

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Estudios Socioculturales

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios

Mirar la ciudad con otros ojos. Memorias e identidades



El fútbol en los tiempos del covid-19
El antes y el ahora del fútbol en el Área Metropolitana de Guadalajara

PRESENTA

Fernando Aarón Franco González
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías

Tlaquepaque, Jalisco, Otoño de 2020

ÍNDICE

Resumen	3
1. Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	6
2. Desarrollo	7
2.1. Sustento teórico y metodológico	7
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	8
3. Resultados del trabajo profesional	12
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	14
Aprendizajes profesionales	14
Aprendizajes sociales	15
Aprendizajes éticos	16
Aprendizajes en lo personal	16
5. Conclusiones	16
6. Bibliografía	18

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

En esta investigación se hablará del fútbol profesional tapatío a partir de la pandemia del covid-19. En marzo de 2020 se cancelaron las competencias nacionales e internacionales de los equipos de Primera División y Ascenso — ahora Liga de Expansión— y hasta julio de ese mismo año regresaron los equipos a competir con un nuevo campeonato nombrado en honor al personal de salud: Guard1anes 2020.

La manera de hacer y ver fútbol cambió por las medidas sanitarias obligatorias que se instrumentaron debido al coronavirus, además de los positivos detectados en jugadores y personal técnico de los clubes.

Aunque se reanudaron las competencias nacionales, tanto femeniles como varoniles, éstas han sido sin público en las gradas, por lo que se trata de una nueva realidad respecto del fútbol para jugadores y aficionados.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Se pretende contrastar el antes y la actualidad de la contingencia sanitaria respecto del fútbol en los equipos profesionales del AMG, con la perspectiva de las personas que trabajan en los clubes, de periodistas, personal de salud, aficionados y académicos para hacer un recuento de la situación del fútbol tapatío. Se quiere conocer las afectaciones económicas y logísticas que han tenido los clubes por el cambio provocadas por la pandemia, además de las aportaciones que han hecho para la sociedad estas instituciones deportivas en relación con el covid-19.

1.2. Justificación

Es importante hacer un recuento de la situación que ha provocado la pandemia en el fútbol tapatío, ya que es una de las actividades en las que, en promedio, más de 20 mil personas asistían cada fin de semana a ver un partido de Atlas en el Estadio Jalisco o de Chivas en el Estadio Akron (Liga BBVA, 2020). Algo que cambió luego de la llegada del covid-19 a México, lo que significó la cancelación de los torneos profesionales de fútbol y que ahora, sin la asistencia del público a los estadios y con las medidas sanitarias antes, durante y después de los partidos, hay otra manera de ver para los aficionados y los clubes. Es vital poner en perspectiva la situación que se vive actualmente en este deporte y que cambió la forma de hacer fútbol.

1.3 Antecedentes

En el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) hay cuatro equipos profesionales, dos en primera división: Guadalajara y Atlas, y otros dos en la nueva Liga Expansión —anteriormente Liga de Ascenso—, el Tapatío —filial de Chivas— y los Leones Negros de la Universidad de Guadalajara (UDG). Tras la suspensión de las competiciones donde disputaban tres equipos —ya que el Tapatío es nuevo—, hubo un cambio en la logística de los juegos, entrenamientos, traslados,

etc., al igual que con la experiencia como aficionado de asistir a los estadios desde la pandemia del covid-19.

El 15 de marzo se hizo oficial la suspensión de las ligas profesionales de fútbol en México, tanto femenino como masculino, a través de un comunicado de la Liga MX (Liga BBVA, 2020) en el que se menciona que estarán al pendiente de las indicaciones de la Secretaría de Salud para la reanudación de la temporada, algo que por el alto contagio de infectados en México no pudo ser posible; durante el mes de mayo se iniciaron los test a jugadores y cuerpo técnico, y al arrojar casos positivos en el equipo de Santos, de Torreón, el 22 de mayo se informó que se daban por concluidos esos torneos, sin un campeón en ellos.

La décima fecha fue la última que se disputó en el torneo Clausura 2020 del 13 al 15 de marzo. A pesar de que los dos primeros juegos de la jornada que se celebraron el viernes 13 con los partidos entre Morelia y Querétaro y Tijuana contra Pachuca fueron con público en las gradas, ya para las contiendas del sábado y domingo fueron a puerta cerrada. El último encuentro del torneo inconcluso fue entre América y Cruz Azul en el Estadio Azteca.

