

Políticas públicas del deporte en México

Una aproximación analítica



Juan Pablo Zebadúa Carbonell, Raciél D. Martínez Gómez**
y Homero Ávila Landa****

1. Contexto deportivo mexicano en la Cuarta Transformación

Una de las características más representativas del contexto político mexicano fue la entronización del Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante casi ocho décadas en el poder. Un partido político que aglutinó a todas las fuerzas civiles y militares de la Revolución mexicana (1910-1917) se convirtió en una institución que abarcó todo el espectro político de la vida pública del país durante casi un siglo, incluida su vida social y cultural. Esta hegemonía se construyó con el carácter “camaleónico” con que se caracterizó en ese periodo: de un partido político posrevolucionario, a uno de corte estatista; de un nacionalismo reivindicativo al periodo neoliberal de tendencia “derechista”, etc.

No fue sino hasta el año 2000 cuando se llevó a cabo la transición democrática, culminando en el 2018 con la llegada de un partido de izquierda, encarnada en el partido Movimiento de Renovación Nacional (MORENA) y con la figura de Andrés Manuel López Obrador. Hay que destacar este hecho porque, aparte de representar un hito en la historia política de México (por primera vez arriba al poder un partido de izquierda), el discurso sostenido a lo largo de su gobierno, MORENA ha planteado

* Profesor Investigador de la Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma de Chiapas, México.

** Investigador del Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación de la Universidad Veracruzana, México.

*** Investigador del Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación de la Universidad Veracruzana, México.

una transformación total de la vida pública nacional. La llamada Cuarta Transformación (la primera, la etapa de la Independencia; la segunda, la Guerra de Reforma, y la tercera, la Revolución mexicana) intenta reformar de fondo todo el aparato institucional que el PRI y el PAN dejaron como legado, como una etapa política donde se dejó de lado históricamente a las clases sociales más desfavorecidas, haciendo del país una enorme brecha social entre los que menos tienen y los que sí tienen.

Esta transformación incluye todos los campos, el económico, el social, el cultural; prácticamente todos los pilares por los cuales, en boca del gobierno de MORENA, la clase hegemónica sentó sus bases para dismantlar todo indicio de bienestar social al servicio del pueblo, según la normativa de este partido político ambicioso.

Dentro de estos rangos de cambio estructural, también incluye las políticas deportivas. El rasero por el que comienzan los cambios en esta materia es en el plano discursivo. Cobra importancia la necesidad de incluir temáticas y conceptos como inclusión, discapacidad, diversidad, pueblo, entre otros, en el escenario de las políticas públicas deportivas.

Esta impronta discursiva influye tanto a nivel ideológico como de praxis porque incorpora un deporte “para todos” donde, en primer lugar, las clases sociales más perjudicadas tendrían que ser prioritarias en términos de política social.

Sin duda, un reto mayúsculo en términos de una transformación estructural, no exenta de contradicciones, por ejemplo, en la concepción del deporte de “élite” como contraposición a un incipiente deporte “popular”. Ello ha generado que los apoyos gubernamentales a los deportistas que participan en competiciones de talla internacional de *facto* sean señalados como parte de un sector privilegiado que arroja todos los incentivos nacionales, creando un recorte a todas las participaciones de los atletas de alta competición. Ello ha generado una tensión entre lo “políticamente correcto” del deporte en esta Cuarta Transformación y lo que supuestamente no es afín a las ideologías “populares” en materia de alto rendimiento.

Esta tensión ha tenido como resultado una serie de protestas de un sector del deporte internacional mexicano, lo que opaca las políticas públicas deportivas de este gobierno, al tener que enfrentar las contradicciones que generan los discursos “inclusivos”, pero que chocan con las realidades internacionales que, querámoslo o no, son las que prevalecen en materia de este tipo de competencia. El concepto de “alto rendimiento” contradice con lo que se espera de esta especie de conversión popular del deporte nacional, y en más de una vez se refleja en cierto desdén hacia los centros de alto rendimiento, lugares donde se entrenan las selecciones olímpicas, de pista y campo, y demás atletas de competencias internacionales.

