

CUADERNO DE CIENCIAS SOCIALES 160

fUtopías.

Ensayos sobre fútbol y nación en América Latina

AUTORES:

BERNARDO BORGES BUARQUE DE HOLLANDA

ROGER MAGAZINE

SERGIO VARELA HERNÁNDEZ

MIGUEL ÁNGEL GONZÁLEZ PONCE DE LEÓN

SERGIO VILLENA FIENGO

ARLEI SANDER DAMO

EDITOR:

SERGIO VILLENA FIENGO

CUADERNO DE CIENCIAS SOCIALES 160

fUtopías.

Ensayos sobre fútbol y nación en América Latina

AUTORES:

BERNARDO BORGES BUARQUE DE HOLLANDA

ROGER MAGAZINE

SERGIO VARELA HERNÁNDEZ

MIGUEL ÁNGEL GONZÁLEZ PONCE DE LEÓN

SERGIO VILLENA FIENGO

ARLEI SANDER DAMO

EDITOR:

SERGIO VILLENA FIENGO



FLACSO
COSTA RICA

Sede Académica, Costa Rica.

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)



ESTA PUBLICACIÓN ES POSIBLE GRACIAS AL APOYO INSTITUCIONAL DE LA AGENCIA SUECA DE COOPERACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN (SAREC) DE LA AGENCIA SUECA PARA EL DESARROLLO INSTITUCIONAL (ASDI)

La serie Cuadernos de Ciencias Sociales es una publicación periódica de la Sede Costa Rica de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Su propósito es contribuir al debate informado sobre corrientes y temáticas de interés en las distintas disciplinas de las Ciencias Sociales. Los contenidos y opiniones reflejados en los Cuadernos son los de sus autores y no comprometen en modo alguno a la FLACSO ni a las instituciones patrocinadoras.

ISSN: 1409-3677

© Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

Sede Académica Costa Rica

Apartado: 11747-1000, San José, Costa Rica.

Web: <http://www.flacso.or.cr>

Primera edición: Octubre 2012

Director de FLACSO Costa Rica: Jorge Mora Alfaro.

Director de la Colección: Abelardo Morales Gamboa.

Portada y Producción Editorial: Gráfica Medium S.A.

INDICE

1. Presentación	7
2. El elogio de la improvisación en el fútbol brasileño:	9
Presentación.....	9
1. Modernismo, Música Popular y Mundo Rural	10
2. Fútbol: Fenómeno Urbano y Extranjero	12
3. La invención de las Copas del Mundo: el fútbol como espejo de la nación.....	16
4. Gilberto Freyre, regionalismo nordestino y el “descubrimiento” del fútbol	18
5. Conclusión	22
3. Las opiniones sobre la Selección Mexicana de Fútbol durante la Copa de Mundo de 2010 y el dilema de la construcción de la nación poscolonial.....	27
1. Metodología	31
2. Resultados.....	33
3. Análisis y conclusiones.....	40
4. fUtopías. Los usos nacionalistas del fútbol en Costa Rica	47
1. Los orígenes: café por fútbol.....	48
2. La nacionalización del football	50
3. La apoteosis nacionalista: Italia 90	54
4. El retorno a los grandes escenarios: Corea-Japón 2002	60
5. Conclusiones.....	66
5. Lo económico y lo simbólico en el fútbol mercantilizado.....	71
Una interpretación antropológica	71
1. El campeonato mundial de fútbol como agregado simbólico	74
2. La mano invisible de la FIFA	87
3. Consideraciones finales	101

1. PRESENTACIÓN

En casi todos los países de América Latina, existe una profunda articulación entre nacionalismo y fútbol. Ese vínculo es tan intenso, que el fútbol de selecciones con frecuencia asume las características de una religión laica, cuyo dios tiene forma de balón y su circunferencia circunscribe el territorio nacional; su centro está en el corazón de cada ciudadano-aficionado; su liturgia se celebra en cada fecha mundialista. Su hagiografía consagra a quienes obran un milagro, esto es, la transustanciación del sudor en gol. Para la feligresía, predominantemente masculina, cada gol es una epifanía de la nación, el anuncio de su realización. Por supuesto, cada derrota es un peldaño en el descenso hacia el infierno.

Los ensayos reunidos en este cuaderno orbitan críticamente en torno a *las palabras* que enuncian, en distintos países, con fines diversos, estrategias varias y resultados dispares, la *buena nueva* del nacionalismo que, en el imaginario, se hilvana en torno al fútbol. Bernardo Borges Buarque de Hollanda lo hace siguiendo el rastro del fútbol en el modernismo antropofágico brasileño; Roger Magazine, Sergio Varela y Miguel Ángel González mapean las percepciones de un segmento de la ciudadanía mexicana con respecto a la relación entre fútbol y nación en México; Sergio Villena reconstruye la trama en la que nacionalismo y fútbol se entretejen en los discursos periodísticos, el ensayo filosófico y los discursos políticos costarricenses.

Con la excepción de la contribución de Arlei Damo, cuya exploración antropológica de las dimensiones económicas y simbólicas del fútbol espectáculo hace de *refuerzo* en este improvisado encuentro de fútbol callejero, los trabajos aquí reunidos fueron presentados en el Congreso de LASA (Latin American Studies Association) realizado en la ciudad de San Francisco, en mayo de 2012. El panel respectivo, denominado “El fútbol *soccer* y la celebración, construcción y crítica de la

nación”, fue organizado por Roger Magazine y también incluyó a Carlos A. Aguirre y Brenda J. Elsey, quienes por *cosas del fútbol* quedaron al margen de esta publicación.

Sergio Villena
Editor

2. EL ELOGIO DE LA IMPROVISACIÓN EN EL FÚTBOL BRASILEÑO: MODERNISMO, MÚSICA POPULAR Y BRASILIDAD DEPORTIVA

Bernardo Borges Buarque de Hollanda¹

Presentación

A través del siglo XX, la música popular y el fútbol se volvieron dos grandes íconos de la identidad brasileña. La cristalización de esa imagen del país abarcó el sentido común y hoy posee alcance internacional. Los dos símbolos de la nacionalidad inciden de forma directa en la mayor parte de la población, elevando su autoestima. El prestigio de la música popular y los éxitos recurrentes del fútbol brasileño en las Copas del Mundo actúan como una especie de contrabalanza al descrédito de las instituciones públicas, de los patrones de conducta moral y de las perspectivas de ascensión en la sociedad brasileña.

La forma con la que cada uno de esos dos símbolos fue erigido e incorporado a la idea de la *brasilidad* sucedió de forma peculiar y en momentos distintos. En el ámbito del modernismo, aunque en algunas ocasiones ellos se toquen y se entrecrucen, la música y el fútbol fueron concebidos inicialmente de manera opuesta.

1 Profesor adjunto de la Escuela Superior de Ciencias Sociales (Fundação Getúlio Vargas/Río de Janeiro) y Profesor investigador del Centro de Investigación y Documentación en Historia Contemporánea de Brasil (CPDOC). Doctor en Historia Social de Cultura (PUC-Rio/2008). Autor de *O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro* (El Club como Voluntad y Representación: el periodismo deportivo y la formación de las hinchadas organizadas de fútbol de Río de Janeiro): 7 Letras, 2010. Este trabajo presenta una versión condensada de argumentos expuestos en el primer capítulo del libro *O descobrimento do futebol: modernismo, regionalismo e paixão esportiva em José Lins do Rego* (El descubrimiento del fútbol: modernismo, regionalismo y pasión deportiva en José Lins do Rego.) Río de Janeiro: Edições Biblioteca Nacional, 2004, publicado también como artículo en portugués y en inglés.

Esta presentación busca reconstituir la trayectoria de cada uno de esos fenómenos culturales. Primero, se recalcan las distancias entre la música y los deportes, siguiendo la óptica de los autores ligados a la Semana de Arte Moderno, en especial al grupo ligado a la visión del manifiesto de la Poesía Pau-Brasil (1924), cuando el polo de la tradición se une al de la modernidad de los vanguardistas del '22. Enseguida, se describe la aceptación de los modernistas de São Paulo al fenómeno futbolístico en los años 20, visto como algo cotidiano, ligado a la vida moderna del ambiente urbano.

Durante los años 1930, con la creación del torneo mundial de fútbol, la escala deportiva pasa por la identidad nacional. La nacionalidad asociada al deporte llega a su clímax en la Copa de 1938, cuando la Selección Brasileña se presenta al mundo como un equipo heterogéneo desde el punto de vista social y étnico, capaz de mezclar jugadores de origen negro y blanco. En la década siguiente, el fútbol es por fin incorporado al discurso de la *brasilidad*, gracias a Gilberto Freyre y a algunos autores regionalistas radicados en Río de Janeiro. Estos identifican en la técnica musical y corporal del jugador negro la raíz de la legitimidad del fútbol en los ámbitos cultural y folclórico.

1. Modernismo, Música Popular y Mundo Rural

El interés de los artistas y escritores por la música y por sus manifestaciones folclóricas se remonta al romanticismo ochentista y, especialmente, al último cuarto del siglo XIX. La figura de Silvio Romero, que puede ser considerada emblemática entre la generación de 1870, busca salvaguardar las poesías populares, los cuentos tradicionales y la literatura oral dispersa en las regiones más recónditas del país. De manera similar a lo que sucedía en Europa, como muestra el historiador inglés Peter Burke en *La cultura popular en la Edad Moderna*, la recolección del repertorio musical le incumbía al hombre letrado en esa época. La preservación del material folclórico, visto como *pieza de antigüedad*, según el sociólogo Renato Ortiz, hacía parte de un ideal de rescate de los bienes culturales que mantenían intactos los trazos de la nacionalidad.

En las primeras décadas del siglo XX, la actividad misionera alrededor de la música continúa en vigor, aunque a partir de nuevos personajes y en diferentes contextos. Ya, Graça Aranha, en su ensayo *Espírito moderno (Espíritu moderno)*, señala la música popular como el elemento unificador del carácter nacional brasileño. La influencia del romanticismo alemán motivaba que el autor de *Canaã (Canaan)* se

inclinara hacia la idea de la existencia del alma del pueblo. La singularidad de cada nación sería encontrada en una manifestación cultural específica, que reuniría los diversos aspectos de la tradición popular. En el caso brasileño, GraçaAranha percibía la música como una expresión genuina y la legítima representante de la nacionalidad.

En las décadas de 1920 y 1930, el modernismo se revelaría con entusiasmo redoblado por el folclore y por la música popular. Mário de Andrade, Renato Almeida y Heitor Villa-Lobos, entre otros, actualizaban el nacionalismo romántico de investigación y conservación del material rítmico, melódico y poético de la música brasileña. El proyecto de rastreo de las canciones anónimas dispersas en el interior del país tenía una tendencia no solo de incursión etnográfica sino de alcance étnico. En los viajes hechos por esos intelectuales, sea a Mato Grosso, a Amazonia o a las pequeñas ciudades del Nordeste, se destacaba el interés por las manifestaciones indígenas y negras. Hasta entonces rechazadas o consideradas residuales frente a la civilización europea, las tradiciones indígenas y africanas pasan a ser valorizadas, en la medida en que sus contribuciones culturales serían pilares fundamentales en la afirmación de la identidad nacional.

La atención de los escritores modernistas en las décadas de 1920 y 1930 no estaría solo volcada a las regiones rurales o a los rincones ignotos del vasto interior del país. El área urbana con sus grandes contingentes de población negra, con su suburbio de facciones aún rurales y con sus barrios que vivían al margen de los centros de modernización excluyente, también era objeto de interés. São Paulo, Recife y Río de Janeiro representaban los principales polos urbanos de atracción del modernismo. En relación con la ciudad de Río de Janeiro, el antropólogo Hermano Viana narró un encuentro ocurrido en 1926 entre Gilberto Freyre, Sérgio Buarque y Prudente de Moraes Neto con Pixinguinha, Donga y Patrício Teixeira, entre otros. Ese encuentro nocturno en un tradicional bar carioca sería un marco de la conexión entre los intelectuales modernistas eruditos, oriundos de la elite, y los compositores negros populares, provenientes de las camadas urbanas subalternas. Así como el autor de *O misterio do samba (El misterio de la samba)*, el investigador André Gardel estudió de forma puntual la relación entre Manuel Bandeira y Sinhô. En su *humilde cotidiano* en Lapa y en Santa Teresa, el poeta pernambucano expresó en crónicas su admiración por el sambista de origen popular.

Otro ejemplo sería el notorio interés de Villa-Lobos por los *choros*, por los *cordões* y por las cantigas tradicionales escuchados en las noches bohemias de Río de

Janeiro y transfiguradas más tarde en música clásica *a la* Bach, Debussy y Stravinsky. Además de formar el *bloco* de carnaval *Sodade do cordão*, Villa-Lobos, asiduo frecuentador de la Mangueira, presentaría el maestro Leopold Stokowski, de visita a Brasil a comienzos de la década de 1940, a sambistas populares como Cartola, Zé da Zilda y Zé Espinguela, entre otros.

El intento de integración y de fijación de esos elementos considerados propios de la brasilidad con la llamada cultura nacional, va a orientar las actuaciones de intelectuales como Mário de Andrade y Villa-Lobos después de la década de 1920, ya bajo la égida de la Revolución de 1930. La vía política e institucional, mediada principalmente por Gustavo Capanema y Rodrigo Melo Franco de Andrade, dentro del Ministerio de Educación o del Servicio del Patrimonio Artístico Nacional, sería el lugar privilegiado para la edificación del lugar del arte popular en la cultura nacional y para su apropiación en el centro de la ideología del Estado durante la Era Vargas, tal como fue estudiada por Sérgio Miceli. En su libro, el sociólogo paulista consagró la idea de cooptación de los artistas modernistas al régimen del *Estado Novo* y analizó a los intelectuales brasileños bajo las teorías de Pierre Bourdieu, teorías que a su vez Antônio Cândido menciona en el propio prefacio del libro de Miceli, por los esquemas generalizantes que dirigen este abordaje.

Así, a pesar de la influencia de la industria fonográfica y de los medios de comunicación propios de la cultura de masas, como la radio, que absorbían gran parte de la producción de esos compositores en los años 1930 y 1940, la música popular constituiría otro de los elementos articulados por los modernistas a la *retórica de la pérdida*, de la que trata el antropólogo Reginaldo Gonçalves sobre los discursos acerca del patrimonio cultural en Brasil.

2. Fútbol: Fenómeno Urbano y Extranjero

El fútbol hizo un recorrido muy diferente y fue recibido de modo diametralmente opuesto por los intelectuales modernistas en la década de la Semana de Arte Moderno. Si la música popular y el folclore pertenecían a la perspectiva de salvación del proyecto del modernismo, el fenómeno futbolístico en el Brasil de los años 1920 pasaba lejos de las preocupaciones misioneras de esos escritores. La fuerte presencia de los deportes en la vida social brasileña llegaba a tal punto que Mário de Andrade, en *Macunaíma* (1928), obra prima del modernismo, representaba de una manera ficcional el fútbol como una de las tres plagas que asolaban el país. Al lado de las plagas del café, el

fútbol, inventado con rabia por Macunaíma, era una peste que infestaba las ciudades y que se propagaba por los campos de Brasil.

No es de sorprender que, en su rapsodia literaria, el perezoso héroe de Mário de Andrade tuviera aversión a la práctica de deportes. La introducción del *football* en Brasil, ocurrida a finales del siglo XIX y el comienzo del XX, se daba por intermedio de jóvenes atletas, descendientes de inmigrantes europeos o hijos de las élites acaudaladas brasileñas, que se reunían en los requintados clubes de las grandes ciudades. Esos nuevos personajes del escenario del país, casi en su totalidad estudiantes de derecho y de medicina, ligados por consiguiente al *ethos* positivista de la ciencia, traían no solo las últimas novedades de Europa pero, sobre todo, una mentalidad distinta que preconizaba la importancia del adiestramiento, la disciplina y el culto al cuerpo.

Según el historiador Nicolau Sevcenko, en su obra sobre la irradiante capital de la República en el inicio del siglo XX, las transformaciones tecnológicas y científicas por las que pasaba el capitalismo europeo desde 1870, tenían efecto en todos los niveles de representación de la sociedad y alcanzaban al Brasil del inicio del siglo XX. La industrialización y la urbanización traían profundos cambios en el ritmo de vida de la ciudad. La formación de contingentes operarios, la ampliación de las corrientes migratorias europeas y el aumento del flujo demográfico hacían que la propia arquitectura de las ciudades fuera planeada de forma que funcionara como un organismo humano. La mecanización y la velocidad eran los imperativos de los tiempos modernos.

El menosprecio o el repudio de los escritores modernistas en relación con el fútbol ocurría de acuerdo con los cambios que venían junto a esa modernidad. El fútbol, subproducto de importación, provenía de una matriz europea trasplantada por una elite anglófona y francófona, ávida de novedades y exotismos. Bajo la insignia del nativismo, del primitivismo y del nacionalismo modernista, el fútbol constituía un fenómeno más típico de la dependencia cultural brasileña y se situaba en el mismo proceso de formación homogénea de una sociedad urbano-industrial. La importación del fútbol representaba la adopción de un artículo más de lujo, con su lenguaje integralmente en inglés y su vestuario británico desconocido.

Admirado por las élites de Río de Janeiro y de São Paulo, el fútbol amateur de los años 1920 proporcionaba un cierto ocio aristocrático de gozo del tiempo y de entretenimiento, tanto para los espectadores como para los que lo practicaban. Para

la burguesía carioca y paulistana, la práctica deportiva traía de forma subyacente los valores positivos de la competición, la iniciativa, la igualdad de derechos y perfeccionamiento individual.

En ese sentido, es posible entender el hecho de que el fútbol no haya despertado el interés más estricto del modernismo en los años 1920. Sin embargo, se puede encontrar aquí o allí, en un poema o un cuento, indicios de su presencia que a cada año se vuelve más fuerte. Mário de Andrade, siempre atento a los hechos del cotidiano, ya en su *Paulicéia desvairada* (1922) se refiere a un domingo en el que el fútbol moviliza a la ciudad:

“¿Quién juega hoy?... *El Paulistano*
 ¡Para el Jardín América de las rosas y de las
 patadas!
 ¡Friedenreich metió un gol! ¡Córner! ¡Qué árbitro!
 ¿Que si me gusta Bianco? Me encanta. Cuál Bartó...
 ¡Mi tocayo maravilloso!...
 – Futilidad, civilización...”²

A pesar de existir en el día a día del habitante de São Paulo, el fútbol para Mário de Andrade significaba aún más una moda fútil entre las innúmeras que llegaban de la realidad europea. El poeta-cronista capta con sensibilidad el entusiasmo de los que corren para ver un partido, pero no deja de realzar el marco elitista del deporte, contaminado con expresiones extranjeras, y practicado con violencia en un club tradicional de la ciudad.

La referencia a Arthur Friedenreich es significativa, pues se trata del primer ídolo nacional del fútbol brasileño en los años 1910 y 1920, que era descendiente, de manera sugestiva, de un inmigrante alemán y de una lavandera negra. Como indica Nicolau Sevckenko, Arthur Friedenreich y Edu Chaves, siendo este un país de aviación, eran los dos grandes ídolos deportivos de la ciudad de São Paulo. Friedenreich, conocido como *El Tigre*, sería blanco de interés de otro escritor modernista, Menotti del Picchia. El autor de *Juca mulato* escribió el guion de la película *Campeão de futebol* (*Campeón de fútbol*), en el que hace un homenaje al crack de la época, al lado de Feitiço, entre otros jugadores.

2 ANDRADE, M. de. *De Paulicéia desvairada a Café* (Poesías completas). Círculo do Livro: São Paulo, s.d., p. 47.

El fútbol tampoco pasaría incólume a la pluma de Oswald de Andrade. En las peripecias de sus *Memórias Sentimentais de João Miramar* (1924), Oswald de Andrade inserta el poema *Bungalow das rosas e dos pontapés* (*Búngalo de las rosas y de las patadas*), que se parecen a los versos anteriores de Mário de Andrade:

“Tranvías goles
Aleguais
Noctámbulos de matches campeones
Y polvo
Con vesperales
Desenvueltas tennis girls
En el Paulistano
Paso doble.”³

Oswald de Andrade registra con sus versos libres, en forma de fotografías instantáneas, la misma presencia del fútbol en la ciudad moderna de São Paulo. Al lado de los tranvías, elemento simbólico del progreso, los goles se integran en ese nuevo tiempo de agitación y frenesí que contagia a las grandes metrópolis. El fútbol figura así como un aspecto del cosmopolitismo que ajusta la vida paulistana a los nuevos espectáculos de las ciudades europeas. Unos años más tarde, en artículo escrito para el *Estado de São Paulo*, Oswald de Andrade volvería a referirse al fútbol, pero ahora como un fenómeno de la modernidad de fundamento religioso, al lado de los festivales de cine y de la política.

En 1927, Antonio de Alcântara Machado publica *Corinthians (2) VS Palestra (1)*. En ese cuento, el fútbol no aparece de la misma manera que en el de Mário de Andrade y Oswald de Andrade. No es solo un motivo temático más que se impone por su introducción en el cotidiano de la ciudad. El juego ocupa el centro de la historia y su lenguaje se filtra en la estructura del texto. Alcântara Machado narra el partido capturando los movimientos, las inflexiones y matices de un partido de fútbol. El escritor paulista se refiere a la oralidad propia del juego, las interjecciones características de los espectadores, las circunvoluciones y los desplazamientos de los jugadores con el balón. Con esta creativa crónica en forma de cuento, el autor realiza, a partir del fútbol, las experiencias lingüísticas que tanto les gustaba a los modernistas de la década de 1920.

3 ANDRADE, O. de. *Memórias sentimentais de João Miramar*. Globo: São Paulo, 1991, p. 88.

3. La invención de las Copas del Mundo: el fútbol como espejo de la nación

La década de 1930 inaugura una nueva etapa en la historia del fútbol y, por consiguiente, en su relación con los modernistas, movimiento que se encuentra ya en su segunda fase. Si en la década anterior el fútbol es apreciado como fenómeno del cotidiano urbano y como medio de experimentación artística, en los años 1930 la cuestión de la representatividad nacional pasa a ser el eje de la preocupación de los modernistas. Eso se verifica también porque en aquella década los campeonatos de fútbol pasan a tener dimensión intercontinental y son organizadas las tres primeras copas del mundo: en 1930, en Uruguay; en 1934, en Italia; y en 1938, en Francia. Esta última, primera en ser transmitida por radio, mostraba también la importancia de la radiodifusión para el proceso de popularización del fútbol en el país, en una escala nacional cada vez más grande.

Esos torneos se suman a los campeonatos sudamericanos, a los partidos contra los uruguayos, argentinos, chilenos, en disputas anuales tituladas Copa Río Branco, Copa Roca y Copa O'Higgins, respectivamente. Tales juegos son cruciales en la formulación de la cuestión de identidad, en la medida en que introducen la discusión sobre imagen del país en el exterior y refuerzan la idea de unidad nacional por intermedio de los deportes. Los modernistas, a lo largo de la década, no se mostraban indefensos a las repercusiones de ese debate en la vida social brasileña.

Las participaciones modestas de Brasil en las Copas del Mundo de 1930 y 1934, traen a la luz la discusión sobre la composición de la selección brasileña, formada entonces hegemonícamente por jugadores blancos. La experiencia victoriosa de un equipo con atletas blancos, negros o mestizos en la Copa Río Branco de 1932, cuando Brasil les gana a los uruguayos, campeones del mundo dos años antes, contribuye a aumentar la presión por el profesionalismo. Después de 1933, con la profesionalización del fútbol y el ingreso oficial de jugadores negros y mulatos, el deporte *amateur* de elite tiene que acceder a la nueva realidad deportiva. El buen desempeño de los jugadores de origen negro abre una brecha para la asociación entre identidad deportiva y el diferencial étnico de constitución del pueblo brasileño.

