

La identidad y el crecimiento económico a partir de un juego

Condemayta Jalanoca, Elmer Manuel

Perú, en el 2017, se clasificó al Mundial de Rusia 2018. Atrás quedaba la sensación de amargura, impotencia, tristeza, lamento, frustración y todo lo contrario a la felicidad. Los peruanos inflaban el pecho más que nunca. Con orgullo se podía decir: qué bendito es nacer en esta tierra llamada Perú. Los peruanos se estaban desatando de la mala racha de 36 años sin asistir a una fiesta deportiva tan importante en el mundo. El torneo con los países más importantes estaba a unos meses de iniciarse. El himno del Perú, se iba a escuchar a nivel mundial. Y no solo eso.

“Tú eres muy grande y lo seguirás siendo, pues todos estamos, contigo Perú (...)”. Es parte de la canción, Contigo Perú. Considerada por muchos, como el segundo himno. Con la frase: “¡Somos Perú y estamos de vuelta!”, los aficionados de la selección peruana de fútbol ganaron el premio The Best de la FIFA, a la mejor hinchada del mundo en el torneo más importante del 2018.

Una niña en cualquier parte del Perú, en junio del 2018 se estaba poniendo, muy orgullosa, la camiseta de su país. En Gamarra, el emporio comercial más importante del Perú, vendía camisetas alrededor de 2,000 millones de soles. Además de gorros, ropa interior, bufandas y cintas para el cabello.

Se fortaleció la identidad nacional. En 2017, previo al partido que clasificaría a Perú al mundial, existían problemas sociales como huelgas y fenómenos naturales que destruyeron pueblos en la costa del país. El panorama era trágico. Pese a ello, en Gamarra, cuenta la señora Susana Saldaña, líder de empresarios textiles, dijo a la agencia The Associated Press: “Gracias a los triunfos de Perú se ha despertado una euforia nunca antes vista”, los peruanos compraban indumentaria deportiva para apoyar a su selección. Añadió también que gracias a las ventas se logró superar el año tan difícil y complicado.

Personalmente, estaba orgulloso de salir con mi camiseta, cada que jugaba mi selección. Eso causa en mí el deporte. Conoces tus colores y canciones emblemáticas. Ves feliz a muchas familias. La gente tiene un cambio de humor notable. El país se ha unido, no solo en un encuentro deportivo, sino que en diferentes aspectos. Dentro y fuera del campo. Antes, durante y después de los partidos de fútbol.

El deporte está cambiando, tiene fuerza y a la vez es un vehículo, para mejorar a un país. Tanto, económica como socialmente. Ejemplo de ello, son iniciativas poco visibilizadas, como ¡Pásala! Fútbol y lectura, en los pueblos jóvenes de Lima; hasta eventos importantes como los Panamericanos en Lima 2019. La mayoría de proyectos deportivos: bien enfocados, con objetivos claros, estructurados y con sentido de responsabilidad social; apuntan a cumplir determinados objetivos en las diferentes comunidades y organizaciones privadas

o públicas encargadas del deporte, pero que podrían encajarse perfectamente con los 17 de la Agenda 2030. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En la presente se planteará desarrollar, uno de ellos a mayor profundidad. Es menester para el documento, brindar una alternativa de enfoque al objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.

Para ingresar a profundidad en el tema es importante hacer la pregunta: ¿Existe relación entre la identidad y el crecimiento económico a partir de un juego? Es muy probable que sí exista esa correlación. No solo en el fútbol, sino en la mayoría de deportes. En el país son miles de entrenadores y gestores deportivos de diferentes disciplinas. Son personas convencidas, seguras, comprometidas e identificadas con su labor. Impulsan el deporte nacional desde la base hasta las competencias a nivel internacional. Clubes, escuelas, academias, centros de formación, municipalidades, gobiernos regionales, federaciones, organizaciones privadas o públicas, y también entrenadores personales. Todo ese universo de actores sociales, cada día, hacen posible que, niños y jóvenes, participen de programas deportivos; logran que sus alumnos los fines de semana compitan a nivel local, nacional y/o internacional para demostrar sus aptitudes deportivas. Es posible que nadie se haya dado cuenta de lo que es el deporte. Lo que genera, más allá de la salud física y mental. Más allá de conseguir logros deportivos. Lo que en realidad es el deporte, es una industria. No al nivel que se conoce, con cifras astronómicas, con respecto al fútbol, la fórmula 1, el tenis, el boxeo y otros. Sino al nivel comunitario.

