 2006, los futbolistas mexicanos que participan en el torneo de Primera División tendrán, quizá, otro motivo para estar felices: podrían obtener su independencia laboral.

La Federación Mexicana de Fútbol, máximo órgano rector del balompié nacional, perdió el juicio de apelación ante la FIFA para no poner en vigor el reglamento de transferencias de jugadores que está vigente en el resto de las federaciones del planeta desde el 2001, lo cual deja a sus miembros sin argumento legal para ser dueños absolutos de las cartas de traspaso de los deportistas y, por ende, del destino de ellos y sus familias.

Así, una vez que un jugador termine contrato con su equipo en el actual torneo, tendrá la libertad de firmar con el cuadro que le parezca más atractivo y solo si el club quiere retenerlo, tendrá que ficharlo de común acuerdo con él. Esto dejará fuera el tradicional "mercado de piernas" que tenía lugar en el verano, donde los presidentes de los 20 clubes que conforman la Primera División, entre palmeras y sol, decidían -ya fuera por intercambio o por un convenio escrito- el destino de sus futbolistas, sin el consentimiento de estos: era jugar donde el dueño decidía, o no jugar.



Lo anterior, para los directivos, es poco menos que una bomba de tiempo, pues uno de los ingresos mas fuertes en el futbol profesional es el que se obtiene por la compra-venta de jugadores. Y aunque han alegado que se vendra una "quiebra tecnica" del futbol, al parecer dejan fuera de este pensamiento los millones de dolares que reciben por contratos de publicidad (tanto en el estadio como en el uniforme), derechos de transmision por television, insumos en el estadio, mercadotecnia propia y el respaldo de las empresas que poseen la propiedad de los clubes. Aun asi, dicen que esto no es un negocio redituable y que cada temporada acaban en numeros rojos.

La realidad es otra. El futbol mexicano profesional, vitrina indiscutible de las pasiones y deseos de una parte significativa de la sociedad, ha vivido, especialmente desde 1996, con la institucionalizacion de dos torneos cortos al ano, entre la opulencia publicitaria y la poca trascendencia deportiva -con algunas honrosisimas excepciones-, consecuencia de la impunidad directiva que hace de y con este deporte lo que quiere.

Este ultimo punto, elemento central del presente reportaje, es principio y fin de un sistema del que todos se quejan pero pocos toman acciones concretas; que la prensa especializada critica y sin embargo no investiga tan profundamente como otros medios; que los jugadores denuncian, mas no atacan porque estan instalados en la comodidad de la poca exigencia del propio aficionado, acostumbrado ya a la baja calidad que torneo a torneo se hace mas evidente; que los directivos, en si mismos, lamentan, pero no se atreven a modificar por el mismo sistema arcaico de la Federacion.

1, Cual es la finalidad de este trabajo? Por medio de la investigacion, analisis y redaccion periodisticas, explicar al lector una realidad social que, pese a no ser

considerada de importancia prioritaria como la politica o economica, contiene elementos y situaciones que inciden en estos aspectos, por lo que el conocimiento de su devenir cobra importancia para la gente que, incluso, no gusta de este deporte.

Este objetivo, explicar, es fundamental en cualquier reportaje periodistico, pues si bien existen varios generos que nos informan o nos presentan una postura a favor o contra el manejo directivo del futbol domestico, nada como lo que Mario Rojas Avendano<sup>1</sup> define como "la tercera dimension en las noticias": un trabajo que parte de las piezas y datos que ofrecen -ahora con mas simultaneidad que antes- la radio, la television y la Internet, para profundizar en el como y por que de lo que acontece.

Un reportaje siempre dara la ventaja, por encima de los generos informativos y de opinion, de confrontar versiones, plantear escenarios e interrelacionar varios aspectos del "todo" en cuestion (el manejo directivo del futbol profesional mexicano en los torneos cortos), para ofrecerle al lector un panorama donde las cosas no se quedan en el aire, donde tienen un motivo y una finalidad; un producto, como lo define Alberto Dallal, "de resultado rapido pero tambien claro y accesible"<sup>2</sup>.

Lo de que me he valido para hacer asequible presentar los factores que hacen que el balon se mueva en una cancha mas and de la efectividad deportiva de un jugador? La investigacion periodistica, apoyada en el use de las fuentes es una pieza indispensable. Desde las de primera mano (entrevistas con involucrados en el medio futbolistico y periodistico), documentales, hemerograficas, de observacion directa, y ahora consolidandose como un medio indispensable para cualquier periodista, la busqueda

---

Mario Rojas Avendaño, "El reportaje moderno", p. 11.

<sup>2</sup> Alberto Dallal, *Lenguajes periodísticos*, p. 43.

tanto de datos como documentos en la Red<sup>3</sup>. De todas ellas se obtuvieron elementos que enriquecen la explicación aquí presentada.

Esta labor es solo la parte inicial de una más amplia, en donde se sistematiza toda esa voragine de nombres, fechas, declaraciones, hechos, causas y consecuencias. En este sentido, la selección arbitraria de la realidad, la interpretación de esta, de la que habla la doctora Lourdes Romero, se vuelve una guía para aterrizar en el mundo lineal de la escritura periodística la realidad poliedrica en la que se vive.

"El primer paso para la interpretación se presenta cuando el periodista selecciona de la realidad compleja los hechos y los identifica como significativos y trascendentes [...]. Una vez seleccionado el hecho, la interpretación continúa a través de una serie de operaciones que lo interrelacionarán con su contexto, porque los hechos no se encuentran aislados ni se producen descontextualizados de una situación económica, social y política concreta. Todo hecho está ligado a otros, los que lo originaron y los que el produce"<sup>4</sup>.

Dichas operaciones, básicamente la inclusión, exclusión y jerarquización de eso que ya ha sido investigado y que nos es útil para explicar nuestro punto, suponen, como se habla advertido, que la objetividad abstracta, "inmaculada" de la que trata el periodismo, en concreto no puede ser posible, en tanto que esta actividad es humana y, por tanto, implícita y/o explícitamente tendrá que incidir la formación académica y

---

<sup>3</sup> Dallal hace una clasificación pormenorizada del uso de las fuentes periodísticas, y aunque no contempla a Internet, subraya que el periodista puede auxiliarse de investigación iconográfica, auditiva, de campo e indirecta (*ibidem*, pp. 43-46).

<sup>4</sup> María de Lourdes Romero Álvarez, "Una visión actual de la realidad periodística", p. 295.

profesional, la historia de Vida, los deseos, los gustos, las filias y las fobias y hasta el estilo de quien redacta.

Maximo Simpson coincide con este punto. Apunta que la unica manera de ordenar el caos de los acontecimientos es por medio de la conceptualizacion por parte de quien los selecciona y establece la articulacion entre ellos, "pues los hechos no se presentan en el escritorio del periodista con una significacion y una jerarquia predeterminados". Asi y solo asi podremos entrar al terreno de lo que Romero Alvarez define atinadamente como la "subjetividad bien intencionada".

Redactar un reportaje, concretar la explicacion de un hecho en si mismo complejo conlleva tomar decisiones y asumir consecuencias. Desde el lenguaje que se usara, el grado de implicacion del periodista en el relato (pues a fin de cuentas, segun la teoria narratologica, este es el resultado del traslado de la historia acaecida en el mundo factual), con que partes de la realidad llamada, en este caso, "manejo directivo del futbol profesional en Mexico", se concretara ese relato y sobre todo, el peso especifico que llevaran todas y cada una de las partes de la lo que habremos de contar.

Considero que para este ultimo requisito se debe cumplir, a la vez con dos condiciones. La primera, redactar con concrecion y sencillez. "En el estilo directo, las oraciones cortas y largas cumplen un cometido: mostrar y demostrar las cosas con hechos", recomienda Luis Velazquez<sup>6</sup>, sin que ello signifique sacrificar la creatividad y hasta los vuelos literarios que se permiten dentro de las descripciones y narraciones.

---

<sup>5</sup> Maximo Simpson, "Reportaje, objetividad y critica social", pp. 150-151.

<sup>6</sup> Luis Velazquez. *Tecnica del reportaje*, p. 147.

La segunda condicion la senala Lourdes Romero para que el llamado pacto periodistico<sup>7</sup> se concrete con exito: "Los acontecimientos narrados en los textos periodisticos no son ficcion [...]. Los elementos referenciales tienen la propiedad de evocar o traer a la memoria del lector lo que sucede o acontecio en el mundo real. Asi, al leer el mensaje periodistico, el lector puede conocer por primera vez o confirmar lo que ya sabe".

Todo lo expuesto en este trabajo es veridico, ha sucedido en la realidad, y aunque haya pasado por la seleccion arbitraria de los datos, no quiere decir que estos no hayan existido, pues en el mismo texto se dan testimonios<sup>8</sup>, cargos, fechas y cifras que se pueden comprobar en las fuentes de consulta o a las que el lector quiera acudir, de asi requerirlo.

De hecho, la comprobacion de la que habla la doctora Romero es la mayor garantia de objetividad que tiene "mi version" de la problematica actual del balompie mexicano, en el entendido que la que es considerada la virtud del periodismo no se da en el hecho, sino en la reconstruccion producto del trabajo global del reportero: "La investigacion que lleva a contextualizar el hecho y la materializacion de sus resultados en el relato se producen desde la subjetividad del periodista".<sup>9</sup>

Al mismo tiempo que se elabora todo el proceso metodologico mencionado anteriormente, siempre se debe considerar quien va a leer este trabajo.

---

<sup>7</sup> Maria de Lourdes Romero Alvarez, "El pacto periodistico", pp. 167-168.

<sup>8</sup> La doctora Romero, en "El relato de palabras como recurso de credibilidad en el relato periodistico", senala que los testimonios presentados en el reportaje pueden ser de estilo directo (dejar que el personaje se reproduzca literalmente en sus palabras); estilo indirecto (donde el narrador se apropia del discurso del personaje) y estilo indirecto libre (narrador y personaje se confunden en el relato), pp. 97-106.

<sup>9</sup> Maria de Lourdes Romero Alvarez, *op cit*, p. 299.

Pese a la imposibilidad de conocer fehacientemente al público al que va a llegar este reportaje, si puede establecerse un perfil del lector para que, ni el autor asegure que su texto es lo que no, y que el lector se fije una expectativa suficiente del contenido del mismo. Solo así se cumplirá con un "acto de habla" satisfactorio para ambas partes.

Este trabajo va dirigido a un público con tendencia hacia la iniciación; es decir, que se puede tener o no los conocimientos suficientes del tema, y aun así comprender de manera general y abarcadora el manejo de los equipos del fútbol de la Primera División en México.

Con todo lo anterior, considero que cumplo a suficiencia las condiciones<sup>10</sup> del pacto periodístico que propone la doctora Lourdes Romero: autor y lector son personas idóneas para una emisión de códigos compartidos, en donde se acepta que lo presentado aquí es una versión de lo ocurrido en el mundo factual y que el lector puede someter cualquiera de los acontecimientos y datos presentados en el reportaje a la prueba de la verificación; así, se espera aportar un elemento de reflexión de la realidad al conocimiento del lector sobre un tema específico.

Presento, pues, con base en lo anterior, mi definición personal de reportaje, el cual se entenderá como "la explicación que se hace de un aspecto definido de la realidad, que tiene interés periodístico para cierto sector de la sociedad; sustentada en una investigación donde confluyen diversas técnicas de recopilación de datos y se

---

<sup>10</sup> En el artículo "El pacto periodístico" se detallan las cláusulas de este hecho, pp. 162-170.

presenta a través de la subjetividad informada del periodista, en una exposición que se auxilia de los géneros informativos e interpretativos".

Sobre este entendido, el reportaje **"Con los pies" El fútbol mexicano de Primera División y su manejo directivo en los torneos cortos** trata, en la primera parte, un prólogo del tema; en la segunda, los principales "pecados" que se cometen en el fútbol mexicano; en la tercera parte se explica la estructura directiva relacionada con las empresas que la sustentan y su relación con la Federación Mexicana de Fútbol. Como cuarto apartado se trata el menosprecio a dos pilares indiscutibles del fútbol profesional, los patrocinadores y los aficionados; en la quinta parte se relaciona lo anterior con el manejo del periodismo deportivo actual; en la sexta se exponen cuatro ejemplos concretos con igual número de equipos, y en las conclusiones se proponen algunas mejoras que pueden realizarse para hacer un fútbol más profesional y beneficioso para las realidades que lo circundan.

## UNO

### FUTBOLITO NUESTRO PARTIDO EN DOS

Santo domingo en la religion mundana.

El llamado a mediodia no lo dan campanas, porque se sabe donde esta el templo. Decenas de miles de seres de todas las edades jovenes, ninos, los de la vieja guardia, cada vez mas mujeres- dejan la semana colgada del perchero, la actividad de nueve a nueve en el cesto de la ropa sucia y, coloridos cual carnaval de febrero, se agregan al entretenimiento mas popular del planeta, el que tiene como fijacion un balon, de culminacion un gol y de artifices a 22 sujetos y un nazareno incomprendido.

Es dia de futbol en Mexico y en el mundo. Y aunque en nuestro pals la catarsis empieza desde el sabado, o a veces como una pausa en el ajetreo semanal, el pinaculo se manifiesta cuando a la hora pactada se da el silbatazo inicial en varias plazas, la mayoria de las veces colmadas de aficionados que brincan, cantan, mueven banderas, gritan y apoyan.

Otros -los mas- ya se han acomodado en el mejor sillón de la casa, alrededor del televisor; no sin antes haberse provisto de *chelas*, botanas y una Buena dosis de incertidumbre ante lo que el equipo, "los muchachos", puedan lograr en 90 minutos. Los menos acuden a bares y restaurantes *a curkrsele* con pancita, birria y alguna bebida que les rememore estar en las gradas del estadio.



Piiiiiiiiiii. Comienza la retahila (o acompañada por la tele de la tipluda voz de un narrador que también la hace de comentarista) de pases, amagues, toques en cortito, despejes, faltas reales y fingidas, saques desde la banda o la portería: todo para lograr que el esférico se meta en una red protegida por un tipo, al parecer el más solo del estadio, cuando los demás están *hechos pelotas* en media cancha, tratando de agarrar el hilo de la madeja ofensiva.

Desde el lugar en que se haya podido estar se salta, se entona para echar adelante a los de uno y se organiza una sonora rechifla a contrarios y árbitro, según sea la gravedad de la acción. *Como no to voy a querer..., dale, dale..., o en el agua clara que brota en la fuente, chinguen a su madre todos los de enfrente...* son botones de un sinnúmero de frases hechas para la ocasión.

En desfile rectangular de ida y vuelta van caras, números, nombres y apodos poco comunes: *Conejo, Gatillero, Chelito, Temo, Kikin, Flaco, Zorro del Desierto, Masa...* zoológico digno de cualquier cuento, pero parte de la vida cotidiana, tanto o más que la propia familia, la cofradía académica o laboral.

De súbito la tensión se rompe hacia un lado. Si se está en el estadio hay abrazos entre extraños; si es en casa, la cerveza pudo haber terminado en la alfombra favorita de la mamá, la esposa o la comadre porque vino el gol, el objeto y fin de la ceremonia, necesidad satisfecha de todos los involucrados en el espectáculo porque, como indica Eduardo Galeano en *El fútbol, a sol y sombra*<sup>11</sup>, "aunque sea un golcito, resulta siempre

---

<sup>11</sup> Eduardo Galeano, p. 9.

goooooooooooool en la garganta de los relatores de radio, un do de pecho capaz de dejar a Caruso mudo para siempre, y la multitud delira y el estadio se olvida de que es de cemento y se desprende de la tierra y se va al aire".

Aunque el rito y la pasion parecen mantenerse en un estado quimicamente puro, el ejercicio como espectaculo del futbol moderno, del balompie profesional, asi como su fin, la anotacion en la porteria, estan padeciendo precisamente los estragos de esa modernidad. La belleza se extingue porque ya no se juega para ganar, sino para no perder.

Como el sintoma de una verdad inobjetable -el futbol profesional es un deporte, pero tambien un espectaculo con fines de lucro- en Mexico, desde agosto de 1996, el "torneo largo" que se mantuvo durante decadas, donde habia juegos de visita reciproca entre los rivales y un campeon unico por ano, se partio a la mitad por razones comerciales que empenaron en asomar la cara tras los argumentos de mayor interes y competencia que darian dos certamenes anuales.

La Federacion Mexicana de Futbol (Femexfut) adopto para tal efecto los nombres de Torneo de Invierno -con inicio en septiembre, despues del periodo vacacional de verano- y Torneo de Verano -rayando el final a la par que la primavera, en mayo o inicios de junio-. Mantuvo el sistema de Liguilla (los dos primeros equipos de cuatro grupos disputarian en eliminacion a dos partidos las finales) e hizo mas benigno el purgatorio, al convertir a la Segunda Division en "Primera A" y enviando a esta al equipo con peor porcentaje (resultado este de dividir el numero de puntos obtenidos por el de encuentros jugados en los dos torneos), una vez al ano.

La idea ha dado resultados parciales. Para junio de 2004, al final del Torneo Clausura Comex 2004, se habrán jugado 16 torneos cortos y coronado igual número de campeones; es decir, que en ocho años se ha vivido futbolísticamente hablando lo que otras personas experimentado en su niñez y parte de su adolescencia.

En esta historia reciente, el equipo de la capital del estado de México, los *Diablos Rojos* del Toluca, se precia de tener dominados los veranos. Tres títulos ganados en esa instancia (1998, 1999 y 2000) y uno más cuando se rebautizó a los torneos a la usanza argentina, el Apertura 2002.

Se suponía que a mayor exigencia de más puntos en menos jornadas, el nivel competitivo -diluido en un torneo de 32 fechas, como en los años ochenta- se incrementaría: perder o ganar sería tan vital que en todos los encuentros, los equipos pequeños y los mayorcitos saldrían a morir en la raya.

Esto pareció consolidarse en la final del Verano 99, el primer fin de semana de junio de ese año, cuando los de Toluca y los *Rojinegros* del Atlas (Guadalajara) ofrecieron una final de frenesí, culminada con un marcador global de 10-9 a favor de los mexiquenses, luego de una tanda de tiros penales que muy pocas veces se disfruta en el fútbol doméstico: bien tirados, precisos, emocionantes.

Pero esa competitividad es engañosa porque el sistema de competencia, con sus permisividades, pone a la competencia como algo reciclable. Un torneo corto exige resultados desde la primera fecha, y si se tiene una racha buena, hay "permiso" de

caerse dos o tres encuentros; y viceversa, si se tiene un inicio de torneo fatal, pero en cinco partidos no hay derrota, da oportunidad de calificar. En opinion de voces expertas y aficionadas, esto es de lo que mas clan() hace al futbol.

Prueba fehaciente de ello es el campeon del Clausura 2003, *Rayados* de Monterrey, que tras conquistar la copa padecio la *campeonitis*, y para el siguiente torneo ni siquiera califico a las finales, pues fue eliminado por el modesto cuadro del Puebla en un partido que en teoria no representaba mayor problema.

Y mientras el aficionado vive las de Cain por saber si el equipo que le hace morderse las unas lograra llegar incolume a la Liguilla, los beneficiados por la expectacion que logra la cantidad de partidos transmitidos por la television abierta (sin contar la exclusividad de algunos encuentros televisados por servicio de paga) son precisamente los duenos de los equipos, y de refilon, los patrocinadores.

Son decenas de marcas comerciales que logran una vitrina envidiable desde el rectangulo verde, que quizas ni todas las revistas, espectaculares, promociones y demas vehiculos propios de la publicidad les reditua en impacto.

La compania de pinturas Comex se volvio, desde agosto de 2002, *sufijo* de los torneos mexicanos gracias a un importante contrato de compra de los derechos del nombre de estos a la Femexfut. Por una cifra cercana a los nueve millones de dolares a dos anos, ademas de anuncios en medios audiovisuales, impresos, colocacion de marca en los balones oficiales, publicidad en las vallas del estadio (las que se ven delimitando la cancha en las transmisiones), tienen derecho a ser el patrocinador de eventos como el

partido de Campeón de Campeones y la premiación "Balón de Oro" (antes "Citlalli") a lo más destacado de la competencia local.

Dicha operación, revela en entrevista el director de Fútbol de la compañía de pinturas, Roger Martínez, se hizo "tomando en cuenta que el fútbol, como muchas otras cosas, es una estrategia más para posicionar nuestra marca. Nosotros lo que vendemos es pintura, no vendemos fútbol [...]. Obviamente nos ha dejado ganancia, pero no hemos recuperado la inversión y probablemente no lo hagamos nunca, pero insisto, es una estrategia para posicionarlos más".

Este es un caso ilustrativo de la comercialización del fútbol mexicano, un sector en donde se manejan millones de dólares al semestre, que salen del ingreso en las taquillas, el pago de transmisiones que hacen las televisoras por sus cuadros -tan solo Televisa dio a la Femexfut, en el 2000, 37 millones de dólares por emitir los encuentros de la Selección Nacional, de acuerdo con la revista *Proceso*<sup>12</sup>- y todo el aparato publicitario y de *merchandising* que en torno a este deporte se maneja.

Lo anterior nos ofrece una premisa. A mayor ingreso económico, más calidad futbolística en todos los ámbitos, pues la liga sería completamente profesional. Pero las circunstancias nos topan con un mar de ejemplos que demuestran lo contrario.

Jugadores y técnicos que se mueven cual piezas de ajedrez, de un equipo a otro sin echar raíces en ninguna parte y olvidándose de una condición indispensable para este deporte: la identificación y el arraigo en el aficionado. Escándalos protagonizados

---

<sup>12</sup> Hector Huerta. "Depende absolutamente de Televisa", p. 95.

por, como el lugar comun los llama, "los hombres del pantalon largo", como patadas por debajo de la mesa o promociones politicas desde el palco. Cambios de sede, calendarios saturados; pleitos generados por y con la prensa y especialmente, temporadas en donde la irregularidad insiste en convertirse en sinonimo de competencia.

I, Que le pasa, entonces, al futbol nacional, si esta demostrado que es el que mejor paga en toda America Latina y entre los cinco mas caros de todo el mundo, segun el actual presidente de la Femexfut, Alberto de la Torre<sup>13</sup>? i, Se maneja con los pies? LDe quien es la responsabilidad en todo este gran escaparate? LEs cierto que no es un negocio, como se empenan en responder los directivos? LEs la falta de union o la necesidad de resultados inmediatos lo que esta mermando a este deporte?

En el presente reportaje responderemos a estas y otras cuestiones en un diagnostico de la situacion actual de *nuestro deporte nacional* a partir de la decision de escindir el torneo en dos. Se explicara que y quien esta tras los equipos de la Primera Division y como este universo se puede entender desde el analisis particular de cuatro equipos de renombre nacional: Toluca, Cruz Azul, las *Chivas* del Guadalajara y los *Pumas* de la Universidad Nacional Autonoma de Mexico.

Igualmente explicaremos el panorama actual y que tanto interviene el periodismo deportivo en este juego de intereses; el verdadero peso especifico de patrocinadores, aficionados y de la instancia reguladora de este juego y, por supuesto, se propondra una posible salida al escollo que jornada tras jornada, en cada torneo que

---

is *Idem.*

inicia, pese a las Buenas intenciones, evidencia la incapacidad de los equipos por ser constantes, y de las directivas, por organizarse.

Apenas se inicia el verdadero partido.