La originalidad étnica vista en el fútbol alcanza su punto máximo en la década de 1930, durante la realización de la Copa del Mundo de 1938, en Francia. A pesar de que Brasil no hubiese ganado, y quedase en tercer lugar, la actuación de Leônidas da Silva y de Domingos da Guia estrecha el sentimiento deportivo de pertenecer y de

identificación a la patria. Oswald de Andrade, lejos de ser fanático de los deportes, a pesar de haber practicado el fútbol, natación y box en su juventud, registró los éxitos futbolísticos del país en el exterior en su telegráfico poema *E a Europa curvou-se ante o Brasil (E Europa se inclinó ante Brasil)*. En él, según declaraciones del crítico teatral Décio de Almeida Prado, el autor se refiere a la excursión del club amateur de São Paulo, el Paulistano, al continente europeo en 1925, que contó con la participación de Arthur Friedenreich:

“7 a 2

3 a 1

La injusticia de Cette

4 a 0

2 a 1

2 a 0

3 a 1

Y media docena en la cabeza de los portugueses.”⁴

La imagen suscitada por la poesía sugiere una Europa, y los portugueses en especial, postrada ante la hazaña de los brasileños. Por el fútbol, Brasil tendría el sortilegio de cambiar la tradicional relación de dependencia frente a las potencias del Viejo Mundo. Los modernistas descubrían un medio en el que la congénita idea de inferioridad del brasileño podía ser superada. Mário de Andrade, en crónica de 1939, titulada *Brasil-Argentina*, también acentúa esa transformación verificada alrededor del fútbol. Su proceso de apropiación por la identidad de la nación llega a adquirir un carácter antropofágico en el siguiente pasaje:

“Decenas de tribus diferentes organizándose, integrándose, recibiendo mil y una influencias extrañas, pero aceptando de los otros solo lo que era asimilable e inmediatamente conformando el elemento importado en fibra nacional.”⁵

Las sensaciones descritas por Mário de Andrade a lo largo de su crónica se mostraban fluidas, siendo capaces de transferirse en un instante de la selección

4 ANDRADE, O. de. “Postes da Light”. In: *Poesias reunidas*. Difel: São Paulo, 1966, p. 114.

5 ANDRADE, M. de. “Brasil-Argentina”. In: *Os filhos da Candinha*. Martins: São Paulo, p. 1963, p. 81.

brasileña a la selección argentina y hasta a la griega. Lo que se nota de sus divagaciones sobre el juego era la capacidad del fútbol de encarnar las representaciones colectivas alrededor de la nación, depurándola del “elemento importado”. La visión de Mário de Andrade sobre el fútbol incorporaba también la antropofagia concebida por Oswald de Andrade, donde se afirmaba la capacidad brasileña de deglución, así como de asimilación de las influencias extranjeras y de su transformación en expresiones nacionales. De esa manera, las interpretaciones modernistas ganaban contornos propios, que veían también en el fútbol una forma de llegar a sus concepciones sobre brasilidad.

4. Gilberto Freyre, regionalismo nordestino y el “descubrimiento” del fútbol

La década de 1940 puede ser considerada esencial para la fijación de los escritores modernistas en lo que concierne a sus representaciones sobre el carácter del fútbol brasileño. En este periodo entran en el escenario los regionalistas oriundos del Nordeste, como el sociólogo Gilberto Freyre, el novelista José Lins do Rego, la novelista Rachel de Queiroz, el poeta Jorge de Lima y el crítico Olívio Montenegro, la mayoría ya radicados en Río de Janeiro y reunidos alrededor de la librería José Olympo. Las observaciones sobre la Copa del Mundo de 1938 proporcionaban al autor de *Casa-Grande & senzala (Casa Grande y Senzala)* la identificación de un estilo propio brasileño de jugarse al fútbol. Las anotaciones de Gilberto Freyre en este libro serían más tarde perfeccionadas en su prefacio al clásico libro de Mário Filho, *O negro no futebol brasileiro (El negro en el fútbol brasileño, 1947)*. La visión de Gilberto Freyre sobre el fútbol sería desarrollada décadas más tarde por algunos autores. Entre los que se inspiran en una perspectiva del fútbol parecida a la de Gilberto Freyre, están el jurista paraibano João Lyra Filho; el ensayista pernambucano Pessoa de Moraes y el antropólogo carioca Roberto Da Matta. Al amoldar el deporte británico a la manera típica de jugar del mulato, el brasileño privilegió la calidad individual en detrimento de la organización colectiva. La diferencia basada en la habilidad y en la sorpresa sería la clave gilbertiana para la explicación del éxito de Brasil en los partidos internacionales.

Gilberto Freyre y José Lins do Rego serían los dos grandes nombres de la intelectualidad de ese periodo que destacaron el tema del fútbol en la cultura brasileña. Para eso, los regionalistas nordestinos se valieron de la lectura capital de la obra del periodista Mário Filho. Este –promotor, militante e ideólogo de los deportes en

Brasil— publica regularmente sus libros y a lo largo de la década de 1940: *Copa Rio Branco* 32 (1943), *Histórias do Flamengo* (1945), *O negro no futebol brasileiro* (1947) y *Romance do football* (1949). En ellos, el periodista siente la ambición de encontrar la historia del fútbol brasileño, enganchando sus recuerdos personales a una investigación innovadora, basada en fuentes orales, con viejos jugadores.

La ambivalencia entre la literatura oral y la historia, entre lo ficcional y lo factual, entre el mito y la ciencia, le costó una serie de críticas por parte de científicos sociales en años recientes. Según el investigador Antônio J. Soares, Mário Filho produjo una visión endulzada de la trayectoria del fútbol en Brasil, en un tipo de narrativa que se asemeja a la forma del cuento folclórico disecado por Vladimir Propp y que, podríamos decir, remite a la imagen del narrador tradicional y del contador de historias sugerido por Walter Benjamin.

Sin embargo, el punto que nos interesa desarrollar aquí es el de que la obra de Mário Filho, en la década de 1940, instiga las interpretaciones modernistas a la identificación de una brasilidad en el universo futbolístico. En su alentada apreciación crítica en la novela que recién acababa de lanzar, *O romance do football* (La novela del football), José Lins do Rego se dedica casi exclusivamente a destacar los dotes de narrador y las cualidades estilísticas —con matices de técnica cinematográfica— del periodista pernambucano. Mário Filho era tanto un narrador tradicional, por el contenido, cuanto un narrador moderno, por la forma, que sobrepasaba los límites del realismo y del naturalismo y aproximaba el lenguaje de la literatura al lenguaje del cine, como hacían desde la década de 1930 algunos de los mejores novelistas norteamericanos como John dos Passos, Ernest Hemingway y John Steinbeck:

“Otro libro de Mário Filho que tomó para sustancia y contenido humano el football. Es el que le arrancó de esa práctica deportiva su particularidad más novelesca. Mário Filho es un hombre que tiene el don de la narración, de contar lo que sabe y lo que imagina, como el río que corre hacia el mar. Los hechos, los incidentes, los choques, las alegrías y los dolores de sus personajes se presentan al lector como un cuento o historia de Trancoso, en el más sencillo y más patético narrar. Si fuese necesario exagerar en los colores, para que la figura surja más pintoresca, el escritor Mário Filho no recurre a los retratos naturalistas, donde hasta los botones del saco están perfectamente cosidos. No. El escritor adopta la técnica cinematográfica de

la cámara, y nos pone en contacto con sus personajes, en el movimiento de la vida. En este sentido, la historia de Jaguaré es una obra prima. El héroe burlesco, el payaso de las exhibiciones, de sensibilidad y acrobacia, el hombre que jugaba con los nervios de las multitudes, que hiciera del football una originalidad de circo, corre en la película de Mário, desde los días de pillería, con el gorro de marinero de lado y la camisa por fuera del pantalón, hasta los gloriosos días de Francia o de las victorias espectaculares de Vasco, a la muerte a palazos, como si fuera un perro condenado, en una ciudad del interior de São Paulo.”⁶

En ese sentido, los prefacios de José Lins do Rego y de Gilberto Freyre sirven como sello intelectual de las obras de Mário Filho. El novelista paraibano y el sociólogo pernambucano respaldan las cualidades literarias del periodista, al mismo tiempo en que se empapan de los aspectos considerados más importantes de ese intento serial de escribir una historia casi novelística del fútbol brasileño. Basado en Mário Filho, José Lins do Rego y Gilberto Freyre veían dos fenómenos originales surgidos en el seno del fútbol brasileño: la vigencia del legado étnico negro y la incorporación de la música en la forma de jugar el fútbol.

Ante la rigidez corporal del europeo, el negro brasileño había introducido el meneo del cuerpo. Este, a su vez, no sería una creación del fútbol. La agilidad física venía directamente de las manifestaciones de la música popular y del folclore, ya sea de los quiebres de cadera originarios del carnaval, los pasos sinuosos provenientes de la samba, o del ritmo para esquivar traído de la capoeira. Consecuentemente, la legitimidad del fútbol en la cultura brasileña se amparaba en un elemento ya consolidado en la imagen de la identidad nacional. La música le otorgaba al fútbol lo que los intelectuales modernistas habían detectado en los años 1920: los criterios y las fuentes de la brasilidad.

La conexión entre música y deportes, sin embargo, no estaba separada y restringida a Brasil. Semejante proceso se verificaba también en varios países de América Latina. El antropólogo argentino Eduardo P. Archetti, en su reciente libro, muestra que un proceso análogo de nacionalización de los deportes extranjeros por identificación de la vía musical también se dio en países latinoamericanos. En Cuba, el béisbol, trasladado de los Estados Unidos, fue incorporado al discurso de nacionalidad

6 REGO, J. L. do. “Romance do football”. In: *Jornal dos Sports*. Rio, 07 de janeiro de 1950, p. 5.

y adecuado a la música típica cubana: la salsa. En Argentina, la identidad nacional junto al fútbol sucedió por su asociación con el tango.

Pero, Gilberto Freyre, en una de sus conferencias proferidas en los Estados Unidos en 1944, reunidas en un libro bajo el título de *Interpretação do Brasil* (Interpretación de Brasil), buscaba respaldar su tesis sobre la similitud entre la forma de bailar y la forma de jugar fútbol brasileño en el ámbito no solo nacional, sino también como en el latinoamericano, recurriendo a escritores extranjeros:

*“Después que publiqué mis primeras notas sobre esos dos asuntos –las maneras regionales de bailar y de jugar fútbol, el fútbol aún como un baile que tenía algo de africano– leí la excelente página de Waldo Frank en el que él piensa que el tango es un “baile-música-escultural”; y al mismo tiempo dice que, observando un grupo de brasileños jugando fútbol, notó que jugaban buscando llevar el balón para el gol como si ejecutasen “la línea melódica de una samba”. Reproduce casi la misma observación hecha por mí en un artículo escrito en 1938, que estoy seguro nunca fue leído por Waldo Frank, así como otro que publiqué en 1940 sobre las diversas maneras de bailar de los brasileños de las varias áreas –de Bahía al área misionera de Río Grande– los bailes de Carnaval.”*⁷

Como parte de un proceso más amplio que sucedía en varios países, es posible notar de qué manera el fútbol se aclimataba en Brasil a partir del discurso intelectual y de su representante principal ya consolidado en la música brasileña: lasamba. En ese sentido, antes de la formulación de los regionalistas nordestinos sobre la brasilidad deportiva, Mário de Andrade, en la mencionada crónica de 1939, escrita en Río de Janeiro, ya abordaba el fútbol a la luz de las imágenes musicales. Mário de Andrade mencionaba la elasticidad, las zancadillas sutiles, la manera sambística de engañar, las vueltas rapidísimas y el admirable baile del fútbol, invocando a la figura de Dionisio, dios griego de la embriaguez, tal como lo haría Gilberto Freyre después.

Tales visiones encontraban resonancia en los propios jugadores. En una declaración de Domingos da Guia, que llega a referirse a la tradicional idea de pillería, las relaciones entre el fútbol y la música son así establecidas: “Mi hermano más viejo me decía: pillo es el gato, que siempre cae de pie... ¿tú no eres bueno para

7 FREYRE, G. *Interpretação do Brasil*. Companhia das Letras: São Paulo, 2001, p. 184.

bailar? Yo era bueno de verdad, y eso me ayudó en el campo...tenía mucho ritmo... sabes que me acordaba de ellos...el tal del esquivo corto lo inventé yo imitando a miudinho, aquel tipo de samba”.

5. Conclusión

Como se mencionó al principio de esta presentación, el antropólogo Hermano Viana tuvo como punto de partida en su nuevo libro *O mistério do samba* (El misterio de la samba) un encuentro nocturno entre intelectuales y compositores populares, ocurrido en la década de 1920. Esta reunión aproximó a los escritores que venían del modernismo a los más expresivos sambistas de Río de Janeiro de la época. Tal acontecimiento representaría un marco de la aproximación idealizada entre las elites eruditas letradas y los compositores populares negros, egresados de las camadas urbanas subalternas.

De manera análoga, el principal objetivo de este trabajo fue apuntar una conexión, que suele pasar desapercibida entre intelectuales regionalistas nordestinos, como Gilberto Freyre y José Lins do Rego, contemporáneos del movimiento modernista, con jugadores de fútbol de origen negro, como Leônidas da Silva, Domingos da Guia y Fausto dos Santos. Si en el caso de Freyre esta aproximación se restringió al ámbito del registro escrito –con referencias a la temática deportiva y a la supuesta ascensión del “mulato” a través de los deportes en varios de sus libros, de *Sobrados e mocambos* (1936) a *Ordem e progresso* (1958)– en Lins do Rego ese contacto fue establecido directamente con jugadores oriundos de las clases populares.

La proximidad del autor de *Menino do engenho* (Niño de la plantación) con Mário Filho, en este sentido, fue extremadamente fecunda. Esta proximidad le permitió a José Lins la vivencia en los estadios, en cafés (la Confeitaria Colombo) y en crónicas diarias en el *Jornal dos Sports*. En ellas era posible una comunicación más directa con el hincha, que en las décadas de 1940 y 50 era considerado una metonimia de lo que se llamaba de una manera genérica “el pueblo”, o una simple metáfora de la vida del hombre común brasileño.

Nuestra presentación quiso mostrar estos “encuentros” a la luz de las cuestiones centrales del modernismo brasileño. A través de pasajes de las obras de sus epígonos, se buscó demostrar hasta qué punto, a pesar de ser un fenómeno deportivo urbano, propagado por los medios de comunicación típicos de la cultura de masa de las décadas de 1930 y 1940, como la radio y los periódicos, el fútbol también ocupaba el terreno

de la cultura popular. Según los lentes modernistas, esta pasaba por un filtro que le atribuía a la herencia negra y amerindia una preponderancia y un diferencial positivo en el reconocimiento de lo que era auténtico en el ámbito cultural.

Si hasta principios de la década de 1920 el fútbol sufría la resistencia de artistas y hombres de letras, que veían en él una manifestación urbana de origen inglés y, por lo tanto, extranjera o auténtica, la disputa de las Copas del Mundo, la Selección Brasileña poco a poco va a galvanizar las vicisitudes de la identidad nacional. Un equipo de fútbol pasa poco a poco a condensar los elementos expresivos de la nación y del pueblo brasileños, ocupando un destacado papel en la identificación del Estado en el exterior.

Así, materializados en historias anecdóticas en el libro de Mário Filho, *O negro no futebol brasileiro* (*El negro en el fútbol brasileño*, 1947), estilizados en el prefacio de Gilberto Freyre, tales encuentros combinaban el imaginario futbolístico con aspectos apreciados en el ideal modernista post 1930. La construcción de símbolos nacionales se hacía posible a partir de la música popular y del folclore. En ese momento, a través de la consolidación intelectual de una brasilidad deportiva, el fútbol también permitía tal *constructo*. Este era ahora viabilizado por la creación de expresiones asociadas al mestizaje y a la creatividad artística, típicas del nacionalismo cultural que entonces imperaba.

Bibliografia

Andrade, Mário de (2001), *Macunaíma, o herói sem nenhum caráter*. Belo Horizonte/Río de Janeiro: Garnier.

_____ (s/f), *De Paulicéia desvairada a Café (Poesias completas)*. São Paulo: Círculo do Livro.

_____ (1963), *O baile das quatro artes*. São Paulo: Martins.

_____ (1963), “Brasil-Argentina”. En: *Os filhos da Candinha*. São Paulo: Martin.

Andrade, Oswald de (1991), *Pau-Brasil*. Prefácio de Paulo Prado. São Paulo: Globo.

_____ (1991), *Memórias sentimentais de João Miramar*. São Paulo: Globo.

Aranha, Graça (1969), *Obra completa*. Río de Janeiro: Instituto Nacional do Livro.

Archetti, Eduardo P. (1999), *Masculinities. Football, polo and tango in Argentina*. Oxford/New York: Berg.

Arrigucci Jr., Davi (1987), “O humilde cotidiano de Manuel Bandeira”. En: *Enigma e comentário: ensaios sobre literatura e experiência*. São Paulo: Companhia das Letras.

_____ (1990), *Humildade, paixão e morte: a poesia de Manuel Bandeira*.

São Paulo: Companhia das Letras.

Burke, Peter (1989), *A cultura popular na Idade Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras.

Candido, Antônio (2006), *A educação pela noite e outros ensaios*. Río de Janeiro: Ouro Sobre Azul, 2006.

- Filho, João Lyra (1987), **Introdução à sociologia dos desportos**. Rio de Janeiro: Bloch, 1973.
- Filho, Mário (1943), **Copa Rio Branco 32**. Prefácio de José Lins do Rego. Rio de Janeiro: Pongetti.
- _____ (s/f), **Histórias do Flamengo**. Rio de Janeiro: Gernasa.
- _____ (2003), **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad.
- Freyre, Gilberto (1987), **Vida, forma e cor**. Rio de Janeiro: Record.
- _____ (1992), **Casa-Grande & senzala**. Rio de Janeiro: Record.
- _____ (1967), **Sociologia**. Rio de Janeiro: José Olympio.
- _____ (2001), **Interpretação do Brasil**. São Paulo, Companhia das Letras.
- _____ (1936), **Sobrados e mucambos**. São Paulo: Editora Nacional.
- Gardel, André (1996), **O encontro de Manuel Bandeira e Sinhô**. Rio de Janeiro: Biblioteca carioca.
- Machado, Antônio de Alcântara (1997), “Corinthians (2) vs. Palestra (1)”. En: **Brás, Bexiga e Barra Funda**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- Moraes, Eduardo Jardim de (1978), **A brasilidade modernista: sua dimensão filosófica**. Rio de Janeiro: Graal.
- Ortiz, Renato (1992), “Românticos e folcloristas”. En: **Cultura popular**. São Paulo: Olho D’água.
- Rego, José Lins do (1958), **O vulcão e a fonte**. Rio de Janeiro: O Cruzeiro.
- _____ (2002), **Flamengo é puro amor**. Rio de Janeiro, José Olympio.

Romero, Sílvio (1977), *Estudos sobre a poesia popular do Brasil*. Petrópolis: Vozes.

Schwarz, Roberto (2008), *O pai de família e outros estudos*. São Paulo: Companhia das Letras.

Sevcenko, Nicolau (1977), “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio”. En: F. Novais (org.), *História da vida privada no Brasil 3*. São Paulo: Companhia das Letras.

_____ (1983), *Literatura como missão – tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense.

_____ (1993), “Transformações na linguagem e advento da cultura modernista no Brasil.” En: *Estudos históricos*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, n.º 11.

Soares, Antônio Jorge (1998), *Futebol, raça e nacionalidade no Brasil – releitura da história oficial*. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado em Educação Física da Universidade Gama Filho.

Vianna, Hermano (1995), *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Zahar.

Filmografia

Arruda, Genésio. *Campeão de futebol* (1931)

3. LAS OPINIONES SOBRE LA SELECCIÓN MEXICANA DE FÚTBOL DURANTE LA COPA DE MUNDO DE 2010 Y EL DILEMA DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN POSCOLONIAL⁸

Roger Magazine⁹, Sergio Varela Hernández¹⁰ y Miguel Ángel González Ponce de León¹¹

En este trabajo, presentamos y analizamos los resultados de una encuesta llevada a cabo antes y durante la Copa del Mundo Suráfrica 2010, la cual fue aplicada entre estudiantes de universidades mexicanas para conocer sus opiniones sobre la Selección Mexicana de Fútbol varonil. Pensamos que estos resultados ofrecen una ventana de conocimiento sobre la forma en que los mexicanos ven no solo al equipo de fútbol, sino a la nación en su conjunto y en el contexto de la competencia internacional. Los resultados del estudio sugieren que la Selección ofrece una oportunidad para enaltecer a la nación, pero también -con más frecuencia- el equipo nacional constituye un tema para evaluarla y criticarla. De esta manera, los encuestados hicieron uso del equipo nacional para expresar su frustración, decepción y resignación respecto al fracaso de México para avanzar más allá de su estatus tercermundista y para lograr el reconocimiento internacional como una nación exitosa. Estas expresiones negativas respecto al equipo y a la nación se pueden atribuir, al menos en parte, a las derrotas y fracasos de México dentro y fuera del ámbito futbolístico. Sin embargo, planteamos que el mal desempeño de México no es la única causa de estos sentimientos negativos, también la definición misma

8 Los autores agradecen a la Dirección de Investigación de la Universidad Iberoamericana por su generoso financiamiento de la investigación sobre la cual está basado este trabajo.

9 Profesor e investigador del Programa de Posgrado en Antropología Social de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. roger.magazine@uia.mx

10 Doctor en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana. Profesor de la Universidad Nacional Autónoma de México. varelaaloleo@gmail.com

11 Alumno del Programa de Doctorado en Antropología Social de la Universidad Iberoamericana. Profesor de la Universidad Autónoma de Hidalgo. mgponcedeleon@hotmail.com

de “nación exitosa” en el ámbito mundial (y de la cual sus ciudadanos deberían estar orgullosos), juega un papel importante.

De acuerdo con esta definición, una nación exitosa es distinta y única y, al mismo tiempo, competitiva bajo los términos supuestamente universales tales como la fortaleza de su economía y la eficacia en los procesos democráticos y de justicia de su sistema político. En general, los países de Europa Occidental, así como los Estados Unidos, no tienen dificultades para verse a sí mismos como exitosos en estos ámbitos. Esto no es sorprendente, teniendo en cuenta que estos países no solo establecieron la definición de “nación exitosa”, sino que también se apropiaron de las características necesarias para triunfar, tales como la libertad, la justicia, la eficiencia y la racionalidad. Esta definición y apropiación deja a los países del tercer mundo o poscoloniales con dos opciones para lograr el reconocimiento internacional. O bien, adoptan estas características para competir, tomando el riesgo de que parezcan meros imitadores sin una identidad nacional propia, o bien celebran su singularidad, lo que significa distanciarse del primer mundo y de la posibilidad de competir con éxito. Plantearemos que los resultados de la encuesta y su carga negativa reflejan este dilema poscolonial. Los resultados muestran a los mexicanos inmersos en una lucha por representar la Selección y la nación misma de una manera que es exclusivamente mexicana y a la vez competitiva en términos globales.

Gracias a que el fútbol puede ser utilizado para discutir, contemplar y medir tanto los estilos nacionales y la competitividad en el ámbito internacional, no es de extrañar que los estudios del fútbol y el nacionalismo en los países latinoamericanos revelen a menudo tal dilema. Por ejemplo, Roberto Da Matta (2009) postula que el fútbol brasileño es conocido por su “*jogo de cintura*”¹², su malicia y *malandragem*¹³ los cuales están ausentes del imaginario futbolístico de otros países, sobre todo en el de los europeos, en donde el fútbol se basa sobre la fuerza física, la preparación muscular, la falta de improvisación y se evita el control excesivo de la pelota individualmente” (Da Matta, 2009:107; la traducción es nuestra). Sin embargo, cuando la Selección nacional brasileña sufre una derrota, la misma herencia negro/africana que era apreciada por su hermoso y artístico estilo de juego, era vista como el impedimento del éxito nacional (2009:111). Así, como Simoni Lahud Guedes dice: “el llamado *fútbol-arte* se

12 Este dicho se refiere no solo a la creatividad corporal, sino también a la habilidad de emplear la flexibilidad para lograr objetivos en las interacciones sociales (Da Matta 2009:107).

13 Según Da Matta (2009:108, n. 7) el *malandragem* implica romper las reglas sin ser descubierto. En este sentido, el concepto mexicano de “relajo” es similar al *malandragem*.

enfrenta en los debates internos, permanentemente, con el *fútbol-fuerza*” (2009:177). En el caso de Argentina, Eduardo Archetti (1999:60) muestra cómo los primeros periodistas de deportes del siglo XX utilizaron el contraste entre el estilo de juego colonialista británico de “fuerza y poder físico” y el estilo criollo local de “agilidad y movimientos virtuosos” para definir un determinado carácter masculino de la Argentina. Según Archetti, los argentinos también establecieron un contraste entre jugar al fútbol con la creatividad del pibe -un niño indisciplinado- que simplemente disfruta, y el estilo británico, tedioso y mecánico con el fin de ganar (1999:60, 168). Sin embargo, a pesar de las afirmaciones de que el estilo es más importante que la victoria, la derrota en el ámbito internacional sigue provocando entre los argentinos sentimientos de humillación, decepción y dudas sobre su propio estilo, que a su vez dan lugar a interminables debates sobre si se debe o no adoptar un estilo europeo para jugar (1999:170-175).

