

Let's Hear From You!

Que no se olvidé la reforma de las entradas: Un antiguo aficionado explica por qué la Kyokai debería actuar ahora

por George Colona

En 1957, dos años después de que George Colona se trasladara a Japón, la Asociación de Sumo prometió facilitar el acceso a las mejores entradas como consecuencia de un escándalo por la distribución de las mismas. Cincuenta y cuatro años después, el señor Colona aún está esperando algún signo de cambio.

Soy un americano que ha hecho de Okinawa Japón su casa desde 1955. Casado con una japonesa a la que le gustaba mucho el sumo, sintonizábamos todos los torneos desde 1957. Cuando más tarde llegó la televisión nos quedábamos pegados al sofá viendo y disfrutando de cada torneo. En 1999 empecé a viajar a Fukuoka en los tres últimos días de cada Kyushu Basho. Aquí es donde empezó mi búsqueda para comprar un Box.

Tras llegar en avión el día 12 del torneo, me establecí en un hotel y el día 13 intentaba conseguir un Box para cuatro personas. Cada intento del día 13, 14 y el último dieron como resultado que todo estaba vendido. Esto no me molestó porque yo estaba en el ejército y realizar una compra anticipada no me era posible debido a mi impredecible horario.

En 2003 murió mi mujer. En esa época trabajaba como contratista militar con un horario flexible. Podía pues hacer una llamada (en japonés como se pedía) tan pronto como me era posible tras el inicio de la venta anticipada. Normalmente contactaba entre uno y tres minutos después de

iniciarse las ventas el primer día. Pude hacerlo porque realizaba entre seis y ocho llamadas para contactar en el momento exacto del inicio de las ventas. Esto en una ocasión me permitió conseguir un asiento en la fila 3 este, aunque sin embargo lo mejor que solía conseguir era la fila 6 este. No importaba que lo pidiera, lo rogase o estuviera dispuesto a aceptar este, oeste, norte o sur, no podía conseguir un puesto mejor. Entonces tuve la brillante idea de volar a Fukuoka y ponerme en la taquilla el día antes de la venta anticipada.

Fui la primera persona que acampó frente a la ventanilla de ventas el día anterior de que estas se iniciasen. Fui entrevistado por tres periodistas y justo cuando se abrió la ventanilla le pedí a la vendedora un "Box para cuatro", señalando la zona de asientos del pabellón para recibir, a pesar de ser la primera persona en la cola, la misma respuesta que había recibido desde hace años por teléfono.

"NO DISPONIBLE".

Esto me sorprendió y como estaba frente a ella y era el PRIMERO de la fila le pregunté "¿cómo puede ser?" Yo, los periodistas y un par de clientes detrás de mí esperábamos una respuesta plausible. No se nos dió ninguna y una persona con el tamaño de un rikishi apareció y me dijo bruscamente que escogiera otra o que me fuera. Seleccioné varias hasta que me dieron un Box ¡en la fila 6! Al día siguiente volé de

regreso a Okinawa, habiendo gastado un billete aéreo de ida y vuelta y una noche de hotel para no conseguir nada mejor que lo que había obtenido previamente por teléfono.

Esto sucedió de nuevo en el Torneo de mayo de 2010 en Tokio, con la diferencia de que los billetes de avión son más caros costosos al igual que el hotel, ya que allí había que hacer cola dos días.

No he encontrado ninguna información detallada sobre los asientos / boxes controlados por la Asociación de Sumo y / o las casas de té. Cuando la cancelación del torneo tuvo lugar antes de que se iniciasen las ventas anticipadas, un miembro de la Asociación de Sumo de Osaka fue entrevistado sólo para quejarse de que *las ventas anticipadas* para el Torneo de marzo eran muy pobres. ¿Cómo podía saber acerca de las cifras de las ventas anticipadas antes de la fecha prevista de inicio de las ventas?

Posteriormente en una queja dirigida a la Asociación Japonesa de Sumo, la Asociación de Sumo de Osaka solicitó una indemnización por la pérdida de ingresos por la venta de entradas, alquiler del pabellón, recuerdos, etc. Esta reclamación se solicitaba porque la Asociación de Sumo de Osaka controlaba el 60% de los asientos y su pérdida era excesiva. En ninguna parte de cualquier anuncio, en línea o mientras se asiste a un torneo aparece de forma pública que exista este control. En el dibujo de los

asientos del sitio web de la Asociación Japonesa de Sumo no aparece ningún asiento asignado antes (asientos controlados por las Asociaciones / Casas de té).

Esto me lleva a creer que si hay un grupo en Osaka que controla los asientos de sumo, lo misma tiene que ocurrir en el resto de pabellones. Esto también me hace preguntarme ¿quién tiene el control de estas "Asociaciones?"

Tal vez sean organizaciones legítimas y de confianza sin enlace con el crimen organizado y simplemente fracasan en la prueba de transparencia o quizás soy el único que no está bien informado.

En resumen, creo que el plano de asientos del pabellón de la Asociación de Sumo debe reflejar los asientos que están "reservados / asignados a las Asociaciones {con su nombre} / asignados a las

Casas de té {con su nombre}" e incluir un color llamativo para los de venta al público en general tanto en persona como vía Internet o por teléfono.

Gracias por leer esto. Ya no seré más joven y con 75 años de edad tengo un presupuesto limitado como para obtener un trato justo. ¿Alguna sugerencia?