

# Campos, estadios y televisión

En el presente artículo, y dado el corto espacio de que disponemos, pretendemos analizar algunos aspectos de las relaciones existentes entre los conceptos de campo, estadio y televisión referidos al ámbito futbolístico. Para ello comenzaremos por explorar el camino etimológico.

La palabra española campo, deriva del latín *campus*, vocablo referido a los terrenos despejados, libres de vegetación, y cuya vinculación con el mundo bélico, es evidente, si tenemos en cuenta que palabras como campear o campal están ligadas a las acciones relacionadas con la guerra, lenguaje muy caro para el periodismo deportivo, que a menudo interpreta los partidos de fútbol como pequeñas batallas cuyo escenario es el campo, o terreno de juego acotado por líneas de cal.

El término estadio tiene un origen anterior por tratarse de una palabra griega, *stádion*, que designaba una longitud de 600 pies griegos, alrededor de 192 de nuestros actuales metros. Pronto, el *stádion* serviría para dar nombre a carreras y, posteriormente, a las instalaciones en que se éstas se celebraban.

Por lo que respecta a la televisión, nos serviremos aquí del análisis llevado a cabo por Gustavo Bueno en su *Televisión: Apariencia y Verdad* (Ed. Gedisa, Barcelona, 2000). En dicha obra, la televisión, caracterizada por permitir realizar la idea de clarividencia, esto es, hacer posible la visión de objetos a través de cuerpos opacos interpuestos, el filósofo español distingue entre televisión material y televisión formal. La primera va referida a la televisión considerada como un medio más dentro del género de los medios de comunicación, es decir, al artefacto que posibilita la emisión de imágenes, siendo el video asociado a la pantalla lo que mejor puede ilustrar esta acepción; en cuanto a la televisión formal, ésta sería la que permitiría la emisión de imágenes en

directo.

Hecha esta somera presentación de los elementos que manejaremos, entraremos en su relación. El fútbol, en su origen, se practicó en campos, es decir, en superficies sin obstáculos. Será el interés de los primeros espectadores lo que conllevaría su desplazamiento a recintos que ya a finales del siglo XIX estaban preparados para acoger al público. Esta es la razón de que los partidos pasaran de las simples explanadas a los hipódromos o a los estadios.

En efecto, el Athletic de Madrid, origen del actual Atlético de Madrid -repárese en su nombre ajeno al *foot ball* o balompié- jugó durante décadas en el Stadium de Madrid o Metropolitano, así llamado por pertenecer originariamente a la Compañía del Metropolitano Alfonso XIII, propiedad de los donostiarras hermanos Otamendi e inaugurado el 13 de mayo de 1923, contando con un aforo de 25.000 espectadores. El Stadium se caracterizaba por albergar una pista de atletismo que rodeaba el terreno de juego, circunstancia que persiste hoy, por ejemplo, en el bien denominado Estadio de Anoeta. Pronto comenzaría, sin embargo, la confusión entre los términos estadio y campo, usándose ambos vocablos de forma indistinta.

Sea como fuere, los aforos de las instalaciones futbolísticas, exclusivas de este deporte o compartidas con otros, comenzarían a crecer en un desarrollo que correría paralelo a las nuevas sociedades industriales, lo que permite caracterizar al fútbol como un deporte urbano o metropolitano.

De este modo, el campo o terreno de juego, pronto quedaría rodeado de gradas hasta ir perfilando la imagen que habitualmente se tiene de dichas instituciones arquitectónicas. El fútbol, por su parte, pasaría, entre otras cuestiones, a convertirse en uno de los mayores focos de interés del tiempo libre de los trabajadores, que se reunirían en estos recintos para asistir a tan singulares «batallas campales», de enorme atractivo para las democracias de mercado

pletórico, por las razones que el propio lector puede comprender.

La aparición de la televisión, tan relacionada con las democracias citadas, daría un definitivo espaldarazo al mundo futbolístico. En principio, la televisión, en su faceta material, se ocuparía del fútbol, por medio de resúmenes que se emitían en diferido, a menudo en los cines y salas colectivas. Posteriormente la televisión formal, en directo, y con receptores en cada domicilio, contribuiría decisivamente a la expansión del fútbol, beneficiándose la misma televisión de dicha relación, pues actualmente las retransmisiones futbolísticas, alcanzan las mayores cotas de audiencia, cuestión que pone en conexión fútbol, televisión y publicidad.

Convertido en un asunto que rebasa ampliamente las cuestiones deportivas, el fútbol comenzaría a requerir de ingresos que superaban las posibilidades de aquellos que, en calidad de espectadores, se sentaban en las gradas de sus campos. Dada la alta cotización de las estrellas futbolísticas, la venta de entradas a los *fans* o fanáticos, los hinchas así llamados en un guiño al mundo religioso -«fanático» es el que esta dentro del templo o *fanum*- del cual la llamada Catedral del fútbol español, con nombre de santo, San Mamés, es claro ejemplo, los clubes buscarían otros ingresos, para lo que la televisión se hizo indispensable.

En torno a las retransmisiones de partidos por medio de la televisión formal, girarían anuncios cuyas marcas publicitadas pagarían grandes sumas de dinero en función de las audiencias obtenidas debido al interés suscitado por los partidos de fútbol a los que envolvían. Posteriormente se darían varios pasos más. El primero de ellos vendría de la mano de la venta de los derechos televisivos de los clubes, para, finalmente, refinar aún más la cuestión de la mano del pago por visión o televisión «a la carta», en la que el fútbol figura como uno de sus mayores atractivos.

Regresemos ahora a los campos de fútbol. Mientras el deporte se «colaba» en los domicilios, ¿qué ocurrió con los campos?. Estos, alcanzado un cierto aforo, comenzarían a hacerse más confortables para los espectadores, pasando de permanecer de pie, a sentarse en cómodas sillas protegidas de las inclemencias del tiempo por medio de grandes cubiertas. Las vallas, e incluso los fosos, que por un tiempo separaron a los hinchas de los jugadores, serían eliminados, sobre todo a partir de tragedias que alcanzarían en Heysel su momento crítico, eliminándose así los últimos rescoldos de los diversos tipos de luchas desplegadas en las gradas, al margen del rectángulo de juego.

Estas reformas, ligadas al confort, vendrían acompañadas de nuevos «componentes televisivos» que irrumpieron en los recintos deportivos. Pronto, los marcadores electrónicos comenzarían a emitir imágenes, y las vallas publicitarias que rodeaban al terreno de juego, serían sustituidas por telepantallas de leds que permiten la emisión de rótulos e imágenes de gran resolución.

Terminemos. Tras este somero repaso de las relaciones entre campo, estadio y televisión, aludiremos finalmente a otra nueva «dimensión» del fútbol, que prescinde de los campos y estadios corpóreos, y que sólo recurre a los futbolistas como meros referentes que actúan a capricho del consumidor, dentro de nuevas y personalizadas telepantallas que regresan a la televisión formal: nos referimos a los juegos interactivos que se desarrollan en las videoconsolas que, a pesar de mantener una referencia con los futbolistas reales que regatean o se lesionan, alejan al fútbol de una de sus principales cualidades, la escala antrópica que ha permitido su masiva práctica y su planetaria difusión.