La comparación que hace Bartłomiej Brach (2011) entre los jugadores argentinos Diego Maradona y Lionel Messi expone un dilema similar. Brach sostiene que Maradona es adorado por los argentinos, no solo por su espectacular juego en la cancha, sino también por su estilo de vida fuera de ella. Su vida caótica, inmadura, indisciplinada y antiautoritaria lo convierte en la encarnación de la mítica figura del pibe y, por lo tanto, de la nación (2011:419-421). Messi, en cambio, tiene un éxito y estilo similares a los de Maradona en la cancha, pero aparece como lo opuesto al pibe fuera de ella. Es tímido, modesto y evita llamar la atención sobre su persona. También es muy trabajador y de buen comportamiento (2011:421). Por lo tanto, aleja a muchos hinchas argentinos, ya que se asemeja a un europeo, al “otro”, y socava el mito del fútbol argentino y la identidad nacional (2011:422). No obstante, es importante recordar que Maradona y sus seguidores han pagado un alto precio por su estilo de vida, que le ha acarreado problemas legales, la suspensión de competencias internacionales, drogadicción y enfermedades que amenazan su vida. Así, en su búsqueda de un símbolo nacional, los argentinos se quedan con la posibilidad de elegir entre Maradona, con su típico comportamiento argentino, igualmente autodestructivo, o a Messi, cuya concentración en el entrenamiento y en el fútbol son perfectas para los clubes de fútbol que solo persiguen la victoria (2011:424), pero no dejan espacio para el ideal argentino de vivir la vida con personalidad, pasión y alegría. Nos gustaría añadir que estas elecciones se objetivan actualmente entre Maradona y Messi, pero el dilema entre estas dos opciones disponibles para conceptualizar la identidad nacional argentina va más allá de estos dos individuos.

Este dilema no es, por supuesto, único de Brasil o Argentina, ni se da solo en el ámbito del fútbol. De hecho, se da en la mayoría, si no es que en todos los países poscoloniales que tratan de representar a sus naciones como competitivas y simultáneamente singulares. Para que algo como el “orgullo nacional” exista, estos dos elementos son necesarios: a) la competitividad, ya que las naciones, para ser viables, deben ser capaces de competir por la inversión de capital y b) un carácter distintivo, debido a que la competitividad adquirida por simple imitación no es totalmente reivindicable. Uno u otro de estos aspectos del nacionalismo ha estado en el primer plano durante los diferentes momentos históricos, determinados principalmente por el cambio de las tendencias de la economía mundial que a veces son más nacionalistas y a veces más influenciadas por el mercado mundial, pero ninguno de estos aspectos puede ser olvidado completamente. Así, esta dualidad constituye un dilema para las naciones poscoloniales, en la medida en que las antiguas potencias coloniales establecieron las reglas del juego y reclamaron la fórmula ganadora como parte de su propia singularidad. Las naciones del llamado Primer Mundo pueden competir con éxito a través de su racionalidad, eficiencia, libertad y justicia y, al mismo tiempo, afirmar que están actuando bajo su singular manera. Las naciones poscoloniales, en cambio, se ven obligadas a optar por hacer las cosas a su manera, demostrando su carácter distintivo, pero poniendo en riesgo su capacidad para competir o centrarse solo en la competencia y provocando acusaciones de solo imitar a las naciones del Primer Mundo.

En el caso de México, el fútbol no es tan significativo como símbolo nacional, en comparación con Brasil o Argentina. La razón de esta diferencia es básicamente histórica. La versión de la nación que surgió de la lucha en México en contra del neocolonialismo, a principios del siglo XX, fue inspirada por la revolución campesina de 1910 y, por lo tanto, empleó símbolos emanados de los imaginarios rurales y de corte socialista. Para cuando el fútbol se convirtió en un pasatiempo urbano muy popular, a mediados de siglo, los símbolos dominantes que definían la nación ya habían sido establecidos. De esta forma, no había muchas oportunidades para definir el carácter nacional a través de un estilo de fútbol nacional. Esto no quiere decir que el equipo nacional de fútbol y su rendimiento no deban considerarse importantes para ver cómo los mexicanos han definido su nación. De hecho, la importancia del fútbol en la dilucidación de lo nacional en un sentido competitivo parece haber aumentado en el período neoliberal, en la medida en que los mexicanos se han enfrentado a

la necesidad de verse a sí mismos más y más en términos de su capacidad para competir económicamente en el llamado libre mercado global. Estas representaciones competitivas de la nación han crecido en importancia y en detrimento de la versión particularista que tiene como base símbolos de la especificidad mexicana (las fiestas, el tequila y los mariachis, por ejemplo) y que fue dominante durante los mediados del siglo XX, cuando las políticas de sustitución de importaciones protegían el mercado nacional. Los resultados de nuestra encuesta sugieren que, en la actualidad, el equipo nacional de fútbol ofrece a los mexicanos un medio para contemplar y hablar sobre la competitividad internacional, o, más específicamente, sobre la manera en que se habla sobre las características distintivas de la nación y que, a menudo se piensa, impiden la competitividad internacional.

1. Metodología

Nuestra metodología se basó en la aplicación de encuestas por escrito a un total de quinientos estudiantes de licenciatura en cinco universidades diferentes: 1. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) 2. Universidad Iberoamericana (UIA), 3. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), 4. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), y 5. Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Las tres primeras están ubicadas en la Ciudad de México y las otras dos se encuentran en ciudades de tamaño medio (Pachuca y Toluca) a una hora en automóvil de distancia de la capital del país. La Universidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico Autónomo de México son instituciones privadas, mientras que las otras tres son públicas. Los encuestadores incluyeron un número casi igual de hombres y mujeres, y se trasladaron a diferentes partes de los campus para tratar de incluir una gama de licenciaturas lo más amplia posible para la muestra. Todas las encuestas se aplicaron durante un periodo de dos meses antes de y durante la Copa del Mundo 2010.

Tras solicitar la información básica sobre cada participante, tales como su edad, su lugar de nacimiento, su lugar de residencia y su carrera universitaria, en la primera sección de la encuesta se realizaron algunas preguntas generales acerca de cómo el participante percibía la mexicanidad, con especial referencia a los símbolos y los personajes representativos de la nación. El propósito de esta sección fue proporcionar un punto de comparación respecto a la percepción de la nación a través de la Selección nacional de fútbol. En esta parte de la encuesta, los participantes no sabían aún que

el tema principal de la encuesta sería la Selección nacional de fútbol. En la siguiente sección se intentó reunir información sobre la relación de los participantes con el fútbol profesional, preguntando si se consideraban aficionados de algún club, si veían o tenían planeado ver los partidos de la Selección, así como los lugares y la compañía con la que suelen hacerlo.

El siguiente grupo de preguntas tuvo por objeto captar la opinión sobre la participación de la Selección en el Mundial 2010, preguntando hasta qué ronda llegaría en la Copa del Mundo y las razones que explicarían tal desempeño de los futbolistas mexicanos. Las siguientes tres preguntas se dirigieron hacia las opiniones de los participantes acerca de la existencia de un estilo nacional de jugar al fútbol y si este estilo reflejaría las características de los mexicanos como una nación. Finalmente, la encuesta cerró con las preguntas de ¿por qué la Selección mexicana no ha tenido el mismo éxito que las de otros países como Alemania, Brasil, Italia y Argentina? y ¿qué tendría que hacerse para ganar una Copa del Mundo?

Para efectos de este trabajo, las encuestas fueron analizadas cualitativamente. Es decir, leímos los cuestionarios en busca de tendencias generales y de respuestas expresadas con cierta frecuencia. En momentos nos llamaron la atención las respuestas menos comunes que pensamos representan opiniones claves para la comprensión de algunos aspectos del fútbol mexicano. Por ejemplo, cayeron en esta categoría las referencias ocasionales, pero entusiastas, sobre las cualidades positivas de Cuauhtémoc Blanco, uno de los jugadores del equipo nacional de mayor reconocimiento.

Debemos mencionar, no obstante, los límites de este estudio. Por ejemplo, si bien la muestra utilizada para la encuesta tuvo una participación igualitaria entre hombres y mujeres y de estudiantes de una gama relativamente amplia de entornos socioeconómicos, tenemos que señalar que solo cubre una pequeña parte de la población mexicana en términos geográficos, de edad y de nivel educativo. Además, los resultados de una encuesta por escrito, llevada a cabo en los espacios universitarios, mientras la Selección no jugaba la Copa, apenas puede reflejar una parte de toda la gama de expresiones posibles de los aficionados.

Casi todas las respuestas de la encuesta fueron intelectualizadas o pensadas en vez de emocionales o corporales. Nuestras observaciones informales, por su parte, sugieren que cuando los aficionados ven un partido expresan una gama de emociones, que incluyen la alegría, la ansiedad, la ira, la frustración y la tristeza. Si el equipo gana, estas expresiones emocionales continúan durante la celebración, mientras

que si pierde, los aficionados regresan con bastante rapidez al discurso intelectual y crítico. De esta forma, consideramos necesario que se realicen más investigaciones sobre las respuestas emocionales y corporales a la Selección nacional en el contexto de los partidos y celebraciones.

Por último, ofrecemos solo algunas especulaciones respecto a los orígenes históricos de las ideas en torno a la Selección nacional y a la nación. Es de destacar que muchas de las respuestas de los encuestados se refuerzan unas a otras, así como a los discursos que se escuchan con frecuencia en las conversaciones cotidianas sobre el carácter de lo mexicano y su relación con el desempeño político y económico. La fuente de estos discursos es difícil de determinar. Estos discursos son desarrollados por algunos “expertos” en los medios de comunicación para explicar el rendimiento de la nación durante la celebración de eventos deportivos y en el mercado global. Sin embargo, los medios de comunicación no son autónomos en la producción de sus ideas. Se puede decir incluso que, si bien, ellos no inventaron estos discursos, sin duda los mantiene frescos y vivos. Tal vez, este tipo de discursos se pueden rastrear de los intelectuales que, desde la primera mitad del siglo XX, se han enfrentado al dilema poscolonial cuando intentaron explicar el fracaso de México para salir del Tercer Mundo en términos de sus particularidades culturales (véase Bartra, 1992).

2. Resultados

Las respuestas a las preguntas sobre las percepciones generales de la mexicanidad fueron, por lo común, positivas. Por ejemplo, en respuesta a la pregunta “¿Qué significa para ti ser mexicano?”, muchos mencionaron el amor por su país, un sentido de pertenencia o el orgullo por las tradiciones y las costumbres nacionales. Algunos también agregaron a estas respuestas positivas algún tipo de comentario negativo, por lo general relativo a la ineptitud o la corrupción gubernamentales y de los políticos.

La siguiente pregunta giraba en torno a cuáles símbolos, características, tradiciones, costumbres o alimentos asociaban con la nación. Algunas de las respuestas frecuentes fueron: la bandera, el himno, las fiestas (como el Día de los Muertos), algunos acontecimientos históricos (como la Independencia o la Revolución), la música (como la de los mariachis) y alimentos (como las tortillas y el mole¹⁴). “El

14 El mole es un tipo de salsa o aderezo picante hecho con diferentes variedades de chile combinada con otras especias o semillas como nueces, canela, pimienta y a veces chocolate.

fútbol” fue mencionado en tan solo once respuestas de quinientas. Las respuestas a la pregunta siguiente, sobre los personajes asociados con la idea de mexicanidad, reflejan un tono similar, dando la impresión de haber sido tomadas directamente de los libros de texto u otras representaciones oficiales de la nación. La respuesta más común fue la de nombrar a los héroes históricos de México, incluyendo al padre fundador, Miguel Hidalgo y al líder revolucionario Emiliano Zapata. Los artistas fueron también frecuentes, como las menciones al actor Cantinflas, a la pintora Frida Kahlo o al escritor Octavio Paz. Una pequeña minoría incluyó a jugadores de fútbol en sus respuestas, siendo el más mencionado Cuauhtémoc Blanco (quince veces), seguido por Hugo Sánchez (ocho veces).

Aproximadamente 200 de los 500 participantes respondieron que no eran aficionados al fútbol, pero varios de ellos dijeron que verían los partidos de México durante la Copa del Mundo y casi todos ellos respondieron a las preguntas posteriores sobre el desempeño que se esperaba de la Selección nacional en ese torneo y sobre la relación entre el equipo y el carácter nacional. De hecho, fue difícil distinguir entre sus respuestas a estas preguntas y las de los participantes que sí se declararon aficionados al fútbol, a excepción tal vez de la tendencia de estos últimos a dar respuestas más específicas y utilizar términos más técnicos relativos al fútbol. En respuesta a la pregunta sobre si el equipo nacional era importante para la nación, la respuesta más frecuente fue: “Sí, nos representa a nivel internacional”. Algunos añadieron comentarios positivos sobre el equipo como la alegría o el entusiasmo que genera, y en algunos casos agregaron comentarios críticos, por ejemplo, que el fútbol es una distracción de los verdaderos problemas del país.

La pregunta subsiguiente fue una petición sobre el pronóstico del rendimiento de la Selección en la Copa Mundial. Esto produjo tres tipos de respuestas. Uno fue inequívocamente optimista, afirmando que el rendimiento del equipo sería bueno. A menudo este tipo de respuesta fue expresado comparando positivamente los resultados actuales con los de selecciones anteriores. Algunos añadieron ciertos detalles, como una predicción de que el equipo llegaría a cuartos de final o semifinales. Otro tipo de respuesta fue inequívocamente pesimista, con predicciones de que el equipo no llegaría más allá de la primera ronda o que perdería en la segunda. Estos encuestados señalaron a menudo que el rendimiento de la Selección sería “mediocre”, “el mismo de siempre” y que “decepcionaría”.

El tercer tipo de respuesta se podría catalogar como “objetiva”, y utilizó frases sencillas que aseveraban que la Selección llegaría a “los octavos de final”, “los cuartos de final” o simplemente diciendo que su desempeño sería “difícil de predecir”. Algunos, en lugar de centrarse en la Selección nacional mexicana, se refirieron a la fuerza de los probables oponentes, como Argentina.

Las respuestas a la pregunta siguiente, la cual planteó a los participantes sobre si el equipo actual era diferente a los del pasado, siguieron un patrón similar. Las respuestas con un categórico “No” fueron acompañadas generalmente por un comentario negativo, mientras que las respuestas afirmativas se mostraban optimistas sobre el equipo actual. En otras palabras, la continuidad con el pasado no era percibida positivamente y la ruptura con la historia se consideró, en general, como una mejoría.

Las explicaciones de por qué el actual equipo generaba más interés por parte de los encuestados, señalaban con frecuencia el factor de la juventud de los jugadores y el hecho de que muchos de ellos jugasen en equipos europeos. Volveremos a estas declaraciones más adelante, pero, por el momento, nos gustaría comparar esto con las respuestas que se dieron a la pregunta siguiente, que interrogó sobre qué jugador se consideraba indispensable para el equipo. La respuesta más frecuente fue Cuauhtémoc Blanco, quien no era ni joven, ni jugaba en Europa, seguido de “Rafa” Márquez, que difícilmente puede ser considerado joven, pero es conocido por su larga carrera en el Barcelona de España. “Chicharito” Hernández, un jugador joven que apenas comenzaba a jugar en Europa, también fue mencionado con frecuencia. Otro favorito fue Gerardo Torrado, un veterano jugador del club mexicano Cruz Azul. Algunos otros, como Giovanni Dos Santos y Andrés Guardado, se ajustaban más a la categoría de joven y de jugar en Europa.

Las respuestas a la pregunta “¿Cuál es el estilo mexicano de jugar al fútbol?”, fueron notablemente variadas y contradictorias. Las respuestas más comunes fueron del estilo siguiente: “No sé” o “No hay ningún estilo en particular”. Algunos participantes describieron a los jugadores como “luchadores”, “duros” o “pasionales” y el estilo lo describieron como “callejero” o del “barrio”, a diferencia de otros que lo etiquetaron de “técnico” y “estratégico”. Algunos catalogaron al equipo como “rápido” y “ofensivo” y otros como “defensivo” y “lento”. Algunos de los encuestados criticaron el individualismo y la desorganización del equipo, mientras que otros mencionaron su juego ordenado y de conjunto. Estas respuestas, a nuestro juicio, sugieren que la falta de consenso sobre un estilo de fútbol nacional y también una dificultad para identificar, definir o incluso imaginar un estilo, al menos positivamente.

En esta sección se indagó también si alguna característica de lo mexicano se reflejaba en el estilo de juego de la Selección nacional o en su rendimiento. La gran mayoría de las respuestas cayeron en una de las siguientes cinco categorías, las cuales hemos ordenado desde la más positiva hasta la más crítica. La primera de ellas consta de cinco respuestas que se refieren a las formas de celebrar los goles y las victorias por parte de los jugadores. Los participantes señalaron, por ejemplo, que los jugadores de la Selección “saben realmente cómo celebrar, en comparación con otras selecciones”, o que celebran de manera “eufórica”. Esta respuesta remite a la primera parte de la encuesta, referida a los símbolos asociados con la mexicanidad, en la cual muchos mencionaron las “fiestas” y los alimentos que se sirven en esas ocasiones, lo que refleja una idea de la mexicanidad descrita como festiva.

Creemos que esta idea implica, en buena parte, una comparación con la manera demasiado seria en la que supuestamente se expresan los europeos y estadounidenses, tanto en el campo de fútbol como en la vida en general. Es de destacar que este tipo de respuesta evita completamente la cuestión del rendimiento y la competencia en el juego en sí mismo. El hecho de que los jugadores mexicanos se destaquen en la celebración no tiene nada que ver con la capacidad de anotar o no goles o de alcanzar victorias para festejar.

Otra categoría positiva de las respuestas hace referencia a los jugadores como “apasionados”, “combatientes” y “guerreros”, o describen su estilo de juego como “enérgico” y “perseverante” o que demuestran “mucho entrega”. El uso de todos estos términos implica que los jugadores compensan con un mayor esfuerzo lo que les falta de habilidad técnica, capacidad física, estatura, entrenamiento o carácter emocional. En otras palabras, ellos son los desdichados que pueden triunfar a pesar de las probabilidades en su contra. Estas respuestas reflejan una noción más general de México como un pueblo que logra éxito a través del trabajo duro, a pesar de las desfavorables condiciones sociales, económicas y políticas del país. La Selección puede competir debido precisamente a estas características, pero podría decirse que es una competitividad asociada a una debilidad intrínseca.

La tercera categoría de las respuestas también se relaciona con ideas acerca de las condiciones desfavorables del país, pero representan un aspecto más grotesco de tales condiciones. Los participantes se refirieron a los jugadores como “agresivos”, “enojones”, “peleoneros”, “vulgares” y “groseros”. En este caso, la comparación implícita con el Primer Mundo es que de los mexicanos no se puede esperar que sean

bien educados, disciplinados y buenos deportistas, considerando la combinación de su carácter apasionado y las condiciones frustrantes en las que viven.

En general, se puede decir que muchos mexicanos admiten, con un toque de orgullo, estas características negativas dentro y fuera del campo de fútbol, ya que representan una actitud de resistencia a la autoridad. Sin embargo, también puede producir vergüenza, como lo indica en la encuesta el uso del término coloquial y más negativo de “panchero”, que se refiere a alguien que lucha innecesariamente o hace un gran escándalo de la nada. Esta ambigüedad también se puede ver en el uso de términos tales como “mañosos” o “tramposos” para describir a los jugadores. Estos últimos términos tienen una implicación negativa (embaucador) como una positiva (astuto o ingenioso). Estas características pueden ayudar al equipo a ser competitivo, pero también son capaces de impedir su éxito, puesto que pueden dar lugar a las sanciones. Además, si conducen a la victoria, muchos creen que estas maneras de comportarse en el campo son una vergüenza para la nación cuando acontecen frente a una audiencia internacional.

Sin lugar a dudas, Cuauhtémoc Blanco es el jugador más estrechamente asociado con este tipo de descripción, tanto en sus formas positivas como negativas. Él es conocido, dentro como fuera del campo, por demostrar un carácter que desafía a la autoridad, el cual es asociado con el comportamiento estereotipado de los habitantes del barrio de Tepito (ubicado cerca del centro de la ciudad de México), lugar en el que creció y se supone que vive todavía. Tepito es la capital del mercado negro de México, y sus habitantes son famosos por su dureza y por su astucia, las cuales les permiten sobrevivir e incluso prosperar debajo de las narices de las autoridades. Blanco refleja estas cualidades a través de sus constantes disputas y su juego creativo en el campo y mediante su rebuscado juego de palabras fuera de la cancha, lo que le ha valido tener su propio programa de televisión. Sus detractores, que son muchos, lo ven como un “panchero” infantil que lleva a cabo vergonzosos “berrinches” (rabetas) durante los partidos.

Las dos últimas categorías de las respuestas son claramente negativas o críticas e implican una incompatibilidad entre la mexicanidad y la competitividad internacional. La cuarta consiste en una descripción de los jugadores -y por extensión de los mexicanos en general- como “envidiosos”, “egoístas” e “individualistas”. Estos términos se refieren al hecho de que los jugadores están más preocupados por sus intereses individuales y la gloria personal que por la del equipo o la de la nación. De

acuerdo con esta lógica, este tipo de actitud les impide alcanzar éxito como equipo e incluso los distrae del rendimiento colectivo y de los resultados en la cancha. Es común escuchar a los mexicanos describirse en estos términos en contextos que no se relacionan con el fútbol. Por ejemplo, la envidia y el egoísmo se utilizan para explicar graves problemas nacionales como la corrupción y el fracaso de los mexicanos para lograr muchas metas colectivas. Incluso, en un sentido más general, estas actitudes explican la imposibilidad de acceder a la condición de “Primer Mundo”.

La última categoría está compuesta por las descripciones que caracterizan a los jugadores como “apáticos” y “mediocres”, y las representaciones de su actitud en general como “conformistas”. Algunos de los participantes ayudaron a explicar este tipo de respuesta señalando que los jugadores, una vez que reciben un buen sueldo, se contentan con la mediocridad, en lugar de hacer el esfuerzo para alcanzar la grandeza. Otra versión de esta crítica describe a los jugadores como “carentes de autoestima” y con “falta de mentalidad”. Se aduce que, por razones psicológicas, los jugadores son incapaces de alcanzar la grandeza, incluso si intentasen alcanzarla. Esta falta de autoestima y de una mentalidad ganadora, se la atribuyen, como algunos encuestados explicaron, a la creencia de que los mexicanos son inferiores a otras naciones y en particular cuando juegan contra selecciones con reputación ganadora y grandeza futbolística (por ejemplo, Brasil o Argentina), o fuera del ámbito futbolístico (Estados Unidos) o de ambos elementos (Alemania, Francia, Inglaterra).

Por lo tanto, los encuestados manifiestan que los seleccionados se paralizan por el miedo y los sentimientos de inferioridad cuando juegan contra naciones futbolísticamente ganadoras, por lo que su mediocre reputación futbolística y, por extensión, su estatus de nación tercermundista, se vuelcan en profecías autocumplidas. Como se describe en detalle más adelante, esta particular auto-representación negativa, comúnmente conocida como “malinchismo”¹⁵, ha sido elevada a la categoría de mito nacional no oficial, en gran parte a través de los escritos de Octavio Paz, quien afirmaba que los mexicanos no han podido superar la humillación y la mutilación causadas por la conquista y el dominio de los españoles (Paz, 1961).

15 El término “malinchismo” se deriva del personaje histórico indígena “la Malinche”, quien, de acuerdo con la leyenda popular mexicana, traicionó a sus compatriotas al ayudar a Hernán Cortés en la conquista de México. El mito de la traición de la Malinche implica que ella y, por ende, todas las mujeres mexicanas, sean consideradas como potencialmente peligrosas, como la Eva bíblica. Asimismo, el hombre mexicano es castrado por la conquista sexual de “sus” mujeres y la conquista militar de “su” territorio.

