

Pan y circo: fútbol y toros

HUBO un tiempo, no hace tanto, en que cada mañana nos desayunábamos con la revelación de nuevos fraudes, escándalos financieros y políticos que nos obligaban a transitar el día con el regusto amargo de la desilusión, la desconfianza en sistemas, personas e instituciones... De la perplejidad inicial pasamos imperceptiblemente al miedo a lo que nos encontraríamos en las páginas de prensa del día siguiente, a la vergüenza propia y ajena y —como un mecanismo de defensa— al escepticismo generalizado e inmovilista. La sensación del «todo vale», del «qué más da», del «todos somos iguales» amenazaba, de seguir la escalada ascendente de revelaciones desagradables, con convertirse en indignación individual y social. Y ya sabemos que la indignación que surge del fondo del sistema de valores traicionados suele desembocar en una actitud reivindicadora y combativa.

Pero la tensión acumulada encontró, con ocasión de la celebración del mundial de fútbol, un bálsamo liberador. Mientras se desarrollaron las pruebas del «deporte rey» —nunca fue tan indiscutible su reinado— la familia al completo se agrupó en torno al televisor y canalizó sus frustraciones, sus iras y hasta los restos de sentimiento patrio en sus gritos desmesurados cuando el balón se acercaba al marco. Y cuando penetraba en él, era «el acabose»: las hordas festivas invadían la calle con su atronador estruendo de pitos, bocinas..., dañaban esculturas, compartían iras y alegrías. En

los bares, en nuestro lugar de trabajo, no se hablaba de otra cosa... ¿A quién podrían interesarle en ese momento los fraudes, los millones desviados hacia las cuentas suizas, los Filesa...? El tema de la corrupción pertenecía a la geografía del mal sueño que todos procurábamos relegar al olvido. Claro que seguían apareciendo noticias de corrupción, pero menos, y nos llegaban con sordina.

La pasión continúa

ACABÓ el mundial. Pero comenzaron las ligas, las copas y recopas nacionales e internacionales; el ritual familiar televisivo se instaló definitivamente entre nosotros. Y seguimos proyectando en el esperado partido de fútbol casi diario nuestras frustraciones y deseos de olvido: se cumplió con creces la afirmación de McLuhan de que «el espectador de televisión es también una pantalla, no sólo recibe, sino que proyecta sobre lo percibido». Además, la oferta televisiva de divertimento gratuito y «en casa» se completó con las retransmisiones en directo de las largas corridas taurinas. Más circo.

La afición taurina y futbolística se ha extendido en pocos meses incluso a sectores de la sociedad hasta ahora insensibles, e incluso remisos, a tales diversiones: amas de casa, mujeres; y hasta una cierta «progresía culta de izquierdas» trasnochada, ahora se confiesa taurina o futbolista «de toda la vida». Desde el papel cuché, las disputas entre toreros han ganado la partida a las atractivas peleas de folclóricas; los cromos y coleccionables sobre los nuevos mitos futbolísticos y taurinos han hecho olvidar a muchos niños sus largas horas de videojuegos; la única reflexión «ética» que se deja oír es la de la lealtad y el compromiso que marca el contrato con el equipo, por el cual, por ejemplo, los jugadores brasileños que no vuelven a tiempo para el entrenamiento han de ser castigados; y en los crecientes espacios deportivos de televisión, periódicos y diarios, las alocuciones «metafísicas» de un Cruiff o un Valdano revelan su interés para la afición

en el número desorbitado de periodistas que acuden a sus «cumbres informativas».

Los únicos que han protestado ante esta pasión han sido los colectivos de hostelería que ya piden, ruegan, que los partidos se transmitan en horarios distintos, para que la gente vuelva a salir por las noches; y los promotores y organizadores de actos culturales que, después de encontrarse con salas vacías a pesar del envío de miles de invitaciones, optan por adecuar sus actividades a los «huecos» que dejan los partidos.

¿Por qué tanta pasión?

NO deja de sorprender la facilidad con que se puede hacer que toda una sociedad en pocos meses varíe sus gustos, olvide sus preocupaciones o postergue su reflexión sobre la realidad. Sin embargo, si analizamos esta realidad, veremos que el fervor futbolístico y taurino obedecen precisamente a muchos de los factores que subyacen a la misma.

Ya hemos apuntado el generalizado desánimo frente a la andanada de revelaciones de corrupción, que fomenta la actitud de evasión, de huida; pero también el deseo de escapismo frente a la realidad se justifica y amplía con el general escepticismo al que nos empuja la dimensión del paro, la crisis económica, la dificultad para vislumbrar salidas a la misma; y el reincidente incumplimiento de promesas de políticos y de responsables públicos de los destinos del país nos sitúa en el límite de la ira..., o del «mejor olvidar» como alternativa.

Pero hay otras causas posibles. Un protagonista indiscutible del proceso de efervescencia deportiva, la televisión, puede aportar algunas respuestas. Desde el advenimiento de las cadenas privadas, el factor de competitividad y negocio se halla indisolublemente ligado al reclutamiento de audiencia.