Aunque se tenía contemplado para la jornada 10 que el partido entre Chivas y Monterrey, en el Estadio Akron, sería con público, el gobernador del estado de Jalisco, Enrique Alfaro, y el alcalde de Zapopan, Pablo Lemus, solicitaron a la directiva de Chivas que el encuentro fuese sin gente, lo que terminó siendo así, por lo que el último partido de esa campaña, con público, en Guadalajara, fue el Clásico Tapatío Atlas contra Chivas en el Estadio Jalisco el 7 de marzo en la jornada 9.

Por su parte, la Liga MX Femenil también se vio afectada y cancelada en la jornada 10 del certamen, luego de que los juegos del 13 y 14 de marzo, con el Querétaro contra Morelia y UNAM contra Cruz Azul, se jugaron respectivamente con asistentes en las gradas, y los dos encuentros del 15 de marzo fueron sin público. Y ante el comunicado de que el juego masculino entre América y Cruz Azul sería el último, los cinco partidos restantes del lunes 16 de marzo fueron cancelados.

Tras casi cinco meses, el 24 de julio se reinició la liga varonil con una nueva campaña en la que el nombre del certamen hace alusión al personal de salud: Guard1anes 2020. En tanto el femenino, que adoptó el mismo título, regresó el 13 de agosto. Cada uno de los juegos ha sido a puerta cerrada y permanecerá así hasta que haya autorización de la Secretaría de Salud federal.

De los equipos de primera división del AMG, Atlas y Chivas, en los que se hacen cada semana tests para saber si se han contagiado con el coronavirus, han arrojado positivo ocho en Chivas: su exentrenador, Luis Fernando Tena, y los jugadores Oribe Peralta, Uriel Antuna, Miguel Ponce, Alexis Vega, Ronaldo Cisneros, Fernando Beltrán y miembros del staff, mientras que con Atlas son siete los casos que se han dado a conocer, pero sin dar los nombres de los contagiados.

1.4. Contexto

La pandemia del coronavirus ha tenido un gran impacto en el desarrollo del fútbol profesional en México durante este año 2020 por la cancelación de los torneos que estaban en juego, pero antes que en México el virus se había propagado de manera significativa en toda Europa y Asia, donde de igual forma se suspendieron magnos eventos deportivos internacionales, como la Eurocopa, que iba a celebrarse en distintas ciudades europeas, la Copa América en Argentina y Colombia y los Juegos Olímpicos en Tokio, los cuales fueron postergados para 2021.

También se vieron afectadas las ligas y copas más importantes del fútbol, como La Liga en España, la Premier League en Inglaterra, la Serie A en Italia y la Bundesliga en Alemania, por mencionar las más vistas por los aficionados del mundo, al igual que la Champions League, la Women's Champions League y la Europa League que estaban en competencia cuando fueron suspendidas. Ya en su reanudación, se disputaron los juegos correspondientes a la vuelta de los octavos de final en la ciudad del equipo que le correspondía disputar su juego. Para los juegos de cuartos y semifinales se enfrentaron los equipos en partido único, todos disputados en Portugal la Champions League, en Alemania la Europa

League, mientras que el certamen femenino se celebró en España a partir de los cuartos de final. Además de otras competiciones importantes en el deporte, como Wimbledon y Roland Garros en el tenis, que fueron canceladas, el béisbol de la MLB fue postergado para el 23 de julio, cuando regularmente comienza a principios de abril, mientras que la Liga Mexicana de Béisbol (LMB) fue cancelada, algo que no sucedía desde hace 95 años. Por su parte, la Fórmula 1 pospuso la carrera en la Ciudad de México que iba a suceder el 1 de noviembre, además de que fueron cancelados los otros Grandes Premios que iban a celebrarse en el continente americano. En tanto el basquetbol de la NBA, que estaba en actividad, fue suspendido para reanudarse posteriormente en un complejo de Disney en Orlando, Florida, a finales de julio. Todas y cada una de las competencias reanudadas han sido sin público en las gradas.