En la sección final de la encuesta, en respuesta a la pregunta sobre las causas por las cuales México no ha demostrado el mismo nivel de rendimiento en la Copa del Mundo como el de Alemania, Brasil, Italia o Argentina, por lo menos la mitad de los encuestados nuevamente culparon de este pobre desempeño a la “mentalidad” de los jugadores. Algunos simplemente mencionan esta palabra, lo que sugiere la existencia o la presunción de que su uso tiene un significado más amplio. Otros son más específicos y se refirieron a “la falta de una mentalidad ganadora”, “una mentalidad conformista”, “la mentalidad del mexicano” o “una mentalidad de flojera”.

Otros encuestados no utilizaron este término en concreto, pero dieron explicaciones que podrían entrar en esta categoría, las cuales incluyen: “la falta de hambre de victoria”, “sentimientos de inferioridad” o “la ideología o cultura de los mexicanos”. Muchas de estas respuestas se refirieron al hecho que esta “mentalidad” en general es mexicana y, por lo tanto, no es exclusiva de la Selección nacional. En una línea similar, un número de participantes mencionaron otros problemas generales del país o por lo menos asociados con sus líderes políticos. Por ejemplo, algunos mencionaron como factores culpables de la falta del éxito del equipo a la “corrupción”, al “individualismo”, a la “imposibilidad de jugar como un equipo”, a la “falta de disciplina” o a la “falta de profesionalismo”. Varios mencionan “otros intereses”, refiriéndose a la teoría de que los futbolistas juegan por dinero y fama en lugar de hacerlo para la nación o por la pasión por el juego, o declararon que los jugadores no hacen un esfuerzo porque ganan demasiado. No es raro para los mexicanos dirigir el mismo tipo de críticas a los políticos u otras figuras públicas y culpar de la situación tercermundista del país a estas actitudes y prácticas.

La mayoría de las respuestas sobre la falta de éxito que no estaban relacionadas con la “mentalidad”, la atribuyeron a sus bajos niveles de preparación física y técnica. Algunos ahondaron en esta explicación más allá de la Selección nacional y la atribuyeron al escaso apoyo en la formación futbolística de los niveles inferiores, o “fuerzas básicas” así denominadas en México. Otros participantes extendieron esta crítica aún más, mencionando la falta de apoyo al deporte en las escuelas. Este tipo de comentarios son paralelos a las opiniones generalizadas en la sociedad mexicana acerca de la necesidad de mejorar el sistema educativo para que el país progrese. Los encuestados también hicieron referencia al hecho de que los jugadores no están acostumbrados a la competitividad debido al pobre nivel de juego de la Liga Mexicana de Fútbol, si se le compara con las ligas europeas y al hecho de que

México exporta pocos jugadores a Europa en balance con Brasil y Argentina. Por último, algunos participantes culparon del mal desempeño del equipo nacional a la constitución física mexicana, declarando en algunas ocasiones explícitamente que “son chaparros” (de estatura corta).

Cuando se preguntó sobre lo que se tendría que hacer para que la Selección Mexicana ganara la Copa del Mundo, no sorprendió que muchos de los participantes señalaran la necesidad de un cambio de mentalidad y uno de ellos añadió la necesidad de cambiar la de “120 millones de mexicanos”. Del mismo modo, algunos afirmaron que el equipo necesita más motivación, “dar el 100%”, “enfocar su energía y mejorar su concentración” o “hacer un mayor esfuerzo”. Otros sugirieron que se debería “llevar a un psicólogo” a los torneos, prepararse “física, cultural y psicológicamente”, trabajar “en el concepto cultural de ‘equipo’” o incluso “convertirse en un país del Primer Mundo”.

Otra categoría de respuesta se centró en problemas más estructurales y llamó a “una mejor preparación”, “la inversión de dinero en la preparación” o “un gobierno que realmente se interese en los deportes”. Los que al parecer vieron pocas esperanzas en el cambio desde dentro de México señalaron la necesidad de enviar a más jugadores a clubes extranjeros. Vale la pena señalar que esta pregunta recibió más respuestas cómicas que cualquier otra de la encuesta. Algunos de los encuestados señalaron que “un milagro” o “rezar mucho” serían las únicas soluciones, mientras que otros dijeron que los equipos de Alemania, Brasil, Italia y Argentina tendrían que desaparecer o al menos no presentarse a la Copa del Mundo. También se sugirió que los jugadores fueran enviados a vivir a Brasil o que se intercambiaran genes con los brasileños. Por último, bromeando con la idea de una solución “verdaderamente mexicana”, algunos participantes propusieron sobornar a los organizadores o a los equipos rivales.

3. Análisis y conclusiones

Uno de los aspectos de los resultados que vale la pena discutir más es el contraste entre las representaciones de la nación en la primera sección de la encuesta y los aspectos que se encuentran en las secciones siguientes, los cuales se centraron en la Selección nacional. En términos generales, los primeros son positivos o celebratorios, mientras que muchos de los últimos son negativos o críticos. De hecho, podría decirse que las dos partes de la encuesta parecen estar hablando de dos naciones distintas: una caracterizada con orgullo por héroes, grandes artistas, festividades, alimentos

únicos y otro afectado por el egoísmo, la apatía, la mediocridad y la falta de una mentalidad ganadora. Proponemos que esta esquizofrenia nacionalista es un reflejo del dilema poscolonial. Las imágenes positivas representan a la nación en términos de su singularidad y no suponen un problema en el caso mexicano. Fácilmente se puede distinguir como “latina”, en comparación con las culturas del norte de Europa y, a través del legado de las culturas indígenas o, más específicamente, la azteca o la mexicana, en comparación con España y el resto del mundo latino. Para decirlo de otra manera, las contribuciones únicas de México a la cultura mundial son abundantes e irrefutables. Por supuesto, como con todos los nacionalismos, las versiones específicas de estas representaciones de la nación mexicana han sido inventadas y seleccionadas por intelectuales, funcionarios gubernamentales y políticos, y han servido con claridad a los intereses del Estado. Pero incluso si estas representaciones tienen poco que ver con la vida cotidiana de muchos mexicanos, están disponibles como una fuente de orgullo nacional para la mayoría de ellos.

Por el contrario, la Selección nacional de fútbol sobre todo representa a la nación en un sentido comparativo y competitivo. El juego de fútbol y los torneos internacionales como la Copa del Mundo proporcionan un foro para las competiciones entre equipos nacionales y de las naciones que representan. Aquí comienza el dilema: México debe competir contra Inglaterra, Francia, Alemania, Italia, Brasil y Argentina en el juego en el que estas naciones han tenido un papel central y que se ha convertido en una de las principales medidas del éxito deportivo mundial. Las representaciones de la nación, como se ha visto a través de la Selección nacional, depende más de su rendimiento que de su singularidad. O, mejor dicho, las características de la nación no son vistas como fines en sí mismos, como en la otra versión particularista del nacionalismo, sino como medios para el objetivo final de un buen desempeño futbolístico.

En algunas respuestas, los encuestados aprovecharon las características positivas de la nación para hablar sobre la Selección de fútbol, como cuando se refirieron a la capacidad de los jugadores para celebrar y disfrutar los goles y las victorias, pero en estas ocasiones dejaron de lado la cuestión de la competitividad. Por el contrario, los encuestados que comentaron positivamente la competitividad del equipo evitaron la cuestión del carácter nacional o incluso vincularon la competitividad señalando un distanciamiento de lo mexicano.

Como se mencionó anteriormente, varios de los encuestados cifraban sus esperanzas en el éxito del equipo por el hecho de que muchos de sus jugadores jóvenes estaban jugando en clubes europeos y no en la Liga Mexicana. Esto podría interpretarse como un reconocimiento de la mejoría de los jugadores o de lo atractivo que les resulta a los clubes europeos el fútbol mexicano. Sin embargo, las conversaciones casuales que tuvimos con los fans mexicanos sugieren que este no es necesariamente el caso. Muchos aficionados adoptaron la posición de que solo distanciándose de los problemas de México y al exponerse directamente a la competitividad y la superior formación, física y mental de los europeos, los jóvenes jugadores podrían mejorar. En otras palabras, estos rasgos se conciben como propiamente europeos y deben ser importados o pedidos en préstamo por México. Es concebible que los jugadores mexicanos puedan alcanzar un nivel de superioridad física o técnica, pero esta superioridad no se atribuye a su mexicanidad. En consecuencia, la competitividad de México atribuible a estas características es agrídulce, pues parece más externa o extranjera que mexicana.

Cuando los encuestados se enfrentaron cara a cara a la cuestión de la relación entre el carácter nacional del fútbol y el rendimiento o bien sucumbieron al dilema poscolonial y utilizaron los rasgos del carácter nacional para explicar por qué el equipo no pudo competir, o lucharon contra él, representando al equipo de manera ambigua o agrídulce. Los que sucumbieron al dilema poscolonial identificaron la Selección con rasgos tales como el egoísmo, el conformismo, la falta de una mentalidad ganadora o la falta de confianza en uno mismo. En parte, esta negatividad se explica por los resultados anteriores del equipo en las Copas del Mundo.

Sobre la base de los éxitos de los equipos de 1970 y 1986, cuando se alcanzaron los cuartos de final, surgió un discurso de progreso y mejoría que los medios de comunicación siguen reciclando antes de cada Copa Mundial. Sin embargo, desde 1986, el equipo ha decepcionado, al menos en relación con las expectativas creadas por el discurso del progreso, y la Selección no ha podido llegar más allá de la ronda de dieciseisavos. Sin embargo, la decepcionante actuación de la Selección nacional palidece, en comparación con el desempeño económico y político de la nación. El fracaso en el campo de fútbol ha significado pasar de los ocho mejores del mundo a los mejores dieciséis, pero en términos de ingreso per cápita, México se ubicaba en el lugar 41° del mundo en 1970, para caer al 47° en 1980 y al 50° en 2010.

El Índice de Corrupción de Transparencia Internacional, que clasifica a los países del menor al más corrupto, pone a México en el 98° en el 2010. Independientemente de si estas clasificaciones son un reflejo exacto de los sistemas económicos y políticos y de si tiene sentido en absoluto pensar en estos asuntos en términos de competencia, sin duda han alimentando la percepción de que México ha obtenido malos resultados en el ámbito mundial.

Por lo tanto, teniendo en cuenta las percepciones negativas y las desilusiones con respecto al rendimiento de la nación dentro y fuera del terreno de juego, no es de extrañar que muchos de los encuestados ni siquiera intentaron formular una imagen positiva de la Selección nacional y de su mexicanidad.

Los encuestados que lucharon contra el dilema poscolonial, representando al equipo y su mexicanidad en una perspectiva positiva, se refirieron a los jugadores como guerreros apasionados o, alternativamente, como tramposos y astutos. Estas dos figuras -la del débil y la del tramposo- se pueden utilizar para explicar el éxito en el campo, pero este éxito está, por definición, en riesgo. El éxito del más débil, que por definición es limitado, viene de su extraordinario esfuerzo, admitiendo al mismo tiempo su inferioridad. Para la figura del tramposo, también se presenta el problema de una inferioridad implícita; debe recurrir en primer lugar a la astucia porque no puede competir en los términos supuestamente universales del juego limpio. Además, al tramposo se le presenta el problema de la vergüenza, por cuanto los términos del juego limpio lo definen como un transgresor moral.

Postulamos que la ambigüedad de la figura del tramposo ayuda a explicar el atractivo y el rechazo de Cuauhtémoc Blanco. Blanco es celebrado por muchos aficionados como el más mexicano de los jugadores y el más capaz para vencer a las potencias del fútbol mundial, debido a que las enfrenta descaradamente y bajo sus propias condiciones. Sin embargo, también es el jugador más odiado entre los aficionados mexicanos¹⁶. Se le describe comúnmente como “naco”, un insulto particular del México urbano que Claudio Lomnitz (1996) ha descrito como aquel que ha fallado en apropiarse de la modernidad. Muchos lo ven como una vergüenza nacional que representa en gran parte lo que está mal en el país.

Una manera de eludir la vergüenza que acompaña al tramposo es que se le

16 El estatus de Blanco, de ser el jugador más amado y más odiado al mismo tiempo, es paralelo al del equipo América, al que perteneció y en el cual fue estrella. Dicho club, que forma parte de la poderosa cadena de telecomunicación Televisa, es también el equipo más amado y odiado en México (véase Magazine 2001 y Varela Hernández 2012).

represente a través del humor. Blanco se presentó a menudo y con éxito de esta manera. Los participantes de la encuesta demostraron esta técnica cuando respondieron a la pregunta final, en tono de broma, sugiriendo que México sobornara a los otros equipos con el fin de ganar la Copa del Mundo. El humor también aparece con frecuencia en la vida cotidiana en México bajo la forma de chistes en los cuales un mexicano derrota a un estadounidense o un europeo a través de engaños¹⁷. Sin embargo, aunque este uso del humor puede restar importancia a los aspectos vergonzosos del engaño, también es una admisión de que las victorias que este produce no deben de tomarse demasiado en serio. Llevada al extremo, esta forma de humor autocrítico trata de evitar por completo el tema de la competencia internacional y regresa a la especificidad del nacionalismo mexicano: lo que importa a los mexicanos no es la competencia, sino el humor y la modestia autocrítica.

Al igual que el éxito atribuible a los rasgos europeos, el que se explica en función de las características supuestamente mexicanas de trabajar más duro o a través del engaño, son percibidas como agridulces. Este tipo de éxito resuelve el problema de la particularidad, es indiscutiblemente mexicano, pero en realidad no se compete con lo europeo; admite implícitamente la inferioridad y también puede ser vergonzoso o trivial.

¿Tienen las naciones poscoloniales como México más opciones que admitir la derrota o dar una lucha inútil para representarse a sí mismas como exitosas a escala internacional? ¿Qué se debe hacer para superar el dilema poscolonial y dejarlo atrás? No pretendemos dar las respuestas a estas preguntas, pero sí parece que este desplazamiento tendría que comenzar con un examen crítico de la definición normalmente aceptada de la nación exitosa. En otras palabras, tenemos que cuestionar las reglas del juego antes de que podamos mirar a los equipos y sus cualidades. Una “regla” que debe ser cuestionada es la del lugar central de la propiedad exclusiva en los nacionalismos.

Así como es injusto y poco razonable que un país como México no pueda asumirse plenamente como eficiente, racional y justo, porque estas características

17 Por ejemplo: Un estadounidense, un alemán y un mexicano se encuentran abandonados en medio del desierto con solo una botella de agua. El estadounidense sugiere dividir el líquido, pero deciden hacer caso a la sugerencia del alemán, quien propone competir por la botella y premiar al que salte más lejos. Así, el estadounidense comienza y salta dos metros y dice: “y eso que no he comido en tres días”. El alemán salta dos metros y medio y dice: “y eso que tengo un esguince en el tobillo”. Entonces el mexicano salta medio metro y dice: “y eso que acabo de tomar una botella de agua completa”.

son vistas como pertinencias de otros países, también es perjudicial para el bienestar humano que los alemanes, franceses o británicos vean la pasión o el goce como algo secundario o ajeno. Otra “regla” que necesita una revisión muy fuerte es la que pone en primer lugar de la escala de valores globales a la competitividad. Esta priorización refleja claramente intereses económicos impersonales, en lugar de lo humano: como cualquier persona que haya pateado una pelota sabe, hay mucho, mucho más que sólo ganar en el fútbol.

Bibliografía

- Archetti, Eduardo P. (1999), *Masculinities: Football, Polo and the Tango in Argentina*. Oxford: Berg.
- Bartra, Roger (1992), *The Cage of Melancholy: Identity and Metamorphosis in the Mexican Character*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Brach, Bartłomiej (2011), “Who is Lionel Messi? A Comparative Study of Diego Maradona and Lionel Messi”. En: International Journal of Cultural Studies 15(4):415-428.
- Chatterjee, Partha (1986), *Nationalist Thought and the Colonial World: A Derivative Discourse?* Tokyo: Zen Books Ltd. for The United Nations University.
- DaMatta, Roberto (2009), “Sport in Society: An Essay on Brazilian Football”. Vibrant 6(2):98-120.
- Guedes, Simoni Lahud (2009), “Las naciones argentina y brasileña a través del fútbol”. Vibrant 6(2):167-185.
- Lomnitz, Claudio (1996), “Fissures in Contemporary Mexican Nationalism”. En: Public Culture 9:55-68.
- Magazine, Roger (2001), “The Colours Make Me Sick’: America FC and Upward Mobility in Mexico”. En: G. Armstrong y R. Giulianotti (coords.), *Fear and Loathing in World Football*, Oxford: Berg.
- Paz, Octavio (1961), *The Labyrinth of Solitude: Life and Thought in Mexico*. Nueva York: Grove Press.
- Varela Hernández, Sergio (2012), “*Al América se le odio o se le ama*”: *Afición futbolera, melodrama, aguante, identidad y clientelismo en México*. Tesis de Doctorado, Universidad Iberoamericana.

4. FUTOPÍAS. LOS USOS NACIONALISTAS DEL FÚTBOL EN COSTA RICA¹⁸

*Sergio Villena Fiengo*¹⁹

En 1921 se crea la primera selección nacional de fútbol de Costa Rica, con el fin de participar en los Juegos del Centenario, a realizarse en Guatemala para conmemorar el primer siglo de la independencia de Centroamérica. El triunfo “invicto” de la *Sele* masculina mayor convirtió al fútbol en “un juego patriótico”, pues desde entonces la construcción discursiva de la identidad nacional costarricense tendrá un fundamental punto de apoyo en la prolongada serie de “dramas nacionalistas” escenificados por ese representativo nacional. En vísperas del segundo centenario de la independencia centroamericana, la articulación entre nacionalismo y fútbol mantiene innegable vigencia, aunque con el paso del tiempo ha ido adquiriendo nuevos matices, modalidades y usos.

En este artículo estudiamos las mutaciones discursivas en las narrativas nacionalistas asociadas al fútbol contrastando cuatro momentos: el arribo del fútbol al país; la primera victoria internacional y la nacionalización profunda del fútbol costarricense; la primera y más exitosa participación en una Copa Mundial y, finalmente, la segunda clasificación de la *Sele* en la fase final de esa competencia. Nuestra conjetura es que, en la historia nacional, cada uno de esos momentos fue vivido como un “acontecimiento” (Badiou, 2003) o “momento *liminar*” (Turner,

18 Una versión previa de este texto fue presentado en el Congreso de LASA, celebrado en San Francisco en mayo de 2012. El autor agradece el apoyo financiero de la Universidad de Costa Rica y de LASA para participar en ese evento.

19 Doctor en estudios de la sociedad y la cultura. Profesor asociado en la Escuela de Sociología de la Universidad de Costa Rica. Ha publicado, entre otros, *Golbalización. Siete ensayos heréticos sobre fútbol, identidad y cultura* (San José: Norma, 2006) y *El perro está más vivo que nunca. Arte, infamia y contracultura* (San José: Arlekin, 2011).

1988), en los cuales las narrativas sobre la identidad nacional resultaron insuficientes para dar cuenta de lo ocurrido, haciendo necesaria la promulgación de una nueva “verdad” sobre lo que significa “ser costarricense”²⁰.

1. Los orígenes: café por fútbol

Según el periodista deportivo Rodrigo Calvo, entrando el tercer cuarto del siglo XIX, un grupo de jóvenes “de las mejores familias de la alta sociedad, dedicadas al cultivo y exportación del café”, que incluía a un futuro presidente de la República, retornaron desde Inglaterra, donde estudiaban, trayendo consigo un reglamento, balones e implementos de fútbol. El día 8 de octubre de 1876, en el parque de La Sabana, los señalados jóvenes, acompañados por algunos miembros de la colonia británica que se había instalado en Costa Rica, al amparo de la actividad comercial y la construcción del tranvía en la ciudad de San José, se reunieron “con sus extraños e importados atuendos” para, por primera vez en el país, patear un balón (véase LN, 10/6/2001, Deportes: 38-A).

La importación del fútbol forma parte del afán de modernización mimética europeizante protagonizado por las nacientes elites cafetaleras, quienes no solo construyeron su propio monumento, el Teatro Nacional, sino que también promovieron la implantación de nuevas formas de entretenimiento, así como el desarrollo de una nueva cultura física, entre la cual la gimnasia y los deportes ocupan un lugar destacado. La investigación histórica registra la primera crónica periodística de una práctica de fútbol el 4 de julio de 1899, cuando *La Opinión* publica una nota, que no deja duda sobre la participación de los estratos sociales altos en el inicio de esta práctica, del contexto higienista y moralizante que parece marcar la época, así como de la adopción de anglicismos en el lenguaje local: “El domingo estuvimos presenciando [el juego de football] en la Sabana, formado por personas de nuestra culta sociedad. Nos parece una distracción bastante higiénica y algo divertida. Very Well!” (*La Opinión*, 4/7/1899, 3, en Urbina, 2000: 77; añadidos de Urbina).

20 Nuestro referente principal es el extenso *corpus* discursivo emitido a través de los medios de comunicación masiva —tanto impresos como audiovisuales, especialmente televisivos— con ocasión de la participación de “la Sele” en los dos momentos señalados, complementado —para el caso de la Copa Mundial Corea-Japón 2002— por nuestros apuntes etnográficos. Fragmentos de este texto han sido tomados de publicaciones previas del autor, pero es la primera vez que se utilizan como insumo para una interpretación histórica de larga duración, como la que se ensaya en este documento.

La recepción del fútbol, acogido con entusiasmo por los sectores ilustrados de la sociedad, que lo consideraron un positivo vector de cambio social y cultural, no fue ajena a la polémica entre civilización y barbarie que tenía lugar en Latinoamérica. En un contexto en el que la consigna era “educar y poblar”, el fútbol parecía un valioso instrumento civilizador para reeducar a la sociedad y desterrar el “lastre” de la tradición cultural hispana heredada de la colonia, así como de las tradiciones indígenas locales, al parecer aún muy arraigadas entre los sectores populares de entonces:

*“Ya es tiempo de que abandonemos la rutina ridícula y la tradición sosa. Nuestras fiestas cívicas, como hasta ahora se han celebrado, no pasan de ser un reflejo de la barbarie ó de incultura al menos. Esas mascaradas grotescas, esas corridas de toros y á veces de vacas, esa manera de divertirse bacanalmente el pueblo, á fuerza de licor blando ó sea de guaro; esa alegría manifestada en la riña y el salvajismo de los alaridos inarmónicos y olorosos á anís y ron colorado; esa fiebre de juego prohibido y de abuso sin límites, nada bueno dicen a favor de la cultural y la moralidad del pueblo. Que vengan los carnavales donde el arte resplandece, los festejos delicados, los **beneficiosos sports** y todo aquello que no evoque la memoria llena de polvo de la era de la conquista y de la vida de los indios incivilizados.”* (La República, 21/12/1899, 2; en Urbina, 2000: 84)

El fútbol pronto se benefició del patrocinio gubernamental y asumió un papel de representación nacional: el primer juego entre “ticos y extranjeros (ingleses)” se realiza en 1899, en el marco de las celebraciones cívicas de la independencia nacional del 15 de septiembre; pronto las más altas autoridades del país apoyan al desarrollo del fútbol como práctica saludable, física y moral, como lo muestra la primera presencia de un presidente en un campo de fútbol, del 25 de diciembre del mismo año, cuando esos mismos rivales disputan otro partido: “Para estimular el gusto del foot-ball y sabiendo que **este juego desarrolla el vigor del cuerpo a la par que corrige las costumbres** [...el presidente de la República..] ha ofrecido a los jóvenes que se dedican a tan saludable ejercicio, su cooperación en todo sentido” (La República, 25/12/1899, 3, citado por Urbina, op. Cit.: 79-80).

Empero, la práctica del fútbol mantendrá un carácter poco institucionalizado hasta que, en 1921, después de repetidos y fracasados intentos, se logra establecer

la Liga Nacional de Foot-Ball, antecedente de la actual Federación Costarricense de Fútbol (FEDEFUTBOL, afiliada a FIFA en 1927). El fútbol, práctica exclusivamente masculina hasta hace poco tiempo, celebra su primer campeonato nacional ese mismo año, con la participación de siete clubes, siendo el primer campeón el Club Sport Herediano, que se impuso al “decano del fútbol nacional”, el Club Sport Cartaginés, fundado en 1906. La disputa anual ininterrumpida de campeonatos de división mayor masculina ha convertido al fútbol en un componente rutinario de la vida cotidiana de los costarricenses, proceso que recibiría un importante estímulo con el desarrollo de la radiodifusión en el país a partir de 1924, así como de la televisión, a partir de 1962.