## DOS

### MUCHO LUCRO Y POCOS ORGULLOS

Si en la memoria del aficionado quedara solo lo bueno, lo bonito y lo emocionante, los inicios, las finales, la angustia de la ultima fecha del torneo regular para ver si la matematica arroja y con la combinacion de resultados se puede colar a la fiesta de las eliminatorias, el recuerdo del futbol seria como uno de los tantos que evoca Pedro Angel Palou en *El ultimo campeonato mundial*: "un penalti es un suicidio al que has asistido varias veces sin poder morir del todo" <sup>14</sup>.

En sepia se recordarian las tardes triunfadoras en cancha visitante o la feria de anotaciones contra el rival entonces mas fuerte, y en su mente tambien se quedaria la adquisicion que se hizo en el *draft* (el intercambio anual de jugadores sin el consentimiento de ellos) solo si esta dio resultado y anoto goles, los path o en su defecto, si hizo magistral labor de cancha para que cualquiera de las dos cosas sucediera.

Hay, sin embargo, una serie de anecdotas amargas que, en numero, van tomando forma como la nueva realidad del futbol mexicano. En particular, desde que la euforia comercial se juega doble al ano. Muchas de ellas, por absurdas, pueden tomar solo dos caminos, el de marcar historia o el del olvido.

---

is Pedro Angel Palou, p. 37.



## **Estrellados**

Los dos rivales por antonomasia del futbol mexicano, America y Guadalajara, protagonizaron en el *draft* de 1999 uno de los escandalos mas sonados, producto de una decision polemica, seguida de cerca en el ambito periodistico y que provoco la decepcion de cientos de miles de aficionados, quienes, incredulos, no asimilaban la dilapidacion de las *Chivas*.

El mediocampista Ramon Ramirez, jugador mundialista en Estados Unidos 1994 y Francia 1998, icono de los *rojiblancos*, fue vendido al cuadro americanista, al enemigo, en cinco millones de dolares, el traspaso hasta ese entonces mas caro del futbol mexicano... y contra su voluntad.

Notoriamente molesto, luego de hacerse oficial la transaccion, el nayarita ofrecio una conferencia de prensa en la cual aclaraba que no se iba contento "ni por unos pesos de mas", sino porque habia sido una decision de la directiva en la que no estaba de acuerdo, pero que su calidad profesional le obligaba a acatar.

Este episodio, motivado por la necesaria inyeccion de capital para quien vendia, el empresario regiomontano Salvador Martinez Garza, y una ventaja futbolistica para el que compraba, Televisa, ha sido sin duda el mas polemico de los "intercambios" de jugadores entre los dos cuadros que se recuerde, porque ha habido muchos mas entre los enemigos.

Ricardo Pelaez, Joel Sanchez, Luis Garcia, Oswaldo Sanchez o Jesus Mendoza, entre otros, han defendido ambas camisetas, por lo que la rivalidad mas emblematica del futbol nacional, el odio de los *millonetas* hacia el equipo del pueblo y viceversa, poco a poco se esta yendo al anecdotario.

Pese a todo la gente sigue abarrotando los estadios Azteca y Jalisco cada vez que se enfrentan, y sigue siendo una gran medalla para cualquiera de los dos llevarse el Clasico de Clasicos.

Otra historia de paradojas en el futbol.

Washington Sebastian Abreu, el "Loco", quien hizo patente esa condiciOn en su primera temporada en el futbol mexicano, consolidandose como lider de goleo en el Verano 2002 haciendo 19 anotaciones con los *Tecos* de la Universidad AutOnoma de Guadalajara, al vestir la casaca del America sufri6 lo que el ex portero y escritor Felix Fernandez define en su libro *Guantes blancos* como el purgatorio de la banca: "(Es) estar borrado. Exacto e inmejorable termino que explica el esfuerzo no considerado, que pretende justificar la apatia en una palabra o que denota incomprensiOn total hacia las ideas del tecnico"<sup>15</sup>

Su recorrido del cielo al suelo fue, tambien, consecuencia de las decisions directivas a medio camino. El "Loco" fue la contrataciOn mas sonada del Cruz Azul para el siguiente torneo, quien pa& por e1 800 mil Mares.

---

<sup>15</sup> Felix Fernandez, p. 45.

Al uruguayo lo distingue una gran y desparpajada melena pasada por varios tintes; su metro noventa de estatura que lo despegaba del suelo en sus remates de cabeza; en los pies, tacos blancos que resaltaban de las medias azules del uniforme *cementero*; prominente dentadura que no pasaba inadvertida en su sonrisa cuando la prensa queria todo con el, todo queria saber de el porque era "la estrella" en La Noria.

Hizo ocho goles en el torneo local, y otros tantos en los certámenes internacionales en los que participo con la *Maquina celeste*. Celebraba las mas de las veces corriendo con los Brazos, simulando ser un ave, y en epoca de Noche de Brujas se enfundaba en una mascara de la muerte, igual de sonriente que el.

Todo apuntaba a que los cruzazulinos tenian un nuevo *romperredes* en el cual volcar sus esperanzas de recobrar un titulo, el que se les ha negado desde el Invierno 1997; pero vinieron los malos resultados en el Clausura 2003 y, con ellos, el cese del tecnico Mario Carrillo y de todo el plantel, en marzo de ese ano.

Abreu fue uno de los once jugadores que no estuvieron de acuerdo con estas medidas y salio del plantel el viernes 14 de marzo. "Esto no es un asunto de dinero, sino de dignidad", menciono enfadado el "Loco", que mas se tardo en irse a su natal Uruguay que en regresar, fichado por las *Aguilas*, para la Apertura de ese mismo ano.

En "el nido" de Coapa, de sus grandes momentos haciendo goles se vio poco, consecuencia de una decision poco comprendida del tecnico holandes Leo Beenhakker, cuyo equipo quedo fuera de la pelea por el titulo por segunda vez consecutiva desde que obtuvieron su ultimo campeonato, en mayo del 2002.

En esta categoría de estrellados, por supuesto, también se incluye a los que torneo a torneo caen más rápido: los directores técnicos.

Rehenes de los resultados en la cancha, los estrategas de cualquier cuadro saben que sus contratos, aunque en el papel duren dos, cuatro o hasta cinco años, en realidad pueden reducirse a un torneo o mucho menos, sometidos a las presiones tanto de los directivos como de los aficionados y la prensa.

Ricardo "Tuca" Ferreti, por ejemplo, inició la aventura de los torneos cortos con *Chivas*, obteniendo un título, en el Verano 1997. Dui-6 en la institución *rojiblanca* hasta que las magras cosechas de puntaje lo pusieron fuera de ella, para irse a *Tigres* del Universitario de Nuevo León, en el 2000.

Ahi, el reto fue llevar a los felinos al título, quedándose a nada de conseguirlo en el Invierno 2001, cuando cayeron ante los *Tuzos* del Pachuca en la final. El brasileño fue nuevamente ratificado hasta que le dieron las gracias a la mitad del Apertura 2003, nuevamente por el mismo argumento, los resultados.

De inmediato encontró *chamba* cuando en Toluca echaron a Alberto Jorge para que el primero ocupara su lugar y calificara a los *Diablos* a la serie final, para disputar un quinto título en torneos cortos.

Este molde se repite con varios: Mario Carrillo, los hermanos Alfredo y Luis Fernando Tena; Jose Luis Trejo, Oscar Ruggieri, Victor Vucetich, Daniel Guzman, y un largo etcetera que no distingue entre extranjeros y mexicanos.

Pocos son los cuadros que han buscado mantener una regularidad en su base tecnica. Morelia la logro con Ruben Omar Romano hasta el actual Torneo Clausura 2004; Enrique Meza puede hablar de "eras", primero con los mexiquenses y luego con Cruz Azul. El Necaxa es el unico que, hasta ahora, ha mantenido a Raul Arias en la direccion tecnica por mas de cinco anos.

Felix Fernandez Christlieb, tambien columnista y funcionario en la FederaciOn Mexicana de Futbol, intenta explicar en una charla este fenomeno a partir de la capacidad de negociacion. "Aunque no es la percepcion que se da, hoy en dia el tecnico es mas producto de las relaciones publicas y humanas que de los resultados. De otra manera no te puedes explicar que directores con porcentajes terriblemente negativos y fracasos siguen siendo contratados. Los resultados evidentemente marcan si to vas o te quedas, pero no es de un dia para otro, se hacen advertencias, platicas".

Los directivos, la mayoria de las ocasiones, explican esta decision argumentando que "se han cumplido ciclos", y los tecnicos -como Victor Manuel Vucetich- solo dicen: "bueno, los torneos cortos no permiten la programacion ni la proyeccion de jugadores, la prensa, la aficion y los directivos exigen resultados, pero si no hay continuidad, i,como?".

Especialmente con estas justificaciones resulta absurdo que los proyectos de estos tecnicos no sean respaldados por las directivas, que prefieren sacrificar su tolerancia y un proyecto consistente de largo plazo, por ganar partidos como sea. Aunque Rafael Ocampo, ex director de Deportes del semanario *Proceso* indica que "la ecuacion no es sencilla para ellos (los directores tecnicos) porque los primeros en exigir son los aficionados. Es parte de nuestra cultura, en donde todo mundo quiere el exito facil e inmediato, y no se tiene la paciencia para comprender que este se construye".

Esta clase de vaivenes y autogoles en los que cada temporada se involucra a los jugadores y a los tecnicos poniendolos en la misma categoria de los papalotes, tienen un motivo mas poderoso que lo que se ve en la cancha.

Los responsables directos son los ocupantes del palco de honor, los del pantalon de vestir, los alejados de la plebe que llena el aforo del estadio; como el pulgar del Cesar, deciden en un momento que uno que le dio glorias ya no es util y es momento de venderlo o correrlo para asegurar la entrada de mas ingresos y poder invertirlos, aunque no lo hagan donde deben en la mayoria de los casos.

## **Mudanzas**

Cuando dejo de ser un trascendido y alcanzo el rango de noticia confirmada, parecia cosa de risa, un mal chiste. Los *Toros* del Atletico Celaya -Guanajuato es estado futbolero por tradicion, con cuadros como Leon e Irapuato- desaparecieron y

sufrieron la metamorfosis mas inverosimil, la de convertirse en *Colibries* y jugar en Cuernavaca. Se veia venir un galimatias.

De acuerdo con el portal de Internet *soccerage.com*, uno de los mas reconocidos en la materia futbolistica, las razones que argumentaron los representantes del Celaya, Luis Dorantes, Alfonso Rabago y Gustavo Diaz Garcilazo, en la asamblea de diciembre del 2002 en la Femexfut, fueron los problemas financieros, que se reflejan en los aspectos deportivos. "Como muchos clubes en el mundo, tenemos algunos problemas financieros y no recibimos respuesta de algunas personas de la iniciativa privada en cuestion de patrocinios y de alguna manera quisimos enfocar las baterias al lugar de donde somos (Morelos)", coincidieron los representantes de los *bureles*.

Aun con la buena intencion, el dueflo de la nueva franquicia, un empresario local y frustrado aspirante a la Presidencia Municipal de "la ciudad de la eterna primavera" por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Jorge Rodriguez, no aprovecho la oportunidad ni mucho menos echo la casa por la ventana para que el estadio Mariano Matamoros de Xochitepec y sus 18 mil aficionados recibieran de nueva cuenta futbol de Primera Division.

Desde antes de iniciar la campafia se sabia que esta mudanza era un vuelo en picada. El "Capitan" Rodriguez contrato refuerzos de mediano renombre -como el ex monarca Claudio da Silva "Claudio" o el *tecolote* Mauricio Gallaga- para un cuadro que tambien cargaba con problemas de descenso; en cambio, algunos jugadores que todavia conservaban su prestigio huyeron de la metamorfosis, como el argentino

Antonio Mohamed, quien declaro al diario *El Universal*<sup>16</sup> el domingo 17 de junio de 2003 que por ningun motivo se quedaria "en un club de rancho".

A dos dias de su "presentacion en sociedad", el primer fin de semana de enero de 2003, la cancha estaba a punto de ser vetada por las autoridades municipales, ya que no contaba por con las medidas de seguridad de un estadio de primera linea. La plaza de los *Colibries* aun olia a pintura y se notaba la obra negra en taquillas, vestidores y baflos.

Sin embargo se salvo el escollo y los jugadores, con la indeseable sombra de un potencial descenso a cuestras, comenzaron a dar sorpresas que no duraron mas and de los primeros cinco partidos.

Lo economico comenzo a decidir lo futbolistico. Los futbolistas y el cuerpo tecnico denunciaban hasta tres meses sin pago de sueldos, *cooperachas* para el hielo en los entrenamientos, incumplimiento en promesas de viviendas, medicamentos e implementos deportivos.

Estas situaciones trazaron la inevitable debacle de los chupamirtos. Mientras Salvador Vaca, simbolo del equipo, dormia en un cuartucho de hotel, el resto del plantel se organizaba y preparaba fisicamente para un cotejo de importancia en el jardin de la casa de uno de los delanteros, cuando era obligacion del club proporcionarles un alojamiento digno y una cancha para entrenamiento; ademas, la directiva contrato y

---

<sup>16</sup> "Un torneo de escandalo", p. D3.



ceso dos veces en un solo torneo al entrenador Sergio Rubio, a quien tambien se le quedo debiendo dinero y dignidad.

Paso lo que tenia que pasar. A la par de que Rodriguez (famoso por mandar literalmente *a la chingada* a la Federacion Mexicana de Futbol por insultar al entonces presidente de la Comision de Arbitraje, Edgardo Codesal, y pagar por su osadia medio millon de pesos) veia como se hacian humo sus aspiraciones politicas, su otro negocio, el de las patadas, iba *idem: Colibries* descendio a la Primera A y la franquicia fue absorbida por la Federacion, bajo el argumento de los grandes adeudos salariales que se tenian con los jugadores. Ahora, el destino de ese dinero esta gestionado por la Comision del Jugador.

El futbol, en su faceta de negocio primero y espectaculo despues, se ha contagiado con una "gripa comercializadora". Se vende un cuadro con un mediocre desempeno deportivo para mudarlo de sede y borrar su historia de un plumazo, para ver si magicamente se transforma y arriba al protagonismo y multiplica los ingresos para sus duenos.

La revista *Futbol Total*, en su analisis previo al inicio del primer Torneo Apertura Comex, que inicio en agosto de 2002 <sup>17</sup>, da cuenta de los gambeteos y recortes estrategicos en este sentido.

"El cambio esencial se da en la expansion a 20 equipos, y en las nuevas sedes. La ausencia de publico en algunos estadios ha provocado la necesidad de varios clubes

---

<sup>17</sup> Hernandez, Jose. "El balon vuelve a rodar", p. 20.

para tomar a la mudanza como solución. Los sorprendentes *Reboceros* de La Piedad (Michoacán) se trasladaron a Querétaro y regresaron a la Primera División a la Corregidora, con los *Gallos Blancos*; el Atlante ha buscado en el Neza 86 una casa que registre mejores casas que el Azul, y el en-ante Irapuato que se convirtió en Veracruz<sup>18</sup> ahora da paso a los *Jaguars* de Chiapas y el sur ya tiene fútbol de buena calidad. También se suman a las novedades los ascensos, el de San Luis, que después de 35 años retorna al máximo circuito, y el de Veracruz que logra mantener la plaza del puerto jarocho en la Primera".

A esta serie de cambios se debe sumar el más reciente y aparentemente más efectivo. Los *Rayos* del Necaxa, mítico cuadro capitalino identificado en sus orígenes con los trabajadores electricistas, ahora son conocidos como *Hidrorrayos* de Aguascalientes, plaza donde conservo, al menos en su primera temporada, una regularidad en sus juegos y, lo inusitado -la razón por la que se fueron del estadio Azteca-, lograr buenas entradas y hasta llenos.

Para Carlos Albert, ex jugador de este cuadro en la década de los sesenta y actual comentarista de deportes en CNI Canal 40, esta situación es única en el mundo. En entrevista comenta que para que haya un fútbol profesional en un país necesita tener cuadros con raigambre, "que hagan su historia y que formen parte de la cultura del lugar en el que están. Lo de Necaxa -que la gente no movió un dedo porque no se fuera- sería imposible que sucediera en Argentina, Inglaterra o Italia. Esto es parte de la chata visión de los directivos. Antes te jugabas la vida por un equipo y hacías lo que podías por él.

---

<sup>18</sup> Por ese errático paso, al mote histórico del Irapuato se le agregó un elemento, para llamarles la "Trinca fresera del Veracruz".

Ahora ni ganas to dan de it al estadio porque no sabes si en un ano o dos va a llegar un nuevo dueno y le va a cambiar la camiseta y la personalidad".

Si bien esto ultimo podria darsele un sentido metaforico, Albert insiste en senalar el error directivo: "estan haciendo de los equipos un baile de mascararas, y la gente se va tragando todo eso. Y no lo quieren ver los directivos; para ellos es solo tomar lo inmediato y se olvidan de crear verdaderas *generaciones* de aficionados".

La historia reciente solo documenta una "rebelion" de los aficionados de los *Esmeraldas* de Leon, que en 1996 hicieron esporadicas marchas en las principales plazas de la ciudad de los zapatos, en protesta porque querian cambiar al equipo de plaza. No obstante, eso ahora esta en el recuerdo y este club, manoseado y vilipendiado, ha pasado por todo, para salir del marasmo de la division de ascenso. Incluso, en 2003 estuvo a punto de volver al maximo circuito, de no ser porque perdieron la serie final contra Irapuato, luego de una serie de circunstancias sospechosas, en particular, la "toma" del estadio de los *freseros* a manos de personal del dueno de los *esmeraldas*, Carlos Ahumada.

Es el manejo de fortisimas cantidades de dinero, que se insiste en negarlas, el motivo de todas estas y tantas mas disposiciones *sui generis*, las cuales recaen en manos de grandes grupos economicos, asociaciones civiles detras de las que nombres, empresas, cotos de poder, personas morales, deciden los destinos -mediatos e inmediatos- de quienes estan en la cancha, del que los comanda dentro y fuera, la plaza que van a intentar llenar cada 15 dias, el nuevo anuncio que opacara el escudo de su club, y hasta del dinero que van a ganar cada quincena sus futbolistas.

## Botine\$

En septiembre de 2003, el mundo del futbol vio mancillada su confidencialidad cuando el reportero Hector Huerta publico en *Proceso*<sup>19</sup> un compendio con los salarios que ganan mas de 500 jugadores del futbol profesional mexicano.

Tras seflalar que muchos de los clubes registran una cantidad y pagan otra a sus futbolistas -solo Guadalajara y Monterrey darian cifras correctas a la Secretaria de Hacienda, que constantemente audita a los clubes-, el reportero enumera cantidades poco creibles en la realidad.

"Cruz Azul tampoco apporto informacion fidedigna al ciento por ciento. Dicen sus contratos que Alex Aguinaga gana 603 mil 750 pesos al mes, pero los seleccionados nacionales Melvin Brown y Tomas Campos descienden hasta 18 mil pesos cada uno [...]. Los directivos deben ser muy injustos si el contrato de Oscar "El Conejo" Perez, que lleva 11 afros como portero titular, refleja la realidad: 25 mil pesos al mes, mientras que Cesareo Victorino obtiene 78 mil 750 pesos".

El articulo, un documento en si mismo, ofrece decenas de nombres y nominas que no corresponden con el desempeflo futbolistico de sus beneficiarios, salvo en contadisimas excepciones, como la del delantero del Atlante, Sebastian "Chamagol" Gonzalez, con 87 mil 500 pesos mensuales; el arquero Oswaldo Sanchez, con 600 mil en el mismo periodo y sin duda el mejor pagado, el delantero toluqueflo Jose Saturnino Cardozo con un millon 17 mil 34 pesos cada mes por hacer sus *diabluras*.

---

<sup>19</sup> "La burla de los sueldos", 7 de septiembre, 2003.

En pocas ocasiones se conoce a precisión las cifras que con-en periódicamente en el balompié nacional, y aunque la *vox populi* es consciente del gran poder económico de este deporte, figuras directivas como Alvaro Davila, Enrique Borja o Aaron Padilla - en general, todo el sector de toma de decisiones- coincide, al menos, en un punto: el fútbol no es un negocio rentable.

Publicaciones especializadas en temas generales, no necesariamente deportivos, incluso de corte político o económico, como la ya citada *Proceso o Expansion*, han manejado una cifra no oficial en varios de sus textos, de cuanto es el ingreso anual en México por vender el fútbol: de 50 a 60 mil millones de pesos (500-600 millones de dólares considerando el tipo de cambio del dólar a diez pesos).

Lo cierto es que el balompié mexicano es uno de los paraísos salariales de cualquier jugador, solo por debajo de las ligas española, italiana, inglesa, cuyo rendimiento (financiero y futbolístico) es muy distinto del nacional, y por encima de ligas con estos mismos elementos, como la de Argentina.

Tales antecedentes vuelven inaudito creer que un delantero como el americanista Cuauhtemoc Blanco, uno de los de mayor proyección en la actualidad, se embolse - siempre de acuerdo con los datos obtenidos por Huerta- cerca de 34 mil pesos al mes, y que otro, de su mismo equipo, con menos trabajo y popularidad, como el portero Adolfo Rios, gane seis veces más que él, con un sueldo cercano a los 199 mil pesos en el mismo periodo.

## **Dinero y cifra no son lo mismo**

Hay dinero y mucho. Entonces, ¿por qué los clubes mexicanos siempre están clasificados en las listas mensuales de la Federación Internacional de Historia y Estadística de la FIFA en lugares muy alejados de la cima, a la que para acceder los méritos no son nunca suficientes?

En la lista de octubre del 2003, la *Mkquina cementera* aparece en el número 50, el más alto para un club mexicano, alejado en serio del *Top 5* compuesto por el Milan de Italia; Real Madrid, de España; Santos de Brasil; el Glasgow escocés y el portugués Oporto.

Siguen los pasos de Cruz Azul el Toluca en el sitio 69; los *Pumas* de la UNAM en el 76, Morelia en el 90; Necaxa y América están juntos, hasta los puestos 156 y 157, respectivamente; el club Tigres aparece en el 216, Monterrey en el 230 y hasta el final de los cuadros nacionales, Guadalajara en el 235.

Con todo y la duda que generan las listas de FIFA, que siempre ponen a la Selección Mexicana entre las diez primeras del mundo, algo que ni el *Inds* fanático puede tragarse, el anterior esbozo sirve para plantear una conclusión preliminar.

En México, si bien en el fútbol profesional el dinero es el verdadero *superlider*, ello no quiere decir que este se maneje desde el *corpus* directivo con una visión

gerencial eficaz, rentable, que busque el mejoramiento del deporte y la satisfacciOn de los millones de aficionados.

Las cifras reales manejadas en sueldos multimillonarios, contratos publicitarios, patrocinios, comercializaciOn y promociOn en articulos *metafutbolisticos*, asi como en derechos de transmision televisiva se mantienen en misterio porque tienen otro destino que no es precisamente deportivo, sino grupal, empresarial, a veces hasta personal o politico. 1, Sera? 0 simplemente se puede deber a una combinaciOn de ambos factores, tan deliciosa, que concede a los dirigentes la oportunidad de echarse a la hamaca y no pensar en el futuro.

## TRES

### DESDE EL PALCO DE HONOR

Unos descendieron de sus helicópteros; otros, de sus automóviles último modelo para poder estar, relativamente, al alcance. Se escucharían sus voces y sus opiniones, como en una asamblea donde había al menos 800 miembros más -el público- con voz pero sin voto. El Tercer Congreso Internacional de Fútbol, celebrado el 29, 30 y 31 de octubre de 2003 en la ciudad de Pachuca, Hidalgo, y organizado por el club de fútbol de esa ciudad, en conjunto con su Universidad del Fútbol, logró sentar en la misma mesa a nueve dirigentes de equipos de los 20 existentes en la rama de Primera División.