Parece que la prioridad no es la resaltar los pocos logros que en ese nivel se han obtenido; por el contrario, hay una tendencia a desarrollar políticas públicas que se reflejen en las comunidades étnicas, las organizaciones barriales, en deportes que, en la visión política, sean de más arraigo hacia las clases populares.

Esto no se ha logrado, pero al existir una tendencia, es muy clara la orientación hacia ese sentido y la merma en cuanto a lo poco alcanzado por los atletas nacionales; es decir, hay poca probabilidad de que se apoye más en ese rubro. Esta tensión puede producir dos tipos de deportes en cuanto a este razonamiento, el de las “masas” y los “consagrados”, construyendo una dicotomía que en nada ayuda a nacionalizar la práctica y filosofía deportiva. Este ejemplo sirve para contrastar lo que, en teoría, debe ser de alcance político en el campo de las acciones de políticas públicas del deporte, y otra a veces muy distinta a las formas de llevarla a cabo.

Otro ejemplo, muy representativo, lo encarna el fútbol profesional mediante la Federación Mexicana de Fútbol (FEMEXFUT), un espacio empresarial acaparado por todos los intereses de mercado, donde lo que menos importa es la práctica deportiva en sí, es decir, se hace de lado el sistema deportivo del fútbol nacional en aras de los intereses exclusivos de un sector minoritario en términos de las jugosas ganancias que existen en la administración del deporte más popular de México.

Al ser el deporte más popular y que se practica en todos los rincones del país, cobra sentido la crítica a la especulación empresarial acerca del fútbol, dotándolo de inercias que no son, ni mucho menos, las óptimas para pensar en un deporte social e inclusivo. ¿Se sana la liga mexicana de fútbol en beneficio general o se sigue con la concesión a los empresarios rapaces que no les significa nada el fútbol en sí, sino en lo que reditúa en ganancias de mercado?

Estas contradicciones seguirán chocando discursivamente con la “transformación” de las políticas públicas deportivas en un orden horizontal y no, aparentemente, en el vertical, por la cual estaban dispuestos todos los esfuerzos del deporte nacional.

2. Políticas públicas del deporte mexicano

El estudio de las políticas públicas en México fue haciéndose más consistente, como campo de estudios, hacia mediados de los años noventa del siglo pasado (Aguilar, 1996). El marco político y social de esa línea de trabajo se relacionaba con el adelgazamiento del Estado en la intervención pública (desregulación ha sido otro modo de identificar el fenómeno), tenía como correlato el papel del mercado como la esfera principal en las tareas anteriormente encargadas a la administración pública marcadamente estatal. El advenimiento de la lógica neoliberal de la época colocaría, entonces, a la lógica mercantil como el eje distribuidor de bienes y recursos. Pero al mismo tiempo que el Estado se retiraba de la administración de diferentes áreas de interés público, y mientras el mercado colonizaba de nuevo la vida que los poderes públicos iban dejando, la emergencia de las políticas públicas se instauraron en el país como la estrategia de administración pública idealmente democrática, dado que en la propia definición de esas políticas, consideraba la participación ciudadana como un principio clave que “garantizaba” el cumplimiento de los derechos y, así, de la construcción del modelo de democracia participativa (a contrapelo de la democracia delegativa anterior y para entonces agotada en tanto corporativa).

Así también, desde su consolidación en el país, un principio guía sobre la relevancia de estudiar políticas públicas tiene que ver con que estas apuestan por hacer racional los gobiernos, la administración pública y/o la gobernanza. De manera que la toma de decisiones, informada, racional, controlada, concretada por etapas, propuesta para ser evaluada y en su caso reorientadas, en las que siempre hay especialistas o técnicos para su aplicación, sigue siendo una base fundamental tanto a la hora de conocer sus entramados teóricos, cuanto en los diferentes momentos de conocimiento empírico/institucional.