2. La nacionalización del *football*

“Nuestros pueblos típicos tenían una plaza de fútbol –enfrente de una iglesia que miraba hacia el poniente- alrededor de la cual se ubicaban sus centros vitales: algunas pulperías, una escuela, un local político (...) y algunas casas ligadas a los gamonales, los comerciantes, el maestro, el sacerdote y los vecinos un poco más adinerados” Jaime González Dobles, en “La patria del tico” (1995: 78; cursivas y paréntesis añadidos).

El fútbol fue adquiriendo creciente importancia cívica y política, como lo muestra su inclusión en los programas de celebración de las fechas cívicas e incluso religiosas, tanto a nivel nacional como local. En Navidad de 1899, el presidente Rafael Iglesias asistió a un encuentro entre un “representativo” tico frente a otro de ingleses residentes en el país; en 1903 el fútbol fue incorporado a los festejos cívicos de fin de año (véase Enríquez, 1996) y el 11 de abril de 1911, la celebración del principal acontecimiento fundador de la nacionalidad, la batalla de Rivas, incluyó un *match* dedicado a un distinguido espectador: el presidente de la República (véase Urbina, 1996). Esta función cívica y política del fútbol quedaría consagrada en la década de los años 20, cuando este deporte se articula institucionalmente al nacionalismo costarricense.

En 1921 se forma la primera selección nacional, con el fin de representar a Costa Rica en el primer certamen deportivo internacional que tuvo lugar en la región: los Juegos Centroamericanos del Centenario de la Independencia, realizados en ciudad de Guatemala. Ese debut triunfal —campeón invicto- inició una larga historia de exaltadas celebraciones nacionalistas con ocasión de los encuentros de fútbol de

selecciones masculinas mayores que, labor de los medios de comunicación mediante, contribuyen a reforzar el sentido de pertenencia de los costarricenses a su país, pero también el sentimiento de superioridad sobre las otras naciones centroamericanas. La construcción del “máximo coliseo nacional”, el “Estadio Nacional”, inaugurado en 1924 con el primer juego internacional realizado en Costa Rica, indica la importancia que tuvo este triunfo inaugural para los usos nacionalistas del fútbol en este país²¹.

El fútbol de selecciones se convierte en un drama social de corte nacionalista, en una arena pública de primera importancia para la imaginación de la nación y la invención de la tradición y la identidad nacional. Al hablar y jugar fútbol, como lo señaló un periodista televisivo en el año 2000, “se forja patria”. El fútbol se convierte en un “juego patriótico” y “La Sele” se suma, desde lo deportivo, al arsenal simbólico de la nación, formado por la bandera, el escudo y el himno nacional (símbolos políticos), la Virgen de los Ángeles (símbolo religioso), la guaria morada y el yigüirro (símbolos naturales), el punto guanacasteco y el traje de campesino (símbolos étnico-folclóricos).

El balompié se incorporó a la cultura nacional en un periodo en que, según el historiador S. Palmer, “el Estado costarricense y sus intelectuales habían adquirido la capacidad de representar, en forma coherente y convincente, la ‘comunidad política imaginada’ que (...) es la nación” (1992: 170). La *intelligentsia* nacionalista había logrado configurar los rasgos esenciales de la identidad nacional, a saber: estableció la “Campaña Nacional” de 1856 como acontecimiento fundador (Ibid) y constituyó al “sencillo y humilde labriego” como héroe nacional²². Ambos elementos, consagrados

21 La “tacita de plata”, como se conocía al Estado Nacional, fue demolida en el 2009 para construir un nuevo Estadio Nacional, donado por China a Costa Rica. Las actividades de inauguración del nuevo estadio (2011) incluyeron encuentros de la *Sele* con sus homólogos de China, Argentina, Brasil y España.

22 Entre 1880 y 1910 se constituyó la “imagen pictórica y literaria de lo costarricense en que se funda la identidad nacional” (Rojas y Ovares, 1995: pp. 34); se compiló la primera antología de poesía costarricense, la *Lira Costarricense* (1890-1891) y se publicó la primera novela costarricense, *El Moto*, de Joaquín García Monge (1900), así como la obra poética fundacional, *Concherías*, de Aquileo Echeverría (1905). Carlos Gagini publicó el primer léxico costarricense (1892); obra inicialmente titulada “Diccionario de barbarismos y provincialismos de Costa Rica” y después “Diccionario de Costarriqueñismos”) y Ezequiel Jiménez pintó la casa de adobes, icono de la vida campesina que hoy sirve de decorado en varios programas y comerciales televisivos neocostumbristas. El “Himno al 15 de setiembre” (1886), componente central del cancionero cívico, con el Himno Nacional (1903) y “La patriótica costarricense” (1856), así como los primeros periódicos, la *Gaceta oficial*, el “Diario de Costa Rica” y el *Otro Diario*, datan también de ese periodo (Palmer, op. Cit: pp. . 202-203).

en la letra del actual Himno Nacional, compuesta en 1903 por José María Zeledón, son continuamente actualizados en rituales cívicos diversos, entre ellos los encuentros de fútbol profesional, pues además de las escuelas públicas -en los estadios donde con mayor frecuencia se interpreta el himno nacional de Costa Rica.

En el proceso de difusión desde la elite hacia el pueblo, el fútbol dejó de considerarse una práctica “moderna” importada para adquirir el carácter de una “tradicción nacional”. Se produce entonces su articulación discursiva con la tipicidad idílica del mundo rural, con la matriz simbólica del nacionalismo: la tradición campesina, constituida en fundamento de la identidad nacional en el primer cuarto del siglo XX. Incorporado en el imaginario “nacionalista étnico metafísico” (Alexander Jiménez), el fútbol se convirtió en un vehículo para promover la actualización de la moralidad campesina idílica entre las masas crecientemente urbanizadas.

La centralidad cívica y moral del fútbol guarda correspondencia con su ubicación en la topografía ceremonial. A diferencia de otros países, donde la práctica de ese deporte se realizaba más bien en espacios urbanos periféricos, a menudo los campos de fútbol ocuparon en Costa Rica el cuadrante central de los pueblos, rodeado por las sedes del poder religioso, político, económico e intelectual, razón por la cual parece encontrar sustento la afirmación de que “Fue en las fiestas campesinas donde se difundió y popularizó el fútbol” (Rodrigo Soto, en “*La tierra prometida*”, LN, RD 25/IV/1999). Este rasgo de ruralidad que asume el fútbol costarricense constituiría la base fundamental de su nacionalización en un sentido denso, es decir, simbólico: su conversión en un juego patriótico o en un juego profundo se fundamenta en su articulación con la ideología del idilio campesino.

La apropiación popular del fútbol y su incorporación a la vida cotidiana, que le otorgó un papel central en la configuración de las identidades locales, estuvo aparejada con la “domesticación” del fútbol en un doble sentido: pasó a formar parte de la tradición campesina, pero a la vez fue despojado –al menos parcialmente– de sus connotaciones civilizadoras, como lo hizo notar uno de los primeros filósofos profesionales del país, Luis Barahona, en su libro *El gran incógnito* (1953). Esta obra ofrece una “visión interna del campesino costarricense”, en la que el fútbol juega un papel importante:

“Puede decirse que el balompié es lo único que nos llama la atención [...] en este juego cifra la muchachada su orgullo, su valor, su entusiasmo desbordante.

Cada pueblo tiene su club y su conjunto balompédico, que de tiempo en tiempo juega en las plazas de los pueblos vecinos. Los domingos, y principalmente el día de fiesta patronal, se organizan encuentros o ‘matches’ [...] nada hay que apasione tanto al concho, como este juego de pelota; ni las carreras de caballos, ni los juegos de azar, ni los festivales políticos logran sacudir tanto los ánimos como una jugada bien hecha, una burla mañosa e inteligente o un disparo furibundo que deja al guardameta aturdido por el tanto de la derrota final. No se habla en todo el día de otra cosa, como si aquel juego salvase o hundiese el buen nombre del pueblo. Los héroes de la jornada son aclamados locamente y se bebe a su salud.” (Barahona, 1972: 40-41)²³

Barahona acompaña esa descripción de corte etnográfico de la vida campesina a mediados del siglo XX con comentarios moralizantes y racialistas con respecto a ese deporte, anticipando algunos aspectos del estilo y el contenido del discurso que elaboran ciertos comentaristas de la prensa escrita contemporánea. Sin embargo, este filósofo difiere de las apreciaciones optimistas acerca del potencial civilizatorio y pedagógico del fútbol para fortalecer la moral tradicional, la disciplina espartana y la búsqueda de “causas elevadas”. A diferencia de los liberales de fines del siglo XIX, Barahona considera al fútbol menos una práctica ejemplar útil para educar a la población en una ética del deber y el sacrificio, que un espacio de reproducción de todo el catálogo de defectos nacionales:

“Realmente el fútbol es un licor frenético; si alguien lograrse inyectar al pueblo igual entusiasmo por una causa elevada, pronto se vería un mayor desarrollo en todas nuestras instituciones sociales, pero desgraciadamente nada hay que rivalice con él en eficacia estimulante. De otra parte, cabe observar la indisciplina y falta de coordinación de los esfuerzos personales. El individualismo, el exhibicionismo, matan la vida que podría tener el conjunto, pues siendo el balompié de suyo un juego de conjunto, armonioso, de entendimiento recíproco, no puede dar rendimiento ni exhibir sus posibilidades

23 “Concho” es el término con el que los habitantes urbanos designaban a los campesinos y que, por extensión, es usado aún hoy como un calificativo para las personas “rústicas”. Este personaje fue convertido en el fundamento “típico” de la nación con la publicación de las “Concherías”, de Aquileo Echeverría (1905). Una visión distinta del campesino costarricense es presentada en “El jaúl” de Max Jiménez (1937).

estéticas, morales y físicas, que de todo esto hay en el juego, si cada elemento se desliga del grupo, negándole la parte de cooperación que está obligado a dar como miembro de esta movida sociedad. ¿De dónde tanta [in]disciplina, tanto esnobismo en el juego? Razones de temperamento ingénito, mal de raza y de educación.” (Ibid, 41)

Sin embargo, una vez articulado moral y culturalmente con la tradición rural, este deporte habría pasado a considerarse por sus apólogos como el depositario urbano de las virtudes campesinas: la humildad y sencillez de los labriegos. Ahora bien, pese a la vinculación del fútbol con la cultura campesina, con sus virtudes y sus defectos, el discurso nacionalista no renuncia totalmente a los valores modernizantes tan evidentes en el momento de su introducción al país, pues asigna al fútbol una función mítica donde resolver, al menos imaginariamente, la tensión entre tradición y modernidad. Con su paulatina profesionalización e internacionalización, el fútbol sería un espacio privilegiado para el despliegue pedagógico de la ilusión de movilidad social ascendente por mérito propio y para la transformación social nacional de corte modernizante, según la cual se pueden conseguir grandes logros y avanzar en la ruta del progreso. Mediante una incorporación selectiva de la tradición campesina, se promueve el apego a los valores como la sencillez y humildad, pero se repudian los *lastres* de la cultura rural, entre ellos la “indisciplina y falta de coordinación de los esfuerzos personales”, es decir, las tendencias individualistas y anárquicas, consideradas características del temperamento del “campesino enmontañado”, según la caracterización de otro de los fundadores de la filosofía nacional, Constantino Láscaris.

3. La apoteosis nacionalista: Italia 90

“la concesión de ese galardón [el Premio Nobel de la Paz a Óscar Arias en 1990] fue una de las dos intervenciones espectaculares de Costa Rica en el escenario internacional. La otra (de mayor importancia para las masas populares que el Nobel de la Paz, aunque no más que la paz misma) fue el brillante desempeño de su Selección Nacional de Fútbol en el Campeonato Mundial celebrado en Italia 1990.” Iván Molina y Steven Palmer, Historia de Costa Rica (2002: 105)

Superando los pronósticos más optimistas, la Sele debutó exitosamente en su primera Copa Mundial (Italia 90): se clasificó a los octavos de final y consiguió

el puesto número 13 en el *ranking* mundial de la FIFA en 1990. Esa actuación, que constituye el mayor logro en la historia del fútbol costarricense hasta hoy, fue vivida como la más grande hazaña de la historia costarricense, como un ingreso en la historia mundial, como un ascenso a la “luna del fútbol” e, incluso, como “lo más grande que nos ha dado Dios”. Designada como “Gesta heroica”, “Hazaña” y “Proeza”, entre otras hipérbolés, motivó una vivencia profunda y festiva de la *communitas* nacional, adquiriendo el carácter de momento constitutivo de la nacionalidad para los y las costarricenses contemporáneos.

El compromiso cívico nacionalizador de esta participación está plasmado en un llamado ciudadano realizado por un periódico local, a nombre de un anónimo obrero: “ni un solo ciudadano digno y amante de su país debe dejar de dar su apoyo a la Selección” (LN 3/6/1990: 2C). La participación de la selección nacional es presentada como un acontecimiento nacional trascendente: es motivo de orgullo patriótico, es una exitosa puesta en escena del prestigio nacional. Como señala una canción, modificada para la ocasión, “la Selección nacional es el honor de los ticos”. (“Agárrense de las manos”; La Nota, 1990). El fútbol se ha convertido, pues, en un juego profundo (véase Geertz, 1990), no solo porque se articula con la tradición local, sino porque proyecta a la nación a los escenarios internacionales.

La muy digna *performance* de la *Sele*, presenciada por todo el país en tiempo real, gracias a la transmisión “en vivo” realizada por la televisión y al asueto declarado por el presidente Calderón (LN 8/VI/90: pp. 12C), motivó celebraciones públicas de dimensiones apoteósicas que, según la prensa y la población en general, nunca antes —ni después— fueron vistas. Una multitud inédita, entre la que se encontraba, “como un ciudadano aficionado más”, el presidente de la República, tomó las calles en un ambiente de profunda emotividad comunitaria jamás antes experimentado. La euforia del mandatario fue tal, que declaró: “...hemos esperado más de 30 años para esto y nos han dado [la *Sele*] lo más maravilloso que ha ocurrido en la historia costarricense (...) lo más grande que nos ha dado Dios.” (LN, 21/6/1990: 10D)

Entre las manifestaciones de apoyo, antes durante y después de su participación en el Mundial, la prensa registró: un desfile escolar en San Ramón (LN, 8/6/90, 10C), el viaje del expresidente Óscar Arias a Italia (LN 5/6/90: pp. 4D; 8/6/90: pp. 10C), el asueto decretado por el gobierno para que todos los funcionarios públicos y los estudiantes pudieran ver el partido por televisión (LN 8/VI/90: 12C) e, incluso, la suspensión de la Reunión Cumbre Centroamericana por una hora (LN 17/VI/90).

Por su parte, el Ministerio de Cultura y Deportes instaló una pantalla gigante en una sala de cine, donde “el Presidente y sus Ministros” vieron el primer partido (LN 8/VI/90: 12C). También se compusieron canciones y se grabaron discos alusivos y, cómo no, los diputados suspendieron sus actividades para presenciar los encuentros.

La euforia de la afición-ciudadanía alcanzó su máxima expresión durante las celebraciones espontáneas que siguieron a las victorias de la *Sele*. Con el pase a los octavos de final, la ciudad capital se convirtió en un verdadero “manicomio gigante”:

“Glorioso día, jamás visto antes. Un verdadero carnaval. La gente efusiva. La capital envuelta en un solo sentimiento de emotividad. ¡Qué emoción, qué felicidad! Estamos entre los 16 mejores del mundo. ¡Lágrimas, besos, abrazos, con o sin banderas, en carros, a pie, gritando vivas. Así celebró ayer este pequeño país, de casi 3 millones de habitantes, la clasificación a la segunda ronda. ¡La gente volcada en las calles, algunos bailando, otros enarbolando la bandera tricolor, todos llenos de emoción. ¡Jamás faltó la mirada hacia el cielo para dar gracias a Dios y a la Virgen de los Ángeles por el triunfo.”(LN 21/VI/90: 18D; cursivas mías).

La celebración cubrió todo el país y tuvo un carácter totalizante, de total apertura en términos de inclusión ciudadana a la nación. En provincia, “Los desfiles se organizaron espontáneamente unos pocos minutos después de la conclusión del partido, y *nadie*, de los más pequeños hasta los de mayor edad, se perdió la celebración de la hazaña. /En cada cabecera de provincia y en cada cantón aparecieron rostros pintados con la Bandera Nacional, ruido de instrumentos musicales, bocinas, ollas, cualquier cosa, para hacer patente el júbilo(...)/ *Así vivió todo el país la proeza de la Selección Nacional de Fútbol que, con su triunfo, llenó de fe y esperanza a los costarricenses*” (LN 21/VI/90: pp. 20D; énfasis añadido).

Esta experiencia masiva, profunda y espontánea de la nación, no estuvo al margen de la participación del Estado. Los festejos para recibir a la selección fueron organizados por una “Comisión de Recibimiento”, en la que participó la presidencia de la República, la FEDEFUTBOL y otros patrocinadores. El “triumfal recibimiento” fue un elaborado acto cívico que empezó con la convocatoria general: “¡TODOS AL ESTADIO!”, emitida por la presidencia de la República y otras instituciones (LR, 28/VI/1990: 3-A). Una aeronave de la compañía de “Bandera Nacional” trasladó a

la *Sele* desde Miami. Los medios invitaron a “todos” a expresar su agradecimiento a los jugadores cuando la *Sele* realizaba un sobrevuelo por todo el país “a la altura más baja permitida”, para lo cual podrían “enviar su saludo a los futbolistas con espejos que reflejen su brillo en la aeronave” (LN 28/VI/1990: pp. 1D).

Una vez en tierra, los “héroes nacionales” fueron recibidos en el salón diplomático del aeropuerto por el presidente, la primera dama, miembros del gabinete y autoridades deportivas y eclesiásticas. En carrozas “adornadas y escoltadas” atravesaron tres de las siete provincias que forman el país, hasta llegar al Estadio Nacional, escenario del acto principal. En su trayecto, los seleccionados fueron vitoreados por “todos los costarricenses”, que, según destaca la prensa, portaron 60000 banderas nacionales donadas por la empresa privada. El abanderamiento general del país fue tal vez la mayor expresión del carácter patriótico del acontecimiento:

“...las banderas se repartirán en el aeropuerto (...), en la entrada del Estadio Nacional y en distintos puntos del desfile, con el fin de que todos los aficionados puedan rendir tributo a sus héroes (...) diferentes edificios de la capital adornaron sus ventanas con banderas de Costa Rica y en las principales carreteras del área metropolitana muchas personas hicieron ‘su agosto’ con la venta de emblemas tricolores. También fueron decorados con banderas los postes del alumbrado público de la autopista General Cañas”. (LN 28/VI/1990: 1D, énfasis añadido).

La delegación, “impecablemente vestida”, arribó al “Máximo Coliseo” en medio de los vítores de la multitud congregada para la ocasión. La “tacita de plata” fue escenario de un solemne acto cívico-nacionalista, en el que se celebró efusivamente el éxito del equipo nacional, pero también se renovaron los vínculos de pertenencia a la nación y la articulación entre el “pueblo” y sus “conductores” (los héroes deportivos, pero también las autoridades políticas y religiosas). El acto incluyó un discurso del presidente de la República, palabras de los directivos deportivos y los miembros de la *Sele*, ritos religiosos oficiados por los más altos representantes de la iglesia católica y actividades culturales, incluyendo manifestaciones musicales tanto de la “alta cultura” como de la “cultura popular”, con un repertorio de elevado contenido

patriótico y un homenaje musical al país anfitrión de la final de la Copa Mundial²⁴. Según la crónica:

“...cientos de banderas tricolor se agitaron como accionadas por un impulso eléctrico, acompañadas de un coro: ‘Costa Rica, Costa Rica, Costa Rica, Costa Rica...’/Todos (los seleccionados) con los brazos en alto recibieron los aplausos del público y dieron las gracias por ese sentido homenaje que les tributaba el pueblo costarricense[...] El público en ningún momento dejó de aplaudir o corear el nombre de los jugadores de Bora [Milutinovic, director técnico de la Sele], así como de repetir calurosamente el ‘Viva Costa Rica’”. / Ayer no hubo fútbol en el Estadio Nacional. Pero sí alegría, alegría de un pueblo agradecido para con sus héroes: la Selección Nacional” (LN, 29/6/1990: 8C; cursivas y corchetes añadidos).

Concluidos los actos principales, los seleccionados se trasladaron a sus comunidades de residencia, donde las autoridades locales y los vecinos les rindieron tributo. Realizaron también una visita de acción de gracias al santuario de la Virgen de los Ángeles, cuya imagen acompañó al equipo durante toda su travesía por Italia, así como en las celebraciones en suelo costarricense (29/6/1990: pp. 3C). Este gesto, muy usual hasta hoy, es una de las manifestaciones más evidentes del vínculo del fútbol de selecciones con el imaginario nacionalista campesino, que tiene como uno de los rasgos fundamentales, precisamente, la devoción a la “Negrita”.

Como destaca un editorialista: “La selección es el depositario de las virtudes [y, como él mismo añade, de los defectos] nacionales y hasta de **la fe religiosa**. Nuestros futbolistas rezan antes de los partidos o al salir de la cancha, los triunfos son obra de Dios. Podrá faltar el director técnico en un seleccionado, pero nunca la Virgen de los Ángeles” (Julio Rodríguez, 1998: 232, corchetes y énfasis añadidos). Se dice que un

24 PROGRAMA (extraído de LN, 26/VI/1990: pp. 2D): 1) Himno Nacional, interpretado por la Sinfónica Juvenil; 2) Palabras de los miembros de la FEDEFÚTBOL y de los seleccionados; 3) Interpretación de “O sole mío”, a cargo del barítono italiano Bruno Becario, con el acompañamiento de la Sinfónica de Heredia, 4) “La patriótica costarricense”, interpretada por la Sinfónica Juvenil, 5) Tedéum a cargo del arzobispo de San José, Monseñor R. Arrieta; 6) Palabras del Presidente de la República, Lic. Rafael Ángel Calderón (y de la Ministra de Cultura); 7) Concierto con La Pandylla (sic), La Banda y La Nota, grupos que compusieron canciones para la Selección: “Lo daremos todo” (La Banda, con el acompañamiento vocal de los seleccionados); “Agárrense de las manos” (La Nota) y “Mi Costa Rica” (La Pandylla).

periodista tico, refiriéndose a las disputas “clásicas” entre las selecciones de México y Costa Rica, habría señalado: “la Virgen de los Ángeles y la Virgen de Guadalupe ya se han enfrentado muchas veces”.

Las celebraciones, espontáneas u organizadas, reafirmaron públicamente las pertenencias y las lealtades a la nación, a sus símbolos y tradiciones. La *Sele*, como cristal de masa, convocó y aglutinó a la comunidad imaginada nacional; en torno a ella se desplegaron otros símbolos nacionales de carácter estatal, religiosos y folclóricos o populares, como los trajes típicos y el repertorio musical que se constituyó en la banda sonora del evento y los festejos. Durante toda la celebración, se pronunció como una letanía el nombre de la patria: “Costa Rica, Costa Rica...”.

En suma, la exitosa participación de la *Sele*, motivó una multitudinaria y emotiva liturgia patriótica a la que fueron convocados todos los “ciudadanos dignos y amantes de su país”, provocando una profunda inmersión en la *communitas* nacional: sentimientos de totalidad, unidad, solidaridad e igualdad fueron intensamente experimentados por quienes se identificaron como costarricenses. La actuación del “equipo de todos” evoca un profundo orgullo patriótico y una emoción singular: transcurridas más de dos décadas, muchos costarricenses en edad adulta -sin importar condición social, profesión, género o procedencia geográfica- señalan espontáneamente como el momento que más orgullo sintieron de ser ticos, e incluso el momento más feliz de su vida, a la “hazaña mundialista” de Italia ‘90.