Porque la televisión es un negocio que mueve miles de millones en publicidad —imposible precisar cuántos miles: estas cifras parecen ser tabú— y cada sesión deportiva

incrementa el mercado de los potenciales consumidores de todo lo que se ofrezca.

Frente a la programación no deportiva, las retransmisiones futbolísticas tienen además otras ventajas acordes con este primer valor. En primer lugar, la del menor riesgo económico: a pesar de los altísimos costos de derechos de retransmisión —que sitúan también en la cadena de beneficiarios a los clubes deportivos—, son inversiones más seguras que las que suponen las demandas exorbitantes de presentadores y primeras figuras y los costos de producción de programas propios que pueden acabar en estrepitosos, rotundos fracasos, si no saben interpretar los deseos de la audiencia. Porque en este sistema, la única autoridad es la audiencia, mejor dicho, su proporción numérica; aquí no tiene nada que ver la calidad sino la cantidad: hay que reclutar el mayor número de adeptos, a ser posible adictos. Es posible que hasta las «charlas del presidente» estén siendo reconsideradas puesto que su audiencia (3,866 millones de espectadores) no superó siquiera la de un partido «normal» como el del Zaragoza frente al Gloria Bistrita (4,580 millones).

EN segundo lugar, la retransmisión deportiva se constituye en un fuerte antídoto frente al indeseable «zapping», ya que nadie se arriesga a perderse el desenlace: el valor de la narratividad, que señalan los semiólogos como carácter imprescindible para mantener la atención, se da hasta el final. Los publicistas saben que son muchos los riesgos del poderoso medio televisivo, entre otros, la actitud negativa de la audiencia frente a la saturación de los impactos, y el ambiente sumamente ruidoso en el que se produce la percepción (varias investigaciones demuestran que no percibimos más que un 10 por 100 de los anuncios); pero conocen también los medios que aseguran la eficacia del impacto, como la repetición continuada del mensaje y la complejidad del lenguaje que emplea —imagen, movimiento, música, voz— que hace que los anuncios se capten aunque no se esté mirando el receptor. En los intermedios de la transmisión, comentamos jugadas, damos rienda suelta a la

polémica familiar..., pero seguimos recibiendo el impacto publicitario.

Más allá de los objetivos de audiencia que se marcan los responsables de las cadenas, existen aspectos más profundos que tienen que ver con el medio en sí, con el papel de la televisión como el medio que estimula el mayor grado de implicación del espectador. J. Baudrillard sintetiza este proceso: Aquello a lo que es sensible el individuo es la temática latente de protección y de gratificación; es el cuidado que se toma para solicitarlo y persuadirlo; es el signo, ilegible para la conciencia, de que hay en alguna parte una instancia que acepta informarle sobre sus propios deseos, adelantarse a ellos y racionalizarlos. Si se da al espectador lo que quiere, esto es, diversión sin complejidades, fútbol y toros por ejemplo, se genera este grado de agradecimiento inconsciente que lo impulsa a pedir más de lo mismo y asegura su fidelidad. En otras palabras, nos acercamos peligrosamente al proceso de manipulación. Volviendo al ejemplo anterior, no resulta mera coincidencia que «el presidente» nos hable justo después de la transmisión deportiva. Los futbolistas han reemplazado a los gladiadores del divino emperador.

¿Qué podemos hacer?

A nadie le gusta sentirse manipulado; más aún, ante la mera sospecha de ello sentimos un instintivo rechazo. Pero no es difícil barruntar que estamos siendo víctimas inconscientes de una delicada y finísima estrategia en este sentido. No se trata de seguir los dictados de una moda detractora de la televisión porque —como podrá objetarse— también el deporte rey ocupa proporcionalmente el doble del espacio concedido hasta ahora en la prensa: el diario más vendido sigue siendo el dedicado a la actividad deportiva..., pero no olvidemos que el maridaje de medios pertenecientes a grupos de comunicación cada vez más poderosos hace francamente difícil señalar responsables individuales. Cabría estudiar también aquí por qué la

audiencia española ocupa casi cuatro horas de media diaria en desempeñar su papel de televidentes (o teleadictos); y naturalmente algo significarían en este sentido la pobreza del hábito lector, la identificación de cultura con espectáculo, la cifra real de analfabetos funcionales que aún alberga nuestra sociedad, la pérdida progresiva de valores, e incluso la tendencia creciente al aislacionismo en el disfrute del tiempo de ocio... No obstante, no se trata de «señalar al culpable»; sólo nos queda la posibilidad de tener presente que no queremos que se asiente entre nosotros la era Orwell. Únicamente, permanecer alertas para no sucumbir a la tentación del «circo» que se nos ofrece, aparentemente generoso, y que, sin embargo, anestesia con sigilo nuestra voluntad de cambio, nuestra capacidad de libre elección, y nos incluye en el frío grupo de los «manipulados» o «manipulables».