



El color rojiblanco inundó las calles y extendió el sentimiento de pertenencia a una comunidad. IGOR MARTÍN

Un chute para el orgullo colectivo

Éxtasis social.
La euforia por el triunfo ante el Mallorca está justificada: «El Athletic forma parte de la educación sentimental vizcaína»

JULIA FERNÁNDEZ



El Athletic sí que es más que un club. Y su victoria en la Copa, 40 años después de la última, la de Dani, Endika, Goiko, Zubi... más que un triunfo deportivo. Por eso la ciudad, y el territorio, están como están a esta horas: exultantes de alegría, borrachos de ilusión, henchidos de felicidad... El penalti de Berenguer que dio la victoria no lo empujaban solo los once jugadores rojiblanco del campo, ni el banquillo, ni la afición que se había trasladado a Sevilla. Lo empujaba toda la sociedad vizcaína. Incluso aquellos que no saben ni quién ocupa el lateral izquierdo en el esquema de Ernesto Valverde.

«El Athletic suscita pasiones que van más allá de la afinidad por unos colores o por el fútbol», explica la socióloga María Silvestre. Los sentimientos que generan sus victorias (y en parte también sus derrotas) no los sienten en exclusiva sus seguidores, sino que «se contagian a una gran mayoría de la pobla-

ción ajena al devenir deportivo del equipo». Por eso hoy es del Athletic hasta el que no distingue un fuera de juego de un penalti. Y no pasa nada. Nadie se lo va a recriminar.

«Toda esta sobredimensión emocional tiene que ver con la época en la que estamos, donde mostrar las emociones está de moda, en contraposición con tiempos pasados. Y también con que se trata de un deporte como el fútbol cuyo contexto invita a ello y legitima esa 'locura transitoria'», sitúa Alberto del Campo Tejedor, profesor de Antropología Social en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla precisamente. En realidad, lo de estas últimas horas es el cénit de un dulce delirio en el que llevamos acunándonos varias semanas. Hay padres que han llevado a la capital hispalense a sus hijos, anteponiendo el viaje a las clases. También profesionales que han decidido gastar vacaciones para poder disfrutar de estos días a fondo. Familias que han hecho un esfuerzo econó-



mico que pagarán no sin esfuerzo en los próximos meses...

Pero es que hasta los dramas de cada uno han pasado a un segundo e incluso tercer plano desde que el Athletic levantara la Copa en La Cartuja. ¿Tan locos estamos? Alejo García-Naveira, coordinador de la sección Psicología del Deporte del Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, tiene una explicación: «Un éxi-

to deportivo como este actúa de catalizador para un estado de éxtasis». Y no hay que olvidarse, además, de que hablamos del deporte rey, el que acumula más seguidores y copa más páginas en periódicos y minutos de radio y televisión. «En términos socioculturales, el fútbol es un reflejo de la identidad local y puede servir como un elemento unificador para la comuni-

dad», acota el psicólogo.

«Esta victoria tiene un efecto claro en la autoestima social y en la cohesión de la sociedad vizcaína», describe su colega Jaione Berraondo, del Colegio Oficial de Psicólogos de Bizkaia. No hay más que ver las calles: «Hace sentir orgullo incluso a los que no comparten los valores de este deporte. Y es bonito», se sincera. Al menos mien-

tras no se caiga en el fanatismo absoluto, en el que los límites y valores universales se disuelven.

El triunfo de unos valores

«El Athletic es un pegamento social», apoya el psiquiatra del IMQ Jon Ander Bilbao. Nietos y abuelos unidos por unos mismos colores, vecinos que comentan el partido en el ascensor, descono-

cidos que se saludan cuando se encuentran en lugares insospechados solo porque llevan la misma camiseta... «Para ser aficionado de este equipo no hay condiciones ni requisitos de origen o ideología. Ser del Athletic es un sentimiento, una identidad, una representación simbólica de una serie de valores», detalla con pausa Silvestre.

Y estos últimos tienen 



C/Euskalduna, 10
5ª Planta

Teléfono:
944 106 286

MEDICINA ESTÉTICA
REJUVENECIMIENTO
LÁSER ESTÉTICO
LIPOESCULTURA
OBESIDAD
CELULITIS
VARICES

BALÓN GÁSTRICO INGERIBLE

Permiten al paciente **perder el peso deseado** de forma sencilla, rápida y haciendo **vida normal**.