Pasaron lista Justino Compeán (Necaxa), Jorge Urdiales y Luis Miguel Salvador (presidente y vicepresidente del Monterrey); Alejandro Rodríguez (*Tigres*), Aaron Padilla (*Pumas*), Alvaro Davila (Morelia), Guillermo Cantu (ex jugador y presidente del Santos Laguna), Enrique Borja (ex presidente de la Femexfut, y otrora dirigente de Necaxa y *Tigres*), Guillermo Álvarez Cuevas (Cruz Azul) y el nuevo en el grupo, Jorge Vergara (Guadalajara). Los reunieron presuntamente para hablar, en mesa redonda, del fútbol globalizado.

Pero la plática se centró en otros temas y la sala de juntas donde ellos y los otros once deciden "lo que es mejor para el fútbol mexicano" se trasladó hasta ese podio semicircular, donde todos -hasta ellos- padecíamos los estragos de cuando cae el sol en



la *Bella airosa*. Empezaron los mensajes de ida y vuelta, sin mas destinatario que ellos mismos.

Cada uno, en su oportunidad ante el microfono y con matices distintos, manifesto lo evidente. Su falta de union como "gremio" (aunque Davila haya renegado del concepto), su beneficio economico como prioridad y el reconocimiento de haber olvidado lo esencial: el deporte, el espectaculo y las maneras de alimentarlo para que sobreviva.

*Billy Alvarez*, el mas veterano de todos, con su hablar sereno y la sonrisa que da la experiencia, puso el dedo en la llaga: "Necesitamos llegar a acuerdos para cualquier situacion en la Federacion, por el bien del deporte. Hay que cambiar el calendario de partidos". Le secundo Vergara, mas impetuoso: "Para mi el objetivo es volver a lo basico, que el futbol sea protagonista. La intencion debe ser el futbol, no el dinero que da el futbol, y los resultados deben ser el objetivo menos buscado; el hecho de querer ser campeon cada temporada esta sacrificando al deporte, y el conjunto del futbol solo lo pueden mejorar los directivos, porque si no hay un balance, esto va a tronar".

Las experiencias personales y los intereses continuaban. Si Justino Compean justificaba el cambio de sede de sus ahora *Hidrorrayos* argumentando que "no podemos seguir en la industria del futbol subsidiando equipos, una plaza, por el simple hecho de *estar*", y Alvaro Davila se concentraba en lo que llamo la "quimera" de hacer negocio - "somos 20 socios, y tenemos esa fantasia, porque ahora ni damos espectaculo ni estamos generando dinero porque no hay objetivos a largo plazo"-, Luis Miguel Salvador, tambien nuevo en el arte de dar ordenes y no de recibirlas los sacudia. "Es

muy bonito y romantico pensar en ese largo plazo, pero preguntemosle al aficionado si le gustaria ver a su equipo en media tabla solo porque se esta consolidando un proyecto".

Las opiniones coincidentes, politicamente correctas, terminaron cuando Paxti Izco, presidente del club espanol Osasuna de Pamplona (invitado a la charla), les puso el alto con su acento madrilenio.

"Es que vosotros teneis una vision pesimista del futbol, porque miran demasiado hacia adentro. Por lo que han dicho aca sus clubes tienen, si, potencial economico, pero la falta de entendimiento entre los directivos es lo que mata. Yo no entiendo como es que tienen tantos jugadores extranjeros y no fortalecen sus fuerzas basicas, y ademas no termino de entender para que el *draft*". Caras de desconcierto en la mesa, y aplausos prolongados de que asi votamos sin servos solicitado.

Entre toses, acomodadas de corbata, sorbos cortos a las botellas de agua y miradas hacia la nada, los presidentes intentaron enmendar la plana de su evidente desunion. Y Padilla, en un *lapsus*, sentencio la necesidad y la realidad al mismo tiempo. "Unemonos [sic], espero que esto sirva verdaderamente de algo, y no saliendo de aqui vengan las punaladas por la espalda".

Los senalamientos que manifestaron los directivos en Pachuca no son novedosos y si urgentes. El analista Enrique Gonzalez, en el articulo "Futbol y empresas, una jugada de pizarron" publicado por *Expansion* el 8 agosto del 2000, explica que en publico, este grupo de personas, ligadas generalmente con empresas cerveceras,

cementeras, televisoras por supuesto y demas companias de fuertes capitales, se asombra cuando se le interroga por la dimension de este negocio en Mexico; mas en privado admite que se maneja con una vision gerencial arcaica<sup>20</sup>; es decir, hay conciencia de la falta de un proyecto a largo plazo en su manejo directivo y financiero.

Rafael Ocampo, tres años antes en *Proceso*, escribió también sobre esta situación y la sostiene ahora, en entrevista como director Editorial y de Noticias de CNI Canal 40. En el artículo del 14 de junio de 1997 publicado en el semanario, decía que la tendencia era que cada vez más los equipos eran respaldados por grupos económicos; de los 18 equipos que había, trece o catorce eran propiedad de empresas. "Los últimos románticos, por su solvencia económica, son los del Atlas".<sup>21</sup>

Ahora, fuera de la labor reportéil en activo, lamenta los contrasentidos de los directivos "porque evidentemente tienen en la mano un negocio muy noble que debieron haber organizado de una manera más atrevida y ordenada. El hecho de que se dediquen a ponerse pies habla de que están destruyendo su propio negocio y no le están permitiendo que crezca. Yo soy de lo que está convencido de que el fútbol mexicano profesional es totalmente deficitario; no solo no genera ganancias, sino que le da pérdidas notables a los grupos empresariales que lo sustentan. Y si lo vemos en un contexto más amplio, es un excelente mecanismo de promoción para estas cerveceras, cementeras y televisoras, pero como tal, el fútbol es desventajoso y un mal negocio".

Y Carlos Albert, de la misma empresa, resume el panorama: "Las decisiones que toman los directivos no son las correctas, porque se basan única y exclusivamente en el

---

<sup>20</sup> Enrique Gonzalez, p. 14.

<sup>21</sup> "En el Atlas, los `últimos románticos'. Los nuevos dueños del fútbol mexicano", 14 de junio, 1997.

negocio. El fútbol profesional es, aparte de un negocio, un espectáculo y un deporte. Si solamente decides las cosas con base en que sean negocio o no, se revierten. Si olvidas que es deporte y solo mejoras el negocio, este deja de serlo y consecuentemente deja de ser un buen deporte".

### **Los mismos de siempre**

El argentino Jorge Valdano, llamado no sin razón el *filósofo del fútbol*, pone al centro un cuestionamiento esencial en el siglo XXI. ¿A quién pertenece este deporte? Y el mismo baja de pecho la respuesta en sus *Apuntes del balcón*<sup>22</sup>. "Si hablamos de sentimientos pertenece a la gente, pero desde que empezó la cámara de la comercialización, da la impresión de que todos participan de la frase de Antonio Machado: *a la masa que la parta un rayo*".

Sostienen este deporte quienes programan su fin de semana en relación con la hora y la sede en donde juegue su equipo; compran la camiseta pirata, porque no alcanza para *la buena*-, llevan a los niños al estadio, crean las frases y los moteos que hacen historia. Pero ni así logran ser tantito dueños de su fútbol. El derecho de propiedad lo tienen los mismos de siempre, aunque parezca de un *earl* democrático tener a 20 equipos en la Primera División.

El cordón umbilical que une a los clubes deportivos (asociaciones civiles) con las sociedades anónimas inmiscuidas mayoritariamente en el fútbol es la libertad

---

<sup>22</sup> Jorge Valdano, pp. 149-150.

juridica ejercida desde hace 60 anos, cuando se profesionalizo la Liga Mexicana, de no rendirle cuentas a nadie, mas que a si mismos y acaso, a la Federacion.

Con pocos casos de excepcion, *Los Duenos* del futbol mexicano, empresas que por su importancia son autenticos poderes informales de la economia nacional, deciden lo que va mejor no para el deporte, sino para sus ganancias. Por ello mismo sus directivos se han convertido -al igual que pasa en los partidos politicos- en personajes constantemente obligados a medir sus fuerzas y, especialmente, a hacerse de aliados mas pequenos para llegar al poder, sin necesidad de ostentar el puesto de mando.

Hasta el Torneo Clausura 2004, que inicio el 4 de enero, de los 20 cuadros que estan afiliados a la Rama de la Primera Division, 12 de ellos -el 65 por ciento- se reparten en los grupos denominados de las televisoras, las cementeras, las cerveceras y la telefonía. El resto puede caber en el costal de los "independientes", seis, y de las instituciones educativas, con dos.

El *gandn*, con tres equipos en su poder, pero repartidos a mandos alternos, es Alejandro Burillo Azcarraga, dueno del Grupo Pegaso, abocado a los negocios de la telefonía celular asociado con la empresa española Telefonía. Atlante, Irapuato, y Veracruz reciben apoyo de esta empresa y, muy importante de *El Giiero*, hasta hace poco el hombre fuerte que decidía el destino -competitivo y comercializado- de la Selección Mexicana.

La tripleta futbolística, en tal orden, es comandada por Jose Antonio Garcia (dueno de la marca deportiva Garcis, imbatible en los ochentas antes de que llegara la

competencia y la trasnacional Nike aplastara con su presencia), Kleber Mayer y Rafael Herrerias, que se da tiempo de presidir a los escualos y de controlar la fiesta taurina en el Distrito Federal.

Estos equipos guardan un punto en comun: en anos recientes han tenido problemas de descenso o han venido de el, y por tanto, se inscriben en la categoria de equipos mudados tantas veces que no se recuerda cual era la franquicia original.

Por otro lado, el grupo de las televisoras se divide por logicas razones en dos: Televisa con tres cuadros -America, Necaxa y San Luis- y Television Azteca -Morelia-. En ningun momento se han aliado para fortalecerse frente al creciente poderio de los otros; sin embargo, representan un sector fundamental, ya que a traves de sus senales abiertas (y Televisa con SKY) pagan equitativamente (diez por cabeza) los derechos de transmision y por tanto, la dominan.

El poder de Televisa, que durante decadas fue el unico en el futbol mexicano, se transformo sustancialmente en el 2000, cuando el actual presidente del grupo, Emilio Azcarraga Jean, hijo de "El Tigre" Azcarraga Milmo, impulsor de la concepcion deporte-negocio-espectaculo, decidio que los equipos ejercieran su poder de autodeterminacion y, el viernes 14 de enero de ese ano, saco las manos del manejo del futbol y lo dejo, ahora si, en la Federacion Mexicana de Futbol.

Una persona ligada a la empresa de entretenimiento mas grande de Latinoamerica, consigna Hector Huerta en otro trabajo en *Proceso* de mayo de 2003<sup>23</sup> ,

---

<sup>23</sup> "Futbol, para Televisa, solo un negocio", 4 de mayo, 2003.

Ricardo Perez Teuffer, director de Eventos Especiales y Deportivos (y hermano de Javier, presidente del America), menciona que "Televisa ya no influye en la designacion de personas ni en la elaboracion de calendarios, *salvo cuando nos afecta*<sup>24</sup> en la transmision de partidos".

En este caso, son el mencionado Javier Perez Teuffer, Justino Compean y Eduardo Villar Cervantes, quienes deben velar por el bienestar de los nuevos "tres hermanos" (Atlante, al cambiar de dueño, salio de la cofradia): las *Aguilas*, los *Rayos* del Necaxa y el Real San Luis.

Un plano mas modesto lo ocupa Alvaro Davila Alanis, presidente de los Monarcas Morelia, quienes al ser entera propiedad de Television Azteca, sufrieron esa transformacion, pues antes eran simplemente los *Ates*, un cuadro de media tabla.

Davila es esposo de Patricia Chapoy, quien en la empresa del Ajusco ocupa un plano similar al que en el sector deportivo significa el emblematico Jose Ramon Fernandez. Y, aunque Azteca siempre critico las exacerbadas tendencias de su competidora hacia los americanistas, la senora Chapoy, ademas de aprobar o no los contenidos de la barra de entretenimiento (compuesta de programas de chismes y notas del corazon) es la primera en, literalmente, ponerse la camiseta a rayas horizontales rojo y amarillo y echarle porras al cuadro michoacano, actitud que repiten sus colaboradores.

---

<sup>24</sup> Cursivas originales en el texto.

Abajo en cantidad, pero no por ello en importancia figuran los cuadros identificados con las dos cervecerías más importantes del país. Grupo Modelo y Cervecería Cuauhtemoc-Moctezuma.

Aunque nunca ha negado patrocinar a ningún cuadro que se lo solicite, la creadora de bebidas tan socorridas como *Corona*, *Modelo*, *Negra Modelo*, *Pacífico* o *Montejo* tiene acciones con los *Diablos Rojos* del Toluca, así como Santos Laguna de Torreon, manejados en el ámbito deportivo, respectivamente, por Rafael Lebrija (ex presidente de la Rama de la Primera División) y hasta diciembre de 2003, por Guillermo Cantu (ex jugador).

Entrevistado por Rafael Ocampo en 1997, el entonces presidente de los *Guerreros*, Francisco José Davila, aclaraba que la empresa fundada hace más de un siglo por la familia Diez solo "es accionista del club, de parte importante, junto con inversionistas laguneros" por lo que resultaba impreciso decir que el club es de la cervecería.

Al respecto, el presidente de los *mexiquenses* explicaba que los clubes lo único que ha hecho es asociarse con grupos empresariales, a partir de los compromisos comerciales. "(Toluca) se maneja independientemente de la cervecería, pero necesita apoyos económicos para seguir adelante", además de dejar patente una verdad inobjetable: esto es fútbol profesional y se necesitan recursos para mantenerlo.

La *Pandilla del Monterrey* es propiedad de la cervecería rival, productora de *Carta Blanca*, *Sol*, *Tecate* y *Superior*, y manejado por Jorge Urdiales. Antes de los



torneos cortos, este cuadro protagonizo el descubrimiento de los delitos "de cuello bland" en Mexico, puesto que Jorge Lankenau, dueno del Grupo Financiero Abaco, era cabeza de una red de corrupcion y fraude que los dejo muy mal parados; a el en la carcel y a los *Rayados*, en las postrimerias de la mediocridad.

Asi, en el ultimo de los "grupos" esta la institucion pionera de unir la comercializacion y el deporte. La Cementera Cruz Azul, establecida como cooperativa desde inicios del siglo pasado (1905), llega al futbol profesional en 1961 para que su oncena sea en si misma un mecanismo de promocion del material de construccion.

De historia mas reciente, ya que su incursion al futbol profesional vino desde la Universidad Autonoma de Nuevo Leon, y a traves de la sociedad Sinergia Deportiva, Cementos Mexicanos -propiedad de uno de los hombres mas ricos del pals, Lorenzo Zambrano- maneja a los *Tigres*, presididos por Alejandro Rodriguez.

El sector "independiente" de los equipos mexicanos incluye de manera indirecta a dos universidades: *Pumas* de la UNAM, respaldado por un patronato de hombres de primer nivel en sus respectivos campos de accion (y muchos de ellos ajenos a la Casa de Estudios) como Carlos Slim -el hombre mas rico de Mexico y Latinoamerica, segun la revista *Forbes*, o Arturo Elias Ayub, director de Alianzas Estrategicas de Telefonos de Mexico; y *Tecos* de la Universidad Autonoma de Guadalajara, de la familia Leah:), conocida en la region jalisciense por su fuerte industria hotelera.

Continuando con los cuadros de Guadalajara, los *Rojinegros* del Atlas es el unico equipo encabezado por los profesionistas mas pudientes de la capital jalisciense y

que ha logrado sobrevivir con un sistema distinto al del resto -explotar y vender sus fuerzas basicas-, lo que sin embargo ha traído a su presidente, Ernesto Fregoso, (sustituto del actual presidente de la Femexfut, Alberto de la Torre, en la directiva *atlista*) con mas de un dolor de cabeza, ya que este esquema parece ya ha agotado en su rentabilidad.

El Puebla, dirigido por Francisco Bernat Cid, obtiene sus recursos directos de una empresa llamada BR futbol, Sociedad Anonima, y de una minima participacion accionaria de la refresquera Pepsico y la automotriz Ford, lo cual no le ha exentado de estar en problemas financieros. Los *Jaguars* de Chiapas, que en sus dos recientes torneos estuvo en el limbo futbolistico, recientemente fue adquirido por el consorcio chiapaneco de las Farmacias del Ahorro, propiedad del empresario Antonio Leonardo y *Gallos Blancos* de Queretaro, el "fantasma" de la reciente campana, es manejado por una empresa de la que solo se sabe el nombre -Caja de Ahorro Libertad, A.P.-, y que sus propietarios son los hermanos Vazquez Mellado, pero no hay mas antecedentes.

Por ultimo, los *Tuzos* del Pachuca, presididos por Jesus Martinez Patino, dueno de una empresa distribuidora de neumaticos en Hidalgo, y Jorge Vergara, dueno desde octubre del 2002 de las *Chivas Rayadas*, a traves de su empresa de suplementos alimenticios, Omnilife, se han constituido en ejemplos de la nueva corriente directiva que empieza a alzar la mano en el futbol nacional.

## Ideas en corto

Ha quedado demostrado que el hecho de tener la capacidad económica para sostener un equipo profesional, no significa que se tomen decisiones acertadas o acordes con las necesidades de este. Si tal situación se diera una o dos veces, vaya y pase, pero cuando esas excepciones se dan a la inversa, entonces ya hay un signo de preocupación.

Contrario a lo que ellas mismas afirman -que piensan al principio y al final en su bienestar y beneficio-, las directivas de la mayoría de los equipos han olvidado al aficionado. Para ellos, las directivas están ubicadas como el principal problema que mantiene a este deporte en México aun en los dominios de la mediocridad.

"Falta solidaridad. El fútbol mexicano se ha distinguido en gran parte por ser, muchos de los directivos, muy *chaqueteros*; por ver por su beneficio personal y no haber un objetivo común. Casi todos tratan de sacar ventaja para sus clubes y eso no le beneficia en nada al fútbol", señala en entrevista Rafael Puente, el *Guama*, portero de raigambre en el fútbol de ayer.

El otro Rafael, Ocampo, menciona otra vertiente, más dolorosa. Que pese a las voces críticas que cada semana aparecen a las decisiones que toman, la gran soberbia de los directivos les impide escuchar y tomar acciones, lo que condena al fútbol a un desarrollo prácticamente nulo, cuando se puede tener un espectáculo más desarrollado.

Las comparaciones siempre serán injustas, especialmente si se toma en cuenta que los volúmenes económicos del balompié mexicano, si bien no son los de Europa,

porque and sin ningun problema clubes como el Manchester United tienen en caja, al año, mas de 170 millones de dolares, o el Barcelona reporta ganancias cercanas a los 110 millones de dolares en el mismo periodo (cuyas tres terceras partes son de ingresos de television), si son de enormes cantidades de dinero.

Bajo este panorama, ¿por que no voltear al viejo continente y, considerando las diferencias logicas entre paises, biotipos de jugador, y hasta el poder adquisitivo de la aficion, se desarrollen algunas ideas que contribuyan a la profesionalizacion completa en el manejo administrativo y futbolistico de los clubes?

Clubes como los anteriores, o el alemán Bayern Munich, el italiano Milan o el inglés Chelsea, tienen un poderio económico indiscutible -entre ellos llegan a ganar 400 millones de dolares al año, según la revista *Futbol Total*<sup>25</sup> - pero con un plus: esta inteligentemente encauzado, además de haber asumido, en los años noventa, la reforma que acá no se ha hecho: convertir a los clubes en sociedades anónimas, con los derechos y obligaciones administrativas y fiscales que esto conlleva.

Lo que acá es un punto esencial, un plan de desarrollo con ideas a corto, mediano y largo plazo, acá se observa todavía como un proyecto que pocos están dispuestos a asumir, precisa en entrevista el comentarista y vicepresidente de contenidos de Estadio W, Francisco Javier González. "Se deben -menciona- fijar presupuestos, ingresos, planes donde se involucre a las fuerzas básicas y dejar de comprar tantos jugadores que a la hora deseada no rinden lo esperado, lo cual además lograría la

---

<sup>25</sup> En el número de agosto 2002 aparece un desglose de las ganancias de los diez clubes más ricos del mundo y como lo obtuvieron, p. 33.

identidad de un futbolista con el equipo, y que este vuelva a tener sentido de pertenencia".

Los *Galkticos* madrilenos -llamados así por vestir con el uniforme merengue a lo más distinguido del fútbol mundial, como el francés Zinedine Zidane, los brasileños Ronaldo y Roberto Carlos, el portugués Luis Figo y recientemente, el inglés David Beckham- son en sí mismos un artículo comercial con garantía de ganancias. El club aprovecha su popularidad de talla internacional, y la integra en un esquema organizacional definido, que concede el peso específico a todos los sectores de un equipo, desde el área médica, deportiva (en refuerzos y plantel), comercial, directiva y de aficionados. Como resultado, el Madrid es un club al cual no solo pueden ingresar ciudadanos españoles, sino cualquier ser del planeta, a través de un acertado manejo de medios, en particular la Internet.

Y esta estrategia, en lo personal, le ha dejado a Beckham (hoy por hoy, el futbolista más popular del planeta) además de 40 millones de dólares por su paso del Manchester a las filas madrileñas -y la cesión de la mitad de los ingresos por su imagen, según el reportaje, "la *lana* de Beckham, transmitido por CNI Deportes el 7 de julio de 2003- contratos de publicidad impensables en las épocas de Pele o Maradona.

El *Spice Boy* recibe de la marca deportiva Adidas 11 millones de dólares anuales; Pepsi da otros cinco por usar su imagen y la marca de ropa Mark Spencer le concede cinco millones más porque la haga de modelo. El tipo es un negocio con tacos de soccer, "que solo poniendo una fotografía suya en las revistas femeninas incrementa en diez por ciento las ventas de estas", de acuerdo con el reportaje audiovisual.

Y si bien algunos idolos mexicanos si han participado como motores publicitarios de algunas campanas, lo han realizado a titulo personal y lo obtenido se guarda como secreto de Estado; ademas, no esta integrado al plan del equipo para que tambien este obtenga ingresos por el use de la imagen de su jugador. No hay, pues, negocio para todos.

La pregunta entonces es, por que los equipos mexicanos no han planteado una reforma interna y atender los lineamientos basicos de esquemas como el mencionado? Porque las preocupaciones verdaderas son los chismes, el protagonismo, los golpes bajos y las zancadillas por el poder, por el simple hecho de tenerlo y detentarlo.

La causa principal, coinciden por separado Felix Fernandez, Roberto Gomez Junco, Ciro Procuna, Tomas Boy, Raul Sarmiento, Antonio Moreno, y varios mas (cuyo punto en comun estriba en ser comentaristas de lo que sucede en la cancha, o de estar tras un equipo) en profesionalizarse, y dejar en manos de quien sepa de futbol las decisiones.

### **Un paradigma...**

Odiadas o amadas, pero jamas inadvertidas, las *Aguilas* del America han sido el cuadro que ha conjuntado históricamente lo deportivo y lo comercial en nuestro pais. Desde 1961, cuando Telesistema Mexicano (ahora Televisa) decidi6 incorporarse de lleno al futbol y extender su domino, junto con los programas de entretenimiento y la

barra de telenovelas, "el nido" nunca ha dejado de percibir dinero ni poder, y en casi 40 años la voluntad de la televisora, dentro de la Federación Mexicana de Fútbol, fue la ley y se castigaba la insubordinación.