Aunque casi todos los deportes en el plano mundial fueron pausados o cancelados, hubo cuatro ligas de fútbol que nunca pararon, las de Bielorrusia, Burundi, Nicaragua y Tayikistán.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

En entrevista el doctor Bernardo Masini dijo que somos una especie que para sobrevivir tendemos a necesitar de los demás, por lo que en este tiempo en el que hemos estado aislados a causa de la pandemia, como sociedad hemos perdido confianza en nosotros mismos porque no hemos estado en contacto físico con otras personas. Dice que no es lo mismo mirar un partido por televisión que ir a un estadio y vivirlo de primera mano.

El periodista brasileño Armando Nogueira hacía hincapié en que lo mejor de escribir era el hecho de haber escrito, y así lo traslada Masini en el deporte, donde es un trofeo el ir y ver un juego de fútbol desde las gradas. Lo describe como una especie de “trofeo”, el cual se sustenta en que estuviste ahí en el mismo recinto donde sucedieron los hechos del partido y no a través de una pantalla a distancia.

De igual forma, el antropólogo estadounidense Clifford Geertz destaca en *La concepción simbólica de la cultura* (1973) que lo que retenemos e

interpretamos que es parte de la cultura es lo que nos parece más significativo; por lo que mientras más significativa sea la experiencia del fútbol, más arraigada está en la cultura; el doctor Masini concluye que la experiencia de estar en el estadio es mayor que verlo desde un televisor.

A través de la conferencia vía *streaming* a través de Facebook de El Colegio Nacional, el escritor Juan Villoro habló de la situación de la pandemia y el fútbol; citó al filósofo mexicano Jorge Portilla, quien en su libro *La fenomenología del relajó* (1966) explica que las personas en México buscan alguna excusa para juntarse para *echar relajó*, ya sea una fiesta religiosa, cívica o un juego de fútbol. Ese pretexto es la invitación a estar juntos y una vez que ya están congregados, el pretexto pasa a segundo plano. El fin es estar feliz en compañía de muchos otros. Al llevarlo al plano del fútbol los aficionados se desentienden del marcador —esto confirma el hecho de que a pesar que México no gane sus juegos en las copas del mundo, tenga una afición extraordinaria—, donde a pesar del juego el público está feliz por el *relajó*.

Por su parte, el académico y periodista Eduardo Quijano tiene muy en claro que el principal producto de los narradores de televisión en los partidos de la liga mexicana es vender y crear activos para los aficionados, ya que no es gozar una jugada o el deporte mismo, sino escucharlos criticar a los mismos jugadores partido tras partido, en lugar describir en el juego. A todo esto por la crisis que se ha tenido en los últimos años —que sin importar que haya pandemia— ha caído de manera drástica la audiencia que ve los juegos por televisión y que a pesar que los propios presentadores dicen lo contrario, la realidad es que el deporte por TV va en picada.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

Se pretende dar a conocer distintas perspectivas entre académicos, periodistas y aficionados de Atlas y Chivas acerca de qué manera han percibido la situación antes y actual del covid-19. Cómo es que de ir y apoyar a su equipo cada quince días al estadio ahora el único medio para verlo es la televisión. De igual forma,

saber qué han hecho los clubes de Primera División en favor de la sociedad para continuar en contacto con sus aficionados, además en apoyo a la situación por la pandemia.

- Plan de trabajo

Para el desarrollo de esta investigación se solicitará apoyo con base en entrevistas a periodistas, aficionados al fútbol, economistas, personal dentro de los clubes tanto de Atlas como Chivas; académicos, quienes conozcan del impacto que ha tenido esta situación de salud en Jalisco y cómo ha influido el fútbol en la sociedad tapatía.

El sustento con base en bibliografía de instituciones deportivas, periodísticas, investigadores y de acervo histórico para unir el vínculo entre la sociedad tapatía, la pandemia y cómo ha afectado al fútbol en el AMG.

Entrevistas		
Rubro	Persona entrevistada	Día de la entrevista
Periodistas	Roberto García (Atlas FC)	23 de septiembre de 2020
	Flor Valencia (Atlas FC)	16 de septiembre de 2020
	Eduardo Quijano	28 de septiembre de 2020
	Ricardo Cruz (Chivas)	1 de octubre de 2020
	Trino Camacho	28 de octubre de 2020
Académicos	Francisco Núñez (ITESO)	23 de septiembre de 2020
	Bernardo Masini (ITESO)	28 de septiembre de 2020
	Federico Martínez	29 de septiembre de 2020

