



Cerimònia d'inauguració de la Copa del Món dels Estats Units, feta a Chicago el 17 de juny. Aquest mundial ha reforçat els lligams entre futbol i política.

Futbol és poder



“Futbol és poder”. Amb aquesta frase, el número 2 de la FIFA, Joseph Blatter, resumeix el paper que aquest esport ha adquirit en les últimes dècades. Aquest suís que ocupa el càrrec de secretari general des del 1981 afegeix, en unes declaracions a la revista *Bilan*, de Lausana: “Si Silvio Berlusconi no hagués estat l'amo de l'AC Milan, no hauria guanyat mai les eleccions italianes. Ja podia tenir les cadenes de televisió que volgués, no hauria arribat enlloc sense el futbol”. I Blatter emfasitza el fet que el nom del partit de Berlusconi és precisament el crit de guerra que els aficionats italians fan servir per animar la seva selecció de futbol: Forza Italia!

Futbol i política són termes indestruïbles. I en el Mundial que es juga ara als Estats Units un cop més això ha quedat ben manifest: caps d'estat i de govern han carregat els seus equips respectius d'expectatives que sobrepassen l'àmbit esportiu, amb apel·lacions a l'orgull “nacional” i de vegades “continental”,

El futbol és un gran negoci mundial i la FIFA l'administra prou bé. També s'hi barreja cada vegada més la política, com ha quedat ben clar durant el Mundial dels Estats Units.

com en el cas de Corea, rival de la selecció espanyola, que feia de representant de tot Àsia. Les derrotes i les victòries es convertien en tragèdies “nacionals” o en desbordants explosions de xovinisme, segons el cas, però cada cop amb més repercussions polítiques. Un jugador mexicà reconeixia que, si no passaven a la segona ronda, el Govern podia perdre les eleccions de l'agost.

L'enfrontament entre l'Aràbia i el Marroc va ser vist més com un pols entre dues monarquies àrabs rivals que no pas com un simple partit de futbol. El regal d'un Mercedes i 14 milions de pessetes a cada jugador per haver arribat al Mundial, per part del rei Fahd de l'Aràbia, exemplifica com en el Tercer Món aquesta relació del poder amb el futbol és més directa encara. El mateix Berlusconi no es va poder estar de donar públicament consells al seleccionador italià, Arrigho Sacchi, que havia estat entrenador del Milan quan ell n'era el president. Fins i tot als Estats Units, on aquest Mundial sembla haver començat a despertar un xic d'interès cap a aquest esport, és un po-

lític amb prestigi, l'ex-secretari d'estat Henry Kissinger, el màxim valedor del suport institucional a l'anomenat *soccer* entre els nord-americans.

Negocis, negocis. El futbol ha trencat tots els sostres econòmics i ara és un gran negoci, amb la FIFA de principal administradora però amb molts altres sectors que hi suquen força. El pressupost del Mundial s'ha multiplicat per sis des de l'última edició a Itàlia'90 (ara és de 150.000 milions de pessetes) i per 60 des de l'edició del 1974. Més de la meitat d'aquestes despeses es cobreixen amb el patrocini comercial, especialment amb el de les onze multinacionals que són espònsors exclusius: Coca-Cola, McDonald's, Canon... El protagonisme d'aquestes companyies, que han aportat cadascuna entre 2.000 i 3.000 milions de pessetes, s'entén encara més l'interès per no deixar al marge el mercat nord-americà de la *futbolitis* imperant a tot el món.

Segons el diari *Newsday*, un centenar d'empreses d'aquell país han pagat en total 100.000 milions més per poder vendre els seus productes amb el logotip o la mascota del Mundial'94. El cas de les cases de vídeo-jocs, com ara Sega o Nintendo, és paradigmàtic, ja que han tret al mercat una cinquantena de jocs nous amb el futbol com a atractiu principal.

La televisió és l'altre factor clau del negoci futbolístic. Els drets de retransmissió d'aquest Campionat del Món pugen a 41.000 milions de pessetes, la meitat del que es va pagar a Barcelona'92, però cal tenir en compte que les cadenes nord-americanes, que són les que més paguen, han estat molt reticents a un esdeveni-



Joseph Blatter. El secretari general de la FIFA creu que el futur del futbol no és a la vella Europa sinó als països incorporats recentment de l'Àfrica i l'Àsia.



Corea del Sud ha fet un bon paper en aquest Mundial com a representant asiàtic. En la foto, durant el partit contra la selecció espanyola.

ment que no interessava els ciutadans del seu país. El bon joc dels EUA i el seu pas a la segona fase han canviat lleugerament aquelles expectatives, però continua havent-hi un problema bàsic: la manca de pauses per als talls publicitaris. L'audiència fora dels EUA sí que ha estat històrica: es calcula que un total de 32.000 milions de persones hauran vist algun dels 52 partits emesos i la final la seguiran 2.000 milions en directe.

Però l'impacte econòmic del Mundial ha sorprès fins i tot els nord-americans. Es calcula que aquest és de més de mig bilion de pessetes, bàsicament gràcies als milers de turistes que han omplert les vuit ciutats on es juguen partits, amb Los Angeles, Nova York i San Francisco com les més beneficiades. *The Orlando Sentinel* calculava en 13.000 milions el benefici econòmic en aquell estat i afegia: "El Mundial ha provocat més expectació, excitació, visitants estrangers i diners a Florida que cap altra cosa des de la inauguració de Disneyworld el 1971".

La multinacional futbolística. Amb un pressupost quadriennal de 6.500 milions de pessetes, la FIFA ha passat de ser una pesada institució a ser una empresa totalment rendible. De bracet de la Coca-Cola (que ha invertit 10.000 milions de pessetes en el futbol del Tercer Món), Havelange i Blatter han professionalitzat la FIFA i n'han multiplicat la influència política. Ara, segons dades oficials, hi ha 200 milions de jugadors actius a tot el planeta (160 milions dels quals, federats) i afegint-hi entrenadors, àrbitres, directius i altres persones de l'entorn, hi ha 1.000 milions d'éssers humans sota el seu poder (sense comptar-hi espectadors, és clar).

"En aquests últims anys, el futbol ha entrat en una nova dimensió", explica Blatter; "de ser una simple diversió ha passat a ser un dels grans fenòmens culturals, socials i polítics de la nostra societat". I vaticina que, pels tombants d'aquest segle, s'acabarà l'hegemonia europea i serà el moment d'Àfrica i Àsia. Això s'ha començat a entreveure en aquest Mundial, amb el bon futbol de seleccions com Nigèria o Corea del Sud. I possiblement es confirmarà si l'edició del 2002 (la del 1998 es jugarà a França) va a parar a aquest últim país o, més probablement, al Japó. Aquest és l'últim gran monstre econòmic que queda per incorporar al "planeta futbol", per tant, celebrar-hi un Campionat del Món pot ser una operació comercial semblant a la d'enguany als Estats Units.

J. Vila i Triadú