Pese a este nada despreciable respaldo, los americanistas en la última década se erigen como el ejemplo de lo que no se debe hacer, por el simple hecho de tener los recursos para llevarlo a cabo, y de lo que se deja de hacer aun pudiendo.

La omnipotente chequera, su origen "polemico, opulento, soberbio" -a decir del comentarista de Televisa, Javier Alarcón- y su jerarquía absoluta en los años ochenta, no son elementos constitutivos de un equipo con éxitos en la época reciente. Tan solo baste recordar que su último título, obtenido en el Verano de 2002, vino después de 113 años!, en una final que más de uno supuso arreglada, pues fue contra Necaxa, el hermano menor, aunque esto jamás se ha comprobado.

Incluso hizo revivir un viejo chiste sobre el escudo americanista, que ostenta las siglas "CA" -de Club América- y cuyo significado real, según la afición, era "Compramos Arbitros".

El equipo más costoso en cuanto a derechos de transmisión, horarios estelares y magníficos contratos de publicidad, fichajes millonarios de técnicos y futbolistas (sudamericanos y hasta africanos), el respaldo implícito de la línea editorial de su empresa, una gran nómina para el pago de sueldos, el estadio más importante del país y una afición incondicional -el estado ideal de las cosas-, se ha tropezado

sistematicamente con fracaso tras fracaso, porque su objetivo no es solo calificar, sino llevar un nuevo trofeo a sus vitrinas, como sea.

Nombres y hombres han transitado, pero pocas ideas futbolísticas se han mantenido. Ni la disciplina táctica de Ricardo Lavolpe, el ímpetu de Mario Carrillo, la actitud aguerrida de Alfredo Tena, la temporada para olvidar de Alfio Basile; vamos, ni el esquema defensivo de Manuel Lapuente, que les dio su último título. Nada ha aguantado frente a la presión que significa dirigir este cuadro.

El holandés Leo Beenhakker, que arribó en junio del 2003 para hacerse cargo del club (con la misma consigna que el resto), también fracasó en su primer intento, con un América fuerte, pero eliminado. Hasta la fecha sigue en el banquillo, puesto que las *Águilas*, poco a poco, están encontrando un estilo con el europeo.

La historia contemporánea del América, al menos, ha mantenido a Javier Pérez Teuffer desde hace cuatro años en la directiva, tras una crisis -tres cambios en igual número de años: Pablo Canedo (1996-1997), Alejandro Orvananos (1997-1998) y Raúl Quintana (1998-1999)-, pero esa estabilidad con tinte de arrogancia "se le pega" al fútbol nacional, y no porque este cuadro sea responsable de lo que pase con el resto, sino que su manera de concebir el éxito es parte de un *cortoplacismo* imitado para mal.

¿Qué ha dejado de hacer el América? Considerar verdaderamente a quienes sostienen este deporte. Invertir y no gastar y, sobre todo, considerar la importancia de sus aficionados, que en México y otros países, especialmente Estados Unidos, se cuentan por cientos de miles.



"Su última joya de fuerzas básicas es Cuauhtemoc Blanco, que les ha dado resultados, y ni así voltean a sus fuerzas básicas", recuerda Higinio Robles, un fiel aficionado al juego y no a un cuadro en particular. El esfuerzo en este sentido es más publicitario que real, porque en esta última categoría entra el reforzarse gastando a lo loco.

Recientemente lanzaron una campaña llamada "Socio Aguila", en la cual, por la módica cantidad de 400 pesos, ofrecen trato preferencial, acceder a los mejores asientos del Azteca, artículos oficiales a precios de descuento y hasta cenas con los jugadores, además de playeras autografiadas. Sin embargo el programa, con todo y su aparato publicitario respaldado por Televisa, no ha tenido la respuesta esperada, precisamente porque el desempeño del club no ha despertado la respuesta de los aficionados.

Un ejemplo más: si se compraban boletos para el partido que sostuvieron con Guadalajara el pasado 9 de noviembre de 2003, la directiva regalaba boletos para el último partido de la liga, frente al Puebla. Y ni así se llenó el estadio al domingo siguiente.

### ... Y un pionero

Entre el pesimismo y el temor de que el sistema actual de manejo en el futbol mexicano derive en una crisis permanente, un cuadro mexicano ya lleva una existencia organizada y sensible hacia todos los aspectos del deporte-espectaculo-negocio.

Pachuca, desde que se instauraron los torneos cortos, ha peleado por un lugar en los equipos grandes, ya que fue en esta ciudad donde se institucionaliz6 el primer club profesional, hace 102 anos. Y lo logro pronto, con tres campeonatos, uno en el Verano 99, Invierno 2001 y Apertura 2003.

El presidente de la Promotora Deportiva Pachuca, Jesus Martinez Patino, llamado carinosamente *Tio Jesus* por sus allegados, un hombre conocido en el mundo de los negocios por ser de los principales distribuidores de neumaticos en el estado de Hidalgo, ha transformado el manejo de este club con uniformidad, formandose como un "pionero" del nuevo futbol empresarial.

Su misiOn, manifiesta en el sitio oficial del equipo, [www. tuzos. com. mx](http://www.tuzos.com.mx), es "servir a la sociedad mexicana, poniendo al alcance del publico un buen espectaculo y la formaciOn integral de los futbolistas, asegurando la plena satisfacciOn de las necesidades de la poblaciOn y de los integrantes del club como resultado de la eficiencia del trabajo constante, actualizaciOn tecnologica y desarrollo de los colaboradores comprometidos con el progreso de Mexico".

Los *Tuzos* cuentan en la actualidad con una organizacion que divide, principalmente, lo administrativo de lo deportivo, aquilatando de distinta manera a los patrocinadores y a los jugadores, y, especialmente, sincerandose con ellos mismos y abriendo caminos para el propio futbol que van mas and de lo meramente deportivo.

El verdadero impulso a fuerzas basicas y a la continuidad del proyecto del tecnico Victor Vucetich, tres congresos internacionales dedicados exclusivamente a hablar del mundo del futbol, un Centro Universitario del Futbol y Ciencias del Deporte que funciona con aval de la Secretaria de Educacion Publica, que imparte cuatro carreras relacionadas con este deporte -Administracion de Empresas, Comunicacion, Psicologia y Educacion Fisica-, el impulso a la creacion de mil 200 empleos en el ultimo ail() en la capital hidalguense a traves de la "Tuzo Plaza" comercial, y una produccion informativa oportuna hacia los medios de comunicacion (que contempla la creacion de un programa de television en sistema de cable) son las principales directrices que fueron muy alabadas por los ponentes al ultimo conclave, y lamentaron que esto aun sea *un garbanzo de libra*.

Francisco Javier Gonzalez, en entrevista y en un articulo llamado "Personalidad Tuza", publicado en la pagina del Pachuca en octubre de 2003, considera que este cuadro se ha colocado a la vanguardia en el manejo empresarial, lo que invariablemente le traera resultados deportivos. "El Pachuca es la institucion limpia, edificadora y positiva que esta poniendo ejemplos en el futbol mexicano, aun a los que gozan de mas fama o cuentan con mayor presupuesto".

Como presidente del club, Martínez Patin() ha decidido dejar lo exclusivamente deportivo en manos del argentino Andrés Fassi, y además, mantenerse a una prudente distancia de las asambleas de los directivos, según él, por la falta de claridad en las acciones que ahí se ejecutan. "¿A qué voy? No me parece adecuada la forma en que se están manejando las cosas", le reveló a *Proceso* en el número del 9 de marzo de 2003.

Sin embargo, esta renuencia ha generado suspicacias, aunadas a su cercanía con el gobernador de la entidad, el priista Manuel Ángel Núñez Soto, candidato expreso a la Presidencia en el 2006.

El director Editorial y de Noticias de Canal 40 sostiene que *Tío Jesús* podría ser una figura de unidad para la Federación Mexicana de Fútbol, "por algunas ideas que ha desarrollado, pero me llama la atención que haya tenido tanta distancia. Habrá que ver sin el respaldo (de Núñez Soto), porque de repente está la sospecha de que ahí es donde vienen las ideas y los apoyos, de que todo está subvencionado, y poca gente lo cuestiona porque se ha convertido en cliente de los periódicos... habrá que probarlo".

Sin embargo, a Martínez esto no parece interesarle de momento. Está más ocupado en extender la mano para saludar a quien se lo solicite, en conceder entrevistas a cualquier medio e indicar que todo esto que se ha edificado en torno a los *Tuzos* "no es trabajo mío, no soy yo, es mi gente. Aquí nosotros no estamos para dar ejemplos, estamos para trabajar, porque lo que más queremos es el fútbol, y si otros se nos unen, adelante", responde a esta reportera antes de despedirse con un beso en la mejilla y subir al estrado para el acto de clausura de su Tercer Congreso, donde ex jugadores, ídolos de principios de los noventa -Benjamín Galindo, Luis Roberto Alves *Zague*, Miguel

Herrera- se lamentaron que ahora el jugador profesional sea un atleta inconsciente de su responsabilidad dentro y fuera de la cancha.

### **Femexfut, hoguera de las vanidades**

Aunque pareciera que los clubes se manejan solos, para bien o mal de ellos y el futbol mismo, existe un organismo rector que ha intentado, sin exito rotundo, unificar visiones y hacer que todos jalen hacia un mismo lado.

Todo lo contrario, la Federaci3n Mexicana de Futbol (Femexfut) es la arena favorita de las disputas, las *grillas* y las irregularidades que salen a borbotones desde el manejo directivo de este deporte. Mas desde la gesti3n de Alberto de la Torre, quien asumi3 en mayo del 2000 tras apagar el fuego que acab3 con la gesti3n de Enrique Borja; el escandalo de la falsificaci3n de firmas para que el jugador Osmar Donizete pudiera fichar con los *Tigres*, el mismo equipo del cual era directivo *Borjita*.

Felix Fernandez acota en entrevista que ser directivo, y mas en la Femexfut "es igual de tentador como ser un secretario de Estado, un gran puesto de elecci3n popular o un dirigente sindical. No saben cuanto tiempo van a permanecer alli y no es muy comun ver proyectos de largo plazo; lo que interesa es que en su gesti3n se hable de ellos y que haya resultados que se recuerden en su gesti3n. No les interesa que el siguiente, el que viene atras, coseche, aunque al final sea esto lo unico donde el futbol puede salir beneficiado".

Y vaya que se han empenado en este objetivo en los últimos meses, en asuntos que, por sí mismos, merecen una investigación aparte.

Espionajes telefónicos y violación del secreto bancario a los árbitros, sobornos, falsificación de documentos, violaciones laborales consuetudinarias, y especialmente, el entender la obligación jurídica a su conveniencia, son las variables donde se miden las fuerzas de los grupos de poder ya mencionados. El resultado, que la "Ley del Monte" se quede corta si se compara con el ejercicio del poder en el fútbol mexicano.

Victor Fuentes, en un trabajo publicado en el diario *Reforma* el 14 de septiembre de 2003<sup>26</sup>, recuerda que la Federación no es un ente autónomo, pero de facto se maneja tal cual. "Es la única federación deportiva mexicana que considera a su consejo directivo como instancia única e inapelable para resolver controversias entre sus afiliados". Es decir, no hay una instancia regulatoria nacional superior, únicamente la FIFA.

La Femexfut prohíbe además que directores técnicos, jugadores, funcionarios o cualquier persona ligada a ella resuelva pleitos en los tribunales ordinarios, y contempla sanciones para sus federados por declaraciones, hechas en público o en privado, que agraven a la entidad y a sus miembros, cosa que no sucede en los estatutos de federaciones como la de tenis, béisbol, automovilismo o básquetbol.

Es decir, la Comisión de Conciliación y Resolución de Controversias, una de las 14 que componen la Femexfut (entre las que destacan la de Arbitraje, Disciplinaria, del

---

<sup>26</sup> "Trabaja el fútbol bajo su propia ley", p. D3.

Jugador, Medica y de Estatuto y Reglamentos, entre otras<sup>27</sup>), es la primera, unica y ultima instancia resolutive en los problemas del futbol mexicano. El reglamento, entonces, no reconoce la superioridad estatutaria de la Confederacion Deportiva Mexicana (Codeme), a la cual que sin embargo esta afiliada.

Este marco "legal", adaptado convenientemente para que nadie le cuestione, incrementa el "fuego amigo" y lo eterniza, sea si el presidente de la FMF es un personaje emanado de las televisoras, las cerveceras o los independientes.

La democracia, una entelequia en este organismo, se acaba cuando, segun Enrique Borja, "tarde o temprano se les despierta (a los directivos) las ansias de poder". Y Rafael Herrerias, entrevistado tambien por *Proceso*, menciona que los intereses que juegan en esas luchas de poder no son los de los duenos directamente, sino de los directivos, de las personas que representan a las empresas y/o clubes deportivos.

Con este panorama, el unico objetivo alcanzable por el cual podria trabajar De la Torre Bouvet es que este deporte sea un negocio para todos. Conciliar los intereses de las empresas y canalizar el apoyo que en la asamblea donde fue elegido el 22 de mayo de 2003, le dieron 19 de los 20 directivos (solo uno, Enrique Fernandez, del desaparecido Celaya, no le dio su voto).

Los afanes de cambio, como en el pals, en el futbol son un bien escaso. Tan solo en la segunda mitad de 2003, se presento uno de los escandalos -aun no resuelto- mas

---

<sup>27</sup> La estructura organizacional de la Federacion Mexicana de Futbol se desglosa en la pagina de Internet [www.femexfut.org.mx](http://www.femexfut.org.mx).

grandes que se recuerden, y que hizo pensar en una reforma urgente a esta manera de gestion.

La grabacion de las conversaciones privadas del silbante mundialista Felipe Ramos Rizo, donde hablaba mal del entonces presidente de la Comision de Arbitraje, el eterno Edgardo Codesal, llevo hasta las instancias de la Procuraduria General de la Republica y trajo como consecuencia el retiro anticipado de ambos personajes, mas no el esclarecimiento de dicha situacion y de sus responsables.

Las circunstancias y necesidad de "renovarse o morir" serail las que decidan sobre una verdadera reforma en los directivos y en la Federacion misma. Unos piden un cambio en la manera de pensar y un verdadero talento directivo, como describe Ocampo Caballero. "Es que en los directivos actuales yo no veo una figura lider. (Rafael) Lebrija es demasiado polemico y le han ganado las pugnas; Borja demostro que no tenia la personalidad; a Guillermo Alvarez no le ha interesado, para eso tiene a Victor Garces, actual presidente de la Rama de Primera Division. Evidentemente Jorge Vergara no lo sera, por sus actitudes parciales y de la nueva gederacion, podria ser Guillermo Cantu, aunque tendria que tomar conciencia de lo que eso significa".

Y de la gestion de Alberto de la Tone, sentencia: "me queda claro que el no es la figura de unidad, porque tambien me queda claro que es un tipo desorganizado. Hemos visto una serie de absurdos en la Federacion Mexicana de Futbol que parten de una incapacidad de organizacion de un buen equipo que trabaja; ni siquiera me atreveria a decir que ha sido victima de los intereses en pugna".



Mas benign, Fernandez Christlieb, en su papel de funcionario en la Comision del Jugador de la instancia rectora del balompie, asegura que el titular de la Federacion, "mas and de lo que se pueda cuestionar, yo le admiro la paz que emana. En las peores tormentas, y en momentos de mucho apremio, me he sentado a platicar con el y transmite mucha paz, pese a que esta bombardeado en el puesto que tiene. Y es que el poder esta muy disperso, pero es un tipo conciliador".

Varios mas periodistas, presidentes, aficionados- estan por la figura de un Gran Comisionado, "pero solo sera util si le hacen caso. LEs que como le pones un alto comisionado a los dueflos, a Ricardo Salinas, a (Emilio) Azcarraga, a la gente de las cerveceras?", cuestiona Francisco Javier Gonzalez.

Y en la entrevista para este reportaje hace un intercambio de reflexiones.

-Tendria que ser alguien... no me imagino quien o de que ambito, podria ser del empresarial...

-Es decir, ¿formar algo asi como una *Canacintra futbolera?*-, se le cuestiona.

-Andale, pero este personaje tendria que tener un gran poder de convencimiento, con gran autoridad moral, ajenos a intereses economicos. Asi que pongamos un letrero de "se busca".

Mientras alguien dice "yo" se erigen otras voces, dos en particular, que reclaman su lugar en el juego, su imponderable sitio, pues sin ellas, el deporte y todo su universo se irian al cesto del olvido, con todo y el poder que los demas tienen y que dia con dia se pelean.

## CUATRO

### LAS DOS TORRES

La Calzada de Tlalpan, el mediodía de ese domingo 7 de noviembre de 2003, parecía viernes por la tarde o inicio de puente. Destacaban del estacionamiento móvil desde Taxquefla al estadio Azteca, en Santa Ursula Coapa, las banderas amarillas y rojiblancas en varios de los autos.

Ta, ta, ta, ta, taaaaaa... un *kguila* con el claxon se le cerraba a un *chiva* nada más por joder. El pique, desde afuera, desde una hora antes del pitazo verdadero.

El grueso de las 90 mil personas que acudieron al choque de los antagónicos iba en tren ligero o en el atestado pesero que acarrea a los aficionados desde lares tan lejanos como impensables: Neza, Ecatepec, Satelite, la Agrícola Oriental, Tepito...la ciudad y sus alrededores. Estampa común, uno del *chiverio* se sacrificaba anticipadamente, por mala suerte, al treparse a un gallinero con ruedas. Metros después salió vivo, con la camiseta a florada hecha jirones. Y es que se está en territorio enemigo, aun cuando se esté rodeado de hermanos de causa.

Y en el trayecto, como semaforos, los vendedores de banderolas y cornetas (estas últimas en peligro de extinción) en cada esquina ofrecían sus productos, fluctuando entre los diez y los 100 pesos. Más lejos aun del lugar de la ceremonia los revendedores, como la gripa, por más que se les combata no son erradicados.

Insólito calor de otoño, en la explanada del Citlalli la multitud consume lo que su presupuesto le permite. De entrada, el boleto (el más barato, 100 pesos, el más costoso, 190, y el costo varía si se adquiere en taquilla o en el sistema de venta electrónica Ticketmaster, ya que en este último se cobran casi el 30% del costo original por no formarse). Y se ofrece, que la decoración en la cara o en el cabello con spray de dudosa manufactura, que la bandera cuyo palito se quedara en los botes de basura de la entrada, porque la autoridad no quiere violencia en las gradas; que el afiche "del Temo", o que el llavero para llevarlo de recuerdo de esta bonita ocasión. Nada de ello bajó su precio de 10 pesos.

Ya adentro del Estadio Azteca, tras haber sobrevivido a un cateo denigrante, subido decenas de escaleras y hacer ejercicio involuntario en las rampas de acceso, y dado vueltas como por 15 minutos para encontrar un lugar vacío y aceptable, se antoja una cerveza (mitad espuma) de la marca Corona por la infame cantidad de 25 pesos; y ya entrados en gastos, un refrigerio de alguna transnacional (pizzas, tacos o sopas instantáneas de microondas) en otros 20, o si el presupuesto ya está mermado, una bolsita de papitas Sabritas, las mismas que se compran en la tiendita por cuatro pesos, y en 15!

Sin embargo, el verdadero escaparate está colocado hacia las cámaras que transmitieron, en horario estelar (domingo a las 12 del día), el choque de enemigos, por el Canal de las Estrellas.

Coca-Cola, Pegaso, Nike, Comex -por supuesto-, Gillette, Nokia, el diario *Record*, la cerveza Sol, el nuevo invento del gobierno (la Hipotecaria SIF), compañías de alimentos e incluso hasta de Internet. Si se tuvo dinero para las pantallas electrónicas que circundan la cancha, entra y va. Los cigarrillos se anunciarían de no ser porque "no tiene nada que ver" con la imagen del deporte, pero los eternos vendedores de batita blanca, siempre estorbando en la jugada más importante del partido, los que pisan y golpean accidentalmente con su charola, proveeran del vicio para no volverse loco entre tanta gente; claro, a 30 pesos, el doble de lo que cuesta una cajetilla en una tienda común y corriente.

Este partido tuvo, como siempre, elementos fuera de cancha que aportaron al espectáculo un extra. En los palcos de la parte poniente, al medio tiempo del encuentro empatado a un gol entre América y Guadalajara, un joven propuso matrimonio a su novia, quien por supuesto aceptó, no sin antes preguntarse si el costo de este "detalle" le habra despachado su sumo de una boda real. Pero eso sí, todos los vieron.

Para la administración del estadio, el 2-1 con que al final el *Reba/7o Sagrado* ganó a su acerrimo rival le dejó ganancias de 2.5 millones de pesos limpios, según consigna el reportero Efraín Salinas, en el diario *El Independiente* del martes siguiente al encuentro.

Dicha cantidad se repartiría en un millón de pesos en taquilla; venta de cerveza y refresco, otro millón y medio, y 100 mil pesos más por publicidad activada específicamente para el gran partido del torneo. Sin embargo, de ahí salió el pago para todo el personal extra que organizó la entrada y limpió la salida del mundo de

aficionados, calculado esto en 250 mil pesos por Alfonso Ortiz, director general del inmueble<sup>28</sup>.

Este hervidero de consumidores potenciales se cuece aparte del otro grupo, el que no fue al estadio porque "sale mas barato verb en la tele" y, por supuesto, porque la cerveza se sirve a discrecion y sin tanta espuma como en el graderio.

Durante el clasico jugado en enero de ese mismo ano, en el mismo escenario, una familia de aficionados mediaticos llego al desafortunado cumpleaños de una conocida de esta reportera, solo a darle el abrazo y, acto seguido, coffer a instalarse frente al pequelfo televisor de la cocina. De quince personas apoltronadas en sillas y suelo, el ser mas docto en materia futbolistica resulto la tia abuela, americanista a ultranza, que chiflaba y se paraba y se enojaba peor que Manuel Lapuente en la banca de los amarillos, cuando el hombre de la boina eterna aun estaba en el mando *kguila*.

En la sala unicamente se sabia que el grupo estaba vivo por los *aaaahhhhh*, *chiiiiinnnn*, *si si si*, y *no mames, por ahi no es...* que proferian en los francos peligros de gol.

No bubo charla familiar; intentar hacerla en domingo por la tarde fue una mala idea. Lo que si salio a raudales fueron botellas vacias de cerveza y refresco que paulatinamente se acumularon en la mesa, platos de unicel con restos de tostadas y guisados, servilletas hechas bolita... y una decepcion enorme de los tios, primos,

---

<sup>28</sup> "Pasion y Mercadotecnia", p. 2.

hermanos y colados -al frente, la anciana americanista- al concretarse un insipido empate a uno.

Lo unico que restó fue ver los comerciales, cobrados a 100 mil pesos el spot, de mas de 30 marcas anunciadas en los pocos cortes publicitarios existentes. Y los productos, los mismos vistos por quienes van al estadio, repetidos en al menos 60 millones de pantallas chicas.