Los agentes deportivos al impulsar un proyecto deportivo, terminando generando oportunidades entrenadores de determinada disciplina. Si se enfoca un poco más en el círculo deportivo, sería considerar a los arrendadores de locales o espacios deportivos; personas que venden productos (agua, sándwiches, helados, etc.) dentro y fuera de los espectáculos deportivos; empresas textiles que fabrican las indumentarias deportivas; importadores de material deportivo; jardineros que le dan mantenimiento a los recintos deportivos; personal de seguridad para eventos de más de cinco mil participantes; al igual que el apoyo de ambulancias o personal de apoyo como bomberos y serenazgo. Son muchos más los actores principales y secundarios del deporte en los distritos. Es de vital importancia darle un espacio para desarrollar la sociedad peruana. Ya se conoce los valores del deporte. Ahora toca masificarlo y que esté al alcance de todos.

En el Programa Líderes y Gestores Comunitarios del Deporte Perú – Chile 2021, gestionado por el Instituto Peruano del Deporte – IPD, hace referencia a la importancia del Deporte y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS. Se menciona, según la Organización de las Naciones Unidas – ONU: “el deporte debería integrarse mejor en el programa de desarrollo, asimismo, es un instrumento viable y práctico para apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible”.

El objetivo número 8 de las ODS, postula el trabajo decente y crecimiento económico. Se considera que, a través del deporte, será posible promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible. Empleo pleno y productivo. Sobre todo, un trabajo decente para todos.

Con el fin de encauzar la Agenda 2030 con el foco de este documento, Ignacio Marqueta, Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, considera puntos a alcanzar a partir de la influencia del deporte:

- El deporte para el desarrollo económico y la creación de empleo.
- Contribución del deporte a sectores como producción, transporte o turismo.
- Acceso inclusivo al deporte para todos.
- El deporte para la educación de calidad y el aprendizaje continuo para todos.
- Capacitación, mejora de la gobernanza y protección de la integridad del deporte.

No será posible alcanzar todo lo mencionado en el corto tiempo, menos aún, que se realice todo a la vez. Sino que será un proceso que partirá desde su planeación hasta ejecución y seguimiento constante. Iniciando con brindar el servicio deportivo de calidad. Considerando al personal idóneo y capacitado (entrenadores y gestores), escuchando las opiniones y sugerencias de sus participantes (familias), y la infraestructura a disposición de ellos (alumnos y profesores).

La creación de una organización socio – deportiva debe ser el horizonte a lograr. Se debe alcanzar objetivos más allá de los económicos y logros deportivos. Parecerá contradictorio, hablar sobre la importancia de los ingresos de dinero, y decir que se debe dejar en segundo plano ese aspecto. En todo caso, se debe visualizar el equilibrio entre lo social y lo económico. Lo más importante, que sea auto – sostenible y a la vez genere rentabilidad, a fin de seguir mejorando los servicios.

Es importante la masificación del deporte. Ya sean entrenadores particulares, equipos, clubes, academias, asociaciones, municipios y todo actor social deportivo. Deben sumarse por seguir apostando por el deporte, pero un deporte para todos. Que llegue a la mayoría de rincones del país. Ese será el gran primer paso, a fin de contribuir con la mejora de la identidad nacional y la economía como país.

Quien suscribe la presente, lleva años en el deporte para menores. Específicamente en el fútbol. Los beneficios a nivel de valores, son increíbles, tanto a nivel personal (alumnos) como para sus familias. El aspecto económico también se desarrolla bien. Poco a poco. Sería exagerar decir que, todo está bien. El trabajo es constante. La suma de disciplinas académicas como la docencia, la comunicación social, la psicología y nutrición, suman muchísimo a la mejora de la calidad de servicio que se quiere ofrecer. El deporte en menores, abre muchas puertas, para profesionales y para los que no lo son.