Desde entonces, y asociado con la relevancia de los cambios de gobierno habidos desde aquellos años y durante los posteriores sexenios presidenciales [1988-1994, 1994-2000 (PRI); 2000-2006, 2006-2012 (PAN); 2012-2018 (PRI) y 2018-2024 (MORENA)], periodo conocido como transición democrática,¹ el gobierno por políticas públicas, así como el estudio de las mismas, amén de su amplia complejidad y enfoques específicos según recortes empíricos, ha ido ampliándose significativamente en torno a las políticas públicas sociales (educación, salud, trabajo...) y económicas (del mundo mercantil e industrial). En cambio, otros campos de aplicación y de conocimiento de esas políticas han sido poco atendidas. Es el caso de lo que podríamos denominar políticas públicas no centrales para la gobernanza contemporánea, como lo son la política cultural y la política deportiva, a las que durante un tiempo considerable se las reunió, evidenciando claridad en los campos de su interés, dentro de una política educativa, cultural y deportiva.

Las políticas públicas, establecidas y relacionadas con “la asignación eficiente de los pocos recursos públicos a las políticas, y el renacimiento democrático, que vindicaba el propósito público de las políticas” (Aguilar, 2004: 24), deben verse en ese marco de necesidad de la mejora en la toma de decisiones, informadas, del bien público, en un contexto mexicano de crisis financiera y de camino lento a la democratización en el funcionamiento estatal hacia finales del siglo XX. Más tarde, el gobierno y los estudios del mismo irán dando sentido a la práctica y el conocimiento de la gobernanza y la gestión pública (Aguilar, 2016). Para el caso mexicano, y siguiendo de nuevo a Aguilar (2004: 24), debe considerarse que “Sea como disciplina académica o como ejercicio profesional... Política Pública fue un elemento esencial y representativo del nuevo ambiente de cambio político y administrativo”.

La reingeniería institucional del Estado mexicano, durante los dos sexenios federales panistas (del Partido Acción Nacional) fue abriendo camino hasta haberse llegado a configurar en el primer gobierno no priista en ochenta años, que estableció una orientación de políticas públicas, donde la dirigida a la cultura confirmó el giro que desde esas políticas incorporaba el factor cultural como clave para el desarrollo social (Sosnowski, 2000). Más allá de su sustancia democrática efectiva o no, del peso real que haya tenido la participación ciudadana en las políticas públicas, y de la –muy débil– cristalización de derechos que haya logrado, el campo del deporte en el país no fue lo significativo que esas otras

1 El caso del presidencialismo mexicano del siglo XX tuvo como protagonista el Partido Revolucionario Institucional (PRI), dado que durante su prolongada hegemonía como partido en el poder (gobernó desde su origen como PNR (Partido Nacional Revolucionario) después renombrado como PRM (Partido de la Revolución Mexicana) y finalmente PRI en 1940) tuvo amplio dominio en la vida nacional mediante instrumentos burocráticos, los que se fueron desgastando hasta fracturarse notoriamente hacia el sexenio 1988-1994, periodo de maduración de las políticas públicas más o menos democráticas y democratizadoras.

dos políticas asociadas alguna vez, la de educación (de mayor peso históricamente) y sobre todo la de cultura, llegaron a mostrar.

En esta aproximación a las políticas públicas del deporte en México, seguimos la definición de dichas políticas hecha por Lahera (2002), quien enuncia:

una política pública corresponde a cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado. Una política pública de calidad incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados (Lahera, 2002: 15-16).