Aficionados	Luis Gómez (Atlas)	17 de octubre de 2020
	Carlos Correa (Atlas)	17 de octubre de 2020
	Leonardo Durán (Chivas)	17 de octubre de 2020
	Emiliano Franco (Chivas)	18 de octubre de 2020

- Desarrollo de propuesta de mejora

La situación que ha dejado la pandemia del covid-19 ha tenido aprendizajes en el equipo de comunicación de Atlas. Roberto García, encargado del sitio web y la aplicación móvil del equipo,¹ define que la situación ha sido extraña, pero que no ha cambiado el ritmo que se tenía antes del problema de salud, con la única diferencia de que todo es desde casa, a excepción de cuando toca ir a Colomos donde disputan sus juegos como local el equipo femenino, en el Centro de Capacitación de Fútbol (Cecaf) donde realizan sus enfrentamientos los equipos de Fuerzas Básicas y en el Estadio Jalisco, que es donde el equipo varonil juega de local, ya que son los encargados de mantener en vivo las redes sociales de la institución y apoyar a los medios de comunicación presentes.

Otro obstáculo, pero que han remediado, son las conferencias de prensa, donde un día entre semana de lunes a jueves se convoca a los medios de comunicación para estar con un jugador del primer equipo varonil o entrenador a preguntas y respuestas. Esto anteriormente se hacía de manera presencial en donde entrena el Primer Equipo varonil, la Madriguera Rojinegra, pero por la situación actual ha cambiado a través de la plataforma Zoom donde hay la misma dinámica que sucedía en persona; el jefe de prensa era quien prestaba la palabra a uno de los reporteros y les permitía hacer la pregunta.

Por otro lado, Flor Valencia, quien es la coordinadora de Valor Rojinegro, el departamento de Atlas que se encarga de la responsabilidad social, menciona que como la gran mayoría de los labores que se encargaba conllevaba el contacto

¹ Desempeñó esas funciones en el Atlas F.C. hasta noviembre de 2020.

directo entre personas y jugadores, ya que trabajan con distintas instituciones que ayudan a personas con alguna discapacidad y como su principal dinámica eran los convivios de los jugadores antes de los juegos, después de sus entrenamientos con estas personas. Ahora su principal herramienta son las videoconferencias donde menciona ella que a pesar que el contacto no es presencial, ha hecho que los jugadores estén más atentos a lo que las personas mencionan y les platican en videollamada. Aunque esté la distancia, los niños, quienes son los que más disfrutan de estas actividades, se van igual de satisfechos que como lo hacían antes.

Por otro lado, Ricardo Cruz, quien es el *content–community manager* en el área de innovación en Chivas, dice que han sido muy rigurosos y estrictos en los accesos para cada uno de los que laboran en el Estadio Akron. A diferencia del Departamento de Comunicación de Atlas, que continúa laborando desde casa, en Chivas llevan unas pocas semanas yendo a sus puestos que les corresponden en el estadio de Chivas y en Verde Valle, donde entrenan los equipos de la institución. Cada cierto tiempo se sanitizan las áreas de trabajo donde máquinas rocían líquido desinfectante.

Francisco Núñez, economista, dice que la cancelación del torneo pasado de la Liga MX no tuvo que haberse hecho, ya que a final de cuentas continúa el problema de salud, por lo que se pudo reanudar —como sucedió en Europa con las ligas de fútbol—. Cree que a pesar de no haber venta de boletos en los estadios, personas consumiendo dentro de los juegos o a las afueras del recinto, la mayor pérdida económica suscita en los derechos de transmisión y publicidad. Dice que probablemente es 40% lo que han dejado de ganar los clubes por la situación actual y que el principal afectado por el covid–19 en el fútbol son las propias instituciones deportivas.

Una pieza importante y vital en la industria del fútbol son los aficionados, quienes se dan cita a ver los juegos de sus equipos ya sea a través del televisor o yendo al estadio al comprar su boleto o hasta el bono para asistir a todos los partidos de local en temporada regular de su equipo. Estos aficionados que adquirieron su *Chivabono* o *Pase Rojinegro*, quienes no lograron asistir a todos los

encuentros por la suspensión en la jornada 11 del Clausura 2020 de la Liga MX, tienen pendiente esos juegos que incluyen el pase por torneo que fueron cuatro juegos de local para Chivas y tres para Atlas. Las personas que lo adquirieron mencionan que tiene la duda de saber hasta cuándo podrán asistir a los juegos que les restan de su membresía. Aunque ponen en primer lugar de que debe ser un espacio seguro y que no tienen que precipitarse por abrir el público en general los juegos —aunque a partir de la jornada 14 en los encuentros de Necaxa vs. Tijuana en el Estadio Victoria en Aguascalientes y en Mazatlán vs. Juárez en el estadio El Kraken ya hubo aficionados en las gradas a 30% de la capacidad de los inmuebles.