Estas situaciones toman un cariz especial cuando en nuestro país es época de elecciones políticas. Si bien utilizar al fútbol como vehículo de propaganda no es de ahora (Francisco Franco, en España, usó al Real Madrid para extender su ideología y Silvio Berlusconi, el primer ministro italiano, ha llegado a donde está gracias al apoyo de sus negocios en los medios de comunicación y a la propiedad del equipo Milan), la comercialización de candidatos se afianzó enormemente con las últimas tres elecciones federales desde que se instauraron los torneos cortos.

Francisco Labastida, Cuauhtemoc Cardenas, Alfredo del Mazo y hasta Vicente Fox cayeron en la tentación. El último caso, precisamente con el presidente de la República, se dio en el Mundial Corea-Japón 2002, cuando, desmanado y de mala gana, el *gabinetazo* se reunió en la residencia de Los Pinos para desayunar con Fox, su eterna Marta y dos aficionados de hueso colorado, la comisionada para Asuntos Indígenas, Xóchitl Galvez -aficionadísima al Cruz Azul- y el titular de la Procuraduría General de la República, Rafael Macedo de la Concha, aficionado y practicante.

El bombardeo publicitario que se hace no solo en este, sino en todos y cada uno de los 190 encuentros de temporada regular en Mexico (sin contar la fase final, donde cada anuncio no pactado por temporada puede duplicar o triplicar su costo) representa el 60 por ciento de los ingresos de un club, compitiendo en importancia con los derechos de transmision que las televisoras pagan a los equipos. Con tal envergadura, ¿se podria imaginar que los duenos de las marcas, y por tanto del dinero, no son escuchados por los directivos?

### **Rasta las nalgas vendee**

Roger Martinez, director de futbol de la empresa de pinturas Comex, reconoce, contrario a los presidentes de los equipos de Primera Division, que este deporte es un "super negocio".

En su lenguaje publicitario enumera lo que se puede vender en los hombres que juegan. Las calcetas, el short -frente y vuelta-, obviamente la camiseta con su espalda alta, baja, espalda, pecho, hombros y hasta los zapatos. "Incluyes publicidad en los pants, las playeras replica, los balones... para poder entrar a un estadio y estar con to producto una valla tienes que pagar un precio". Y en su caso, como propietario del nombre del torneo, su marca se ve y se nombra por obligacion en todos los partidos de todos los equipos. La empresa es la que gana con el posicionamiento que solo da el deporte mas visto del pais.

Y el mismo admite que todo lo gastado en el futbol, no solo por su compania sino por decenas de patrocinadores, no es bien invertido en los equipos. Se le paga a un jugador cantidades estratosfericas cuando la mitad de su sueldo bien podria destinarse a fuerzas basicas o en mejorar el estadio o los lugares de entrenamiento. "No esta la gente correcta haciendo los negocios", lamenta.

Este reclamo lo magnifico de manera tal el director de Alazraki y Asociados Publicidad, Carlos Alazraki, que hizo sonar las voces de alerta en la Federacion Mexicana de Futbol. En el ya citado Congreso de Pachuca, lo dijo sin pelos en la lengua:

"A nivel Federacion creo que nuestro futbol esta empatado con el de Uganda. Creo que la peor organizacion que existe a escala profesional en este pals es la Federacion Mexicana de Futbol. Como marca, es horrorosa, esta destruida, tiene la peor imagen, corrupcion, es poco profesional, poco seria y sin embargo, venden un producto fantastico y un producto muy noble, que es el futbol, que semana a semana todos nosotros como tarados o vamos al estadio o vamos y lo vemos por la tele". Aplausos en el auditorio, pero caras de enojo en la seccion VIP del evento, donde estaban uno o dos personajes del organismo; ausentes, la gran mayoria.

Siguio. "Lo digo porque tengo los argumentos, conozco las injusticias, no saben hacer mercadotecnia, no tienen ni idea de la relacion con el cliente. Sus paginas de Internet son para llorar de risa, asi que si estan deprimidos, metanse a la pagina de la Femexfut y se van a reir mucho".



Y remato el reclamo de los presentes en la mesa redonda de patrocinadores, con gente de marcas infaltables en el futbol: Cementera Cruz Azul, Bimbo, ropa deportiva Atletica, Cerveceria Cuauhtemoc Moctezuma, Gatorade. "Si son patrocinadores y estan ofendidos, no les importa porque va a haber mas patrocinadores, si les obligan a hacer ridiculos y se van, no importa, habea fila de patrocinadores que quieran entrar".

Mas mesurado pero no por ello menos incisivo, Jose Manuel Gonzalez, director comercial de la mayor marca de pan del pals, Bimbo, aclaro la duda. Los patrocinadores no pueden presionar ni tomar decisiones ejecutivas sobre el destino del dinero que ellos inyectan al futbol, porque es la FMF la que pone las reglas de donde y en que se gasta el dinero.

Patrocinio y financiamiento se ponen, en este plano, como un sinonimo para los clubes. Decenas de marcas no solo estan pagando millones de pesos en contratos publicitarios, sino que pagan financian tambien la nomina de los jugadores estrella y, muchas veces, las promesas de que ese dinero se va a invertir en fuerzas basicas o demas aspectos igual de importantes para una institucion deportiva, quedan en eso, en castillos de papel.

El caso Alazraki de inmediato tuvo una respuesta por parte de Alberto de la Torre. A la semana inmediata de las declaraciones del publicista, lo descalifico diciendo que no lo conocia, e incluso pregunto "si era judio"; ademas lo reto a enseñar las pruebas de sus acusaciones y que si no lo hacia, seria demandado penalmente por difamacion. "Ningun señor, por mas publicista o cliente bueno que sea de cualquier medio, nos puede venir a decir rateros y a hablar de corrupcion de una institucion que

no la tiene", declaro el pasado 4 de noviembre al sitio Internet del diario *Reforma*<sup>29</sup> un indignadisimo presidente de la Femexfut.

Pero lejos de apocarse, el publicista reitero sus acusaciones a CNI Deportes, un dia despues<sup>30</sup>: "Lo name titere y sigo diciendo que es un titere de los duenos; el no toma decisiones, el hace lo que le dicen los presidentes; no se maneja con autonomia, se maneja por intereses... y si me conoce, me conoce de cuando le dimos a la Federacion los cuatro millones de dolares a traves de mi cliente de Comex".

Sin un enfrentamiento tan directo, los patrocinadores han alzado la voz para denunciar que ellos tambien son rehenes del mal manejo directivo, a pesar de que muchas veces son ellos quienes salvan la economia de un club.

En este sentido, Juan Alberto Martinez, director de la marca de ropa deportiva Atletica, sintetiza en entrevista el sentir del patrocinador. Si bien mide su responsabilidad en la industria del futbol, "todo lo noble se puede cansar. Lo que hacemos es solo criticar y oir cosas destructivas, pero lo que debemos hacer es edificar mas aficion y mas mercado. Es un buen momento, si no, a nosotros tambien se nos van a acabar las ganas, la gallina de los balones de oro".

Como un pilar indiscutible de la profesionalizacion del balompie, los patrocinadores han tornado conciencia de que si han incursionado en este rol, es porque la vitrina del futbol es incomparable a otras mas, propias de los manejos publicitarios, y que son mas necesarios ellos para el club que el club para ellos. Si una marca sale, no

---

<sup>29</sup> "Analiza FMF demandar a Alazraki", en *www.reforma.com*.

<sup>30</sup> "Responde Alazraki", 5 de noviembre, 2003.

pasa nada, mas si salen varias, precisamente se daría una situación similar a cuando salen capitales o inversionistas de la economía nacional: la hunden, llevándose de paso a inocentes, los consumidores y las familias que viven de sus productos (desde tiendas de estancillo hasta marcas tradicionalmente relacionadas con el deporte). Pero de eso no se habla en publico, al menos no los directivos.

### **Un trato justo**

Quien tambien reclama su lugar en el organigrama del respeto es el aficionado, la otra torre que sostiene este universo, y a quienes gran parte de los directivos de la Primera Division tienen en el desprecio y el abandon.

Al menos mas de la mitad de los clubes mexicanos no proporcionan informacion oportuna y actualizada de lo que sucede dentro de ellos y mucho menos, un trato correspondiente a lo que es: la pieza hacia la que se dirigen los esfuerzos de todos.

Los encuentros se siguen realizando, si bien va, en un estadio con capacidad para 20 mil personas al que solo asisten dos mil, porque los directivos estan confiados en el respaldo que reciben de la transmision por television.

Esta situacion no es gratuita. No es agradable para ningun aficionado que ya pago un dinero por un boleto carisimo que a veces se solventa haciendo sacrificios en el gasto de la quincena -como dejar de comprar algo necesario para la casa o haciendo a medias la despensa- y que, a cambio, se brinde un partido de bostezo, carente de idea

futbolística, que da la impresión de que se jugó solo para cumplir el trámite del calendario.

Carlos Albert señala que esto es, en parte, culpa de una *hinchada* poco responsable que no ha sabido exigir el fútbol que se merece. En países más exigentes como Argentina, acotan a su vez Daniel Brailovsky y Francisco Javier González, compañeros de emisión en el programa "Super Estadio", no se toleran programas deportivos insulsos y mucho menos un partido mediocre. Si dan un mal juego, "allí" (en Sudamérica) los jugadores tienen que salir resguardados; acá no, es muy cómodo para el jugador que gana mucho dinero que, además, nadie le diga nada, si acaso una rechifla".

Pero los asistentes a un estadio tampoco han aplicado una verdadera *ley del hielo* cuando su equipo no cumple lo que promete. Si acaso, encienden veladoras en las gradas, cubren sus rostros con bolsas de pan o manifiestan su rechazo en un cartel que únicamente leen los de las tres filas de flanco. Nuevamente, la confianza de tener a la televisión como panacea y, especialmente, la demostración de que la acción civil para exigir cambios no es uno de los fuertes del mexicano.

Pero para la regla siempre tiene excepciones: aficionados informados y con memoria histórica, con conciencia de largo plazo. Uno de estos, Higinio Robles, un joven de 20 años apasionado por los *Pumas* y por todo el deporte (no solo fútbol), precisa las carencias del fútbol, que a veces se olvidan con la novedad de un torneo o el paliativo de un campeonato ganado.

En una charla informal, en un cubiculo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Higinio se muerde los nudillos, abre los ojos mas de lo normal y mece la rodilla izquierda al diagnosticar al paciente. "Hace falta preparación del deportista, porque no toma conciencia de lo que es jugar para un club, le rehuye al compromiso y eso le genera un terrible exceso de confianza. Los clubes no trabajan las fuerzas basicas y prefieren gastar en jugadores caros, con lo cual le cortan los sueños a generaciones enteras, que si debutan, es cuando ya estan viejos".

Y no deja bien parado a nadie. Menciona, ademas, que la falta de compromiso del directivo y de una planeacion positiva, no le reportan dividendos a los equipos. "Si yo fuera presidente de la Federación Mexicana de Futbol, regresaria al formato de torneo largo y obligaria a los cuadros a alinear a dos jugadores menores de 17 años; me rodearia de gente que supiera del tema, porque el empresario si sabe de su empresa, pero los que conocen el futbol son los futbolistas, los tecnicos que han dado tanto y que se estan profesionalizando; saben las necesidades porque han pisado una cancha, estado en un vestidor y defendido una camiseta. El empresario lo que sabe es lo que necesita su bolsillo".

Como ultimo deseo exige que a sus companeros de adicción no caer en la pifia de siempre, de la que poco a poco se apropia el mexicano. "Debemos ser conscientes de que a fin de cuentas el futbol es un espectáculo que te entretiene, y no una manera de protestar y de ser violento, no debe salir de eso, el juego termina cuando el arbitro da el silbatazo final".

Pero mientras los deseos del joven *puma* y de cientos de miles se cumplen, los hombres de pantalón largo siguen cometiendo sus pecados, aventándole piedras y más piedras a las dos torres.

La caja de resonancia de esta dilapidación paulatina la hallan en el periodismo deportivo, el matrimonio por conveniencia que han mantenido desde que el fútbol es profesional. Ese compadrazgo que cuando no pega es ejemplo de trabajo profesional, pero cuando lo hace, se convierte en villano favorito cuyo único fin es desprestigiar al juego y a sus dueños, olvidando la belleza técnica y táctica y resaltando sus aspectos negativos.

i,Se puede conservar la esencia futbolística, deportiva, Mística, cuando ya lo que "da la nota" es a veces tan ajeno a las gambetas, los disparos de corner, la velocidad o todos los ingredientes que se aprecian dentro de una cancha? I,Que tanto incide la labor de los comentaristas deportivos en el entendimiento del fútbol actual?

## CINCO

### ESA PRENSA POR TODOS TAN TEMIDA

Una boina negra cubre la vergüenza del rompimiento. Como queriendo encontrar en el suelo que fallo en ese fatidico partido, en ese penalti mortal ante *Tigres* del Universitario de Nuevo Leon que dejo a las *Aguilas* del America fuera de la gran fiesta del futbol local, la cabeza del tecnico Manuel Lapuente evita la lente del camarografo de *Record*, benjamin de las publicaciones deportivas en Mexico, que titula con un enorme "Se acabo" en letras rojas el fin de la relacion entre el estratega y el cuadro de Coapa, el lunes 20 de mayo del 2003.

Fue el encabezado de un dia despues. Por no conseguir la clasificacion a la Liguilla, los directivos cortaron el cuello del tecnico que llevo a los cremas, apenas un ail() antes, a conseguir el ansiado titulo que por 13 anos se les habia negado.

La nota se dio a conocer la noche del domingo 19. Pero no en un comunicado oficial, ni dentro de la fortaleza americanista, herida aun por la manera en que dejo el torneo, por la puerta de la cocina. Todo se dio como la confirmacion de un trascendido que la prensa especializada manejo desde el pitazo final del sabado anterior, a las siete de la noche, en el estadio Azteca; confirmado por el presidente americanista, Javier Perez Teuffer, 27 horas despues en la emision del programa deportivo *La Jugada*, de Televisa y, por si quedaba duda, ratificado por el propio Lapuente en una conferencia

repleta de reporteros acostumbrados ya a sus desplantes y declaraciones ampulosas, ofrecida el 21 de mayo.

Television, radio, diarios y revistas especializadas, paginas electronicas (*reforma.com o el universal on line* lo llevaron esa madrugada como su noticia de ocho columnas), ya en ese momento, en torn al arbol caido, barajaban a los posibles sustitutos.

El ex seleccionador nacional asumio la cruz. Ya sin la camiseta amarilla, flanqueado por microfones y grabadoras, sin su boina y el estigma del fracaso en el rostro, digiriendo aun la renuncia obligada, Manolo Lapuente, el mismo que cargo la copa de campeon un ano antes entre vivas y confetis por haber derrotado a su viejo amor, el Necaxa, cerro su ciclo: "yo tuve la culpa, no tome decisiones acertadas. Asi es el futbol". Pero no se iba porque quisiera, sino porque le obligaban, aclaraba.

El cese de Lapuente, como tantos y tantos sucesos en el ambito del balompie domestico -la guillotina, los cambios de jugador de un cuadro a otro o la llegada deseada de tecnicos y futbolistas "de fuera", los indeseables escandalos cuyo ring es la Federacion-, una vez mas fue adelantado por la prensa, ganandole el privilegio de la alegria o la humillacion al propio protagonista.

La prensa por todos tan temida en el futbol, mas que en otros ambitos, ejerce la prospectiva y magnifica hechos cuando estos aun no han sucedido. Y tan efimeras son las confirmaciones, que la verdadera noticia pierde su valor periodistico: el cese del otrora americanista fenecio de inmediato al volcarse el interes en los vericuetos que



tendria que pasar Cruz Azul para cumplir con sus compromisos en la Copa Libertadores y en la etapa final del torneo local. Pero "revivio" cuando en junio se confirmaba el regreso del holandés Leo Beenhakker al banquillo de Coapa.

Gracias a que la gama de escritos y emisiones deportivas dedican al menos el 50 por ciento de sus contenidos a los pormenores del balompié de casa, el aficionado mexicano cuenta con un buen número de alternativas para enterarse de lo que sucede en este mundo particular. Empero, el poder de penetración noticiosa no se limita a relatar los acontecimientos de un partido, las alineaciones o las declaraciones de los jugadores.

Va más allá y por ello los medios deportivos en nuestro país son elemento de peso para el propio desarrollo de este espectáculo, tanto, que por más que se evita, sistemáticamente se repiten las consignas que por separado se resumen en sendas: "Los periodistas y los jugadores tienen la obligación de llevarse mal", del argentino Valdano<sup>31</sup>, y "el matrimonio entre periodistas y gente del fútbol es por conveniencia"; la prensa lo necesita para escribir sus artículos y el deporte necesita de los medios para su proyección.

### **Televisa *killed the radio star***

El binomio prensa-fútbol, del que innegablemente se ha servido este último elemento para crecer y penetrar en las mentes y gustos de millones de personas en el planeta, en México ha encontrado en la empresa Televisa su sosten y verdugo. Desde

---

<sup>31</sup> Jorge Valdano, p. 44.

1961 hasta el 2000, el emporio de los Azcarraga colocó en los puestos estratégicos para el impulso del fútbol a gente de su entera confianza.

La Federación Mexicana de Fútbol, en lugar de actuar con independencia, se asumió como *sociedad protectora* de los equipos de la empresa, y castigaba los intentos de rebelión ante ese esquema, como el caso de los empresarios Emilio Maurer y Francisco Ibarra, quienes por no "alinearse" y desear algo de democracia en el organismo, incluyendo a Imevisión (ahora Televisión Azteca) en las transmisiones de fútbol de la Selección Mexicana, terminaron en el exilio y hasta en la cárcel, a principios de los años noventa.

La televisora decidió, con su cambio de piel en el 2000, "sacar las manos" de este proceso, aunque no dejó en el desamparo al América, Necaxa y recientemente, San Luis, en tanto dueño de estas escuadras.

Por otro lado, este predominio televisivo hizo que la radio, cuna de las emisiones colectivas de fútbol en la primera década de los años 50, con narraciones de encuentros del Asturias, España el Oro o Curtidores, fue perdiendo su presencia. Hasta ese momento, nadie le quitaba el derecho de atascar de aficionados los estadios llaneros, y de jugar con las pelotas de cuero macizo, que confundían su color con el del lodo.

El espectro futbolístico tenía más competencia, pues se podían escuchar las transmisiones de disciplinas en ese entonces igual de populares como el boxeo y sus míticas figuras, la lucha libre (deporte popular y orgullosamente *barriobajero*), las

elegantes corridas de toros o el beisbol. La nostalgia, por ello y por el Mexico que rescata, no permite recordar partidos malos.

El vehiculo de las ondas hertzianas consolidado a la vieja guardia de los narradores deportivos, pulcros en el manejo del lenguaje y estimulantes para la imaginacion de los escuchas (a veces con mentiritas piadosas como que un "potente disparo rozo por nada la porteria" cuando en la realidad habia pasado al menos a cinco metros del arco) y de paso, aceleraban su ritmo cardiaco.

Fernando Marcos, Angel Fernandez, Roberto *Mago* Septien, entre otros, se encargaban de convertir con la palabreria un encuentro fatal en uno titanico, sin favorecer a uno u otro, por lo que ahora se les considera un ejemplo clasico de lo que se ensena en las escuelas de locucion como comentario deportivo.

Pero en los tiempos modernos, la narracion de un partido y el comentario atinado y profesional en radio ha cedido sus espacios a todo aquel que tenga los elementos suficientes para sacar adelante una emision deportiva mas de opiniones que informativa, y relego su espiritu a la transmision de uno que otro cotejo, pues resulta mas rentable y atractivo verb en la tele, en vivo y a todo color.

Ante este panorama el periodismo escrito -excluyendo al meramente partidario, como las revistas auspiciadas por los clubes, o el que se dedica al registro estadistico-tendria que erigirse como la palestra de la investigacion, la revelacion, el analisis profundo. Y si bien no puede decirse que no lo ha hecho, ha sido en menor proporcion a la importancia que estos ejercicios cobran en otros ambitos, como el politico o el

internacional; pero en general impera la cautela a desatar el escandalo en las estructuras de los equipos y las empresas que los sustentan.

Cuantitativamente esta tendencia es mucho menor a la tradicional, la que se centra en la nota informativa, en la entrevista o la cronica del partido o el entrenamiento y, contrario a lo que pudiera desearse, ese espacio de investigacion se lo han adjudicado publicaciones que no son en sentido estricto deportivas, sino semanarios de interes politico y general como *Proceso*, de corte cultural como *Letras Libres y*, recientemente, la especializada en entretenimiento, *Rolling Stone*.

Ni duda queda que cada medio tiene su forma de ejercer una presion importante en el ambito *intra-cancha*. Baste recordar que una de las frases consentidas de la prensa deportiva es que los jugadores llegan "picados" al terreno de juego por notas encontradas y mensajes cifrados que se lanzan tecnicos y jugadores durante toda la semana. Pero a veces, por poner un poco de *extra* se les olvida que solo son los medios para dar a conocer el juego, no el fin del mismo.

"Me preocupa que la prensa se esta alejando cada vez mas de los valores periodisticos y se estan generando medios propagandisticos que no acaban de resolver un falso dilema. La prensa en ningun sentido es responsable del desarrollo del futbol, pero debe jugar su papel de cara al aficionado y concretarse a una labor de informar. Tiene que ser critica e investigadora y lo que pasa en los ultimos tiempos es todo lo contrario. Y esto es porque a veces los directivos pierden mucho la vision de lo que representan los medios", comenta al respecto Rafael Ocampo, actual editor de futbol del diario *Record*.

Para el, en este sentido se han dado dos caminos: la adulacion, el chantaje y "la compra de plumas y voces", o de piano, caer en el terreno de ignorar a los representantes de la prensa. "Creo que muy pocos equipos, Morelia, Pachuca, generan informacion oportuna que pueda aportarle a un comentarista, y ahi hay un campo de trabajo que se puede aprovechar".

De tai suerte que la influencia del periodismo en el futbol y viceversa arroja, preliminarmente, dos fenomenos dignos de reflexion.

El primero to sentencia uno de los lideres de opinion en el comentario deportivo, Jose Ramon Fernandez, quien en su libro *El futbol mexicano, un juego sucio?* Expone: "los comentaristas de futbol, en un momento determinado, pasan a ocupar un piano de mayor interes que el propio futbol [...]. Hay que reconocer que en nuestro gremio existe una gran ignorancia y falta de cultura, to que es gravisimo cuando se trata de ser comunicadores"<sup>32</sup>.

Dicha acusacion la reitero tres afros mas tarde (*Proceso*, 17 de mayo 1997<sup>33</sup>) al propio Ocampo y le puso nombre y apellido. Para el, Enrique Bermudez de la Selma, *El Perro*, no es mas que un animador -no comentarista- que cobra de pronto mas protagonismo que el propio futbolista, y lamenta que la lucha por el *rating* baje sustancialmente la calidad de las emisiones deportivas que salen en pantalla. "La empresa para la que trabaja (Televisa) piensa que es maravilloso, a mi me parece denigrante comunicativa y futbolisticamente, todo es apoyo, elogios, frases hechas".

---

<sup>32</sup> Jose Ramon Fernandez, pp. 126-128.

<sup>33</sup> "Jose Ramon responde: Bermudez no es comentarista, sino un animador que `destaza el idioma", p. 76.