Este acontecimiento productor de “*communitas*” se constituyó en un mito sobre el renacer de la nación, continuamente rememorado y actualizado por los medios masivos de comunicación con un tono de dramatismo notable, con el fin de transmitir su “valor ejemplar” para las nuevas generaciones. El siguiente reportaje destaca cómo la *Sele*, conquistó, al menos según la percepción predominante a nivel local, la admiración y el reconocimiento internacional para Costa Rica, así como el orgullo y alegría que produjo entre la ciudadanía-afición:

“Al comenzar el mundial, desde el presidente Rafael Ángel Calderón Fournier hasta el más humilde trabajador se unieron a esta fiesta deportiva [...] Jugó con clase, con garra y sin complejos./ Se lució bajando el balón, dominándolo y haciéndolo correr a ras del césped, defendiéndose con gallardía y hasta metiendo un gol tras un pase de taquito./ En el Campeonato Mundial de 1990, efectuado en Italia, Costa Rica dejó boquiabiertos a tirios y troyanos y su

labor fue colmada de elogios por la prensa de todo el mundo [...] causaron asombro en todo el planeta. Y qué decir en el pueblo de Costa Rica, que durante diez días caminó sonámbulo, rebosante de una alegría nunca antes vista.” (LN, 9/6/96; paréntesis añadido).

La “aventura tricolor” se ha constituido en un acontecimiento socialmente denso, en un momento liminar que, en el imaginario nacional, establece una línea divisoria entre el “ahora” y el “después”. Este “cambio en la historia” (LN TS, 8, 6/5/1997: 2), marca la “mayoría de edad” del fútbol costarricense, su entrada en la historia universal. Es un ritual de inversión, “*Nuestros embajadores en Italia ’90* se fueron como ‘cenicientas’ y regresan consagrados” (LN, 28/6/1990: portada); David, “este pequeño y pobre país de solo 51 mil km² y de tres millones de habitantes”, venció a Goliat, encarnado en las potencias futbolística de Escocia, Suecia y Brasil²⁵. Es también un rito de paso colectivo: la nación, por vía de la *Sele*, superó una prueba de madurez en territorio ajeno y desconocido; la “extraterritorialidad” del acontecimiento convierte a los jugadores en embajadores y a la victoria en una conquista: los ticos “dieron la talla” y conquistaron un lugar en el mundo.

En fin, en el imaginario nacional la “hazaña” de Italia 90 es el parámetro para evaluar el pasado y avizorar un prometedor futuro, generando un sentimiento de continuidad histórica de la comunidad imaginada costarricense. Es una alegoría de lo luminoso que puede ser el futuro nacional si cada costarricense emula a los seleccionados, constituidos en el “centro ejemplar” de la nación, cuyos actos heroicos señalan el camino para alcanzar ese futuro glorioso. Pero a ese inicio auspicioso le siguió una reiterada decepción, ya que la *Sele*, fracasó en su intento por clasificar a las finales de la Copa Mundial de Estados Unidos 1994 y Francia 1998; la ansiada segunda clasificación se produciría con ocasión de las eliminatorias para Corea-Japón 2002, que analizamos a continuación.

4. El retorno a los grandes escenarios: Corea-Japón 2002

Miércoles 5 de setiembre del 2001, 8 p.m. El estadio Saprissa, considerado por los aficionados locales un “verdadero infierno” para cualquier visitante, está

25 El resultado negativo frente a una potencia como Brasil sería, para los comentaristas locales, una victoria moral: “1 x 0 no es derrota” e, incluso, “El resultado ante Brasil fue un gran triunfo” (LR, Revista Italia ’90, 17/VI/1990: pp. 15).

abarroto de un entusiasta público que ha seguido por radio los previos al “partido decisivo” desde hace varias horas e incluso días. Un rugido colectivo saluda el ingreso simultáneo de las selecciones de Costa Rica y de Estados Unidos, precedidas -como dicta el protocolo de la FIFA- por un grupo de niños que porta la bandera del *fair play*. Es la hora: la patria se juega sobre el verde césped.

Como en todos los partidos de la *Sele*, en este proceso eliminatorio, aquí o en el extranjero, el presidente de la República se encuentra en el estadio, aunque hoy el ritual propiciatorio no incluye el apretón presidencial de manos a los jugadores costarricenses en medio del campo de juego. Ambos equipos se forman frente a los pabellones nacionales y un altoparlante anuncia con voz solemne la entonación de los himnos respectivos. El himno costarricense, usualmente anunciado como el “himno más bonito del mundo”, es entonado a capella por Lencho Salazar, músico tradicionalista, quien está acompañado por una niña que -suponemos- representa al futuro de la nación. Un impresionante coro de aficionados acompaña a las voces de ese dúo vernáculo, vestido a la usanza del “campesino” costarricense, tal como establecen los cánones del nacionalismo oficial.

Suena el pitazo final y estalla la algarabía. La *Sele*, ha vencido dos a cero y ha logrado el segundo pase en su historia para una fase final de la Copa Mundial de Fútbol. El público celebra efusivamente y entona a coro la “Patriótica costarricense”. En medio del caleidoscopio mediático pospartido, hace su aparición el presidente de la República, “el hincha número 1 de la selección”. Eufórico, anuncia para el día siguiente un “Desfile de la Victoria” y, para asegurar la asistencia masiva, declara asueto por dos horas para la administración pública y para el sector educativo fiscal, lo que incrementa la euforia de quienes permanecen extasiados frente al televisor.

Minutos después, el mandatario ingresa en el camerino de la *Sele*, repartiendo abrazos y felicitaciones a cuanto seleccionado tiene enfrente. La fiesta de los abrazos amaina y los jugadores entregan al presidente una camiseta blanca con la bandera nacional impresa en la parte frontal, junto a la frase “Mi orgullo es Costa Rica”. Rodríguez “se pone la camiseta” y forma una rueda con jugadores y cuerpo técnico; todos juntos, tomados de la mano, con gesto devoto y en acción de gracias, rezan el Padrenuestro y el Ave María, agradecen a Dios por la victoria. Las imágenes de ese momento de comunión religiosa y nacional serán difundidas al día siguiente por cadena nacional de televisión auspiciada por la presidencia de la República, que también incluye tomas realizadas durante el “Desfile de la victoria”.

En las afueras del estadio, expendedores de los periódicos *La Nación* y *Al Día* reparten, como *souvenir* gratuito de esta victoria, 20000 ejemplares de edición extraordinaria para celebrar la clasificación. La portada de *La Nación* del día siguiente presenta la foto del mayor héroe de la jornada, Rolando Fonseca, en plena celebración de uno de sus dos goles, con un titular gigante en letras rojas: “Sí se pudo”. Adentro, un anuncio comercial en página completa pregunta “¿A cuánto está el yen?”, para recordarnos que “¡estamos” en Japón! En la televisión, el técnico de la selección, con una serenidad que contrasta con su eufórico llamado “¡a celebrar, carajo!”, emitido la noche anterior en conferencia de prensa, responde a las preguntas de los conductores del programa “Buen día”, que le piden enunciar el secreto del triunfo, la “verdad” del acontecimiento. La ansiedad por conocer los detalles y consecuencias de la clasificación será durante varios días tema obligatorio en los programas de radio y televisión, se trate o no de programas especializados en deporte.

La convocatoria presidencial al “desfile de la victoria” tuvo un éxito absoluto: a las 11 a.m., las arterias principales de San José estaban abarrotadas por un público eufórico, cuyos rostros mostraban que, pese a la noche en vela, el entusiasmo estaba lejos de agotarse. El “desfile” se inició en el parque de la Merced y atravesó la principal avenida en la topografía ritual del país, realizando paradas en el Parque Central, frente al Teatro Nacional y en la Plaza de las Culturas, antes de llegar a la Plaza de la Democracia, el ágora donde se escenificaría el acto principal. Los seleccionados, informalmente vestidos y encaramados en un camión del Ministerio de Transportes decorado como un “taco” (zapato) de fútbol, recibían las muestras de simpatía y gratitud de la afición costarricense. Las cámaras de televisión transmitían, sin cortes comerciales y en tiempo real, los pormenores del desfile para todo el país.

La multitud congregada en la Plaza de la Democracia espera ansiosa a los héroes. El grupo musical “La selección” (!) ameniza la espera a ritmo de cumbia, intercalando porras a la selección nacional, replicadas con entusiasmo por los concurrentes, y agradecimientos al presidente de la República, recibidos por el público con una sonrisa socarrona. Ascende la euforia entre una población sexualmente mixta, compuesta mayormente por colegiales y burócratas, algunas personas de la tercera edad, así como niños pequeños vestidos de rojo con leyendas conmemorativas grabadas en su espalda. La tarima, saturada de banderas de Costa Rica, se va poblando; los funcionarios del fútbol se apretujan con altos miembros del gobierno, reporteros y músicos de la orquesta sinfónica nacional juvenil. Extrañamente, ningún miembro de

la jerarquía eclesiástica se encuentra presente, quizás los organizadores consideraron que debido a los escándalos que implicaron a la Iglesia en los últimos tiempos, así como a la creciente presencia de jugadores evangélicos en la *Sele*, era mejor abstenerse de rituales católicos²⁶.

El desfile se demora más de lo previsto. Entre rechiflas del público impaciente, el ministro de la Presidencia anuncia que, por instrucciones del presidente, el asueto se extiende por dos horas: la multitud aplaude frenética y, con picardía, corea: ¡sí se pudo!, ¡sí se pudo! A eso de las 12:30 llega de manera discreta y sin grandes despliegues de seguridad el presidente de la República; no se anuncia su llegada y solo los funcionarios de casa presidencial prestan atención al asunto, como es usual aquí y casi imposible en cualquier otro país latinoamericano, donde, pese al desprestigio de la clase política, el Estado no ha renunciado a la pompa.

Vendedores ambulantes de símbolos patrios y “pintacaritas” realizan su comercio en competencia con expendedores de helados y bebidas frías, entre las que asoman discretamente algunas cervezas. A eso de la 1:30, se anuncia la llegada de la selección: estalla la euforia total y una nube tricolor de globos cubre el radiante sol de mediodía. La otra “selección” entona “Agárrense de las manos”, himno no oficial a la *Sele*. Los jugadores, extasiados, se suman a la fiesta y lanzan balones hacia la multitud, como recuerdo de la victoria obtenida; cada puntapié es seguido del grito de “¡gol! por los concurrentes que, eufóricos, se arremolinan al final de la parábola que dibujan los balones en el aire. La multitud agita sus banderas y corea porras: ¡sí se pudo! ¡sí se pudo! ¡oe oe oe oe oe, ticos, ticos!

En medio de la algarabía, la sinfónica juvenil entona el Himno Nacional, coreado por los presentes con entusiasmo notable. Acto seguido, “los tres capitanes” del equipo -casualmente todos de origen afrocostarricense: Reinaldo Parks, Hernán Medford y Erick Lonis- dirigen al público breves discursos, sin hacer ninguna mención al presidente de la República, a la FEDEFÚTBOL o a los patrocinadores de la *Sele*. Alternan agradecimientos con promesas de darlo todo para alimentar la felicidad del pueblo tico, palabras recibidas por la ciudadanía-afición como anuncio de nuevos triunfos, en la fase final de la Copa Mundial de Corea-Japón 2002. Luego interviene el entrenador, que agradece a la afición y cierra su breve alocución con

26 Sin embargo, durante las eliminatorias y fase final, la *Sele* otorgó gran importancia al tema religioso, como puede verse en las declaraciones, perfiles biográficos y en las camisetas celebratorias de los jugadores (ver Villena, 2010).

la frase convertida por él mismo en la consigna del momento: “¡A celebrar, carajo!” Toma el micrófono el presidente de la Federación Costarricense de Fútbol, Hermes Navarro, quien agradece al presidente el apoyo brindado a la selección, a lo que el público responde con indiferencia. En contraste con las manifestaciones espontáneas que siguieron a la victoria obtenida la noche anterior (véase Villena, 2010), ninguno de los discursos de la “gente de fútbol” incluyó manifestaciones de corte religioso.

El discurso de cierre está reservado al presidente de la República, quien asume el papel de “sujeto supuesto saber” encargado de enunciar la “verdad”, la última palabra sobre el acontecimiento y sus implicaciones para el futuro de la nación. En medio de un rumor de reprobación general de la multitud, Rodríguez dirigió a la concurrencia una arenga moralizante. Interpretó la clasificación como un hito en la historia nacional, homologándola con la gesta heroica de 1856, en la cual destacó la figura del presidente Juanito Mora y obvió la del héroe popular Juan Santamaría, con el cual el periodismo local suele comparar a los jugadores en ciertas ocasiones; tampoco hizo alusión a la participación de la Selección en Italia ’90, olvidada también por la “gente del fútbol” que le precedió. El presidente destacó, como la clave del éxito internacional de la *Sele*, el apego a valores afines con la jerga empresarial, como la excelencia, la disciplina, el trabajo en equipo, el liderazgo, la competitividad, etc., relegando los “clásicos” valores del discurso nacionalista “étnico metafísico”: la humildad y la sencillez de los campesinos, a quienes calificó como pobres e ignorantes, aunque visionarios, al momento de hacer referencia a la fundación de la patria.

Reiterando los valores ya expresados por él con ocasión del recibimiento de la nadadora Claudia Poll, después de su destacada actuación en las olimpiadas de Australia (medalla de oro en 200 metros libres, la única preseña dorada obtenida por un atleta costarricense en la historia), el presidente renovaba la axiología nacional, sustituyendo los valores ahora anacrónicos del nacionalismo bucólico por un conjunto de valores más adecuados a las exigencias de la globalización neoliberal, destacando especialmente la libre competencia.

Para que no quedaran dudas sobre los valores que su gobierno estaba promoviendo, Rodríguez, que luego de cada frase intercalaba un ¡Sí se puede!, entregó al presidente de la Asamblea Legislativa una propuesta de reforma de la ley de premios “Claudia Poll”, con el fin de incrementar la recompensa que recibiría cada

jugador o atleta que destacara en alguna justa internacional²⁷. Contrastando con las apreciaciones de algunos aficionados que ven en la selección nacional un sustituto del ejército (abolido en 1948), el presidente presentaba a la *Sele* como un modelo ejemplar de competitividad empresarial. Las declaraciones en un programa radial por German Retana, experto en *management* y “motivador” de la selección, además de profesor en el INCAE, *think tank* del neoliberalismo centroamericano, parecían confirmar esta versión.

El discurso del presidente sanciona la hazaña deportiva y la hace comparable con las gestas históricas que marcaron el proceso de construcción de la nación, pero deja de lado lo que Amoretti ha denominado la “autoimagen del costarricense”, con la cual el fútbol se artículo luego de 1921: el campesino humilde y sencillo cede su lugar al trabajador que, bajo la conducción de un líder providencial e iluminado, es capaz de trabajar con excelencia sin tenerle miedo a la competencia internacional. El mensaje presenta a la “apertura” —la globalización— como una oportunidad para incrementar las glorias de la nación, aun cuando eso implique renunciar a la tradición cultural (y, entre líneas, también al patrimonio público estatal, cuya privatización fue promovida por el gobierno de Rodríguez).

Curiosamente, los valores tradicionales del nacionalismo oficial, que estaban siendo expulsados del discurso presidencial, serían retomados ampliamente por los creativos publicitarios en la elaboración de los anuncios que se emitieron en torno a la participación de la *Sele*, durante el proceso de clasificación y fase final de Corea-Japón 2002, instrumentalizando la pasión nacionalista y los discursos nacionalistas bucólicos con el fin de posicionar localmente marcas globales (véase Villena, 2006, capítulo VII).

Las últimas arengas y vivas a Costa Rica del presidente empalmaron con las primeras notas de la “Patriótica costarricense”, banda sonora de las actuaciones públicas del presidente. El acto finalizó a eso de las tres de la tarde, aunque “la selección” permanecería un rato más tocando para un público en el que la proporción entre estudiantes y burócratas se hacía cada vez más favorable a los primeros. El “desfile de la victoria” fue la principal noticia en los programas informativos de la televisión, así como en una cadena nacional presidencial que, transmitida en horario

27 En 2012, se ha generado una controversia en torno a este premio, puesto que el gobierno ha emitido un decreto que escamotea esa recompensa para los dos atletas costarricenses que han obtenido galardones mundiales en fechas recientes: la boxeadora Hanna Gabriels y el velocista Nery Brenes.

estelar, mezclaban imágenes de la noche anterior con las del desfile de la victoria, destacando en todo momento la imagen del presidente al lado de los seleccionados²⁸.

5. Conclusiones

En Costa Rica el fútbol entró a formar parte de la cultura nacional en un periodo en que el Estado había afirmado su voluntad de ser, elaboraba un imaginario nacionalista oficial y encaraba la tarea de implantar este en las masas. El fútbol se constituyó en un elemento funcional a la reproducción del discurso nacionalista y favoreció la permanente actualización y reelaboración de ese imaginario, operando como una arena pública donde concurren diversos actores, con el fin de moldear el imaginario nacionalista a imagen de sus propios intereses.

La articulación entre fútbol y nacionalismo costarricense atraviesa distintos momentos, con diversos matices ideológicos. Inicialmente fue vehículo para las aspiraciones modernizantes y civilizatorias de las elites liberales cafetaleras de finales del siglo XIX, empeñadas en construir la nación con la mirada puesta en las capitales europeas. Posteriormente, conforme se va difundiendo y arraigando entre los sectores populares, pasa a formar parte de la tradición campesina, y experimenta una nacionalización profunda, pues se articula simbólicamente con el imaginario nacionalista de carácter bucólico.

Como resultado, el fútbol será utilizado por las élites para interpelar a las masas crecientemente urbanizadas, promoviendo su adhesión a valores tradicionales campesinos como la humildad y la sencillez, en profunda vinculación con el catolicismo, así como el rechazo de aquellos factores propios de la vida campesina considerados un lastre para las aspiraciones modernizantes, particularmente la tendencia hacia la autonomía individual asociada a la vida rural “enmontañada”. Empero, la recepción del fútbol por los sectores populares parece haber sido realizada, al menos en parte, despojando al fútbol de la impronta civilizatoria que le imprimieron las elites al momento de su importación, sin por ello dejar de cumplir una función

28 El “Desfile de la Victoria” generó reacciones críticas entre la población y el periodismo costarricense, aunque algunos jugadores (activos y retirados) opinaron que la instrumentalización política del fútbol era “natural” y, en general, “bueno” siempre que fuera “mutuamente beneficioso”. Luego de varios días de rumores y chismes, Canal 7 realizó un sondeo telefónico; el 69% de las 3072 llamadas recibidas respondían sí a la pregunta ¿Se aprovecha el presidente de la selección para aumentar su popularidad?

de integración social en la cual la cultura campesina operaba como amalgama, tanto a nivel local, como nacional.

La internacionalización, que se inicia con la victoria en los Juegos del Centenario, convertirá al fútbol en una herramienta para reforzar esta adhesión a la ideología nacionalista, a la vez que para fortalecer las creencias acerca de la particularidad y excepcionalidad costarricense en el contexto centroamericano y caribeño. Italia 90 será el momento apoteósico en la búsqueda de reconocimiento internacional, pues abrirá un nuevo periodo en la geografía del fútbol costarricense que, en un contexto de transformación de alcance global, tendrá con el paso del tiempo consecuencias sobre los contenidos del imaginario nacionalista. Pese a ello, el ingreso a los escenarios mundiales del fútbol se interpreta aún según los valores propios del “nacionalismo étnico metafísico”: no es casual que el jugador más celebrado haya sido considerado la encarnación misma del “labriego humilde y sencillo” que, cuando se trata de defender el honor de la patria, se convierte en un viril luchador, dispuesto a “dar la vida” en el campo de juego (véase Villena, 1999).

El proceso eliminatorio Corea-Japón 2002 introduce algunas variantes en el contenido de los discursos nacionalistas asociados al fútbol de selecciones. La reafirmación de la pertenencia nacional que siguió a la clasificación fue enmarcada en un proceso de reelaboración de las narrativas sobre la identidad nacional. Particularmente, el discurso del presidente de la República pretende una renovación de la axiología nacional, pues promueve valores acordes con los nuevos imperativos funcionales del sistema económico globalizado y no una revisión crítica de la tradición y la identidad nacionales desde una racionalidad comunicativa orientada a ampliar los márgenes de la democracia o la inclusión social.

El discurso presidencial sanciona, como ideología oficial, el “sentido común” neoliberal, pues busca establecer los fundamentos –intelectuales, afectivos, axiológicos– de una nueva articulación hegemónica y, por tanto, de nuevas formas de subjetividad, que pretenden legitimar los procesos de transformación enmarcados en la globalización. Con la excepción de los elementos religiosos, pareciera que, para el presidente Rodríguez, la tradición campesina, fuertemente asociada al imaginario del Estado benefactor de corte socialdemócrata, se había convertido en un obstáculo para las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales que demandaba el despliegue del modelo neoliberal globalizante. Curiosamente, esos elementos de la

tradicción campesina, abandonados por el discurso presidencial, serán resignificados por los creativos publicitarios que buscan “glocalizar” las marcas transnacionales.

Es irónico que, cuando los países de América Latina se aprestan a celebrar el bicentenario de su constitución como Estados-Nación, las transformaciones económicas, sociales, culturales y políticas en proceso ponen seriamente en cuestión la propia existencia de la forma “Estado-Nación”, al menos en sus formas clásicas. Más irónico aún es que -como lo muestra el caso costarricense- la erosión de las instituciones y las identidades nacionales en curso se sirva, al menos parcialmente, de las propias pasiones nacionalistas, especialmente de aquellas asociadas con las prácticas deportivas, en particular con el fútbol de selecciones masculinas mayores, para promover una serie de valores que entran en tensión con los valores tradicionalmente considerados como el fundamento mismo de todo Estado-Nación: la soberanía nacional y la tradición cultural.

Bibliografía

- Anderson, Benedict (1993), *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: F.C.E.
- Badiou, Alain (2003), *El ser y el acontecimiento*, Buenos Aires: Manantial.
- Barahona, Luis (1953), *El gran incógnito: Visión interna del campesino costarricense*, San José: Ed. Universitaria.
- Calvo, Rodrigo y Gabriela Solano (1992), *Aventura Tricolor*, San José: La Nación - Al Día.
- Enríquez, José (1996), *Las Fiestas Cívicas en San José (1825-1930)*, Temas de Nuestra América, N.º 25, Heredia: UNA.
- Geertz, Clifford (1989), *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.
- Guimaraes, Alexandre (2002), *¡A Celebrar, Carajo!*, San José: Servicios Gráficos.
- Jiménez, Alexander (2002), *El imposible país de los filósofos*, San José: Perro Azul.
- Molina Jiménez, Iván y Steven Palmer (2000), *Breve Historia de Costa Rica*, San José: Editorial Porvenir.
- Ovares, Margarita; M. Rojas; C. Santander y M. E. Carvallo (1993), *La casa paterna. Escritura y nación en Costa Rica*, San José: EUCR.
- Palmer, Steven (1992), “Sociedad Anónima. Cultura Oficial: Inventando la Nación en Costa Rica (1848-1900)”, en Molina, Iván y Steven Palmer. (Comps.), *Héroes al gusto y libros de moda*, Costa Rica, Porvenir.
- Rodríguez, Julio (1998), “Fútbol: Vector Social”, en Jiménez, Alexander y Jesús Oyamburu (Comps.), *Costa Rica Imaginaria*, Costa Rica: EUNA.

Turner, Victor (1988), *El proceso ritual*, Madrid: Taurus.

Urbina, Chéster (2001), *Costa Rica en el deporte (1873-1921)*, Heredia: EUNA.

Villena, Sergio (1999), “Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense. Con manos de tierra y corazón de león”, en *Sociológica*, año 14, n.º 39, enero-abril 1999, México D.F.: U.A.M.-Iztapalapa.

_____, (2005), “Fútbol e imaginarios nacionalistas en el discurso publicitario”, en *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales*, n.º 2, FLACSO.

_____, (2006), *Gol-balización. Siete ensayos heréticos sobre fútbol, identidad y cultura*, Bogotá: Editorial Norma.

_____, (2010) “Del fútbol y otros demonios. Fútbol, religión y nacionalismo en Costa Rica”, *Anuario de Estudios Centroamericanos*, vo. 35-36.

Periódicos costarricenses

AD: Al Día

LN: La Nación S.A.