Tienen en claro estos aficionados que lo ideal es que este torneo no debería haber público presente y a ver cómo evoluciona la situación de la pandemia para que en la próxima temporada ya haya la posibilidad de asistir. El sentimiento es común, extrañan ir al estadio a ver a su equipo jugar, pero ponen en primer lugar su salud. Mientras tanto, disfrutan los juegos en compañía de su familia o amigos cercanos a través de la televisión en casa.

Trino Camacho, monero, comentarista y fiel aficionado al fútbol tiene muy en claro que la situación de la pandemia ha mermado mucho la pasión entre los aficionados, por su ausencia en los estadios, ya que recalca que la reacción de la gente es pieza importante del folklore en el deporte y para el propio futbolista: “Una cosa que no se olvida cuando vas a un partido importante y hay un gol, es voltear a ver a tu alrededor cómo en ese momento se hace una especie de comunión al festejarlo y abrazarse por ello. Es algo que ya estábamos muy acostumbrados como parte de una válvula de escape los fines de semana”.

3. Resultados del trabajo profesional

La pandemia del covid-19 dejó en claro la desarticulación que ha estado sucediendo el fútbol mexicano con su vínculo con el aficionado, ya que a pesar de que se supondría que como pasan más tiempo en casa, es probable que estén al pendiente de los juegos y enciendan el televisor para verlos, pero no es así.

Se creería que es algo reciente, pero que lleva más de una década donde la proximidad entre fútbol–fanático en México ha ido en decadencia.

No hay nada nuevo, nada que promueva ir y comprar una entrada para ver un partido de fútbol. Sí, se han innovado las transmisiones de televisión para que el espectador de sillón vea cada ángulo existente de lo que acontezca en el encuentro. Mientras que el aficionado que va y tiene su boleto para asistir al estadio ha quedado rezagado, ya que lo único que le ofrecen es ir, entrar al inmueble y sentarse a ver el juego desde su asiento.

Durante todos estos años de fútbol profesional en México, en que las personas adquieren su boleto para asistir, siempre es la misma oferta y aunque adquieras un abono por toda la temporada que sólo te asegura un lugar en las gradas —caso del Pase Rojinegro de Atlas—, mientras que en Chivas, con el Chivabono, además de tener tu asiento específico asegurado, si adquieres el pase anual te dan el jersey de la temporada en cuestión.

No ha habido nada más que ofrecer, donde sí desde las transmisiones por televisión, cada día hay algo nuevo que integran.

Esto sucede a raíz de lo que el espectador escucha de los comentaristas en las transmisiones de cualquier cadena televisiva cuando narran un partido de la Liga MX. En primer lugar, porque siempre existe la renuencia de demeritar o alabar a la acción de un cierto jugador o equipo por lo que hace o deja de hacer, en lugar de sí, criticarlos, pero incluir información del porqué sucedió esa situación. Darle al televidente la razón. Dejan de lado el gusto por el propio deporte para narrarte el partido. Por esto es que el aficionado, al escuchar estos comentarios vacíos, no concilia un criterio, una opinión propia de lo que pueden ver ellos mismos en el juego. Por lo que a la hora de ir y presenciar un juego desde las gradas del estadio, se desentienden de lo que ven, en contraste de lo que les dijo el narrador de la televisión. No han logrado construir un elemento de vinculación con el deporte más que el que les proporciona la TV.

Por otro lado, el fútbol femenino profesional en México, que comenzaba a elevar sus audiencias, quedó estancado por la emergencia de salud en el país. Como sucedió en Estados Unidos, donde les dieron a las mujeres la posibilidad de

jugar y de que se interesaran por el deporte y eso fue lo que las catapultó a ser ahora la mejor selección de fútbol del mundo y tetracampeonas mundiales.

Aquí el tener la proximidad del deporte como aficionado, aunque no te interese, te crea afinidad por ello, ya que la persona se va apropiando del juego.