Se traga con un poco de agua, **sin endoscopia**.

Se vacía y elimina de forma natural **16 semanas después**.



Dr. Marcos Franco

De Lunes a Viernes de 9 a 20h. **Primera consulta gratuita**. Financiación a tu medida. / www.muguerza-franco.com



El título de Copa del Athletic tiene otra particularidad: es el primero con móviles y selfies. IGOR MARTÍN

que ver con la cultura vasca y el deporte, «pero, sobre todo, con una determinada identidad, que va más allá del sentimiento nacional, es más profundo, más transversal», remarca la socióloga, que también es profesora en la Universidad de Deusto. «El Athletic forma parte de la educación sentimental de los vizcaínos. Es lo que, por ejemplo, lleva a los padres a sacar del colegio a los niños para celebrar la Copa: quieren que vivan esa experiencia, que forme parte del legado que les dejan», remarca Del Campo. «Y el triunfo en la Copa es también el triunfo de una filosofía, de gente local y de dos chavales inmigrantes que se han integrado perfectamente y se han convertido en estrellas», apoya Bilbao.

El jueves será fiesta en Bilbao, más que el día grande de Aste Nagusia. Y es probable que la ciudad se paralice casi al completo para ver la gabarra, un tótem del sentimiento athleticzale. Algunos médicos ya están recibiendo cancelaciones de consultas en cascada para ese día. Ni las muelas del juicio nos van a molestar hasta que no veamos a los jugadores surcar el Nervión en medio de la euforia colectiva.

La responsable es la dopamina, cuenta García-Naveira: «Una victoria como ésta claro que puede provocar la liberación de este neurotransmisor, asociado a la

sensación de placer». Y, como estamos rodeados de otra gente con las mismas sensaciones, «contribuye a reforzar el sentimiento de conexión y pertenencia». «Cuando sentimos euforia, nuestro cerebro y nuestro cuerpo sufre cambios: se activan determinadas zonas del hipotálamo y la amígdala, hay mayor sudoración, el ritmo cardiaco se acelera...», enumera Del Campo. Es algo biológico y animal. Conectamos, al menos por un rato, con nuestros instintos más primarios, enterrados bajo años de domesticación.

«Esta victoria era necesaria y nos da vida», añade el psiquiatra del IMQ. En su consulta ve cómo el día a día y la situación internacional tiñe de pesimismo nuestra mirada. Así que lo ocurrido en Sevilla nos da un chutete de energía muy necesario y con un «gran valor terapéutico». Sobre todo porque las celebraciones no se hacen de manera individual: «Nos juntamos con la cuadrilla, con los amigos, y nos sentimos parte de un todo».

Con este subidón Bizkaia aguantará unos días todavía y se ha logrado algo impensable:

robar el protagonismo a los políticos en plena campaña para las elecciones del 21-A. «No sé si la victoria afectará al voto, a la campaña está claro que sí porque hasta el día de la gabarra podemos darla por ningunea», detalla Silvestre. Falta saber si el 'efecto Athletic' se notará en las urnas dentro de dos domingos: «Es posible que un estado de ánimo optimista y alegre facilite o promueva algo más la participación electoral, pero, como transversal que es la afición del Athletic, el beneficio o el perjuicio será similar para to-

dos los partidos políticos en contienda».

Perspectiva equilibrada

Ahora bien, no debemos olvidar que este «estado de éxtasis es temporal», destacan García-Naveira y Del Campo al unísono. «La euforia se genera de manera más paulatina, pero la caída de la misma es rapidísima», precisa el antropólogo. «Con el tiempo, las emociones vuelven a un estado más neutral. Es importante mantener una perspectiva equilibrada», aconseja el psicólogo.

Acordémonos del Titanic, de cuando Jack Dawson, el personaje de Leonardo DiCaprio, grita a pleno pulmón eso de «soy el rey del mundo». Acababa de embarcar en el transatlántico y tenía toda una aventura por delante... lo que no se imaginaba es la tragedia que iba a vivir. «Debemos reconocer que el deporte es solo una faceta de la vida y que las emociones fluctúan». Solo así evitaremos que la realidad acabe dándonos un sopapo a la vuelta de la esquina. Aunque, como apunta María Silvestre, en la afición del Athletic, «la tristeza se sobrelleva de otro modo» y acaba siempre transformándose «en esperanza cuando aparece un nuevo reto». La sociedad vizcaína es más Ave Fénix que Jack Dawson. «Somos también campeones en la práctica de la resiliencia», concluye Berraondo.

