



AGENCIA UNO



# ¿Alguien se acuerda del fútbol chileno?



POR WINSTON

Si mal no recuerdo, fue en el año 1998 cuando tuve mi primer email. Era de Starmedia, uno de los primeros sitios que ofrecía un correo, antes de que se popularizara @Hotmail y después, para los locales, @VTR. Desde esa época hasta ahora, han pasado más de 25 años y ahora el buzón del email es una casilla infinita de promociones del banco, seguros, libros, vinos y cervezas.

Uno quiere dejar de comprar, pero no lo dejan tranquilo. Fidelización del cliente, me han dicho que se llama. Empresas como Amazon y MercadoLibre han llevado esto a otro nivel y ya saben qué van a pedir sus clientes antes de que lo hagan. En unos días, por ejem-

plo, me llegará un correo informando que debo comprar la comida de mis perros, Roger y Bolt. Netflix no lo hace nada mal; cada tanto, me manda un correo informando del último documental de Senna, la biografía de un jugador de fútbol, el reinicio de la temporada de Fórmula 1 u otra película de Liam Neeson en que le raptan a un familiar. Todos ya saben cómo funciona el mercado, están al "aguaito" y como un pitbull, una vez que agarran a su presa, no nos sueltan jamás.

En las grandes ligas ya lo entendieron. Un amigo tuvo la suerte de ir al Borussia Dortmund en Alemania, un solo partido, que todavía está pagando, pero desde ese día le es-

criben para contarles de los futuros encuentros, para saludarlo por el cumpleaños, la Navidad y año nuevo y, según él, para que vaya a probar la última receta de brawurst con chucrut que ofrecen en el estadio.

¿Qué ocurre, en cambio, con el fútbol chileno? Justo lo contrario. Wanderers no juega de local en su estadio desde el 26 de noviembre de 2024 (obvié el bochorno contra la U. de Concepción para que no se pongan a llorar), Unión la Calera no lo hace desde el 10 del mismo mes, los hinchas de Everton no ven a su equipo en su estadio desde el 2 de noviembre y qué decir de los quillotanos, que no ven acción en el Lucio Fariña desde el 28 de sep-

tiembre, esto es, hace 121 días.

Hace un par de décadas uno asumía que, a excepción de los torneos de verano, se jugaba en el estadio cada 15 días. Era sagrado. Uno se programaba y ordenaba para ir a la cancha, como dicen los argentinos, era un rito que se hacía casi de forma automática. Hoy, en cambio, jugar de local, dadas todas las trabas que existen, es una rareza.

Pienso, además, en todas esas personas que vivían en torno al estadio y los partidos: los vendedores de banderas, el que ofrecía tortillas de rescollo, el vendedor de café extradulce, el promotor de los helados York, hasta el flaco que se ganaba unas monedas juntan-

do gente en el paradero para ir al estadio. Todos esos emprendedores hoy pierden por la ineptitud de los dirigentes y la cobardía de las autoridades.

Antes, cuando gran parte de los ingresos provenían del abono de los socios y de las entradas, esta situación habría acabado en poco tiempo con la vida de varios de los clubes, pero eso no ha ocurrido gracias a los ingresos de la televisión. Los giles como uno seguimos pagando por un servicio que está paralizado hace rato. Haciendo memoria, el último partido que vi fue el 7 de diciembre, en aquella tarde épica en que Limache derrotó por penales a Rangers. Un gran partido, aunque no lo suficiente como

para pagar por un servicio que lleva 50 días sin ofrecer nada.

No solo es culpa de la ANFP y su paupérrima organización, también tienen la culpa las autoridades que han sido incapaces desde hace décadas de poner coto a la violencia y ofrecer un espectáculo seguro.

Mientras las nuevas empresas han logrado crear una serie de hábitos, la ANFP ha conseguido, en este último tiempo, justo lo contrario: demostrar que podemos vivir sin el torneo nacional y no morir en el intento. Nosotros ya estamos condenados a seguir esperando (un email, por lo menos), pero las futuras generaciones son tan impacientes con volátiles.

CS