El académico y periodista Eduardo Quijano destaca que el principal producto de estos narradores en los partidos de la liga mexicana es vender y crear activos a los aficionados que no es gozar una jugada o el deporte mismo, sino escucharlos criticar las acciones de ciertos jugadores en específico y que sucede juego tras juego con los mismos futbolistas.

Un elemento fundamental con los espectadores es el gozo por el propio juego y luego por los equipos. Un gesto técnico, una jugada, un gol debe disfrutarse más que el propio marcador del encuentro.

De nueva cuenta Quijano menciona que el fútbol ha sido un remedio para la soledad, ya que si ganan o pierden, los otros aficionados de tu equipo te hermanas con ellos a la distancia.

Ya no hay marcas emocionales que acerquen al aficionado al fútbol, son ahora retóricas que ofrece la televisión. Es por ello que hoy en día, los niños prefieren estar en sus dispositivos electrónicos, que salir y jugar, ya que hay más vínculos de socialización que los que produce el deporte.

Al final, las debilidades del fútbol son las de la televisión y viceversa.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

- Aprendizajes profesionales

Es fundamental dar a conocer la situación que está pasando el fútbol a causa de la pandemia del covid-19, ya que afecta en distintos campos de la sociedad, desde la identidad y el estado de ánimo de una persona, hasta la inclinación hacia un candidato a ocupar un puesto público —caso de Cuauhtémoc Blanco como gobernador del estado de Morelos.

A través de distintas voces que trascienden en este deporte, como lo son aficionados y periodistas, se demuestra que el fútbol como industria lucrativa

cambió. Y no solo por el coronavirus, sino que viene modificándose la manera de verlo y más a través de la televisión que cada vez nos ofrecen más alternativas y tomas para estar al tanto de todo lo que sucede en el campo de juego, a diferencia de la panorámica que tienes en el asiento de la grada en el estadio que solo te permite tener esa única visión.

Fue un gran reto y a la vez enriquecedor conocer distintas perspectivas que este deporte ofrece a través de los ojos de los trabajadores de los clubes, fanáticos, académicos, entre otros que te demuestra lo vital que son todas estas personas para que todo funcione.

- Aprendizajes sociales

Millones de personas que sintonizan un juego de fútbol (FIFA, 2018) en su televisor no son motivo de la casualidad por el impacto que tiene este deporte en la sociedad, donde hasta es posible fundar una religión con base en un futbolista —como la llamada Iglesia maradoniana.

Es importante dar voz a cada una de las personas que son parte de este mundo y que hacen posible que suceda. Con las complicaciones y protocolos necesarios que se han generado a causa del coronavirus ha hecho de su tarea algo más complejo. Desde ya no poder asistir con tanta regularidad y facilidad a las instalaciones de los equipos, tanto los trabajadores de los clubes como aficionados y periodistas, la experiencia de hacer y hacer fútbol cambió.

A pesar de que es una cantidad mínima —entre quince mil y treinta mil fanáticos— en comparación con la que en proporción hay de aficionados a un equipo la que iba al estadio previo a la pandemia, cambió hasta el ánimo del propio espectador de ver el fútbol, ya que con la ausencia de estas personas que van a apoyar a su equipo desde las gradas del estadio, meramente es un simple interescuadras lo que se ve en los juegos de fútbol. A esto de la importancia de la propia sociedad que se suma y hace de este deporte lo interesante por la pasión que proyectan a través de un gol o hasta una equivocación de su propio equipo.

- Aprendizajes éticos

El momento que vive la industria de fútbol en México reestructuró la forma de mostrar a los aficionados y directivos de los clubes lo importantes y necesarios que son unos y otros, porque sin el “folklore” que ofrecen los fanáticos al ir al estadio, son tan fundamentales como la financiación de los patrocinadores que hacen posible las transmisiones y presupuestos de los equipos.

El futbolista que muchas veces funge una posición en el campo de juego, pero también es un ejemplo para los aficionados, ya que es el principal rostro de la institución y puede llegar a ser hasta ídolo de quienes apoyan al equipo, que compran el jersey, le estampan el nombre y número de ese futbolista y lo portan cada vez que su equipo disputa un juego; por lo que al ver a los futbolistas utilizar la mascarilla y respetar con cada uno de los lineamientos de sanidad es necesario para que sea imitado por la afición. A través del deporte es posible salvar vidas.

