

El debate futbolístico o el contenido superfluo como dominación cultural¹

Jair Villano

Escritor, crítico de literatura, docente universitario

A mi viejo (Villano Bermúdez)
y a mis amigos del barrio

¹ Este ensayo surge producto del nutrido debate con mis estudiantes de *Poéticas de la creación*, Maestría en Creación Literaria, Universidad Central (Bogotá).

El asunto aparece como paradoja: el fútbol colombiano se distingue por su insignificancia a nivel mundial —a medida que transcurre su liga su facultad de inanidad se hace insuperable—, pero al mismo tiempo los canales de televisión, las productoras radiales y los dispositivos digitales atiborran al público de contenidos futbolísticos.

Los estrategias del mercado saben que más que satisfacer un deseo, lo que vende es incitarlo. Y por eso, en los formatos de análisis la controversia es un imperativo: se azuzan los ánimos a favor o en contra; se propone una dialéctica sofisticada para proporcionar de solemnidad un contenido que refuta cualquier intento de trascendencia; se convocan personalidades que llaman la atención de muchos usuarios (hoy el ser es reemplazado por el *tener* seguidores); en el escenario los invitados lucen vestimentas antes usadas por los personajes de Fellini.

El ensayo *Elogio de la profanación* de Giorgio Agamben es lúcido, entre otras cosas, porque nos presenta la forma en que un verbo ha sido desalojado de la praxis social. Profanar es reinventar, desacralizar, jugar, crear un reuso. La etimología tiene eso que tanto atraía a Borges: nos remonta a otros inicios, otras imágenes, otras maneras de interactuar con el mundo.

Encuentro que el debate para los griegos era fundamental. Incluso, un dudoso del logos poético, como Platón, sabía que en la controversia todos los interlocutores obtienen algo: no se pierde en un debate, se gana un nuevo argumento: ese que ayuda a replantear el error en el que se estaba sumergido.

La discusión para algunos equivale a pelea, riña, descortesía, pero es totalmente lo opuesto: merced a ella logramos situarnos a través del lugar de enunciación del otro, y por eso estamos más cerca de su entendimiento. Discutir es conocer, abrir, asomarse al horizonte conceptual o intuitivo desde el que habla alguien distinto a uno. Es una estética de la no-razón.

Pero todo aquello es objetable cuando se traslada a una controversia futbolística. Los argumentadores hablan desde el confort del después o antes de la acción, ignorando las preparaciones de los atletas que hacen posible las maniobras imposibles del fútbol, sin deparar el estado emocional que palpita en una mente que sale a un campo atestado de un público que exige espectáculo. La comodidad del lugar de enunciación impide contemplar la presión del sujeto del rendimiento que salta al campo.



Para María Zambrano utopía es “belleza irrenunciable”². Pero estos panelistas arruinan ese hechizo intangible; hablan desde una utopía mercantilizada: desde lo que ya no fue, lo que debió haber sido, lo deseable. O vendiendo teorías sin praxis.

² María Zambrano, *Filosofía y poesía* (México: Fondo de Cultura Económica, 1987), 7.

³ Martin Heidegger, *Serenidad*, en línea: <https://www.academia.edu/7029363/Serenidad>

⁴ Friedrich Nietzsche, *Humano demasiado humano* (Madrid: Alianza Editorial, 1993), 86.

⁵ *Ibid.*, 89.

⁶ José Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas* (Madrid: Alianza Editorial, 1983), 114.

Si lo pensamos en términos de quienes dirigen el negocio del periodismo es entendible que estos formatos proliferen: el cuarto poder está al servicio del entretenimiento, de lo rentable, y de un exceso informativo que termina por extraviar la capacidad analítica del espectador. Habitamos tiempos en los que para informarse más es preciso informarse menos.

Si lo pensamos desde el periodista de fútbol (un rol distinto al periodista deportivo, ¿en Colombia existen?) también es atenuable: el panelista ocupa un lugar, una posición, un rol privilegiado; o, en suma: un poder que no necesariamente corresponde con sus virtudes.

A este profesional el *rating* y los seguidores lo hacen sentir importante. El mundo lo erige como personalidad relevante. Es un *influencer*. El capitalismo presenta lo fútil como un paquete trascendente. Uno de sus mecanismos de dominación cultural es ejercido a través de la generación de necesidades. Así, el profesional inane —personalidad de masas— ocupa el lugar del pensador: lo reemplaza, pero no lo suple. El intelectual invita a pensar, genera preguntas e incomodidades en la afirmación social e individual. No enciende ánimos, los interpela. No divide, ni genera dicotomías, se refugia en los intersticios; no reacciona al momento, se distancia y concatena los matices. La inmediatez y el pensamiento no se corresponden. El pensar solicita tiempo. La *serenidad* de que hablaba Heidegger: “la apertura al misterio no se nos [da] nunca casualmente. No [es] algo casual (que *nos cae*)”³. La filosofía, como dice Nietzsche, “es apología del conocimiento”.