El segundo fenómeno, centrado en el aficionado, es la consolidación de un nuevo tipo de *tifoso* (término italiano que define al aficionado al fútbol): el enteramente mediático, que jamás ha pisado un estadio pero devora las transmisiones de los encuentros (en tele abierta y de paga); si va en el coche busca, muchas ocasiones sin éxito, la transmisión por la radio; el que el domingo por la noche se *chuta* los resúmenes, el lunes compra el diario para las crónicas y repasa las tablas de jugadores, goles, grupos, descenso, etcétera. Y durante toda la semana se mantiene a la expectativa, mas no pertenece a una porra o sus actividades no le permiten, o que simplemente por comodidad no asiste a presenciar este deporte en vivo.

Al respecto, el columnista y ex jugador del Guadalajara, Roberto Gómez Junco (considerado en Televisión Azteca el segundo en jerarquía después de Fernández), lamentó en una conferencia sobre profesionalismo en el periodismo deportivo, ofrecida en el marco del Congreso de Pachuca, que haya colegas suyos promoviendo el fanatismo, la formación de aficionados pasivos, y que sean pocos los que exhorten a que uno mismo haga deporte en su vida cotidiana. "Esto daría cierto derecho a contemplarlo como espectador, y a criticarlo, porque ahora, en el estadio entre más cervezas se toma quien va al partido, es más fácil criticar al equipo que está siguiendo".

### **¿Diversidad o saturación?**

Prender el televisor un domingo cualquiera a las seis de la tarde en los canales 2 o 13 del sistema abierto, es serial inequívoca de que se escucharán sendos gritos de

voces institucionales: "lei mejor programa deportivo de la television!". Uno tiene mas de mil 100 semanas ininterrumpidas de transmision; el otro, en enero del 2004 cumplio 30 anos de haber salido al aire.

*Accidn* y *DeporTV*, respectivamente de Televisa y Television Azteca, son apenas el platillo de entrada cuando no bien se ha digerido la jornada sabatina y dominical de goles, yerros, atajadas, partidos mortalmente aburridos, idolos de siempre, empates, triunfos y derrotas.

Es el inicio de un ciclo que se repite semana con semana. Para estar bien enterado del mundo deportivo hay que sumar a veces, a las horas ya vistas de "futbol efectivo" (multiplique el numero de encuentros por 90 minutos), las que se pasa pendiente de la radio o la television para ver el mismo marcador, el mismo gol, las mismas celebraciones. En las transmisiones la diferencia estriba en que tanto difiere Raul Orvananos de Emilio Fernando Alonso sobre el enesimo gol de Jose Saturnino Cardozo o del *oso* cometido por algun portero.

A esa operacion matematica hay que agregarle la compra, el lunes temprano, del periodico especializado, y estar al corriente el resto de los dias habiles de lo que viene por medio de la gran cantidad de programas de radio que se transmiten en el AM o FM. Prospectiva de nueva cuenta, que no considera en este conteo las secciones deportivas de los diarios o noticiarios "normales".

La oferta editorial deportiva en la actualidad es amplisima, tanta que sin pena puede competir con la de interes general o politico. Por ejemplo, en un dia habil, en el

horario *prime time* que inicia a las ocho de la noche y termina a las 23.00 horas, hay cuatro noticiarios deportivos por seis de interes general, aunque varian en sus tiempos. En esta pequena muestra se excluyen los espacios dedicados a las noticias de ese corte en los primeros, que muchas veces ocupan un bloque (Inds de cinco minutos) de cada emision.

Cualquier comentarista deportivo que se respete debe tener su programa en radio, compartir un espacio en television o ya, de perdida, firmar una columna en un diario, revista o en ambos. Javier Alarcon, Francisco Javier Gonzalez, Ciro Procuna, Carlos Albert, Andre Marin, Enrique Burak, y un largo etcetera. Todos, como el ya iconico slogan de Coca Cola, "suenan futbol, comen futbol y viven futbol", aunque de vez en cuando combinan sus opiniones con menesteres extra futbolisticos, lo cual les permite por momentos excluirse del grupo que el ex tecnico nacional, Miguel Mejia Baron definio asi: "si solo sabe de futbol, ni de futbol sabe".

Y de los sujetos a los objetos. En el periodismo escrito, diario y semanal, siete publicaciones, entre revistas y rotativos, se presentan como escaparate y registro del deporte, particularmente del que aqui nos ocupa.

Nos remitimos al de la tipografia "cafecita" con el que la senora de los tamales suele envolver el bocado mananero para mantenerlo en calor: *Esto*, de Organizacion Editorial Mexicana. A su mas cercano rival, el de las letras azul cielo, actual propiedad del Grupo Pegaso, *Ovaciones*. Tambien esta, ahora convertido en suplemento de *MILENIO Diario*, el que se ostenta como primer diario deportivo de Mexico (su primer numero aparecio en 1956): *La Aficion y* en esta misma categoria, se enumera un



suplemento semanal de *Reforma* que se ha granjeado un prestigio por dedicarse totalmente al deporte de las patadas: *Señor Fútbol*. Además, el más joven e innovador de todos, *Record*, del grupo Notmusa, se ha encargado de presentar, desde hace casi dos años, la información con un nuevo tipo de papel, una arriesgada propuesta de diseño gráfico y editorial y con la gran ventaja del color absoluto en todas sus páginas.

En cuanto a las revistas, dos son las que se abocan al interés general de este deporte: *Soccer Mania* y *Fútbol Total*, esta última, con más apego por los trabajos de investigación que el resto de sus compañeras de clase, pues hay también un pequeño grupo auspiciado por los clubes o dedicado exclusivamente al seguimiento propagandístico de un equipo.

Tan solo en el Distrito Federal, América tiene dos -*Fibra América* y *Socio Águila*- y Guadalajara, también dos, *Chiva de corazón*, y *Chivas*, la oficial del Club Guadalajara; *Pumas*, una de reciente creación, *Goya*, y Cruz Azul, con *De sangre azul*.

La radio, dentro de su auge informativo que busca no caer en el estigma de ser solo transmisora de música y promotora de regalos, ha desarrollado de nuevo los espacios de comentario, análisis e información. Solo con esas el público tiene, en total, ocho horas (una tercera parte del día) de información exclusivamente deportiva.

De acuerdo con encuestas de la empresa IBOPE, entre las más escuchadas figuran *La fórmula es... deportes*, en Radio Fórmula; *Pasión W*, en Televisa Radio; *Imagen deportiva*, del Grupo Imagen; *Zona de remate*, de Grupo Acir, y la que está totalmente dedicada al deporte, la 730 de AM, con programas como *Tiempo fuera*,

*Desde el entrenamiento, La Competencia y Contienda deportiva*, todos con una hora de duracion... y tambien de Televisa Radio.

Ni que decir de la television. Excluyendo tambien de esta categoria a los canales especializados, solo accesibles a traves de la television de paga (ESPN o Fox Sports, dedicados al deporte nacional e internacional con programas y emisiones de las contiendas en vivo), en Canal 52 (MVS) esta *Score final*; en Televisa, el *Noticiero TD*, de lunes a viernes, *Accion, La Jugada y Mks Deporte*, el fin de semana; *Hazana futbol*, el domingo, *y Solo Dfutbol*, los lunes. En el 13 (TV Azteca), *DeportTV* (domingo) y *Los protagonistas en vivo* (lunes a viernes, con dos emisiones, en la tarde y en la noche, dos y una horas, respectivamente) y, en fechas recientes, Canal 40 (CNI), con *Super Estadio*, de una hora diaria.

Lo mas curioso es, que de los que se pueden ver (porque ahora algunos de radio se transmiten por television cerrada), entre ellos se parecen. Una mesa redonda, varios microfonos, una pantalla de plasma y escenografia dinamica y audaz. Un grupo de hombres uniformados con traje y corbata o, en su defecto, camisas polo con logotipos bordados. Sonrientes todos, rodeados de papeles, algunos con los ejemplares de diarios y revistas que ya enunciamos.

"Buenas tardes (días, noches), soy (nombre del conductor) y los saludo a nombre de mis companeros, que les tenemos los detalles de la jornada (numero de la fecha del torneo), los goles, el analisis y la polemica". Ese guion se reproduce, al igual que las discusiones y las declaraciones. Hasta sus graficos son similares porque los datos son los mismos.

De esta manera los productos de prensa y futbol, en numero pocos, colman al espectador de cualquier cantidad de informacion, a veces la mas absurda o intrascendente y en raras ocasiones distinta en su esencia. Cronica del partido, *chacaleo* en vestidores, la conferencia despues del encuentro; el ambiente antes y despues del cotejo, las infaltables entrevistas, la estadistica y las expectativas para la semana. Estos generos, con sus propias adaptaciones, perduran en todos los medios; incluso, en Internet han encontrado un campo fertil para crecer y multiplicarse.

Por desgracia, la cantidad no significa calidad, y aunque la diferencia se puede dar en la experiencia de sus comentaristas o en el tratamiento de la informacion, en estos espacios no se ha privilegiado el trabajo de investigacion revelador, que levante ampula. Si acaso, se presentan como resultado de filtraciones, y revelaciones de "fuentes allegadas", *off the record*, como tambien sucede en la politica. Las mas de las veces la nota es consecuencia de una suma de actos, por ejemplo, el cese de un tecnico o una nueva decision directiva.

Quiza a ello se deba que los trabajos de investigacion y denuncia se encuentren en revistas como *Proceso*, *MILENIO Semanal*, *Expansion*, *La Crisis* y, en menor medida, en la seccion deportiva del diario *Reforma*, que en sus mas de diez anos en el Distrito Federal se ha llevado la exclusiva mas de una vez.

Esto lo unico que denota es el temor a dar a conocer trabajos que vayan contra los intereses que manejan a los equipos. No conviene pegarle al que paga y los que se

hacen, por desgracia, tampoco estan dirigidos a este sector al que solo le interesa conocer, ya, de rapido, el resultado o la nota de color.

Y mientras Alejandro Rodriguez, director del diario *Record*, atribuye lo anterior a que la "politica deportiva" no interesa a la gente, y en consecuencia no vende, la culpa, considera el ex futbolista de los *Pumas* de la UNAM, Ramon Raya, es de los propios medios. "Es que su eje debe ser su publico, el aficionado y no los equipos o los directivos. El periodista no ha sabido formar un aficionado critico porque funcionan como intermediarios y siempre polarizan lo inmediato. Por eso tenemos el futbol que nos merecemos", mencion6 en una conferencia impartida a universitarios en marzo del 2003.

El periodismo deportivo se ha ocupado mas en construir y destruir a las figuras de este deporte, y no a desvelar su estructura y manejo. En Mexico sigue vigente la propension a "calentar" el ambiente con declaraciones cruzadas y no a ampliarlo con investigaciones que expliquen a la multitud de los aficionados por que sucede lo que no se ve en la cancha, pero se refleja en el todo del equipo.

A estas alturas el partido, el del futbol como negocio, no puede sobrevivir sin el apoyo de todas estas emisiones. Ahi, desde el comentario, se erige a los que serail idolos en la cancha o exiliados de la misma. Es un binomio que subsistira hasta en las peores, porque en tanto genere informacion y venda, la prensa seguira concibiendo al balompie como un objeto y ella misma se definira como una autoridad informal para opinar e influir de manera tal que sus "pronosticos analiticos" se cumplan.

Las denuncias del comportamiento de los hombres de pantalón largo, que resultan en las acciones de los de pantaloncillo, llegan pues a buen destino cuando el alud es ya insostenible, pero las mas se quedan en el archivo, en el conocimiento de respaldo del periodista mas que del aficionado, porque lo que vende es la magnificación de la nimiedad, del escandalo, fraguado a veces para destruir una carrera o para inflar otra que apenas esta surgiendo.

### **Los protagonistas**

Habia pique por la simple razon de que uno tiene que hablar de lo que hace el otro, y este otro, jugar bien y darle material de analisis al primero. Pero esta buena intencion, desvirtuada por esos intereses que estan mas and de la cancha y el microfono, se desbordaron en un golpecito tirado desde la espalda.

Cuauhtemoc Blanco, tras el partido en la cancha de los *Tiburones* del Veracruz, el 9 de marzo del 2003, descargó su impotencia contra el reportero de TV Azteca, David Faitelson. Una oportuna camara grabo el momento en que el delantero sacaba la mano derecha y daba un manotazo al reportero, y se agachaba para quedar impune. Suficiente para hacer noticia del incidente por cuatro dias, poner en tela de juicio al delantero de las *Aguilas* y suspenderlo un partido, ademas de que tuvo que ofrecer "disculpas publicas" al señor Faitelson. Del resultado de ese partido, pocos se acuerdan.

Blanco se convirti6 en el villano y el cronista de ojos azules, en la victima; la polemica no pas6 de alli y a la semana se olvid6. Con esta facilidad, ese espectro de

medios en Mexico construye y destruye gente y situaciones y tienen en la antelacion, la exageracion, el ruido, la superficialidad, y el hecho aislado, sus armas mas contundentes.

Con las mismas motivaciones, en Canal 40 hace pocos meses se dio un enfrentamiento parecido, solo que aca los golpes no fueron el catalizador. Carlos Albert y el tecnico de la Seleccion Nacional, Ricardo Lavolpe, se enfrascaron en un enfrentamiento verbal que trascendio el motivo de la invitacion para el argentino (hablar del mentado proceso del equipo nacional y de la pugna de este con Hugo Sanchez) y finalizo con un "no sabes nada, Carlitos, vos todo lo ves con to mente negativa", para levantarse e irse antes de tiempo de la mesa de CNI Noticias, algo que ni el politico mas controvertido habia hecho.

Este caso tambien dio materia de discusion en los programas deportivos por varios dias; en mayor o menor medida, pero se reflexiono sobre esa relacion intrinseca (y a veces rispida) de los medios y el futbol.

"El idolo es idolo por un rato nomas, humana eternidad, cosa de nada [...]. A veces el idolo no cae entero. Y a veces, cuando se rompe, la gente le devora los pedazos"<sup>34</sup>. La cita del periodista y escritor uruguayo Eduardo Galeano resume la actitud de muchos profesionales del deporte en este pais, que sin embargo no lo juegan, lo comentan. Tal como se insistia anteriormente, los narradores de partidos quedaron supeditados a la imagen; como mucha gente no quiere que le expliquen lo que esta

---

<sup>34</sup> Eduardo Galeano, p. 6.

viendo, esas personas tras el microfono se convirtieron en complemento y, por lo tanto, desarrollaron la opinion como parte fundamental de su trabajo.

Resultaria ocioso hacer un catalogo de situaciones especificas donde un medio - impreso o electronico- ensalza o critica ferozmente a un jugador, tecnico o silbante. Seria tanto como querer transcribir mas de la mitad de las noticias que se dan en este universo. Empero, se puede aducir que hay ciertas entidades (y el futbol en su totalidad es una de ellas) donde chocan los poderes mediaticos con los futbolisticos.

En este sentido, con su acento natal, cigarrillo en mano, el argentino Lavolpe sentencio en una conferencia de prensa, reproducida en audio en el sitio web de *Reforma*<sup>35</sup>: "Ustedes dicen que a veces me enojo, pero ustedes son los que buscan siempre las piedras; la verdad, la prensa sigue siendo nefasta. No es que uno se enoje, ustedes no son positivos muchachos, ustedes tienen que ir con los dirigentes y convencerlos, no hablar de las piedritas o que si nos prestan o no a un jugador. Ustedes creen que el futbol mexicano es Lavolpe o a veces era otro. Estan equivocados, el futbol mexicano son todos ustedes, porque los primeros que ganan dinero son ustedes, despues los jugadores y luego nosotros los entrenadores".

Pero esta el otro lado de la cancha. Los futbolistas que viven de todo lo que la prensa dice y calla de ellos. Con esto a su manera, tambien se vuelven protagonistas allende su labor normal. Tal es el caso del que muchos han calificado como maximo idolo que ha dado el balompie nacional: Hugo Sanchez.

---

<sup>35</sup> "Truena Lavolpe contra medios", *www.reforma.com*, 5 de marzo 2003.

El *Pentapichichi* ha sido polemico desde siempre; desde sus andanzas, en los años 80, por el Real Madrid de España, hasta su actual dirección técnica en los Pumas de la Universidad. En una entrevista que concedió a CNI Deportes, el 29 de abril del 2003, justo después de haber recibido una suspensión de 30 días de parte de la Federación Mexicana de Fútbol por criticar a un árbitro, se abrió de capa e hizo algunas declaraciones que hirieron más de un orgullo entre el gremio directivo. "Mientras no pongan a ex jugadores con personalidad y con conocimiento de manejo de clubes, será difícil que el fútbol mexicano avance. Si sugiero que las cosas se hagan bien, esto incomoda a los que tienen su negocio ya resuelto".

Su compañero de profesión, Félix Fernández, apunta hacia un problema con los personajes prestigiados, llámense directivos, futbolistas o estrategas. Son más celebridad que hace 20 años, y son más populares que prestigiados, porque los medios hacen su reconocimiento público, y eso atenta contra sus responsabilidades, "ya que no se dimensionan la relación que hay entre la eficiencia y la popularidad".

En medio de estos casos, hay una tercera vía, llamada por el autor de *Guantes Blancos* como los jugadores que tienen "mala prensa"; los de perfil bajo o poco atractivos para los medios, que permanecen alejados de cámaras y micrófonos y sin embargo son extraordinarios demostrando el equilibrio de la eficiencia y la profesión.

Ejemplos contrastantes como los anteriores lo único que desvelan son los niveles de la relación fútbol-prensa, en la cual también los hombres de fuera de la cancha tienen responsabilidades. Por ello, las denuncias de lo que se ha denominado "manejos



oscuros" en el futbol mexicano se van quedando en el recuerdo estadístico y, en el último de los casos, en lo anecdótico.

Termina, entonces, sucediendo lo que la *enfant terrible* de la Argentina, Mafalda, inmortalizó en una frase: "Como siempre, lo urgente no deja tiempo para lo importante". Y aunque hay espacios de excepción donde se puede analizar el juego sin banderas de por medio, la profesionalización absoluta y el sentido de responsabilidad, se encuentran todavía muy lejos del nivel de la exigencia que poco a poco se va abriendo en la afición.

## SEIS

### ESTAMPITAS DE COLECCION

Muestra arbitraria, pero no por ello menos importante que el todo, la historia reciente de cuatro equipos de importancia en el futbol mexicano explica el erratico paso entre las decisiones que se toman desde la sala de juntas, y su exposicion dentro del rectangulo verde.

Como en toda coleccion de estampas, cada una de ellas tiene su peso especifico pero, al juntarlas, adquieren un significado especial: el diagnostico de lo correcto y lo incorrecto, y un panorama de lo que puede pasar en el futbol en un futuro a mediano plazo.

En un cuadrangular donde ahora solo participaran *Diablos, Cementeros, Pumas* y *Chivas*, gambetearan sus aciertos y errores, y se haran disparos directos respecto a su dinero y sus presidentes, para ver si anotaron los goles del exito, o pegaron en el travesano de la incertidumbre, puerta muy cercana al infierno.

¿Por que ellos y no otros? Porque representan, en primer lugar, concepciones distintas de la asociacion deportiva -un club con evidente respaldo de una empresa; otro surge de una cooperativa; uno mas como cuadro representativo de una institucion educativa respaldada por un patronato y el ultimo, en su trance de Promotora a Sociedad Anonima-. Ademas, por la importancia que en si mismos han representado en los

ultimos años para el espectáculo, la afición y el negocio y, quizá la razón más sincera, por hacer un análisis lo más desapegado posible de la afición a uno o a todos.

Esto es, entonces, un contragolpe directo a la realidad contemporánea de Toluca, Cruz Azul, UNAM y Guadalajara.

### **Estampa 1: El Saito**

Si Necaxa fue considerado el equipo de la década en la era de Manuel Lapuente, justo cuando todavía los torneos eran de todo el año, Toluca le quitó ese puesto de forma contundente y se ha hecho monarca de los torneos cortos.

"El mayor logro fue sacar a un equipo gris de esa mediocridad y proyectarlo a escala nacional, cosa que, salvo América y Guadalajara, pocos cuadros logran", recuerda Rafael Ocampo al hacer un breve recuento de la historia de los *diablos rojos*, esos que ponen la sal y el azufre en las actuales liguitas y que siempre son candidatos al campeonato.

Quizá en ninguno de los cuadros profesionales la combinación correcta de factores y circunstancias, tanto dentro y fuera de la cancha, ha dado resultados tan convincentes y, sobre todo, tan de largo plazo.

Los mexiquenses han dejado atrás la era de los constantes peligros por el descenso, lo que incrementa los compromisos, y ahora, en su faceta de cuadro "grande";

para aficion, medios y sus propios directivos y patrocinadores es inadmisibile cuando menos, no llegar a la final.

Y es que cuando vino la reforma competitiva en la Primera Division, los medios, en su incesante busqueda de historias de triunfo y un poco hartos de la situacion que no solo se vivia en el medio, sino en todo el pals, encontro en los toluquenos el cuadro ideal. Poquito a poco, programas y comentaristas voltearon a ver a esos once de rojo.

Muestra de ello es el comentario de Roberto Gomez Junco en el periodico *Reforma*, publicado el 1 de abril de 1999<sup>36</sup>: " i,Que le parece el futbol que ha desplegado el Toluca desde hace varios torneos? LAcaso no es este cuadro toluqueno un ejemplo inobjetable de que son los grandes jugadores los que conforman los grandes equipos?". A esta observacion le siguieron elogios al por mayor en radio, television y diarios, que se magnificaron cuando los *choriceros* ganaron su segundo titulo en un ano. El primero vino en el Verano de 1998.

De ahi para adelante las vitrinas del Estadio Nemesio Diez (antes Toluca 70-86, pero conocido nacionalmente como *La Bombonera*) se han engalanado con dos titulos mas -Verano 2000 y Apertura 2002-, los cuales sin embargo han venido gracias a la "bendicion" de un elemento que hace goles y aun cuando las ofertas han sido tentadoras, no quiere salir de la institucion que lo ha proyectado incluso para ser titular en la seleccion de su pais: el paraguayo Jose Saturnino Cardozo.

---

<sup>36</sup> "En la media cancha", p. 5.

Pese a que el guarani ha sido pieza indiscutible en el éxito del Toluca, no puede echarse al equipo en los hombros, y el inevitable repuesto de piezas que se ha realizado en los últimos años han dejado a Cardozo a veces en el desamparo y desprovisto de balones para hacer los goles con los cuales se ganan los puntos y los partidos. En dos torneos cortos (Invierno 99 y Verano 2001) han dejado a la Liguilla sin un invitado ya esperado de antemano.

Detrás de este cuadro, como su accionista principal y en consecuencia como el número uno en la lista de sus promotores está la cervecera más importante del país. El Grupo Modelo, fundado en 1925, tiene entre sus marcas líderes las cervezas *Corona Extra*, *Modelo Especial*, *Victoria*, *Negra Modelo* y otras de carácter regional. Se jacta de ser la mayor exportadora de cebada a escala nacional (57%) y cotiza, desde 1994, en la Bolsa Mexicana de Valores con la clave GMODELLOC. Como puede advertirse, es una empresa con el capital suficiente para solventar los gastos de un equipo protagonista de la Primera División, y más si este tiene como su otro patrocinador de peso a Grupo Financiero Banamex.

Otro factor importante lo ha tenido en su directivo, Rafael Lebrija, quien en su papel de presidente de la Rama de la Primera División (1998-2002), inauguró, según muchas voces, una etapa "más democrática" en el manejo del fútbol de pantalón largo, contando con la coyuntura de la salida manifiesta de Televisa de estos menesteres.