Si bien en la definición de las políticas públicas se incluye una lógica democrática en su diseño, decisión y aplicación, no puede dejar de verse que, a su vez, ellas operan en el marco de determinadas formas estatales, ideologías políticas, maneras de gobernar, así como en particulares formaciones históricas y sociales, lo que hace de ellas una diversidad de maneras de entenderlas y de cristalizar. Asimismo, es importante considerar que, por democrático, empíricamente se concretan diferentes realidades, no una única o general/generalizable a la plural y compleja realidad nacional. Para el caso vigente del gobierno actual en el país, que discursiva y habrá que ver si también empíricamente, se trata de un cambio de régimen definido por una izquierda política que por vez primera gobierna federalmente. El modelo de dicho gobierno se conoce como “humanismo mexicano” y está por concluir su primer sexenio (2018-2024). Es de este periodo y de esta que sería una nueva forma de administración pública del deporte federado en la nación al que nos queremos acercar en este breve escrito.

3. Política pública local y la esfera mediática global

Aunque estamos conscientes de que el epifenómeno de la globalización impacta severamente en el deporte convirtiéndole en un gran espectáculo a escala planetaria, no deja de ser útil mirar la relación entre políticas públicas del deporte y su representación en la esfera mediática.

Primero que nada, diremos una obviedad: los deportes que dominan, son los que están insertos en la lógica del capitalismo global que tiene un sinnúmero de variantes mercadológicas hoy vueltas de una complejidad financiera sui génesis. Los brazos de negocios que sostienen dichos proyectos alcanzan diferentes ramas en un esquema de consumo circular y que apabulla por ser, en sí mismo, un modo de vida contemporáneo propuesto desde los discursos de los medios masivos de información.

Por ejemplo, en el fútbol profesional tenemos el pingüe negocio transnacional con una multipropiedad que rompe parámetros locales hasta lo que podríamos denominar como un hiperconsumo de objetos erigidos como culto, tal y como atestigamos con lo que se hace a partir del contrato del

futbolista argentino Lionel Messi con el Inter de Miami de la Major League Soccer en los Estados Unidos, que acarrea no solo la venta de playeras con sobreprecio de más de 300%, la estratosférica oferta de espacios en los estadios que se presenta, sino inclusive el contrato de plataformas de internet para difundir sus partidos y la producción misma de contenidos audiovisuales que simulan ser biopics y no son más que propaganda y más culto a la personalidad.

El fútbol –y el deporte profesional, sobre todo de los Estados Unidos– pertenece a una hipermodernidad (Lipovetsky 2008 y Serroy, 2015) que se destaca por una serie de plataformas informativas que han democratizado el acceso instantáneo de los contenidos.

En una sociedad capitalista basada en la producción de emociones (Lipovetsky 2008), los futbolistas se han convertido en marcas comerciales por sí mismos. Los costos estratosféricos de cada jugador de fútbol comprueban la importancia que tienen ellos como médula de una economía particular que se enraíza con el mantenimiento aspiracional de la felicidad y el cuerpo sano.

Este modelo de negocios ha significado una vuelta de tuerca y muestra el expansionismo silencioso del gran capital que, a su vez, trae repercusiones de alienación política y social; por cierto, todavía debe discutirse si en este marco se propician efectos tan mecánicos como solemos afirmar (la teoría de la aguja hipodérmica) (Martínez 2015 y 2016).

Viéndolo así, parece una cuesta arriba de las políticas públicas del deporte en México que debe afrontar la popularización del fútbol ante el tibio crecimiento mediático de otros tantos deportes en donde los mexicanos han sido mucho más destacados que en el fútbol. Parece una pelea entre David y Goliath. La esfera mediática es de una cobertura mayúscula que se antoja un tsunami informativo que resulta aplastante para cualquier otra práctica que no sea las que cubren el negocio capitalista del fútbol.

Sin embargo, hay una paradoja que la propia globalización genera y que, en México, no podría ser la excepción.

Sostenemos que la misma visibilización de las minorías que ha empoderado por supuesto a las mujeres, pero asimismo a otros grupos vulnerados en sus derechos (Castells, 2000), permite también ampliar el espectro de prácticas deportivas y su cobertura, no lo deseado, pero ha caminado hacia delante con un medido éxito de audiencia y quizás todavía para las empresas privadas no resulte atractivo patrocinar.