LR: La República

SU: Semanario Universidad

5. LO ECONÓMICO Y LO SIMBÓLICO EN EL FÚTBOL MERCANTILIZADO UNA INTERPRETACIÓN ANTROPOLÓGICA²⁹

*Arlei Sander Damo*³⁰

No debería parecernos extraño que eventos deportivos como los campeonatos mundiales de fútbol y las olimpiadas se hayan desarrollado en estrecha sintonía con la expansión del capitalismo, de la democracia liberal y del individualismo, todos ellos tan típicamente occidentales. Si tales eventos están hoy entre los más prestigiosos, tanto en términos de público como de rendimientos financieros, no es por ninguna razón misteriosa, sino por la actuación coordinada de ciertas agencias, entre las cuales podemos citar, además de las instituciones deportivas, los medios de comunicación de masa, los Estados nacionales que acogen estos eventos, los fabricantes de productos deportivos, entre otros. Realizar un campeonato mundial de fútbol o una olimpiada implica, ciertamente, mucho planeamiento logístico-urbanístico, comercial, ecológico, etc. Sin embargo, es también muy importante la coordinación de los encuentros deportivos mismos, de tal forma que tengan un sentido de identidad y despierten emociones para el público al cual se destinan los eventos.

Junto a la realización de estos espectáculos, entre los cuales los campeonatos mundiales de fútbol son un caso particular y paradigmático, proliferan las fiestas, los rituales y los discursos que ensanchan sus horizontes más allá de las competencias deportivas en sí mismas. De esa manera, las posibilidades de definir y recortar el alcance de esos eventos son múltiples. Aún así, creo que un punto de partida seguro es

29 Una versión anterior de este texto fue publicada en 2006, con el título “o ethos capitalista e o espírito das copas” (Damo, 2006)

30 Profesor del Programa de Posgrado en Antropología Social de la ‘Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)’ - Brasil

tratarlos como una modalidad de “bien cultural”, según la clásica definición de Pierre Bourdieu, quien propone ese concepto para definir aquellas mercaderías producidas y consumidas dentro del campo artístico (literatura, cine, teatro, música, etc.)³¹.

Por un lado, los campeonatos mundiales pueden ser vistos como acontecimientos destinados a satisfacer los deseos, principalmente estéticos y emocionales de un determinado público. En este caso, la comprensión de los significados de un campeonato mundial de fútbol debe tomar en cuenta, en alguna medida, la diversidad de formas en que estos eventos podrán ser apropiados localmente. Referencias nacionales, regionales, de género, de clase, de edad, entre muchas otras, atraviesan las formas en que los campeonatos son recibidos, sin olvidar que, además de las imágenes de las partidas, el público recibe y reelabora reportajes, crónicas, declaraciones y muchos otros subproductos. Por otra parte, los campeonatos son el producto de la acción intencional de agencias y agentes, responsables por la organización, publicidad y comercialización del evento. Bajo este aspecto, entonces, los campeonatos deben ser vistos como bienes forjados con el objetivo de rendir dividendos, lo que los asemeja a otras mercancías destinadas al consumo en masa.

Para entender el éxito de audiencia y de lucro de los campeonatos mundiales de fútbol, resultan insuficientes todas aquellas explicaciones, antiguas o nuevas, que se basan en las hipótesis de la alienación, incluidas las que atribuyen a los medios de comunicación un poder absoluto en la consagración del gusto y del interés del público por el acontecimiento, deportivo o de otra naturaleza. Tampoco contribuyen mucho las suposiciones genéricas o hipotéticas, repetidas con frecuencia pero sin argumentos sólidos ni profundos, que atribuyen a mentes maquiavélicas la manipulación de las consciencias de las masas, con el supuesto objetivo de provocar su desmovilización política. No debemos descartar, sin embargo, la convicción de que la organización de los campeonatos mundiales de fútbol tiene por objetivo la obtención de dividendos, políticos o económicos. En vez de suponer que el público ignora estos motivos, deberíamos preguntarnos sobre los agentes, las agencias y las estrategias de producción (o tal vez de inducción) de un imaginario que da sentido a las prácticas deportivas, en especial a aquellas que tienen un carácter de espectáculo. Es evidente, inclusive para

31 Dado que existe homología entre los campos artístico y deportivo, puede decirse que artistas (actores, bailarines, músicos, etc.) y atletas (futbolistas, pilotos, boxeadores, etc.) son equivalentes, puesto que siempre hay un público para sus actuaciones, con sus respectivas particularidades, lógicamente. Véase Bourdieu (1983; 1990; 1999), Heinich (2001) y Moulin (1997).

el sentido común, que los campeonatos mundiales de fútbol existen porque generan dividendos a las agencias que los promocionan. Lo que no parece tan claro es cómo estos intereses económicos pueden ser disimulados, condición indispensable para suscitar el interés de un público amplio que aparentemente no gana ni pierde con el resultado de las disputas deportivas.

Hacer creer al público que los deportistas son motivados por razones no económicas poco importa; es una de las responsabilidades de quienes tienen la misión de promocionar los campeonatos. Además, esta ilusión -en el sentido de *illusio* y, por lo tanto, de participación- es condición indispensable para movilizar la audiencia, como defenderé en este texto. Para comprender las razones por las cuales ciertos eventos futbolísticos son tan apreciados, es preciso, para empezar, marcar la diferencia entre el gusto por la práctica del deporte y el gusto por el espectáculo, puesto que campeonatos como las copas son, fundamentalmente, espectáculos deportivos. ¿Qué está en juego, más allá de la partida propiamente dicha, cuando se pasa de practicante a hincha? Es esa la primera pregunta de la que me ocuparé en este texto. La respuesta requiere una referencia al “clubismo”, sistema complejo caracterizado por la adhesión afectiva de los hinchas a los clubes de fútbol, lo que resulta en la creación de comunidades de sentimiento. Estas, a su vez, son responsables por el desarrollo de una cierta percepción estética por parte de los individuos, caracterizada por el compromiso. De esa forma, quienes van al estadio no lo hacen como si fueran al teatro o al cine, puesto que no van a ver un partido, sino para hinchar por el “club de sus amores”.³² Tales sutilezas caracterizan la especificidad del clubismo y, por extensión, de la educación de la sensibilidad que estimula.

Las copas del mundo incorporan la lógica del clubismo, reelaborando algunos de sus sentidos. Solo el gusto por el fútbol de espectáculo no explica, pues, el éxito de las copas. Después de todo, ellas reciben también la adhesión masiva del público femenino e infantil, los cuales generalmente se mantienen a cierta distancia del fútbol. Las copas funcionan con un sistema de referencias simbólico híbrido, moviéndose entre el interés estético no motivado, el cual se vuelca principalmente hacia las técnicas corporales, también presente en el clubismo, y el interés motivado, centrado en el equipo que representa a la nación de pertenencia (ya no el club). Este

32 La expresión en portugués es “time do coração”. En Brasil, con frecuencia, el uso de esa expresión va acompañado de un gesto en el que, con el puño derecho cerrado, el aficionado golpea o toca el lado izquierdo del propio pecho (N. T.)

segundo tipo de interés predomina sobre el primero, englobándolo de tal manera que la adhesión del público a las copas es acompañada por sentimientos nacionalistas, los cuales son forjados por atributos que ultrapasan y a veces llegan a ignorar los aspectos económicos.

Que la FIFA gestiona las copas es conocido por todos. Lo que no se sabe a ciencia cierta es qué hace con los dividendos resultantes de la organización de los campeonatos mundiales. Pero este tema merece una discusión aparte. Para sorpresa de algunos, mostraré que la FIFA se mantiene atenta al hecho de que la razón simbólica predomina sobre la razón económica cuando se trata de fútbol espectáculo y, más todavía, ella interviene estratégicamente a favor de la preservación del encanto que constituye el sentido de las partidas, más allá de la belleza que estas pueden ofrecer por sí mismas. Mostraré, a partir de las reglas que orientan el mercado de atletas profesionales, bajo la vigilancia de la FIFA, cuán importante es la ideología *amateur* para este deporte y cómo la FIFA la preserva como condición indispensable para que las copas tengan el esperado éxito económico.

1. El campeonato mundial de fútbol como agregado simbólico

Como no es suficiente que un equipo se vista con los colores de la nación de pertenencia para que la represente, pues las representaciones no están dadas como a veces se cree, es necesario también que haya un ingenioso conjunto de arreglos para que se pueda incluir a la nación en el equipo de tal forma que parezca algo natural. Esto se hace, en todos los campeonatos mundiales de fútbol, con base en la acumulación de juegos amistosos, eliminatorias, torneos continentales, etc., en los cuales los hinchas, instigados por los medios de comunicación de masa, rememoran acontecimientos que los hacen partícipes de tales eventos. La magia de la selección nacional es, entonces, construida y manipulada de tal forma que el equipo de once jugadores pasa a ser reconocido como un símbolo laico del Estado nacional.

En mi punto de vista, existen dos grandes agregados simbólicos que dan sentido a los espectáculos futbolísticos, más allá del desempeño de los equipos. Llamo *clubismo* a la compleja combinación que orienta los sentimientos de pertenencia a los clubes, incluidas las rivalidades entre ellos. El clubismo implica diversas competiciones: locales (entre equipos de una misma ciudad o barrio), regionales, nacionales, continentales e intercontinentales, como es el caso de la FIFA Club World Cup, disputada anualmente desde 2005. Llamo *nacionalismo*, a falta de un vocablo

más apropiado, a la combinación equivalente al clubismo realizada en ocasión de enfrentamientos entre equipos que representan estados nacionales. Las pertenencias, a este respecto, son dadas por la identificación con la nación, y las rivalidades, instituidas tanto en el plano deportivo como en el plano político o identitario más amplio.

Estos dos sistemas simbólicos, el nacionalismo y el clubismo, próximos entre sí, pero que no deben ser confundidos, se combinan para componer un agregado heterodoxo, en ocasión de los campeonatos mundiales. El éxito de público de las copas, factor determinante para que despierte el interés de los anunciadores, depende de la adecuada gestión de este agregado. Explicitar la trama en detalle es una tarea desmedida para este ensayo, pero eso no impide que exponamos los principales argumentos.

1.1. El fútbol de espectáculo

El término fútbol abarca una diversidad de significantes. En la comunicación entre los aficionados, esto no constituye un problema, pero a veces oblitera la percepción más refinada de las diferencias pertinentes a los sentidos de la práctica y de la función. Las partidas improvisadas, que generalmente tienen lugar en pequeñas canchas improvisadas en los barrios, y los espectáculos, realizados en los estadios, no son tratados aquí de la misma forma. A fin de marcar las diferencias tanto entre los diferentes tipos de fútbol como entre lo que es practicar y lo que es hinchar, entre lo que es hinchar y lo que es discutir la partida, establecí algunas fronteras con base en las prácticas y sus configuraciones (Damo, 2007, p. 33-67). Definí como ‘bricolage’, a la matriz futbolística caracterizada por la ruptura con las reglas de la *football association* (en términos de tiempo, espacio, códigos disciplinares, etc.); la tolerancia de las actuaciones irregulares; baja especialización del trabajo en equipo; y la ausencia de espectadores. La interdicción del uso de las manos es una de las pocas características que aproxima el *bricolage* -conocido en Brasil como ‘pelada’, ‘racha’, ‘fute’³³, entre otros vocablos- de la matriz espectacularizada. Esta, a su vez, se destaca por el rigor con que son aplicados los códigos de la International Board (entidad responsable por las reglas de la *football association* antes aún de la creación de la FIFA), por ser agenciada por la FIFA y sus organizaciones subsidiarias, por presuponer una clara distinción entre amateurs y profesionales, exigiendo de esos

33 Partidas de fútbol improvisadas que acontecen en espacios generalmente públicos y no necesariamente destinados a la práctica del deporte, como la calle (N.T.)

últimos dedicación exclusiva a cambio de un sueldo, inconcebible entre los jugadores amateur, la especialización del trabajo en equipo y la premeditación de las estrategias de juego.

Otras diferencias podrían ser listadas, destacándose también las formas intermediarias de fútbol, como aquellas de base escolar y comunitaria³⁴. Nos interesa aquí solamente la matriz espectacularizada, razón por la cual es importante señalar otras de sus características. Apropiando y ampliando la contribución de Toledo (2002), el fútbol de espectáculo debe ser comprendido como un espacio social relativamente bien estructurado, presuponiendo la interacción de, al menos, cuatro categorías de agentes, a partir de las cuales es posible trazar un panorama amplio, destacando lo que está en juego en términos de creencias, normas, valores, actitudes, *habitus*, intereses y demás. Estas cuatro categorías son: a) los profesionales atletas y todos los demás especialistas que contribuyen con la preparación y la realización de las partidas propiamente dichas; b) los hinchas: público aficionado por los espectáculos, al vivo o transmitidos por los medios de comunicación, entre los cuales podemos encontrar diversos grados de adhesión al clubismo (desde los más fanáticos a los hinchas esporádicos), capacidad de apreciación estética del desempeño de los jugadores en campo, además de las clasificaciones nativas instituidas en el propio espacio social (socios, socios organizados, vips, masa, etc.); c) los dirigentes: profesionales o *amateurs*, de clubes, ligas o federaciones, los cuales ejercen funciones administrativas, consultivas o deliberativas (como es el caso de los árbitros); d) los mediadores especializados, abarcando toda suerte de profesionales que compiten entre sí por la realización de la publicidad del espectáculo (una especie de espectacularización de segundo orden; recreación o reelaboración de los eventos, como sugiere Toledo), a través de los noticiarios (antes, durante y después del evento en sí) y de las transmisiones propiamente dichas (simultáneas a las partidas).

34 Entre la matriz espectacularizada y el *bricolage* existe, por lo menos, una modalidad de fútbol, vinculada a los momentos de ocio de sus adeptos y practicada en espacios más sofisticados que las canchas improvisadas o los espacios públicos como la calle, pero carente de la ortodoxia impuesta al *football association* por las agencias internacionales, así como del encanto proporcionado por los medios de comunicación. La *matriz comunitaria* (en buena parte de Brasil, entre São Paulo y el sur del país por lo menos) llamada ‘futebol de várzea’ [(en campos baldíos o, por lo menos, sin la estructura de una cancha de fútbol) (N. T.) o de ‘futebol amador’] posee casi todos los componentes del espectáculo, difiriendo en escala (véase Pimenta, 2009). La *matriz escolar* corresponde al fútbol practicado en las escuelas, integrado a los contenidos de educación física como parte del currículum escolar, en ocasiones como actividad obligatoria.

El actual estado de espectacularización del fútbol, cuyos campeonatos mundiales son el prototipo mejor acabado, debe ser entendido a partir de la relación con otros espectáculos deportivos y estos, en conjunto, con la multiplicación de grandes eventos, sobre todo aquellos volcados al consumo simbólico y al entretenimiento. Observar el fútbol desde una luneta, como lo sugiere Bromberger (s/f), comparando los campeonatos con otros megaeventos, por ejemplo, es tan importante como aprehender su especificidad, como con una lupa. Para eso, es necesario reconstruir el proceso de espectacularización en perspectiva histórica, observando la emergencia de cada una de las cuatro categorías de agentes constitutivos del campo referidos anteriormente³⁵. Los profesionales (los jugadores, por ejemplo) y el público (los hinchas) no pueden ser tomados de forma separada, pues el surgimiento de unos y de otros corresponde, en grandes líneas, a las relaciones entre oferta de un espectáculo y su correspondiente demanda, como en otros segmentos del mercado. Pensar en esos términos puede no constituir una novedad teórica, pero es un avance significativo, teniendo en cuenta que, por mucho tiempo, las ciencias sociales recurrieron a conceptos como el de alienación y el de privación para explicar la adhesión de los hinchas al fútbol de espectáculo. Otros conceptos pretenciosos, como catarsis, pulsión y tribalismo, para citar los más mencionados, tampoco conducen a una mejor comprensión.

El fútbol de espectáculo no se diferencia del fútbol improvisado, jugado en las calles o espacios públicos, por el simple hecho de que los jugadores *amateur* se destacan más por la impericia o por lo grotesco en el uso de las técnicas corporales que por sus habilidades. Sin embargo, eso, por sí solo, no explica el desinterés del público, pues muchas de las partidas jugadas en estadios llenos dejan técnicamente mucho que desear y no por ello carecen de interés para el público. Lo que las partidas improvisadas no tienen, y es imprescindible en el fútbol de espectáculo, es un sistema simbólico suficientemente denso y extenso como para garantizar el sentido, la producción y circulación de emociones. Las pequeñas diferencias que originan las más intensas rivalidades entre los clubes y sirven de motor al espectáculo son, casi siempre,

35 No es posible detallar cómo estas categorías de agentes surgieron y se consolidaron en sus espacios, ni profundizar en las relaciones entre ellas, pues, como se opera a partir de la noción de campo, es importante buscar las especificidades concretas. Los mediadores especializados, por ejemplo, son tributarios tanto de la espectacularización del fútbol, con la cual contribuyeron decisivamente, como de los desenlaces en el interior del propio campo de los medios de comunicación. Existen particularidades locales diversas entre el periodismo deportivo de radio y el de la televisión; entre Brasil y México. Aún en un mismo país.

producidas a partir de distorsiones en relación con la historia de los hechos. Este no es un argumento contra el clubismo, sino que revela sus virtudes simbólicas, entre las cuales se incluye la constitución de un complejo sistema de afinidades y diferencias, tanto autónomas como tomadas de otros espacios sociales.

Este sistema, denominado de clubismo, existe también en otros deportes, y aún más allá de ellos, pues los clubes, en el sentido de gremios, son formas de organización social que antecedieron e impulsaron la diseminación de los deportes modernos (Hobsbawn, 1984). Sin embargo, ninguna otra forma de clubismo —el baloncesto, el béisbol o el fútbol americano en EE.UU.— está tan diseminada en escala mundial como el clubismo en el fútbol. En este sistema se apoya la producción y la circulación de emociones a partir de la adhesión del individuo (el hincha) a un equipo dado en cualquier deporte³⁶. Este vínculo con un club es, en última instancia, una identidad social, razón por la cual lo he denominado de pertenencia y lo he tratado como la fuerza motriz del fútbol de espectáculo.

La pertenencia a los clubes es heredada, con raras excepciones, de la parentela masculina consanguínea (abuelo, padre, hermano, primo, tío, etc.) o de amigos tan íntimos que, desde el punto de vista afectivo, son significados como parte de la familia; esta es la razón por la cual los clubes son ‘do coração’, dicen los hinchas, y los distintivos de las camisetas son ostentados en el lado izquierdo del pecho, el local del cuerpo adjudicado a las emociones. Aquellos que heredan una pertenencia, a manera de máscara, componen una cierta comunidad afectiva que tiene un determinado club como referencia. Pasamos así del individuo a la persona, pues ya no importan, para el clubismo, las idiosincrasias individuales, sino el personaje que el sujeto representa en este universo³⁷.

1.2. El clubismo y el nacionalismo

Una agremiación futbolística es, además de una entidad político-administrativa, cuyo objetivo principal es gobernar un equipo que la representa y la memoria de

36 Siguiendo a Geertz, que compara el concepto de cultura a una ‘red de significados’ (Geertz, 1989), podemos decir que, para experimentar plenamente las emociones futbolísticas, se requiere una educación de la sensibilidad, preñándose a esta red para poder seguir tejiéndola, como las arañas.

37 La pertenencia a un club es como una máscara, pues implica una transición del individuo a la persona (el hincha), la cual supone, como afirma Rabain-Jamin, “l’existence d’un ordre de symboles, d’une logique des représentations et d’un dispositif ritual qui lui assignent une place aussi bien qu’un rôle dans la société et lui assurent une reconnaissance [...]” (2002, p. 571).

sí misma, un símbolo que condensa los sentimientos de una extensa comunidad de pertenencia, así como ciertos animales y plantas, llamados *tótems*; representan divisiones grupales en muchas sociedades pensadas como primitivas. La manera en que los tótems son pensados en las sociedades tradicionales no difiere, substancialmente, de como nos relacionamos con los símbolos que representan partidos políticos, clubes, naciones y tantas otras comunidades de pertenencia. Durkheim (2003 [1912]) abrió camino para este entendimiento del totemismo, hasta entonces tratado como un resquicio del pensamiento prelógico. Lo hizo pensando en la manera en la cual los franceses reverenciaban los símbolos de la Revolución Burguesa, en nada diferente del tratamiento dado a los animales totémicos por los nativos australianos. No es necesario demostrar que, por ejemplo, los worimis, los franceses y, digamos, los hinchas del Flamengo convergen en lo que se refiere a la sacralidad de los símbolos que representan sus comunidades, junto con todas sus glorias y decepciones.

Hace algún tiempo la idea de nación viene siendo empleada en el fútbol, en ambos sentidos, *etic* y *emic*. En el primer caso, se incorporó la definición de Anderson (1989), de nación como comunidad de sentimiento imaginada, una actualización de la clásica definición weberiana de nación como comunidad de sentimiento que tiende a constituir un Estado (Weber, 1974). Es más difícil precisar cómo fue que los hinchas pasaron a pensarse a sí mismos como nación, haciendo inclusive uso ostensivo del término en la actualidad (“nación” corintiana, palmeirense, botafoguense, etc.). Parece evidente que nación es hoy un término más coherente con la realidad que la noción de familia, usada en los orígenes del clubismo, cuando solamente los asociados frecuentaban los clubes. El término “galera”, que en portugués de Brasil designa a grupos juveniles de menor tamaño, dentro o fuera del ámbito del fútbol, tampoco parece estar a la altura del significado de “nación”. Como los términos que definen las colectividades no son elegidos al azar; sobre todo cuando se trata de autclasificaciones, es necesario pensar en las homologías reales o imaginarias en que se originan; en este caso, entre nación-estado y club de fútbol.

Como la formación de las naciones-estado modernas data de la baja Edad Media (Elias, 1993; Genet, 1997), y la invención de los deportes como los conocemos hoy ocurrió en la segunda mitad del siglo XIX, está claro que fueron los clubes deportivos los que se diseminaron por el espacio logístico y simbólico de los estados, y no al contrario. En Brasil y en casi todos los países occidentales, la organización deportiva es un poder delegado por el Estado, razón por la cual las agencias privadas

como la FIFA y la CBF (Confederación Brasileña de Fútbol) y sus subsidiarias se confunden con las agencias gubernamentales, sin contar que en determinados períodos, como el de la dictadura brasilera, los militares ocuparon la entonces CBD (hoy CBF). Por otro lado, la proliferación de los deportes y, particularmente del fútbol, no ocurrió sin el apoyo estatal, ni de un día para el otro.

El tránsito intenso de dirigentes deportivos por los intersticios del Estado -en todos los ámbitos, administrativo, legislativo y judicial- provocó no solamente una migración de las “mentalidades de gestión” con sus particularidades, como el clientelismo, sino también muchas representaciones acerca de la nación. Finalmente, parece razonable creer que una institución que abarca múltiples aspectos de la vida en sociedad, como es el Estado, y que también concentra diferentes formas de capital, se reproduzca, por lo menos parcialmente, en otras instituciones sociales, con mayor propiedad en la medida en que mayor uso hace de ellas, como es el caso del fútbol de espectáculo³⁸.

Los clubes de fútbol también concentraron diversos tipos de capital, reconvirtiéndolos estratégicamente. Aunque ningún tipo de capital es más importante que el capital afectivo, pues para constituir una comunidad de pertenencia una única generación de hinchas no es suficiente el desempeño del equipo y, por consiguiente, el prestigio de los hinchas en relación con otras comunidades, es un elemento esencial. Un club de fútbol es una representación en el sentido totémico, pero también una institución política y administrativa que tiene una dimensión concreta, es decir, una sede, un centro de entrenamiento, un estadio, etc. Una de sus incumbencias, que compete sobre todo a sus dirigentes, es la organización del equipo. Vestido con los colores del club, el equipo se enfrenta a otros, simulando un enfrentamiento entre ejércitos nacionales.

Una vez que existe un sistema ordenado de disputas, no tenemos apenas partidas entre equipos, como en el fútbol improvisado, sino partidas entre clubes y, por lo tanto, un enfrentamiento simbólico entre las respectivas comunidades afectivas. Como estas son identificadas con determinadas categorías sociales y con momentos específicos de la historia del club, el clubismo no solamente adquiere contenido, sino también establece intersecciones del campo deportivo con otros campos, entretejiendo las pertenencias futbolísticas a las identidades de clase social, raza, ciudad, región

38 Ver Alabarces (2002, p. 65-82), especialmente “Conciliaciones y Panteones: la patria deportiva en el peronismo”.

religión, nación, etc. Las narrativas que dan sustento a las tramas identitarias son constituidas con una buena cantidad de libertad en relación con los acontecimientos históricos, como ya lo mencioné anteriormente. Por ese mismo motivo, no conviene a la antropología o a cualquier otra disciplina indicar las incoherencias de tales narrativas, sino preguntar sobre su función semántica en contextos específicos. No se le prohibirá a ningún banquero, por ejemplo, hinchar por un club que es conocido como un club popular, de la misma forma que un bancario encontrará, si lo deseara, una buena razón para hinchar por un club que es visto como de elite.