SEIS PUNTOS DE VISTA

Alejo García-Naveira
Psicólogo

«Ganar la Copa es un éxito deportivo de gran calibre y actúa de catalizador para un estado de éxtasis»



María Silvestre
Socióloga

«Ser del Athletic es una representación simbólica de unos valores y un sentimiento profundo y transversal»



Alberto Tejedor
Antropólogo

«Es la confirmación de que el Athletic es diferente y capaz de luchar en un fútbol cada vez más global»



Jon Ander Bilbao
Psiquiatra

«Este triunfo es también el de una filosofía, de gente local y de dos chavales inmigrantes que se han integrado»



Jaione Berraondo
Psicóloga

«Tiene un efecto claro en la autoestima social y en la cohesión de la sociedad. Hace sentir orgullo y es bonito de ver»



Massimo Cermelli
Economista

«El impacto económico de la final será importante, aunque la mayor parte se ha obtenido en las semanas previas»





Una fiesta también para la cartera

Los expertos reconocen que el «80 o 90%» del impacto económico de la final se ha realizado antes del partido

J. F.

La euforia colectiva por la victoria del Athletic en La Cartuja tiene una lectura económica «evidente», confirma Massimo Cermelli, profesor de Economía y Finanzas en la Universidad de Deusto. Sin informes en la mano —«llegarán en unas semanas»— el docente reconoce que el impacto mayoritario de traer la Copa a Bilbao ha tenido lugar antes de que el balón corriera por el césped del estadio sevillano.

«El 80 o 90% de ese impacto corresponde a los viajes, el consumo en restauración, la compra de 'merchandising'... Una parte se habrá quedado en la ciudad andaluza, pero aquí tam-

bién se ha notado. Al final, los autobuses se han fletado aquí, ha habido mucho consumo en bares y restaurantes...», enumera el experto. Vamos, en lo que han sido los preparativos para que Sevilla y Bilbao fueran más rojiblancas que nunca.

Y también tiene una explicación sociológica: «Las expectativas que nos hacemos son a menudo mayores de lo que luego sucede», añade Alberto del Campo, profesor de Antropología. Creemos que vamos a disfrutar de algo mucho más de lo que luego lo hacemos cuando sucede. Es decir, la mayor felicidad la experimentamos en preparar el viaje, sacar las camisetas, colgar las banderas... Por eso, el impacto económico

restante, el de los próximos días, es más pequeño, un 10 o un 20%.

Aunque no hay que minimizarlo. Por un lado, porque «el club supone un 1% del producto interior bruto de Bizkaia». Y por otro, porque para Bilbao la gabarra es más que un desfile por la ría es la Historia con mayúsculas. Y solo así se entiende que los barcos que acompañen a la restaurada barcaza no hayan tenido remilgos en pagar por compartir unos minutos con ella.

Es evidente que los próximos días los vizcaínos seguirán invirtiendo una parte interesante de nuestro presupuesto mensual en esta fiesta, pero no deja de ser «algo puntual». Con el bajón, volveremos por nuestros fueros, que no son precisamente los de una sociedad del derroche y el dispendio. «Aunque seguro que crece el interés de la gente por hacerse socio y el de los niños por jugar a fútbol», concluye la psicóloga Jaione Berroondo.

MUBIL MOBILITY EXPO

17/18 Abril 2024
FICOBA. Basque Country

Forma parte de la revolución de la movilidad

**LA FERIA PROFESIONAL
DE LA INDUSTRIA DE LA
MOVILIDAD SOSTENIBLE
EN EL SUR DE EUROPA**

→ **Inscripción gratuita**
mubilexpo.eus

Impulsa y promueve:

MUBIL

Organizan:

MUBIL

FICOBA

Colaboran:

Gipuzkoako
Foru Aldundia
Diputación Foral
de Gipuzkoa



ETORKIZUNA ORAIN
ES FUTURO



EUSKADI
BASQUE COUNTRY

ENERGIAREN
EUSKAL ERAKUNDEA
ENTE VASCO
DE LA ENERGÍA