En su canto a *Las moscas del mercado*, Zaratustra predicaba: “En torno a los inventores de nuevos valores gira el mundo: gira de modo invisible. Sin embargo, en torno a los comediantes giran el pueblo y la fama: así marcha el mundo”⁴.

A los dispositivos del capitalismo no les convienen los espacios en los que prevalece el silencio y el encuentro con el ser. La cultura de consumo es víctima del exceso de ruidos promovidos por el régimen. De esta forma, el paradigma de mercantilización se ejerce generando cantidad, no calidad de contenido. Evitando, así, el encuentro que el ser necesita con la angustia (la nada).

“Huye, amigo mío, a tu soledad y allí donde sopla un viento áspero, fuerte. No es tu destino el ser espantamoscas”⁵. Otra vez, el anticristo de la montaña.

En el siglo pasado, Ortega y Gasset hablaba del problema de la barbarie del especialismo⁶. El filósofo español se refería a los sabios ignorantes: personas muy doctas en su campo, pero absolutamente legas por fuera de su pequeño y mínimo contexto. El periodista de fútbol es un experto, sin duda, pero un experto prescindible. Un somnólogo es un científico con la capacidad de ayudar a los miembros de una sociedad cuyo descanso resulta esquivo; un cientista futbolero contribuye en la promoción de la batahola que obsta el sosiego de los habitantes del mundo. Uno de los actores que, dado el agotamiento y la infelicidad del humano moderno (sufrimiento desembozado por la búsqueda del paradigma triunfante), se hace preciso para apaciguar las cargas emocionales.

La paradoja se explica a sí misma: el crecimiento del debate futbolístico en Colombia se intensifica como consecuencia de la ausencia de una estética del fútbol. No hay estética, pero sí programas. Lo cual no es novedoso, corresponde con el accionar del capitalismo. El sistema neoliberal hace de la paradoja un mecanismo favorable. Así, por ejemplo, la felicidad que exige a los individuos de la era digital se debe a la negatividad de su desarrollo.

No solo el espectador de estos formatos es abordado como mercancía, el futbolista es uno de los sujetos más explotados del actual siglo. Preso de sus fortunas económicas, y dueño de una ingenuidad conmovedora, este atleta es sometido al antojo de los *businessman* del deporte. El jugador

no juega, no profana —para volver a Agamben—: es una mercancía que entretiene.

“El juego como órgano de la profanación está en decadencia en todas partes. Que el hombre moderno ya no sabe jugar más lo prueba precisamente la multiplicación vertiginosa de juegos nuevos y viejos”⁷, dice el italiano.

El tiempo de ocio es sostenido con más ocio. Vivimos vidas de ocio. Las *social media* nos exigen proyectar nuestro ocio: en Instagram⁸ no hay espacio para el lenguaje del vacío. El individuo neoliberal se priva del esfuerzo por actividades cuyo placer demandan voluntad y esfuerzo. El cine y la literatura —y en general las artes— también son penetrados: su estado cosmético les apunta a consumidores, no a espectadores activos.

“Lo que no puede ser usado es, como tal, consignado al consumo o la exhibición espectacular. Pero eso significa que profanar se ha vuelto imposible (o, al menos, exige procedimientos especiales). Si profanar significa devolver al uso común lo que fue separado en la esfera de lo sagrado,

la religión capitalista en su fase extrema apunta a la creación de un absolutamente Improfanable”⁹, dice Agamben en el ensayo citado.

En La Estrella (Siloé) los torneos de fútbol son nocturnos. La manga, un pequeño trozo de calle en planicie que se recuesta sobre las lomas, es el escenario que hace de templo. Nuestros ídolos eran jugadores con medias de distintos colores y zapatos rotos; el árbitro era un señor que en la mañana vendía cholados; nosotros —los recoge-bolas— aprovechábamos cualquier pelotazo para correr en busca del símbolo de alegría y poder: la pelota (no importaba si tocaba descender y luego ascender una empinada loma). Nuestro propósito era igualarnos a esos jugadores: *jugar* como ellos, y soportar la presión del pequeño pero alentador público que asistía a los picados. Hace poco visité el barrio y me quedé sorprendido: todavía se *juegan* esos partidos. No hay cámaras que permitan repetir las anotaciones, ni las gambetas, ni los túneles; ni mucho menos analistas que pontifican modelos de juego. Me resultó la epifanía que hoy comparto: a lo mejor ahí se profana la magia que nos hizo seres apasionados. ■

⁷ Giorgio Agamben, *Profanaciones* (Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora, 2005), 101.

⁸ Esta idea ampliada en Jaír Villano, “Instagram, la búsqueda de la felicidad que genera sufrimiento”, *El Espectador*, 24 marzo de 2021, <https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/instagram-la-busqueda-de-la-felicidad-que-genera-sufrimiento-article/>

⁹ Giorgio Agamben, *Profanaciones*, 107.



Yojan Valencia @yojanv