- Aprendizajes en lo personal

Conocer distintas perspectivas de la labor que desempeñan diferentes áreas del fútbol me confirma lo importante que son todos y que a pesar de esta situación atípica que nos trajo la pandemia del covid-19 y sus restricciones en la manera de ver y hacer fútbol, abrió el panorama de proyectar el deporte que, aunque ahora parezca anormal y hasta extraño, próximamente será parte de las distintas posibilidades que podemos tener para los aficionados y directivos.

Por otro lado, la relevancia que implica el fútbol con la situación sanitaria es necesaria para crear conciencia de la gravedad de la pandemia y que los aficionados sean capaces de conocer las implicaciones que pueden suscitar si se exponen al virus, con las experiencias que muchos jugadores han vivido al haber sido infectados, ya que han hablado de las repercusiones que han tenido en sus vidas —tanto en su salud como en su permanencia en el equipo donde juegan.

5. Conclusiones

El fútbol y la situación sanitaria que lo afectó es un reflejo de cómo nos manejamos como sociedad y lo fracturada que está. El deporte es una actividad

recreativa que funciona como un escape de la victoria que no nos da la vida a través de la semana y que tratamos de liberarla al gritar y celebrar un gol de tu equipo favorito desde las gradas; a pesar de que muchas personas, si no logra el triunfo el club al que van a alentar —y aunque sí— se enfrentan a otros aficionados con agresiones verbales y hasta físicas.

La pandemia dejó en evidencia que la manera de hacer fútbol de los medios de comunicación es obsoleta y es por eso que el aficionado se ha alejado más de la televisión para ver un partido, a pesar de los millones de pesos que invierten las televisoras en producir y equipar todo lo necesario para transmitir el juego.

Considero que la clave para atraer al público y se interese más en el deporte, encienda su televisor y vea los juegos, es que los comentaristas hagan una narración del partido sin demeritar o idolatrar a un jugador —o a un equipo completo—, sino que se centren en describir y dar a entender al televidente por qué hizo esa acción el futbolista, para que así el público determine por sí mismo lo visto y saque sus propias conclusiones sin que el cronista ya le dé su punto de vista sin ofrecer una razón deportiva al respecto.

El fútbol profesional debe servir para que las personas que lo siguen se responsabilicen y entiendan el problema de salud, que el covid-19 afecta a toda la población. Desde que los futbolistas porten sus mascarillas, hasta el uso debido de sanitizarse para no contagiarse. El fútbol tiene ídolos y hay que aprovecharlos para concientizar a los demás de lo que sucede en el mundo y las medidas que se necesitan para frenar los contagios.

Un paso importante sobre el retorno del público a los estadios lo dieron entre Necaxa y Mazatlán en sus estadios, que a pesar de no tener la afición más conglomerada de México, reunieron 5,047 y 6,019 aficionados (Liga BBVA, 2020) —lo que equivale al 21 y 24%— respectivamente. Pero en la Liguilla, donde una de las llaves de los cuartos de final es entre América y Chivas, el Gobierno del Estado de Jalisco dio permiso a que el partido de ida en el Estadio Akron fuese abierto como una “prueba piloto” para que un aforo de aficionados no mayor a 5,800 —12% de su capacidad total— acuda al recinto (Club Deportivo

Guadalajara, 2020). Aunque se planteó la idea de dicho número de fanáticos en el estadio, la realidad fue que solamente ingresaron con boleto pagado 3,727 (El Informador, 2020), lo que equivale a 7.7%.

En cierto que es necesario reactivar la economía escalonadamente, pero el hecho de reanudar las actividades deportivas con público en ellas y en un partido tan relevante y mediático como el Clásico Nacional, pero la realidad fue que a pesar de que los ojos del medio deportivo estaban apuntando y monitoreando detalladamente lo que sucedió en el partido y en sus gradas, resultó que como las distancias entre personas y filtros sanitarios que hubo al ingreso al estadio y hasta llegar a tu asiento fueron prudentes. Además, se instaló un centro para prueba rápida de covid-19 donde 11% de los asistentes (408 personas) acudieron a este módulo y, de éstos, dos de ellos resultaron positivos, los cuales se les negó la entrada al inmueble.

Por parte del gobernador del Estado de Jalisco, Enrique Alfaro, tras concluir el partido mencionó que esta “prueba piloto” resultó satisfactoria.