En opinión de Francisco Javier González, Lebrija es "un tipo explosivo que ha hecho las cosas bien en seis años, y que ha logrado lo que pocos, un cuadro con presencia nacional. Es medio visceral y atacado, pero cuida bien los intereses de su

equipo", por una simple pero importante razón, esgrimida por Carlos Albert: "el solo es un administrador, no es dinero suyo el que está en riesgo"; el dinero es el de la familia Diez, propietaria de la empresa de cervezas.

De gran sonrisa y abundante cabellera cana que peina hacia atrás, copete a lo Elvis Presley, Lebrija aparece poco, pero cuando lo hace, es polémico. Como presidente de su club, se opuso a las insinuaciones de compra por parte del América a su goleador, pero no se tocó el corazón para vender al compañero de este, el mediocampista Fabian Estay.

Como directivo en la Federación Mexicana de Fútbol insistió en la profesionalización del organismo, asunto en el que ha sido pionero otro presidente, Guillermo Álvarez (Cruz Azul) y, en el 2001, estuvo implicado en la propuesta de crear la ya institucionalizada Comisión de Jugador, instancia que algunos ven como un analgésico para los problemas entre jugadores y directivos.

En ese entonces, octubre de 2001, Lebrija declaró que pretendían darle al jugador "lo que nunca se ha ofrecido, que tenga participación en las decisiones que correspondan y que tenga injerencia. Antes no lo tenían, antes tomábamos las decisiones de forma unilateral, ahora queremos darle participación al elemento número uno de nuestro deporte".

También se distinguió por sus constantes roces con el ahora ex técnico de la Selección Nacional, Manuel Lapuente, y ya fuera del puesto, por llamar "titere" al

actual dirigente de la FMF, Alberto de la Tone, a raíz del proceso de selección que se haría de los cuadros que pasarían a disputar los boletos para la Copa Libertadores.

Poco después se disculpó por esta declaración tras haber pagado por su boca floja 100 mil pesos de multa. "He aceptado que me he excedido en algunos comentarios (...). Publicamente quisiera pedirle disculpas a mi amigo Alberto de la Tone, porque tenemos amistad, aunque desgraciadamente hubo diferencias por la pasión que está en el fútbol", dijo a la agencia Notimex el 23 de septiembre del 2003.

Y, como cierre de los ingredientes, Televisa le ha dado un impulso inusitado, como uno de los cuadros que no posee, pero del que sí tiene los derechos de transmisión. Cada 15 días, con este cuadro inicia sus transmisiones de fin de semana, los sábados a las 15.00 horas y, gracias a sus constantes apariciones en Liguilla, le ha permitido a esta empresa seguir percibiendo ingresos por publicidad.

Como ha quedado manifiesto, el dinero es solo un elemento que puede significar triunfo en la cancha; Toluca ha jugado inteligentemente los factores a su favor, pero eso no significa que lo pueda hacer siempre. Su "cesión" de técnicos a la Selección Nacional -Enrique Meza y Ricardo Lavolpe- ha diezmando su rendimiento, y se espera que pronto tengan un nuevo trofeo en las vitrinas, de la mano de un técnico probado, Ricardo Ferretti.

## **Estampa 2: El desequilibrio**

Cruz Azul se ha distinguido históricamente por ser uno de los clubes más serios de la Primera División. Pionero en la comercialización, y en hacer reformas de fondo en el seno del fútbol profesional (como la que hizo Guillermo Álvarez Macías, fundador del club y padre del actual directivo, en la década de los setenta, de hacer torneos largos y disputar una fase final), el equipo de la cementera de la Cooperativa Cruz Azul ha sido calificado como el paradigma de la estabilidad y el equilibrio entre varios que dan tumbos y decisiones equivocadas.

La diferencia entre la dirección de este club y otros es que cuenta con gente nacida en la institución, "en casa" y es esta quien ha consolidado un proyecto, en el cual más que de ganar dinero, "se quiere dar un servicio a sus aficionados" y a la gente que a fin de cuentas es la base de todo, los obreros de Oaxaca e Hidalgo, reflexiona Ocampo Caballero, *cruzazulino* de toda la vida.

*La Miquina* es también un ejemplo de simbiosis entre empresa patrocinadora e institución deportiva. Son como una familia, y como tal el pecho de la oncena *cementera* ostenta el icono que da nombre a todo, lo cual también se convierte en un anuncio ambulante; si no fuera así, tendría que pagar millones de pesos por portar la Cruz Azul.

Estos elementos le han dejado al club, en combinación con una base de jugadores nacionales y contrataciones contadas pero bien hechas de extranjeros, ocho campeonatos desde el primero obtenido en la temporada 1968-1969, y por tanto, el



reconocimiento constante dentro y fuera del país. El último, en el Invierno 1997, con un cuadro de ensueño, transmitido por TV Azteca, con la independencia de no jugar como "uno más" en el Azteca, sino en el ahora conocido como Estadio Azul, en la Ciudad de los Deportes, compartiendo vecindad con la Plaza de Toros México.

Para sumar a la lista de aspectos ideales, el club cuenta al frente con un hombre bienintencionado, de perfil bajo, afable en el trato y serio como pocos: Guillermo Álvarez Cuevas, veterano en el arte de mandar al cuadro y a la cooperativa cementera más importante del país.

La filosofía imbuida por el padre en la empresa que reestructuró y sacó de la crisis en 1953, podría considerarse como el ideario deportivo de *Billy* y por tanto, de la institución entera. "Mantener una estructura financiera sana; dar siempre la máxima calidad, sin especular jamás con valores que cuesta trabajo adquirir; estar tecnológicamente al día; ser competitivos; cuidar que jamás se pierda la armonía y la tranquilidad social; tener una integración social y humana básica por encima de las diferencias léxicas y brindar el apoyo solidario a la sociedad como forma de compartir el progreso de la cooperativa"<sup>37</sup>.

Con una forma tan discreta y centrada de llevar un club, Álvarez se ha permitido llamar la atención de los "nuevos directivos" y proponer en beneficio del fútbol. Así lo dijo en el Congreso de Fútbol de Pachuca y, días después, al reportero José Ángel Parra del diario *El Universal*<sup>38</sup>. "El sistema de competencia se modificó en 1996 y trajo mayor competitividad, pero es necesario adecuar el calendario de competencia al de la FIFA,

---

<sup>37</sup> Tomada de la página de Internet de la cooperativa Cruz Azul, [www.cruzazul.com.mx](http://www.cruzazul.com.mx).

<sup>38</sup> "Nada es para siempre", p. D4.

para llevar a cabo una mejor planeacion a causa de la globalizacion [...], probablemente lo que mas convendria a Mexico seria volver al torneo largo con Liguilla".

Pero nada es para siempre, ni la buena voluntad, y por doloroso que haya sido, el presidente de este club lloro frente al reportero Hector Huerta, de *Proceso*, al hablar de la mayor crisis que enfrentaba en el ambito futbolistico, provocada, inusitadamente, por sus propios jugadores -a quienes ve y aprecia como si fueran sus hijos-, al no ganar un solo partido de diez disputados y obtener solo seis puntos de los 27 que a la fecha se habian jugado. Eso sin contar los malos resultados en el selectivo de la Libertadores, justo cuando dos anos antes fueron subcampeones del torneo de clubes mas importante del continente, al ser vencidos despues de dar un gran partido, por el Boca Juniors de Argentina.

En el articulo "Las lagrimas de *Billy*", publicado en marzo del 2003<sup>39</sup>, Alvarez hace patente su desencanto con la situacion que lo obligo a demostrar que la seriedad no debe ser confundida con tibieza, y enfatizarle a ese plantel que jugar para Cruz Azul no era cualquier cosa. "Recordar que como futbolista eres privilegiado y que si estas ahi es por un monton de circunstancias que to favorecieron y a decenas que vienen detras de ti no", comentaria al respecto Felix Fernandez, ex portero del Atlante.

Ademas de cortar el hilo por lo mas delgado (despedir al tecnico Mario Carrillo), la directiva rescindio el contrato de todo el plantel, lo cual provoco la indignacion y la subsiguiente salida de Francisco Palencia, Sebastian Abreu, Flavio Davino, Gilberto

---

<sup>39</sup> *Proceso*, 16 marzo, 2003.

Jimenez, Daniel Baldi, Sergio Almaguer, Julio Cesar Pinheiro, Miguel Zepeda y Pablo Galdames.

Llamada por los medios de comunicacion como la "rebelion azul", la renuncia tambien incluy6 a dos estrellas del equipo: el portero Oscar "El Conejo" Perez y el defensa Melvin Brown, quienes, sin embargo, encontraron un arreglo razonable con la directiva y aun defienden a los celestes. Pero amen de ello, la acci6n cimbr6 el medio ejecutivo, con una medida que nadie, ni en sus peores epocas, habria tomado a la mitad del torneo, pues ello significaria jugarlo con 17 jugadores, entre banca y fuerzas basicas. Medida imitada en la misma temporada por otros clubes -como *Tecos* de la Aut6noma de Guadalajara, sin el mismo resultado- y que volte6, una vez mas, a la necesidad de que los jugadores sean verdaderamente profesionales, sin poses de estrellas pero tampoco de esclavos.

En ese sentido, el directivo comenta<sup>40</sup> que ellos han cumplido con el respeto a la persona y le proporcionan al jugador las facilidades para su ejercicio profesional, cumpliendole en la parte econ6mica, pero ahora no se podia hablar de una mala racha. "Nadie escapa del analisis y todos fallamos, a sabiendas de que lo que mas le importa a la afici6n, a nuestros socios, a los patrocinadores y a los dirigentes es la actitud del equipo".

Todos los relacionados con Cruz Azul sufren aun la resaca de esa determinacion que hizo brotar las lagrimas uno de los directivos mas respetados del futbol nacional y *scar el cobre* a mas de un futbolista profesional.

---

<sup>40</sup> *Idem.*

Y pese a todo, en el torneo Apertura 2003, Cruz Azul tuvo un paso Inds que errático y llegó a las eliminatorias como el último de la fila (lugar 11, para disputar recalificación), en medio de un incendio provocado por la resaca del mal funcionamiento del cuadro azul una competencia antes.

Si bien Guillermo Alvarez y su hermano Alfredo, vicepresidente del club, mordieron el anzuelo de hacer declaraciones que ponen nerviosos a los jugadores, -el martes 18 de noviembre coincidieron en que "algunos jugadores no están dando lo que requiere la institución", como lo constató el reportero Daniel Blumrosen<sup>41</sup>- y de inmediato hubo quien se puso el saco (una de sus contrataciones más sonadas del verano, Marcelo "Chelito" Delgado), con una plática pararon la bronca.

El que no corrió con tanta suerte fue Enrique Meza, para quien sus sueños de "campeonar" fueron superados por una campaña de altibajos, una más, en la historia contemporánea del cuadro que entrena en La Noria, cerca de los canales de Xochimilco. El remedio, inmediato, fue el cese y el *bomberazo* de Luis Fernando Tena, para ver si en pocos partidos endereza el barco.

### **Estampa 3: El símbolo**

El devenir actual de los *Pumas* de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha fluctuado hacia arriba. De no ganar un solo título desde la

---

ai "Delgado se dice inocente", en *El Universal*, p. D6.

temporada 1990-1991 en el inolvidable *tucazo* contra el America en Ciudad Universitaria, y una mediocridad que los puso a mediados de los años noventa en crisis recurrentes y peligro de descenso, ahora están en la franca pelea por un título y consolidados en la preferencia de la afición.

Lo anterior no podría entenderse sin el nombre y sin el hombre. El delantero mexicano más famoso y exitoso a escala mundial, el máximo goleador extranjero que ha pisado las canchas españolas. Hugo Sánchez Márquez, *Pentapichichi*, *Niño de Oro*, polémico de principio a fin.

Como director técnico, está a un pasito de consolidar el sumo que tiene desde que pisó el Estadio Olímpico Universitario por primera vez en esta condición, el 22 de marzo del 2000, y que se vio interrumpido en la era directiva del ingeniero Javier Jiménez Espriú, en donde se argumentaron "diferencias irreconciliables" entre ambos.

El cisma futbolístico se dio en paralelo a la cesión de derechos de transmisión a Televisa, la huelga de 10 meses en la UNAM, de abril de 1999 a febrero de 2000 (esto último les obligó a cambiar su sede como local al Corregidora de Querétaro) y un reforzamiento del Patronato Universitario que, ahora, auspicia y toma las decisiones.

Con todo y los nombres que baraja este organismo -los periodistas Joaquín López-Doriga y Germán Dehesa; la cabeza del Grupo Carso, Carlos Slim; en un sitio honorario el rector Juan Ramón de la Fuente y su presidente, Arturo Elías Ayub- Pumas ha confrontado sus altibajos con la nómina más baja del fútbol: apenas ocho millones de pesos en total, pero olvidando lo que les dio grandeza: el fortalecimiento de sus fuerzas

basicas, cuna de jugadores tan importantes para el balompie moderno como Claudio Suarez, Luis Garcia, Enrique Borja, Jorge Campos, Alberto Garcia Aspe y, por supuesto, Sanchez Marquez, entre otros que han formado parte de la que sin duda es la cantera mas prolifica del futbol nacional.

A pesar de su temporada de oro, *Hugol* salio de la institucion el 16 de agosto de 2000, alegando que esas diferencias de las que hablaba el ex presidente del equipo eran porque el ingeniero "sabia de su materia, pero no de futbol", y que le limitaba los grandes proyectos que tenia para el plantel, ente los cuales destacaban la reconciliacion del cuadro con los valores y el espiritu de la institucion universitaria.

Por su parte, quien dejara el puesto para ser sustituido por Luis Regueiro, y meses despues por el actual presidente, Aaron Padilla, dijo que Marquez exigia cosas que el Club Universidad, en su calidad de representante de una entidad educativa publica, no le podia dar, como cuerpo tecnico a su conveniencia, viajes en limosina y hospedaje en los mejores hoteles; un contrasentido aun con los patrocinadores - Banamex y Telcel- que ostenta la UNAM; ademas, su idea futbolistica "a la europea" era demasiado riesgosa, a su juicio, para un entrenador en su primera experiencia.

En ese entonces, Sanchez presagi6: "regresare cuando ese senor (Javier Jimenez) ya no este en la direccion tecnica". Y lo hizo. Un torneo despues, en la jornada 10 del Invierno 2001 (23 de septiembre de ese ano, frente a *Tigres* de la UANL), inaugurando su segunda etapa, ahora con mas sustento y respaldo directivos.

El tecnico resumio, en una entrevista para el portal *www.soccerage.com*, que se le paso volando el tiempo, "pero el ano que estuve fuera y viendo el tiempo que pasaba sin estar en el banquillo se me hizo eterno. Considero que valio la pena la paciencia, he notado muchisimo ese apoyo y ese carino que me ha demostrado la gente, en este caso tambien quiero agradecer al consejo directivo que me ha apoyado en esta segunda etapa"<sup>42</sup> .

De entonces a la fecha, *Pentapichichi* ha llevado en dos ocasiones al cuadro que le dio proyeccion internacional a las semifinales (perdiendo en ambas ocasiones con America y Morelia), y a disputar un lugar en el selectivo de la Copa Libertadores; en el ultimo torneo, califico para la fase final en segundo lugar general pero se quedo en la orilla, sucumbiendo ante Toluca en cuartos de final.

Pero si el signo de su primera etapa con *Pumas* fue la presunta ostentacion y la inexperiencia, el de estos casi dos anos -lo cual ya es una continuidad digna de considerarse en el futbol local- ha sido irse de la lengua mas de una vez, y su rivalidad explicita con Ricardo Lavolpe, por el banquillo de la Seleccion Mexicana.

Se ha ido contra todo y todos, directivos y tecnicos, el sistema y el futbol mexicano en general. En una entrevista para CNI Deportes, transmitida el 29 de abril del 2003 a sazón de sus declaraciones contra la directiva del Pachuca (lo que le valio un mes de suspension), sintetizo su postura: "somos un pais bastante mediocre. Digo porque no queremos mas and de lo que tenemos, sino que nos conformamos con lo que nos dan. A mi Mexico [*sic*] en cuanto a mis objetivos me queda pequeno".

---

as "Hugo Sanchez regreso por la puerta grande con los Pumas", 23 de septiembre, 2001.

Ante tal soberbia, Aaron Padilla, ex jugador y siempre vinculado a la institucion, ha sido catalogado por la ratificacion de Sanchez, como un hombre inteligente pero que no ha mostrado alguna reaccion contundente, de dureza, sobre el idolo. "El *Gansito* esta haciendo un buen papel, pero una temporada no es suficiente; es discreto, y no busca la fama porque ya la tuvo, no la necesita", indica Carlos Albert, mientras que Francisco Javier Gonzalez confiesa ignorar el grado de libertad que tiene en el club y dentro del Patronato.

Y mientras la lengua recurrente de Sanchez lo pone en una situacion comprometedora, (ya que no ha cumplido el objetivo de hacer campeones a los universitarios) el Patronato se ha abocado a tareas que le han devuelto el club su sentido universitario y le bon-an poco a poco la imagen de equipo causante de "revueltas" y violencia en las tribunas.

En los ultimos tres meses de 2003 crearon la pagina de Internet [www.pumasunam.com.mx](http://www.pumasunam.com.mx), cambiaron el emblematico tablero electronico del Estadio Olimpico Universitario por la pantalla mas grande y moderna de Latinoamerica, a la que estan conectadas varias camaras y un sistema escaner para evitar la falsificacion de boletos y, lo mas importante, "dado que actualmente estan jugando en Primera Division muchisimos de nuestros egresados, estamos dando inicio a un programa piloto que permitira a los jovenes que integran nuestras Fuerzas Basicas cursar sus estudios de preparatoria en las mismas instalaciones del club donde entrenan diariamente", enuncio orgulloso Elias Ayub, quien se da tiempo de presidir el Patronato y dar mensajes como



el anterior (23 de septiembre, 2003), además de fungir como Director de Alianzas Estratégicas, Comunicación y Relaciones Institucionales de Telmex.

#### **Estampa 4: El rescate**

Para la inmensa mayoría de la afición mexicana, las *Chivas* del Guadalajara son triste ejemplo, en los últimos años, de la debacle financiera, directiva y futbolística.

Con el paso de la Promotora Deportiva, que alquiló al cuadro desde 1993, se vivió el calvario en donde la institución "perdió popularidad, afición e identidad", según el ahora ex presidente del club, Francisco Cardenas, y todo por responsabilidad de una persona que, quizá si quería al equipo, pero no supo hacer negocios para el beneficio de este.

Salvador Martínez Garza, presidente de Lubricantes Mexicanos (Mexlub), quien por más de una vez desoyó las sirenas de alarma sonando en la cancha -resultados malos, venta de jugadores, campañas para el olvido, hasta el peligro del descenso- y fuera de ella, con los reclamos de los 196 accionistas del *chiverio*.

El manejo de la Promotora fue una lucha de poder, pues Cardenas nunca estuvo de acuerdo con la idea de rentar el club para hacerlo volver a las épocas del *Campeonísimo* (1958-1965). En su ensimismamiento, Martínez Garza incluso amenazó alguna vez a los socios que si no le ampliaban el contrato a la Promotora, a otros 15 años (es decir, hasta el 2018) desmantelaría el plantel vendiendo a íconos de la cancha.

Las criticas a Martinez Garza vinieron de todos lados; los directivos, los medios y hasta la aficion le echaban en cara primero haber hecho grandes contrataciones y despilfarros, y luego someterlos a una rigurosa austeridad, mal encauzada, lo que el mismo resentia cuando le gritaban desde las calles de Guadalajara "ipinche Martinez Transa!".

Los resultados en cancha fueron la consecuencia del desorden y el desmantelamiento. Despues del titulo obtenido en el Verano 1997, en esa tarde donde se "despacharon" a los Toros Neza con seis goles, cuatro de Gustavo "El Gusano" Napoles, vino la debacle: salieron figuras del cuadro *rojiblanco*, su intento para clasificar a la Copa Libertadores paso de noche, decepcionaron en 1998 a pesar de haber sido subcampeones de una final que Necaxa les gan<sup>g</sup> sin mayor esfuerzo; y aunque calificaban constantemente, no pasaron de cuartos de final, donde se hacia patente la baja de juego, la inexperiencia de algunos jovenes y la mala direccion tecnica.

Vino, en el 2002, el momento de decidirse. Si alargar lo vivido con la Promotora, regresar atras y restituir al club, o transformarlo de lleno en una sociedad minima. Esta tercera via "implicaba que el postor tendria que comprar todo lo que involucra al club; o sea, el predio de cerca de cinco mil metros cuadrados de Colomos, las propiedades de Verde Valle, donde entrenan; el terreno de La Gigantera, de Fuerzas Basicas; la franquicia de Primera Division asi como las cartas de los jugadores de la institucion; los derechos de transmision de los proximos cinco anos, la comercializacion

de la camiseta, así como la licencia de la marca *Chivas* en diversos productos", enumera un análisis del club publicado por la revista *Futbol Total*, en septiembre de ese año<sup>43</sup>

I, ¿Que mecenas podría tener la sangre tan fría como para arriesgarse a tremendo paquete? Ni tardo ni perezoso uno de los 196 integrantes de la asamblea del club, Jorge Vergara Madrigal, fundador y director general del grupo empresarial de multivitamínicos Omnilife, considerado por el diario estadounidense *Financial Times* como un billonario, y dueño de la casa cinematográfica Anheló Producciones (cuya joya es la taquillera cinta *Y to mama también*), alai la mano.

El 20 de agosto, el empresario dio a conocer una carta de intención donde exponía, punto por punto, su ambicioso plan para convertir al Guadalajara en el mejor cuadro del país. Hablandole de tit a los socios del Club, Vergara proponía cinco años de plazo para mejorar desde el punto más pequeño hasta el más importante, pasando horizontalmente por los ámbitos financiero, social, de afición, porras, instalaciones y un largo etcétera.

Dicho documento puntualiza que lo único que requería para llevar a cabo este plan era "el consenso de todos ustedes (los socios); que se manifiesten en mayoría a efecto de que transformen al Club Deportivo Guadalajara, Asociación Civil ("El Club"), en una Sociedad Anónima de Capital Variable, mediante la celebración de una Asamblea del Club, dicha asamblea deberá de cumplir con todos los requisitos legales,

---

<sup>43</sup> Victor Suarez, Nancy Gutierrez y Jose Hernandez, pp. 18-24.

asi como protocolizarse debidamente ante Notario Publico e inscribirse en el Registro Publico de la Propiedad y del Comercio de esta Ciudad"<sup>44</sup>.

La asamblea, efectuada el 30 de octubre siguiente, resulto positiva para el nuevo directivo, pero de 196 socios con certificado de aportacion, 40 -entre ellos Cardenas- se negaron a venderle e interpusieron un juicio de controversia que hasta la fecha no se ha resuelto.

La fe y querer olvidar la era Martinez Garza parecian ser las motivaciones para entrarle al nuevo proyecto Vergara, quien habilmente se protegio de cualquier recoveco legal creando una sociedad anonima -Chivas de Corazon, SA de CV- con la cual termin<sup>o</sup> de hacerse de los bienes del club, y aseguro el dinero que, en distintas maneras financieras, tendra que desembolsar totalmente para finales de 2004 por comprar el equipo mas popular del pals: 952 millones 250 mil pesos, de acuerdo con Hector Huerta, en su articulo "El despojo"<sup>45</sup>, de febrero de 2003.