Por otra parte, la acelerada comercialización del deporte oculta un efecto pernicioso: la promoción de un estilo de vida que no promueve la salud integral. Así, de acuerdo a las cartas de programación y sus pautas publicitarias, el azúcar y el alcohol prevalecen en el manual del buen fanático, que es absorbido por una amplísima cobertura mundial de todas las ligas y todos los campeonatos continentales. Aquel que se entrega a seguir como culto a sus jugador y equipo favorito consume no necesariamente una alimentación vegana. Por lo menos en México, los índices de obesidad y su correspondiente consumo de comida chatarra es escandaloso.

En el fondo, sí, se encuentra el conflicto para desarrollar políticas públicas del deporte, pero también es pertinente analizar la intervención del Estado para generar contenidos en los medios masivos de información pública que están a su alcance y que en México, de acuerdo a la coyuntura actual, resultan una oportunidad para alfabetizar mediáticamente a las audiencias con un sentido crítico de cara al consumismo y, de paso, fortalecer una cultura y modo de vida con mayor salud. Las campañas radiofónicas, porque la radio sigue siendo un medio de fuerte influencia popular, se han intensificado de tal forma que parece que se posiciona un discurso que fomenta nuevos modos de vida saludables.

La conquista del mercado es la razón moderna del quehacer social en su conjunto –lo mismo se piensa en Estados Unidos, en China, en Inglaterra o Corea del sur–, pero Estados como el mexicano han intentado revertir este modelo dándoles más cabida a los sistemas de comunicación públicos con una ideología más tendiente a las agendas internacionales que postulan con alarma una suerte de *deadline* en lo que se refiere al cambio climático y también para los índices de nutrición que repercuten en calidad de vida.

Con este debate del papel voraz de los medios, cabe traer a colación la polémica sobre el estatus público que debiese tener todo medio masivo de información. Bertolt Brecht se quejaba del desorden de la vida pública que prevalecía cuando emergió la radio. Afirmaba que había una confusión, primero conquistaban el mercado antes de saber realmente su compromiso con el entorno. Inclusive, señalaba que se requería una definición pública de los medios masivos de información.

En este contexto, la globalización pone a examen las incipientes políticas de comunicación del deporte del Estado en México. Hay ciertos esfuerzos en concebir a los medios de comunicación públicos como un derecho ciudadano, como se postuló desde la academia mexicana en la década de los ochenta: el ciudadano tiene derecho a recibir una información pública, veraz y de calidad (Esteinou, 1983).

Lenin Martell (2021) traza el escenario contemporáneo y afirma que quien organiza el espacio público en las sociedades democráticas es el Estado a través de las instituciones. Y aún mejor es entender que una de esas instituciones garantes de la pluralidad anhelada son los medios de información públicos.

El autor evita la complacencia de ubicar a lo público como certeza abstracta. Al revés, Martell apunta algo que nos parece clave para entender el principio desde un enfoque de sociología de los medios: se trata de la reconfiguración mediática en medio de una sociedad multicultural. En sociedades multiculturales, tal y como se reconocen en el mundo contemporáneo, dice Lenin, no se puede hablar de un espacio público homogéneo, más bien tenemos que resaltar que es un espacio heterogéneo, a su vez fragmentado en esferas locales, regionales, nacionales y supranacionales (Castells, 2000).

Esta reconfiguración, entonces, en espacios como los mediáticos, a su vez reorganiza obligada y simbólicamente la vida pública. El espacio público se vuelve espejo de la sociedad y si esta tiene como rasgo primordial el multiculturalismo que menciona Lenin, es sustancial entender el empoderamiento de esta diversidad de minorías que buscan visibilizarse a través de una moderna red que rompe con los esquemas tradicionales donde se concebía a los públicos como menores de edad (Giddens, 1999).

Un antecedente inmediato que permite comprender las condiciones que favorecieron a la noción de lo público es la tensión sistémica que se desprende del auge de la globalización. Y es que la más decisiva controversia en torno al estatus de la radio llamada pública se dio en medio de los avances de un descarado sistema neoliberal frente a la retórica del Estado nacionalista a partir de la década de los noventa del siglo pasado. Dichos avances se explican como un lardo traslape, porque todavía siguen vivas las tensiones entre ambos.