Es un gran paso para reanudar las actividades públicas en el AMG, pero es también importante reflexionar qué tan importante era primero abrir el Estadio Akron en contraste a otras actividades económicas en el Estado. Aunque el gobernador vio con buenos ojos lo sucedido en el partido, ya veremos en dos semanas si no hubo contagios entre los aficionados que asistieron.

6. Bibliografía

- Club Deportivo Guadalajara (2020, 24 de septiembre). Comunicado oficial [comunicado de prensa]. www.chivasdecorazon.com.mx/es/noticias/33644/Comunicado-oficial
- Correa, C. (2020, 17 de octubre). Entrevista personal.
- Cruz, R. (2020, 1 de octubre). Entrevista telefónica.
- Durán, L. (2020, 17 de octubre). Entrevista personal.
- El Universal (2020). Liga MX hace oficial la cancelación del Clausura 2020. *El Universal*, 22 de mayo de 2020. Consultado el 1 de septiembre de 2020 en: www.eluniversal.com.mx/universal-deportes/futbol/liga-mx-hacen-oficial-la-cancelacion-del-clausura-2020

- ESPN Deportes (2020). Liga MX suspende torneo Clausura 2020 por coronavirus. *ESPN Deportes*, 15 de marzo de 2020. Consultado el 1 de septiembre de 2020 en: www.espn.com.mx/futbol/mexico/nota/_/id/6767501/liga-mx-suspendida-coronavirus-clausura-2020
- FIFA (2018, 21 de diciembre). Más de la mitad del planeta disfrutó de un Mundial incomparable en 2018 [comunicado de prensa]. es.fifa.com/worldcup/news/mas-de-la-mitad-del-planeta-disfruto-de-un-mundial-incomparable-en-2018
- Franco, E. (2020, 18 de octubre). Entrevista personal.
- García, R. (2020, 23 de septiembre). Entrevista telefónica.
- Geertz, C. (1973). *La concepción simbólica de la cultura*. Barcelona: Gedisa.
- Gómez, L. (2020, 17 de octubre). Entrevista personal.
- Lazcano, A. (presentador). (2020, 9 de octubre). Conferencia “Fútbol y pandemia” [videostreaming]. En *El Ciclo Viernes viral*. El Colegio Nacional (México). facebook.com/watch/?v=2773254509667655
- Liga BBVA (2020). Asistencia. *Liga BBVA*, 25 de noviembre de 2020. Consultado el 25 de noviembre de 2020 en: ligamx.net/cancha/asistencia
- Martínez, F. (2020, 29 de septiembre). Entrevista telefónica.
- Masini, B. (2020, 28 de septiembre). Entrevista telefónica.
- Mediotiempo (2020). Los eventos deportivos cancelados, pospuestos y sin público por el Coronavirus. *Mediotiempo*, 1 de julio de 2020. Consultado el 1 de septiembre de 2020 en: www.mediotiempo.com/otros-mundos/coronavirus-eventos-deportivos-cancelados-y-suspendidos
- Navarro, J. (2020). Se confirma que Liga MX se jugará pese a la crisis del coronavirus. *AS México*, 12 de marzo de 2020. Consultado el 1 de septiembre de 2020 en: mexico.as.com/mexico/2020/03/13/futbol/1584056238_064857.html
- Núñez, F. (2020, 23 de septiembre). Entrevista telefónica.
- Portilla, J. (1966). *La fenomenología del relajó*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Quijano, E. (2020, 28 de septiembre). Entrevista telefónica.
- Ramírez, A. (2020). Chivas seguirá con público en caso de avanzar en Liguilla. *El Informador*, 26 de noviembre de 2020. Consultado el 26 de noviembre de 2020 en: www.informador.mx/deportes/Chivas-seguira-con-publico-en-tribunas-en-caso-de-avanzar-en-Liguilla-20201126-0042.html
- Torres, M. (2020). Gobierno de Jalisco pide a Chivas jugar sin público en el Estadio

Akron. *Grupo Fórmula*, 13 de marzo de 2020. Consultado el 1 de septiembre de 2020 en: futbol.radioformula.com.mx/nacional/liga-mx/chivas-vs-monterrey-enrique-alfaro-alcalde-pide-jueguen-puerta-cerrada/

Valencia, F. (2020, 16 de septiembre). Entrevista telefónica.