Es un deber resaltar la etapa que llevó al país a un cambio de visión y mejora de oportunidades a partir de un juego. En el documental, "Piel Peruana", presentado por Marathon Perú, el Gerente Deportivo, Juan Carlos Oblitas, mencionó: "Nunca he visto en los años que tengo en el fútbol, de que la gente salga, con la camiseta de la selección". A partir de ahí, es posible decir que ese fenómeno, que seguramente nunca se vio, en el 2017 en adelante, haya sido tendencia y se esté repitiendo cada que juegue al fútbol, el Perú; en los paraderos, centros de trabajo, universidades, colegios y cada rincón del país, lugares que se pintaron de dos colores: rojo y blanco. Era un placer vestirse y colorearse el cuerpo de los colores que identifican a la patria peruana.

La identidad se había logrado, a partir de un juego, y partir de este último, se lograría el salto a las bondades de la economía. Para el economista, Hugo Ñopo, "la clasificación [al mundial 2018] ha sido un shock en la autoestima de los peruanos, que ha implicado un shock en la economía, y un shock en la posibilidad de ser país". Recalca, "si un país clasifica a un mundial, durante dos trimestres, tiene medio punto más, de crecimiento en el PBI, y eso es muchísimo dinero; es lo que mueve una selección clasificada". Por último, "el fútbol, desata emociones y el ser humano compra sobre la base de emociones; Benito Espinoza, ya lo dijo hace muchos años, la emoción es el motor para múltiples cosas, la emoción importa mucho".

Alejandro Indacochea, presidente de Indacochea Asociados. Profesor fundador de CENTRUM, la escuela de Post Grado en Administración de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú. MBA en Administración de Empresas, ESAN; acerca de la identidad nacional a partir de los resultados deportivos de Perú, menciona: "hemos cambiado la actitud negativa que había en la anterior generación, la autoestima nacional se ha reintegrado". Se ha superado frases como: para que veo si va a perder. La clave de los resultados ha sido el liderazgo, objetivos claros, estrategia y trabajo. Alude, también, "la identidad nacional lo estamos logrando con el fútbol, después con la gastronomía, pero el fútbol nos ha integrado, han sido 40 mil personas cantando Contigo Perú".

Para articular, la posibilidad de lo positivo de la economía con la importancia de la identidad. Se debe conceptuar la identidad. Son características propias de una persona o colectivo. Es su imagen proyectada. Esta es propia y cambiante en el tiempo. Para ser más precisos, según la Real Academia Española – RAE, "es un conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás".

Se ha trazado un punto nuevo de partida, a partir de lo sucedido en el 2017. La identidad nacional se ha vuelto la identidad que se quiere proyectar dentro y fuera del país. La identidad es colectiva. Los peruanos se han unido mucho más, desde aquellos momentos.

Lo sucedido previo, durante y después del mundial, termina trascendiendo en todos los rincones del Perú. Se empieza a comprender que el deporte es un vehículo que logra la unidad y el compañerismo. Se reduce el margen de racismo y discriminación. Los equipos se conforman entre los talentosos y disciplinados, siendo ello las características más importantes para los deportistas. En el fútbol de menores se forman más y nuevas amistades, no solo entre los jugadores, sino también en las familias. Hacen sonidos con instrumentos o la boca, las canciones de los partidos. Se hace comunión nacional inconsciente. Asisten no solo los padres de los alumnos a los juegos del fin de semana, sino también el abuelo, la abuela, y los tíos. El fútbol y no solo el profesional, se vuelve en una expresión del sentimiento nacional.

Claro ejemplo como el de "Cienciano", su simbología se extiende y hace partícipe al peruano de su sociedad, de sus logros, sufrimientos, derrotas y más alegrías. Se deben implementar y llevar a cabo políticas deportivas y culturales. Porque el fútbol es un deporte de cultura e instrumento de autoestima y forjador de identidades. Si se hace desde menores, imagínense la sociedad que se puede ir forjando. Más segura, comprometida y consciente de la importancia de los valores. Para ir eliminando, el "jugamos como nunca, perdimos como siempre" y anteponer el, "sí se pudo".