La radio pasó por varias etiquetas previas a considerarse como pública: desde ser cultural (con sesgos elitistas), educativa (todo proceso comunicativo de alguna manera forma), no comercial, estatal y hasta se le tildó parte de gobierno, como figura extraída del más rancio presidencialismo mexicano (Córdova, 1972) que se distinguió por una deliberada propaganda, la evasión del conflicto y el culto a la personalidad (Carreño, 2000).

Fue una especie de tormenta perfecta en donde permanecían en la inercia sujetos novedosos y ocultos que estaban a punto de ser visibilizados. De pronto, una suerte de casualidad inédita removía las columnas vertebrales del Estado-nación, como sería la identidad nacional y su posible traslado al campo público, como es la ciudadanía. Sí, la globalización, entendida desde su impacto cultural a través de una radical plataforma de comunicación, modificó el marco de relaciones hegemónicas, donde el consenso que se construye es más activo que pasivo.

En otro espacio analizamos el exponencial posicionamiento mercadológico de un deporte como el fútbol, consentidamente beneficiado por una omnipresente plataforma de comunicación emergida de la globalización (Martínez, 2019).

Por tanto, los desafíos para empoderar a los deportes emergentes y no tan populares dependen en buena parte de las políticas públicas del deporte, sí, pero a su vez tendrán que articularse en escenas mediáticas diferentes, públicas, como en el caso de México, que a cuentagotas ha reconocido la necesidad de superar esta lucha entre un modelo de vida de consumo extremo frente a un modelo de vida saludable, menos enfermizo, lo que parece, insistimos, un combate actualizado de David contra Goliath.

Bibliografía

- Aguilar Villanueva, L. F. (comp.) (1996). *El estudio de las políticas públicas*. México: Porrúa.
- (enero-abril de 2004). Recepción y desarrollo de la disciplina de Política Pública en México. Un estudio introductorio. *Sociológica*, 19(54), UAM, 15-37.
- (2004) "Recepción y desarrollo de la disciplina de Política Pública en México. Un estudio introductorio", en *Sociológica*, UAM-A, año 19, núm. 54, enero-abril, pp. 15-37.
- Carreño, J. (2000). "Cien años de subordinación. Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX". *Sala de Prensa*, 2 (16). Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (Vol. 2, El poder de la identidad). Madrid: Alianza.

- Córdova, A. (1972). *La formación del poder político en México*. México: Era.
- Esteinou, J. (1983). *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México: Nueva Imagen.
- Giddens, A. (1999). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Lahera, E. (2004). Política y políticas públicas. Cepal. Serie Políticas Sociales N° 19, p. 8. Santiago de Chile: Naciones Unidas. CEPAL. Recuperado de https://hum.unne.edu.ar/generoysex/seminario3/s3clase1_3.pdf
- Lipovetsky, G. (1998). *El crepúsculo del deber*. España: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2008). *La sociedad de la decepción*. España: Anagrama.
- Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo*. España: Anagrama.
- Martell Gámez, Lenin (2021). *El imaginario de lo público en la radio*. México. Universidad Veracruzana.
- Martínez, R. D. (2015). “Medios y opinión pública. Las veedurías de medios en época de crisis”. *Razón y Palabra*, 89. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N89/RE89/01_Martinez_R89.pdf
- Martínez Gómez, R. D. (2019). “La futbolización del mundo: entre la decepción política en el capitalismo hipermoderno” pp. 37-50. En Zebadúa Carbonell, Juan Pablo y Echeverry Díaz, Sergio (compiladores). *Fútbol y globalización*. México: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Sosnowski, S. (2000). Apuestas culturales al desarrollo integral de América Latina. En B. Klinksberg y L. Tomassini (comps.), *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo* (pp. 265-276). Buenos Aires: FCE.