Mientras esto se dirimia, Televisa, maniobra aparte, le gan<sup>o</sup> su propia pugna de poder a Alejandro Burillo, pactando el pago de los derechos de transmisi3n del *Reba7o Sagrado* en 65 millones de dolares por cinco anos, incluida publicidad estatica. Es, sin duda, el contrato mas caro de la Primera Division, incluso por encima del de America. No obstante, ello implicaba un sacrificio: cambiar el horario de juego que mantuvieron por 50 anos (domingos a las 12 del dia en el Estadio Jalisco) y cederselo a su odiado rival, para ellos quedarse con los sabados a las siete de la noche, y asi, asegurarle a Televisa *rating* para el equipo de su propiedad y mas ingresos por anunciantes.

---

<sup>44</sup> Propuesta de asociacion para la transformacion del Club Deportivo Guadalajara AC, presentada por Jorge Vergara a los socios del club el 20 de agosto, 2003.

<sup>45</sup> Hector Huerta, p. 78.

De inmediato vinieron las acciones, las declaraciones y, por supuesto, las primeras planas para el nuevo directivo. Hasta ahora su única discusión clara con la Federación Mexicana de Fútbol, tiene que ver con mds de un orgullo herido por los desplegados "ofensivos" que ha sacado en los medios impresos, y que acicatean al rival una vez que ya le ganaron en la cancha. 1, Quien no recuerda la frase: "nos pareció ver un lindo gatito" dedicado a *Pumas* tras el encuentro del 11 de octubre y que Guadalajara gan<sup>o</sup> por dos goles a cero?

Algunas de sus promesas las ha cumplido, otras no. Dijo que contrataría al mejor técnico del mundo, y firmó a un ex jugador, Eduardo "Yayo" de la Torre, al cual corrió por el mal inicio del Apertura 2003; se ha empeñado en tratar de comprar al Atlético de Madrid y en ampliar el proyecto del Guadalajara con una franquicia en Estados Unidos -algo inusitado si se toma en consideración que *Chivas* tiene como regla de oro alinear única y exclusivamente a jugadores mexicanos-.

Publicitariamente limpió el uniforme para que recobrar su belleza y ya construye, para inaugurarse en el 2006, un estadio que no envidiaría nada a la tecnología asidtica vista en el último Mundial. Salvo los goleadores Francisco Palencia y Adolfo "Bofo" Bautista, no ha contratado a figuras, porque ha impulsado a las fuerzas básicas, y por si fuera poco, ha prometido que en menos de los cinco años que pidió para llevar a cabo su proyecto, haría campeón al equipo, cosa que, al igual que otros equipos, hasta ahora es solo una meta incumplida.

En este sentido, hay gente, como Albert Llorente, que ya lo descalifica: "Vergara es el típico neo directivo, un hombre sin sensibilidad y sin saber como es el fútbol. Ha

tenido éxito en sus negocios con base en una Buena mercadotecnia y piensa que es igual el fútbol, pero es insensible a la historia y el significado que tiene Guadalajara para México". Y otros le conceden el beneficio de la duda, como el conductor de *Super Estadio y Pasión W.* "Ha entrado a un medio donde su imperio financiero se ve reconocido por la sociedad, porque el fútbol lo vuelve celebridad. Veo a un tipo ególatra que sin embargo tiene ideas renovadoras, buenas o malas, no lo sé, y nos asustan, pero pueden funcionar. Ya está generando reacciones y es un primer paso que está dando alguien".

Pero aún es muy pronto para aclarar si la transformación del club a sociedad mínima es realmente un rescate u otro más de los errores financieros de este deporte. Lo que de entrada se le agradece es mostrar un poco de congruencia. "Puedo presumir que trabajamos con números negros: en 12 meses redujimos la nómina de jugadores y emprendimos una campaña de eficiencia en recursos humanos... mientras los presidentes de clubes sigan pensando que el éxito está en contratar a un jugador de 28 6 29 años por tres millones de dólares, están perdidos".

## TIEMPO DE COMPENSACION

Las virtudes y sobre todo los pecados del balompie que se juega en nuestro país se pueden entender de dos maneras: padeciendolos o explicandolos para comprenderlos un poco. Aquí preferimos la segunda alternativa.

Aun con los aires de renovación que quieren soplar, ninguno de los 20 equipos de la Primera División puede arrojar la primera piedra y presumir que tiene un manejo impecable de su negocio, mucho menos, sentirse satisfecho con el nivel futbolístico desplegado en los últimos siete años.

Es en este punto cuando uno puede concluir, por desgracia, que el fútbol profesional mexicano, en su manejo directivo, guarda un símil con el ejercicio de la política nacional.

¿Dónde si no acá se pueden apreciar similitudes en los juegos de poder, los bandazos, el protagonismo, las promesas incumplidas, los planes que no llegan a ningún lado? ¿En qué otro ámbito puede palpase con tanta claridad que lo que se dice no guarda congruencia con lo que se ve en la cancha, y, especialmente, apreciarse una renuencia al cambio para beneficio de todos? ¿Que no en el fútbol y la política están los mismos de siempre, anquilosados en un sistema del que se quejan pero que les llena de beneficios? ¿A poco no está presente esa falta de memoria?

Del futuro siempre es ideal hablar porque se pueden plantear todos los escenarios posibles. Sin embargo, también es bueno atenerse a la realidad y ver las carencias de un fenómeno social culturalmente despreciado, pero con una gran trascendencia social.

A lo largo de este reportaje salto a la cancha un elemento reclamado por todos y cada uno de los sectores involucrados: la falta de profesionalización y de proyectos concretos a largo plazo para el mejoramiento del nivel futbolístico que tanta falta hace.

Pero más allá de estos elementos, es la falta de voluntad la que se yergue como la carencia primordial. Se sabe que debe hacerse, pero nadie mueve un dedo para hacer los "cambios estructurales".

Ideas sobran. La educación y la eliminación del factor improvisación tanto en jugadores, comentaristas, directivos, dueños y hasta aficionados; el cambio de calendario de manera tal que se puedan echar a andar proyectos de formación de un *equipo* y se mantenga un nivel competitivo, atractivo y rentable comercialmente, tanto en el torneo local como en las competencias internacionales en las cuales se tiene participación; que premie el buen juego y no solo las Buenas rachas.

También se ha propuesto bajar los inflados niveles de dinero que de ninguna manera pueden tener cabida en una sociedad tan castigada en otros aspectos. Regular la comercialización con contratos que beneficien al club, al patrocinador y a todos por igual. Por que no, también, reglamentar las disposiciones fiscales de una asociación



civil que mueve millones de dolares y hasta dejar de transmitir partidos en la television para alentar el regreso de la aficion al centro ritual, el estadio.

En particular hacia el ambito directivo se pide, se reclama que en los puestos de decision esten personas del deporte y no solo del dinero; es decir, que en algun momento de su vida hayan sudado la camiseta y sepan que en el futbol no todo es ganancia, es juego, diversion y entretenimiento de calidad, que incluso pueda enorgullecer a un pais en las competencias continentales y mundiales.

Los equipos, asimismo, exigen una reestructuracion desde abajo. Formar y no comprar, lo cual tambien significa invertir desde los clubes infantiles hasta las fuerzas basicas; hacer un seguimiento de esos jovenes que puedan, en un futuro, ocupar los puestos tradicionalmente copados por extranjeros.

Con tanto pendiente, Les legitimo quejarse por el nivel de desempeno de la Seleccion Mexicana? LResulta justo alegrarse por haber hecho una campafia mediocre y sin embargo calificar por el titulo? Quiza no, pero tampoco se puede voltear de tajo el costal y empezar de cero, ya que esto afectaria a cientos de familias que en Mexico viven del negocio del futbol.

En los ultimos meses se han presentado ideas que, de concretarse, podrian ser tomadas como el principio de una larguissima revolucion en el futbol mexicano. Los directivos ya estan trabajando en una ComisiOn de Duenos (no de presidentes ni directivos) en donde los verdaderos propietarios e inversionistas se sienten a analizar como hacer una estrategia abarcadora y util para los intereses de todos. Se espera que de

igual forma se conduzca la finalización del régimen de transferencias (vigente a partir de marzo de 2004) para que los jugadores, ahora sí, tengan libre albedrío, lo que podría ser, también, el inicio de un reconocimiento como profesionales, y no únicamente como entes que meten goles y corren por las canchas en pantaloncillos.

Una pregunta que se le hizo a varios entrevistados para este reportaje fue que acciones emprenderían si fueran presidentes de algún club o, mejor aun, de la Federación Mexicana de Fútbol. Hubo respuestas tan diversas, pero dentro de ellas, muchos puntos aplicables expuestos aquí y que se aplicarían sin problema si se dejara de manejar este asunto con los pies, y sí con la cabeza.

Los pecados futbolísticos no solo se limitan a lo expuesto aquí. Lo que ha quedado fuera de este reportaje da para un sinnúmero de temas que podrían allanar el camino para futuras investigaciones académicas y periodísticas: análisis de futbolistas, técnicos y comentaristas; la estructura del gremio arbitral o de la Selección Nacional; cómo se da este fenómeno por regiones del país -no es lo mismo cómo se vive el fútbol en el Distrito Federal que en Chiapas o Monterrey-; las televisoras en lo individual; análisis de contenido de la prensa deportiva; la tarea de los promotores; la relación de la Federación Mexicana de Fútbol con la FIFA y con los organismos que nos permiten participar en torneos como la Copa Libertadores de América...

Es hora de que yo presente mis situaciones ideales en cuanto al manejo directivo del fútbol local. Me quedaría solo con una como punto de partida para el resto: exigir congruencia. En todo. En el decir y el ejecutar. Si en el seno del América se afirma que se acabaron los consentidos, por sus mediocres campañas, que realmente lo apliquen y

no sea uno mas de los *bomberazos* para acallar el ansia de justicia que a traves de la prensa exigen los aficionados.

Congruencia en querer transformar a un cuadro para que gane dinero, con inteligencia y no gastando millones de pesos -o dolares- a lo estúpido. En este caso, pienso en decenas de universitarios que dominan la comunicacion organizacional y que ahi tienen un campo virgen para estudiar y trabajar. ¿Por que no proponer un organigrama eficaz, metas a distintos plazos y medir si se cuenta con verdaderos recursos para cumplirlas?

Congruencia en la idea informativa del futbol. Eliminar la *declarocracia*, el sensacionalismo, el juzgado y apostarle a un verdadero analisis de lo que sucede en la cancha y por supuesto, fuera de ella. Seguir adelante con las investigaciones, porque aun hay mucho que destapar.

Pero es hora de volver a la realidad. Cada cual sabra si to mejor es continuar asi o realmente asumir que hasta las estructuras mas arcaicas deben, como reza el lugar comun, renovarse o morir.

Lo que si me queda claro despues de todo, y eso no puede decepcionarme, es que aun existen dos o tres situaciones de descaro que, en el terreno, reconcilian la magia perdida y matan cualquier grilla directiva con un buen partido de futbol. Uno donde hay de todo: emociones, fallas y aciertos, lances de porteros y disparos constantes a las porterias, juego en medio campo, defensas dispuestas a morir en la zaga. Banderas multicolores ondeando en el aire, el *tam tam* de las porras y extranos abrazados en torno

a una camiseta. Familias enteras disfrutando de un espectáculo público fuera de los problemas cotidianos, un ambiente seguro donde uno se pueda desconectar de la realidad que día a día se nos presenta; en fin, una gran fiesta de noventa minutos donde el principal elemento es algo tan insignificante para muchos, pero esencial para un fenómeno social tan magno y sublime, como es un gol.

Ciudad Universitaria,

Marzo, 2004.

## FUENTES DE CONSULTA

### \*BIBLIOGRAFÍA

-Dallal, Alberto. *Lenguajes periodísticos*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1989, 110 pp.

-Del Río Reynaga, Julio. "El reportaje, género por excelencia del periodismo moderno", en *Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1993, pp. 147-166.

-Fernández Christlieb, Félix. *Gauchos blancos. Las cedes del fútbol*. México: Ediciones Ficticia, 2002, 217 pp.

-Fernández, José Ramón. *El fútbol mexicano, ¿un juego sucio?* México: Editorial Grijalbo, 1994, 176 pp.

-Galeano, Eduardo. *El fútbol a sol y sombra*. 3ª edición, México: Editorial Siglo XXI, 1998, 271 pp.

-Levinsky, Sergio. *El deporte de informar*. Argentina: Editorial Paidós, 2002, 176 pp.

-López Chávez, Sandra Isela, *et al.* Tesis: "La promoción de valores a través del deporte espectáculo: conocimiento político y conocimiento futbolístico. El caso del fútbol mexicano". México: Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, Licenciatura en Comunicación Social, julio, 2000, 238 pp.

-Madrid Morales, Alejandro. Tesis: "El fútbol y la televisión en México, 1990-2000". México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, 2001, 187 pp.

-Palou, Pedro Angel. *El ultimo campeonato mundial*. Mexico: Editorial Aldus, 1997, 209 pp.

-Rojas Avendano, Mario. "El reportaje moderno", en *Revista Mexicana de Ciencias Politicas y Sociales*. Mexico: Universidad Nacional AutOnoma de Mexico, Facultad de Ciencias Politicas y Sociales, 1976, pp. 11-19.

-Romero Alvarez, Maria de Lourdes. "¿Selo mostrar o indagar y explicar? Transmisien en directo versus investigaci6n periodistica", en *Revista Mexicana de Comunicaci6n*. Mexico: Fundaci6n Manuel Buendia, AC, julio-agosto, 2003, pp. 26-28.

----- "Deslinde entre el relato literario y el periodistico", en *Horizontes de Comunicaci6n y Cultura*, Cecilia Thomsen, coordinadora. Mexico: Editorial Taller Abierto/Universidad Intercontinental, 2003, pp. 177-192.

----- "El futuro del periodismo en el mundo globalizado. Tendencias actuales", en *Revista Mexicana de Ciencias Politicas y Sociales*. Mexico: Universidad Nacional AutOnoma de Mexico, Facultad de Ciencias Politicas y Sociales, enero-marzo, 1998, numero 171, pp. 157-171.

----- "El pacto periodistico", en *Revista Mexicana de Ciencias Politicas y Sociales*. Mexico: Universidad Nacional AutOnoma de Mexico, Facultad de Ciencias Politicas y Sociales, septiembre-diciembre, 2002, numero 186, pp. 159-173.

----- "El relato de palabras como recurso de credibilidad en el relato periodistico", en *Ensayos Semiditicos. Dominios, modelos y miradas desde el cruce de la naturaleza y la cultura*. Mexico: Miguel Angel Porrúa/Universidad AutOnoma de Puebla/Asociacion Mexicana de Estudios Semioticos, 2000, pp. 91-106.

----- "El relato periodístico como acto de habla", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, julio-septiembre, 1996, número 165, pp. 9-27.

----- "Una visión actual de la actividad periodística", en *Investigación de la Comunicación. México en los albores del siglo XXI*. México: Asociación Mexicana de Investigadores Comunicadores, AC, 2003, pp. 291-300.

-Simpson, Máximo. "Reportaje, objetividad y crítica social (el presente como historia)", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1977, número 86-87, pp. 143-151.

-Ulibarri, Eduardo. *Idea y vida del reportaje*. México: Editorial Trillas, 1994, 281 pp.

-Valdano, Jorge. *Apuntes del balón. Anécdotas, curiosidades y otros pecados del fútbol*. 3ª edición, España: La Esfera de los Libros/Marca, 2001, 223 pp.

-Velázquez, Luis. "Periodismo y Literatura", en *Técnica del reportaje*. México: Universidad Veracruzana, 1992, pp. 19-22.

#### **\*HEMEROGRAFIA**

-Blancas, Daniel. "Chivas si gana dinero", en *El Universal*. México: 19 de noviembre, 2003, pp. D1.

----- "Un torneo de escándalo", en *El Universal*. México: 17 de junio, 2003, pp. D3, D4.

-Blumrosen, Daniel. "Delgado se dice inocente", en *El Universal*, miércoles 19 de noviembre, 2003, p.D6.

-Carrillo, Luis. "Se quedaran con Colibries", en *Reforma*. Mexico: 23 de abril, 2003, pp. D4.

-Castillo Mireles, Ricardo. "Los turbios negocios del futbol", en *Revista de Revistas*, Mexico, numero 4529, enero 2004, pp. 22-25.

-Estrada, Ramon. "Define Chivas nuevo rumbo", en *Reforma*. Mexico: 30 de octubre, 2002, pp. D1.

-Fuentes, Victor. "Trabaja el futbol bajo su propia ley", en *Reforma*. Mexico: 14 de septiembre, 2003, pp. D3.

-Gonzalez, Luis. "Futbol y empresas, una jugada de pizarron", Mexico: 2 de agosto, 2000.

-Gomez Junco, Roberto "En la media cancha", en *Reforma*. Mexico: 1 de abril, 1999, pp. 5.

-Gutierrez, Nancy, *et al*, "50 cosas que hicieron cambiar al futbol", en *Futbol Total*. Mexico: mayo, 2003, ano IV, numero 51, pp. 36-48.

----- "Dinero y futbol", en *Futbol Total*. Mexico: agosto, 2002, ano IV, numero 42, pp. 30-39.

-Hernandez, Israel. "Ganancia de luz y de color: pintan futbol con brocha gorda", en *Reforma*. Mexico: julio, 2002, pp. D4, D5.

-Hernandez, Jose. "El balm vuelve a rodar. Analisis Apertura 2002", en *Futbol Total*, agosto 2002, ano IV, numero 42, pp. 20-24.

Huerta, Hector. "Depende absolutamente de Televisa", en *Proceso*. Mexico: 1 de abril, 2000, numero 1222.



-----"Desmantelar a las Chivas, un acto `de mala fe", en *Proceso*. Mexico: 27 de agosto, 2000, numero 1043.

-----"El caos", en *Proceso*. Mexico: 21 de septiembre, 2003, numero 1403.

-----"El despojo", en *Proceso*. Mexico: 17 de febrero, 2003, numero 1372.

-----"El negocio mata la esencia del futbol", en *Proceso*, Mexico: 30 de julio, 2000, numero 1039.

-----"FMF: La eterna lucha por el poder y el dinero", en *Proceso*. Mexico: 9 de marzo, 2003, numero 1375.

-----"Futbol, para Televisa, solo un negocio", en *Proceso*. Mexico: 4 de mayo, 2003, numero 1383.

-----"La burla de los sueldos", en *Proceso*, Mexico: 07 de septiembre, 2003, numero 1401.

-----"La millonaria sociedad", en *Proceso*. Mexico: 29 de junio, 2003, numero 1391.

-----"Las lagrimas de Billy", en *Proceso*. Mexico: 16 de marzo, 2003, numero 1376.

-----"Lo ideal, que el futbol sea negocio para todos", en *Proceso*. Mexico: 27 de mayo, 2000, numero 1230.

-Mejia, Mauricio. "El PRD inauguro la propaganda en los estadios", en *Proceso*. Mexico: 07 de junio, 1997, numero 1075.

-Morales, Fernando y Ocampo, Rafael. "Excesos de la comercializacion", en *Proceso*, Mexico: 11 de abril, 1998, numero 1119.

-Ocampo, Rafael y Cobian, Felipe. "El problema es Martinez Garza, cree que todo se soluciona con la chequera", en *Proceso*. Mexico: 1 de abril, 1996, numero 1014.

-Ocampo, Rafael. "El dirigente del Cruz Azul pide menos chismes y mas futbol", en *Proceso*. Mexico: 23 de marzo, 1996, numero 1012.

----- "En el Atlas, los `ultimos romanticos", en *Proceso*. Mexico: 14 de junio, 1997, numero 1076.

----- "Jose Ramon Fernandez responde: Bermudez no es comentarista, sino un animador que `destaza el idioma", en *Proceso*. Mexico: 17 de mayo, 1997, numero 1072.

-Parra, Jose Angel. "Nada es para siempre", en *El Universal*. Mexico: 09 de noviembre, 2003, pp. D4.

-Salas, Efrain. "Pasien y mercadotecnia", en *El Independiente*. Mexico: 11 de noviembre, 2003, pp. 2.

-Suarez, Victor. "%Hacia dende va el Rebanado Sagrado?", en *Futbol Total*. Mexico: septiembre, 2002, ail() W, numero 43, pp. 18-24.

-Villoro, Juan, et al. "Pensar el futbol", en *Letras Libres*. Mexico: ail() W, numero 41, mayo, 2002, pp. 10-18.

-Zepeda Patterson, Jorge. "En palabras de Beckham", en *Dia Siete*, Mexico: ail() 4, numero 173, noviembre, 2003, pp. 32-39.

#### **\*DOCUMENTALES Y DE OBSERVACION DIRECTA**

-Mensaje del presidente del Patronato y de la Junta Directiva del Club Universidad Nacional, Arturo Elias Ayub, 23 de septiembre, 2003.

-Propuesta de asociaciOn para la transformaciOn del Club Deportivo Guadalajara AC, presentada por Jorge Vergara a los socios del club, 20 de agosto, 2003.

-Conferencia ofrecida por Manuel Lapuente, ex tecnico de America, 19 de mayo, 2003.

-Conferencia "El futbol en Mexico", Centro de Orientaci6n Educativa, Universidad Nacional AutOnoma de Mexico, 28 de marzo, 2003.

-Tercer Congreso Internacional de Futbol, "Pachuca: cuna del futbol mexicano", Pachuca, Hidalgo, 29-31 de octubre, 2003.

#### **\*MEDIOS AUDIOVISUALES E INTERNET**

- "Hugo", entrevista en CNI Deportes, transmitida el martes 29 de abril, 2003.

-Reyes, Cesar. "Responde Alazraki", transmitido en CNI Deportes, miercoles 5 de noviembre, 2003.

-Reyes, Cesar. "La lana de Beckham", transmitido en CNI Deportes, miercoles 2 de julio, 2003.

- Echeverria, Luis Homero. "Analiza FMF demandar a Alazraki", en *www.reforma.com*, martes 4 de noviembre, 2003.

-Sitio informativo deportivo *www.socerage.com*

-Sitio oficial de la Cooperativa Cementera Cruz Azul *www.cruzazuLcom.mx*.

-Sitio oficial de la FederaciOn Mexicana de Futbol. *www.femexfut.org.mx*

-Sitio oficial del Club Deportivo Pachuca. *www.tuzos.com.mx*

- "Truena Lavolpe contra medios", en *www.reforma.com*, miercoles 5 de marzo, 2003.

## **\*ENTREVISTAS**

-Aaron Padilla, presidente del Club Universidad Nacional. Octubre, 2003.

-Carlos Albert, ex jugador, ex director del Deporte del Departamento del Distrito Federal, comentarista deportivo en CNI Noticias, Canal 40. Junio, 2003.

-Ciro Procuna, comentarista Television Azteca y Estadio W. Octubre, 2003.

-Felix Fernandez Christlieb, ex portero Seleccion Nacional y equipos Atlante y Puebla, periodista, representante de la Comision del Jugador ante la Federacion Mexicana de Futbol. Agosto, 2003.

-Francisco Javier Gonzalez, periodista, vicepresidente de Contenidos Estadio W. Noviembre, 2003.

-Rafael Ocampo, director Editorial y de Noticias CNI Canal 40. Septiembre, 2003.

-Rafael Puente, ex portero profesional, comentarista deportivo Television Azteca. Octubre, 2003.

-Raul Sarmiento, jefe de Informacion Televisa Deportes. Octubre, 2003.

-Roberto Gomez Junco, Comentarista Television Azteca y columnista diario *Reforma*. Octubre, 2003.

-Roger Martinez, director de Futbol Comex. Julio, 2003.