El impacto de reconocerse dentro de una sociedad, y más con el fútbol, logra que existan personas que apuesten y sigan persistiendo por ofrecer servicios deportivos. Estos generan, sin duda, cambios en la economía local, nacional e internacional. En una familia, si tienen a un menor gustoso del fútbol, le comprarán la mejor indumentaria deportiva (camiseta, short, medias, chimpunes, canilleras, un gorro, y por ahí algún accesorio más). Si el fin de semana, le toca jugar, participará de un evento deportivo. Si se da la ocasión, la familia asistirá al torneo y luego saldrían a comer. Si se hablase de la organización de un campeonato, se podría mencionar que, también tiene efectos a nivel económico. El gestor del evento, el personal que necesita a nivel deportivo y de campo, contratación de árbitros, encargados de la seguridad y venta de entradas, su encargado de comunicaciones y redes sociales, los registradores de resultados o delegados de mesa. Además de la concesión del lugar donde podría ofrecerse alimentos y bebidas. El movimiento económico se da, y gracias a un deporte, el fútbol.

A nivel profesional, solamente hablando del fútbol. Se generan ingresos de las ventas de entradas y servicios por transmisión de partidos. Dentro y fuera del campo, se generan oportunidades de laborar. A nivel de fútbol base, se incentiva y potencia las iniciativas empresariales. Las organizaciones deportivas, comienzan a fomentar valores como el juego limpio, el respeto y la amistad. Se van formando sociedades fuertes, seguras y con iniciativa. Sobre todo, con valores sólidos.

La producción de artículos e indumentaria deportiva (pelotas, conos, platos, camisetas, uniformes completos, etc.), no se da solamente en equipos de primera división. También en equipos amateur y en el deporte base. Asimismo, estas personas, viajan a diferentes ciudades del país, porque suelen participar con otros equipos por un determinado torneo. Generan y empujan actividades como el turismo y el transporte.

Debe ser la discriminación por diferentes índoles, uno de los problemas que nos queda por superar. Pero el fútbol es y ha sido capaz de unir a las personas, bajo un mismo sentimiento, su equipo y el fútbol. Aún falta mucho por hacer. Si bien es cierto, existen los deportes paralímpicos, estos deben de hacer lo posible por replicarse desde edades más tempranas. Una persona que hace deporte, desde donde sea su condición, va generándose confianza en sí mismo, en el transcurso de su práctica.

Se debería seguir el modelo de escuela socio – deportivas, como las que existen en Francia. No solamente se exige la deportividad como tal, sino los récord escolares o académicos. Lo primero siempre serán los estudios. El fútbol, no dejará de ser un juego, nada más.

Son los gobiernos locales y los equipos del deporte base, quienes deben integrarse para proteger el deporte en sí. Se deben de sumar iniciativas y estrategias para masificar el deporte en todos los campos deportivos existentes en las ciudades y sus alrededores. Trabajar en conjunto por políticas enfocadas al desarrollo del deporte para todos.

Bibliografía

- ✚ CENTRUM PUCP. (2018). “El Fútbol Peruano está logrando la Identidad Nacional en el País”. Lima. Recuperado de <https://youtu.be/Cx2OeeRfSRs>
- ✚ El Montonero. (2018). “Fútbol y economía”. Lima. Recuperado de <https://youtu.be/WECXh5anDBE>
- ✚ Marathon Perú. (2018). “Piel Peruana, el documental”. Lima. Recuperado de <https://youtu.be/DRoNvhwMepU>
- ✚ Real Academia Española. (2020). “Identidad”. Madrid. 23° edición. Recuperado de <https://dle.rae.es/identidad?m=form>
- ✚ Marqueta, Ignacio (2021). “Deporte para el desarrollo”. Zaragoza. Recuperado de <http://campus.ipd.gob.pe/>, pp. 13 – 15