Las partidas son ocasiones especiales para dramatizar la pertenencia, manifestándola públicamente. Cuanto más intensa sea la identificación del individuo con el club, más vulnerable él estará a las oscilaciones del equipo. Dentro de todas las derrotas posibles, la peor es aquella impuesta por el club rival, siendo que cada club tiene por lo menos un rival preferido. Las rivalidades son esenciales a la dinámica de las emociones, y tienden a ser más antiguas y estructuradas allí donde los clubes involucrados fueron capaces de movilizar para el espectro del clubismo las categorías sociales concebidas como conflictivas en el espectro más amplio de la sociedad. En Irlanda, por ejemplo, tales categorías son las religiosas; en el Brasil, son las categorías de raza, clase social y región. Por eso algunos espectáculos son más interesantes que otros, independientemente de los desempeños de los equipos. Nada más errado, por lo tanto, que pensar en los estadios como espacios en los cuales se manifiestan las pulsiones de la irracionalidad, “el instinto animal que habita en el hombre”, como afirman las más frágiles suposiciones psicologizantes. Los estadios son locales donde se pueden observar las emociones más intensas, pero los insultos, afectos, risas, lágrimas que se ven en las tribunas, tienen su sentido. Son manifestaciones plenas de significado, que hacen referencia a la idiosincrasia del sujeto que las demuestra y también a las formas específicas de sensibilidad forjadas en el espectro del fútbol de espectáculo.

Resumiendo más de lo que sería conveniente, explicité la forma en que el clubismo articula los clubes en un sistema de disputas, entretejiendo mucho más que meras emociones futbolísticas. Falta todavía aclarar las razones por las cuales los hinchas se sienten comprometidos con sus clubes, con el desempeño de los equipos y sus consecuencias. Al final de cuentas, como dice Lévi-Strauss, “los hombres no actúan como miembros de un grupo, de acuerdo con aquello que cada uno de ellos

siente como individuo: cada hombre siente en relación con la forma en que le es permitido o prescripto comportarse” (1975, p. 76)³⁹.

La adhesión a un club, una vez realizada, es pensada como definitiva -eterna, en el vernáculo de los hinchas. Tiene el mismo estatuto que los vínculos de sangre, vistos en nuestra cultura como insolubles. La hipótesis más probable es que tal particularidad está relacionada con la tendencia, antes mencionada, de que la elección del club por el cual se hincha es guiada por la parentela masculina consanguínea – padre, abuelo, hermano, primo, etc. (Damo, 2005). A cualquier hincha le es dado el derecho de insultar a los jugadores, al técnico, rebelarse contra los dirigentes, mas atentar contra el club es motivo de reprensión generalizada. Ejemplos no faltan, a lo largo y a lo ancho del mundo, en que los hinchas cantan el himno del club mientras este, representado por un mal equipo, es conducido a las divisiones menores. El *descenso*, cuya cosmología remite a los hinchas al ‘infierno’ –al menos en casos como el brasilero, donde la cultura cristiana es ampliamente difundida- no constituye un motivo para abandonar el club, sino una ocasión propicia para que los verdaderos hinchas demuestren su lealtad.

El club es una entidad sagrada: por representar a la colectividad, por ser el eslabón temporal entre el pasado, el presente y el futuro; por servir de pretexto para dramatizar otras pertenencias (no relacionadas directamente con el fútbol) y, sobre todo, por ser una proyección, en el individuo, de los afectos familiares. El clubismo une a la parentela masculina, solidaria en el éxito y, sobre todo, en el fracaso⁴⁰. El sufrimiento es inmanente a la trayectoria de cualquier hincha fanático, pues él se siente atado al club, y, como tal, al equipo que lo representa, y lleva consigo los beneficios de las victorias y las consecuencias de las derrotas. ¿Y qué podría afectarlo más, desde el punto de vista de los afectos, que compartir el dolor de los fracasos? Los

39 Continúa Lévi-Strauss: “las costumbres son dadas como las normas externas antes de engendrar sentimientos internos y estas normas insensibles determinan los sentimientos individuales, así como las circunstancias en que podrán, o deberán, manifestar-se (Lévi-Strauss, 1976, p. 76).

40 La pertenencia sería inquebrantable pues así son pensados, en nuestra cultura, los lazos de sangre. Schneider escribe: “What are called ‘blood ties’ can be understood as the bonds of solidarity that are caused by or engendered by the actual biological connectedness, sometimes figured as genetic, sometimes hereditary, sometimes in emotional terms. Or the notion of blood can be understood as figurative, iconic, but still attending for the bonds of solidarity, bonds which are deeply affective, deeply binding, actually breakable but to be broken under the most unusual, tragic, unforgettable circumstances (Schneider, 1992, p. 195).

afectos están latentes la mayor parte del tiempo, y se manifiestan en ocasión de los rituales. Lo que es más importante, los hinchas viven, en esas ocasiones, verdaderos dramas personales, siendo arrastrados por la tensión y la expectativa de la partida. No es, ciertamente, apenas el desempeño de los jugadores que suscita la tensión, la cual puede llegar a ser una especie de trance, sino las emociones primordiales asociadas a la pertenencia a una colectividad y, sobre todo, la posibilidad de experimentar miméticamente la muerte (matar o morir).

En otro plano, la pertenencia que une a los hinchas al club es responsable por la ordenación de intercambios jocosos, y, de esa forma, el clubismo adquiere estabilidad. No se puede ser hincha de un club cuando el equipo que lo representa gana y dejar de serlo cuando pierde. Pasarse a otro club sería considerado un disparate. Aquellos que cambian de club son llamados en Brasil de “vira-casaca”, “oportunistas” y “cínicos”, y no son tomados en serio por los otros hinchas. El clubismo brasilero se fue consolidado a lo largo de casi un siglo, existiendo inicialmente en las ciudades, después en los estados y ahora nacionalmente. Estos resultados se extienden, generalmente, a otros contextos futbolísticos, de tal forma que en casi todos los países en que el fútbol está consolidado popularmente, la mayor parte de los tótems que tienen representatividad nacional -aquellos que tienen la preferencia de los hinchas son un pequeño y selecto grupo de aproximadamente veinte clubes, casi siempre muy antiguos.

Cada club tiene, por lo tanto, su rival principal -Juventus a Torino; Roma a Lazio, Inter a Milán, por ejemplo. Como pares contrarios, reproducen la estructura disyuntiva del partido, un enfrentamiento con un vencedor y un perdedor. La sociabilidad, fuera del espacio de las partidas, también sigue de cerca esta estructura, de tal forma que los hinchas rivales se comunican por medio de anécdotas, chistes, burlas de toda especie, preferiblemente de contenido ambivalente, con una cierta connotación sexual. Las partidas ponen la jocosidad en acción, cumpliendo una función estratégica triple: a) promover la solidaridad entre hinchas de un mismo club, reforzando así las identidades; b) estimular el conflicto con los rivales, acentuando las diferencias; c) estimular los intercambios entre aliados y rivales, pues desde el punto de vista sentimental, las experiencias son conmensurables y, por lo tanto, comunicables.

Lo que se intercambia, en el espectro del clubismo, son, básicamente, hostilidades; esta es la moneda común que se recibe cuando el equipo pierde y se

retribuye cuando vence, indefinidamente. Como esto se considera una regla que solamente aquellos pobres de espíritu no la cumplen, el clubismo acaba siendo un sistema potente de comunicación transversal, que rompe barreras de credo, de clase, de raza, de *status*, de género, etc.

El interés por los espectáculos futbolísticos no es aleatorio, tampoco limitado a la dinámica de las partidas, facilidad de comprensión de las reglas, alienación, influencia de la publicidad y otras explicaciones por el estilo. Entre el fútbol y la cultura hay más nexos de lo que se supone comúnmente, los cuales son, quizás, más reveladores de lo que imaginamos, especialmente cuando se trata de sensibilidades masculinas. Lo dicho sobre el poder estructurante del clubismo, especialmente en lo que concierne a los afectos, será valioso para entender la segunda parte del texto. Antes que me retruquen con casos concretos que, supuestamente desmienten lo que he afirmado hasta ahora, me gustaría recordar que las prácticas jamás corresponden a las estructuras. Las prescripciones orientan, de cualquier modo, las actitudes, no habiendo, pues, contradicción entre ellas sino complementariedad. La manera en que cada hinchista vive las experiencias futbolísticas varía de acuerdo con una infinidad de factores. Me he esforzado por mostrar que el clubismo es uno de ellos.

1.3. La selección como símbolo laico de la nación

Los campeonatos mundiales son disputados por equipos que representan comunidades nacionales, asociadas a Estados modernos, no a clubes. Las reglas del juego son las mismas, la forma de organización de las disputas muy parecidas, y los profesionales los mismos que los hinchistas ya conocen. Sin embargo, en vez de clubismo, tenemos nacionalismo; en vez de adhesión por seducción y coacción familiar, tenemos adhesión por nacimiento (también esta una marca arbitraria aplicada a los individuos; e indisoluble, según el Estado); la intensidad de las hostilidades disminuye, pues los adversarios están distantes y, casi siempre, hablan otro idioma; en lugar de un público preponderantemente masculino con vocabulario agresivo, prevalecen la armonía y la distensión. En los campeonatos mundiales de fútbol, el Estado-nación está en campo, por eso las mujeres y los niños son integrados a las discusiones, a los rituales, a las festividades. El público es otro, cambian las referencias y, así, nos encontramos frente a otro sistema simbólico.

La nación, “esta imaginaria comunidad de millones, parece más real en la forma de un equipo de once personas, cada una con un nombre” (Hobsbawm, 1990,

p. 171). Lo que hace que un equipo sea convincente como representación pasa por el hecho de que es un agregado humano que se enfrenta a otro y, al final, pierde o gana. Ganar y perder equivalen, en términos deportivos, a matar y morir simbólicamente, de forma que los equipos con los colores de su nación simulan una guerra. Por ejemplo, Brasil puede ser deficitario en casi todo, cuando se lo compara con los Estados Unidos, pero si el equipo que representa a los brasileros pierde, será este un buen motivo para que los brasileros insulten al técnico y a los jugadores. Desde este punto de vista, un equipo de fútbol no se diferencia, como entidad significativa, de otros tantos elementos capaces de ser tomados para tal fin de forma más o menos arbitraria, como es el caso de un cántico que se transforma en himno, de un paño de colores que se transforma en una bandera, de un animal que se convierte en un tótem. Otra cosa, sin embargo, es la forma en que ese poder simbólico es investido. Esto comprende un espectro amplio de estrategias que, básicamente, hacen que la “cosa” sea reconocible como portadora de determinados signos con los cuales “las personas” deberán identificarse.

El proceso de inversión de la nación en el equipo de fútbol posee una doble fase y presupone, entre otras cosas, un trabajo de mediación entre los brasileros y los jugadores, la comisión técnica, los dirigentes, en fin, todo el conjunto de los que integran “la selección nacional”. Es necesario hacer creer a la comunidad de sentimiento que aquel equipo la representa, bien o mal, y eso implica un cierto juego de seducción. Los equipos de fútbol fueron, en su conjunto, vestidos de ese poder simbólico a lo largo de más de un siglo y, en razón de eso, los periodistas –una especie de mediadores especializados -encuentran, actualmente, una considerable base de inversiones ya realizadas, por lo menos en países como Brasil, México, Inglaterra y tantos otros. Una cosa es movilizar a los brasileros para un campeonato mundial de fútbol, donde el clubismo tiene raíces; otra es seducir a los norteamericanos, aunque en ambos tengamos equipos de once personas vistiendo los colores de las respectivas banderas.

En el trabajo de mediación (de sensibilización y de seducción, para ser más preciso), entran, actualmente, además de los medios de comunicación de masa especializados en deportes, las agencias de publicidad, en conjunto con las marcas locales o transnacionales y la propia FIFA. Tales agencias se benefician de las invenciones que, en otras épocas, fueron patrocinadas por el propio Estado, por intermedio de sus agencias de propaganda. Una buena parte del éxito de los

campeonatos de fútbol se debe a las representaciones instituidas entre las dos guerras mundiales del siglo XX, periodo en el cual el fútbol de espectáculo fue estratégicamente usado como medio de propaganda totalitaria. No obstante, esa apropiación innegable que le dio un significativo impulso al fútbol en algunos países, Brasil entre ellos, no se puede reducir a un dispositivo al alcance de los dictadores. En un reciente artículo sobre el Campeonato Mundial de 1978, realizado en Argentina, en un período de intensa represión, Archetti (2003) muestra la ambigüedad que rodea el significado de esa conquista, como las controversias que tuvieron lugar en aquella ocasión⁴¹.

No importa cómo, la imbricación entre el equipo organizado por la CEF y la nación brasilera es algo que, en Brasil, está naturalizado, de tan convincentes que fueron los mediadores del pasado y lo son en la actualidad⁴². Hay también un proselitismo laico, desencadenado por los propios hinchas, un proceso de socialización de las generaciones más jóvenes y de los segmentos menos susceptibles a los asuntos relativos al fútbol. Igualmente importante son los desempeños de los equipos que representan la nación, pues al pueblo no le gusta asociarse a los perdedores. Haber participado de todos los Campeonatos Mundiales de Fútbol, 18 en total hasta el momento, haber llegado a 7 finales y haber vencido en 5 ocasiones no es poco. Se trata de una reputación envidiable del punto de vista futbolístico, y no son raros los que consideran estos hechos la afirmación más elocuente de Brasil en escala transnacional.

Desde la década de 1930, quizás, la selección brasilera es aclamada por practicar el fútbol-arte, o por no practicarlo, desvirtuando o reencontrando sus orígenes, como sugieren los cronistas. Mucho ha sido escrito sobre este asunto, razón por la cual no me extenderé⁴³. De cualquier forma, un análisis de la visión

41 Sobre los campeonatos del período entre las dos guerras mundiales, véase Vassort (1999, p. 176 - 180).

42 Como lo afirma Gastaldo, “llamar al equipo de la CBF, la selección brasilera, de ‘Brasil’ es una metonimia que disfraza el hecho de que la ‘selección brasilera’ era apenas un equipo de fútbol, que es, sin embargo, investido simbólicamente de la propia esencia de la nacionalidad” (2002, p. 71). Menos sutil pero no menos lapidario es Nelson Rodrigues: “No me venga a decir que el “escrete” (grupo de jugadores) es solamente un equipo de fútbol. No. Si un equipo entra en campo con el nombre de Brasil y tiene como fondo musical el himno nacional brasilero, es como si fuese la patria en shorts y zapatos de fútbol, dando puntapiés y recibiendo puntapiés” [citada en el epígrafe de Moura (1998, p. 5)].

43 Véase Leite Lopes (1990), Guedes (2003) y Alabarces (2004)

de dos periódicos parisienses - L'Auto, Paris-Soir e Le Petit Parisien -acerca de la campaña brasilera en el Campeonato mundial de Fútbol de 1938, aproximadamente la época en que el mito del fútbol-arte fue inventado, muestra que el predicado artístico era empleado con cierta ambigüedad. Por un lado, los brasileros fueron caracterizados como una especie de representantes de *art noir* (muy al estilo de los surrealistas), siendo elogiados por la técnica individual, por los malabarismos y por el desdén en relación con el resultado. Por otro lado, fueron tripudiados por el atraso en relación con la concepción de lo que sería el fútbol; tratados como indolentes, indisciplinados, incapaces de actuar colectivamente, con dificultades de discernir las tácticas del adversario, entre otras cosas. El atraso se debía, según los cronistas, a los 'trópicos', a la 'selva', a la 'liberalidad de las costumbres' y a otros eufemismos que atribuían a los brasileros. A Italia, bicampeón, solo le proferían elogios; estaban en la cumbre, con su fútbol metódico, objetivo, colectivo y disciplinado; una serie de atributos modernos, por cierto, pero muy próximos también al ejército -comprensible para la época.

Además de posibilitar a la nación una autoimagen positiva, cuando hay tantos motivos para pensar en Brasil desde una perspectiva contraria, la imaginaria 'patria de *chuteiras*'⁴⁴ concretiza un país idealizado; un 'gigante despierto', por oposición al gigante dormido, eslogan muy popular repetido hace mucho tiempo. El desempeño del equipo verde y amarillo no refleja, por lo tanto, el país, sino que lo deforma de manera positiva. Como el fútbol brasilero es identificado, no sin motivo y si porque está identificado con los segmentos dominados, su poder simbólico de rendición es potencializado, seduciendo desde los excluidos hasta una parte de la intelectualidad. No obstante, no somos los únicos que paramos para ver a la selección brasilera en los Campeonatos Mundiales, razón por la cual nos urge retomar la cuestión de cómo la FIFA contribuye a ello.

2. La mano invisible de la FIFA

Si fuera permitido que el lucrativo mercado de los atletas, desarrollado paralelamente al clubismo, se extendiese para abarcar las selecciones nacionales, los campeonatos mundiales de fútbol perderían su interés, o, por lo menos, tendrían que ser reinventados desde el punto de vista simbólico. Si los jugadores son acusados

44 'Chuteira': zapato de fútbol. "Patria de chuteiras" expresa el sentimiento colectivo de que la patria entra en campo cuando la selección nacional enfrenta a un rival extranjero (N.T.).

de mercenarios por vender su fuerza de trabajo en un lugar o en otro, conforme su conveniencia, y son frecuentes las sospechas sobre la honestidad de aquellos que sirven a la selección, imagínense lo que pasaría si la FIFA permitiera la libre circulación de jugadores con ocasión de los campeonatos mundiales de fútbol. No sería solo el principio del fin de la hegemonía brasilera, sino que se correría el riesgo de quedarnos sin audiencia internacional. El imaginario nacionalista tolera con grandes dificultades un ejército de mercenarios, lo que nos lleva a pensar que las pertenencias por lazos de sangre y local de nacimiento todavía son referencias importantes, en plena posmodernidad.

2.1. ¿Y si los campeonatos mundiales de fútbol no tuvieran una connotación nacionalista?

Cuando se observa las estrategias de gestión de los campeonatos mundiales de fútbol -elección del país que será su sede, distribución de las vacantes por continentes, calendario, fórmula de las disputas, premios y castigos, entre otras- queda claro que existe alguien planeando ese megaevento; de lo contrario, sería un caos. En realidad, son varias centenas de personas y decenas de empresas, contratadas directa o indirectamente por la FIFA, la principal arquitecta de los campeonatos mundiales de fútbol. Sin embargo, cuando se observa los campeonatos mundiales de fútbol desde el punto de vista de las emociones, reaccionamos mal a la idea de que pueda existir cualquier modalidad de control.

Creemos, deliberadamente o no, que existe una especie de “mano invisible”, al estilo de Adam Smith, respondiendo por la ordenación del agregado simbólico que da sentido y, por lo tanto, sustenta el espectáculo de los campeonatos mundiales de fútbol. No diré, contrariamente a esto, que existe una estrategia maquiavélica actuando en la oscuridad, pues sería como resucitar la idea de que el fútbol es el opio del pueblo. No conviene, pues, exagerar cuando hablamos del papel de la FIFA. Mucho menos conviene sustentar que el agregado al cual me refiero es ordenado de manera tal que no comporta cierta elasticidad; al tratarse de sistemas simbólicos, ignorar esta posibilidad sería un equívoco grotesco.

La conjetura principal es que existe un sentido hegemónico en lo que concierne a la forma en que el público se adhiere a los campeonatos mundiales de fútbol, siendo tal hegemonía producida por agentes y agencias a lo largo del proceso de espectacularización del fútbol, dentro del cual los campeonatos mundiales ocupan

una posición destacada. Mostraré cómo la FIFA interfiere en la reproducción de ese sentido hegemónico, caracterizado por la percepción de los campeonatos mundiales de fútbol como conflictos miméticos, por lo tanto inofensivos, entre naciones-Estado. Son necesarias muchas manos invisibles para hacer de un campeonato mundial de fútbol algo significativo en escala global, pero una de ellas, quizás la más importante, es, sin duda, la mano de la FIFA.

Mediante gestión estratégica, sobre todo en lo que concierne a la publicidad, los campeonatos mundiales de fútbol se disociaron del Estado, una marca de sus primeras ediciones, durante el periodo entre las dos guerras mundiales, y también de ediciones posteriores, como es el caso del campeonato mundial de fútbol de 1978 en Argentina. Sociedades democráticas no toleran la apropiación, por parte del Estado y, particularmente de sus gobernantes, de los símbolos laicos de la nación, como la selección nacional. La FIFA, que vio a los campeonatos mundiales de fútbol crecer en importancia durante los años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial, y particularmente, con las transmisiones en tiempo real, se dio cuenta de que la promiscuidad con los gobernantes no le convenía. Sin embargo, desvincularse del Estado no es lo mismo que romper con la nación, pues eso representaría la desgracia de los campeonatos mundiales de fútbol. ¿Cómo podrían sobrevivir los campeonatos sin el nacionalismo operando como soporte capaz de sustentar la adhesión masiva del público? ¿Qué otro sistema simbólico podría ser usado por los campeonatos mundiales de fútbol a fin de conseguir un éxito similar?

Pensemos en la hipótesis remota de que, en el futuro, las fronteras nacionales sean abolidas, de tal forma que nacer y crecer en Brasil o en Argentina sea lo mismo. En un escenario así improbable, el enfrentamiento entre la selección brasilera y la argentina perdería parte del interés, pues su fuente de poder simbólico estaría vacía. Lo mismo ocurriría con los campeonatos mundiales de fútbol, correspondiendo a la FIFA reinventarlas a partir de selecciones que representarían religiones, lenguas, empresas, marcas (de cigarro, de bebida, de material deportivo, etc.), u otras entidades transnacionales.

Actualmente, nada hay de más lucrativo que la manipulación de los códigos nacionales. Para eso, es imprescindible encubrir los intereses propiamente económicos, sean ellos de los dirigentes, de los agentes/empresarios, de los jugadores o de los patrocinadores. Si esto no ocurriera, el campeonato mundial de fútbol parecería una disputa como cualquier otra; una competición entre empresas capitalistas, por

ejemplo. La *illusio* deportiva precisa hacer ver y creer que los deportes son otra cosa, la negación de una lógica instrumental, de los intereses egoístas. Como se dijo, es preciso revestir a los campeonatos mundiales de fútbol de una apariencia *amateur*, impregnarlos de romanticismo y emoción, pues así los hinchas están propensos a asimilarlos.

La FIFA no tiene como forjar la identificación de los argentinos con la selección brasilera, por ejemplo, pues tal enfrentamiento está investido de representaciones muy antiguas, en gran parte ajenas al fútbol. Sin embargo, sí es capaz de facilitar o dificultar la verosimilitud entre la nación y el equipo que la representa. Imaginemos, entonces, que el criterio de nacionalidad de los jugadores exigido por la FIFA fuera abolido. Esto no es, de hecho, algo absurdo, ya que comisiones técnicas extranjeras sí son admitidas. Quien dudaría de que Arabia Saudita, por ejemplo, podría ser el próximo campeón mundial. Digamos que el millonario ruso Román Abramovich, controlador del club Chelsea, de Inglaterra, decidiera, por un capricho egoísta, invertir también en la selección de su país. ¿Rusia no sería indicada como favorita? ¿Que tal una final de campeonato entre Arabia Saudita y Rusia, con Kaká, Cristiano Ronaldo, Eto'o y Messi en campo? ¿Quien dudaría de la calidad técnica del espectáculo? Pero, ¿tendría billones de espectadores?

Alguien podría sugerir que, de alguna forma, el fútbol ya está tomado por los grandes capitalistas, como es el caso de las empresas Nike y Adidas, las cuales reproducen, comercialmente, las disputas futbolísticas, invirtiendo estratégicamente en clubes rivales -Nike invierte en Barcelona, Milán y Brasil, mientras que Adidas lo hace en Real Madrid, Internazionale y Argentina. No obstante, la FIFA tiene dificultad para organizar un campeonato mundial de clubes en los moldes del campeonato mundial de fútbol, y no es por razones logísticas. La razón principal de esa falta de éxito es el estatuto simbólico de una competición de esa naturaleza, pues ella simboliza el clubismo, menos potente en atractivo publicitario -por cuanto agrega menos público, ya que no hace tanto sentido- que el nacionalismo.

Es necesario mostrar cómo el mercado de atletas es visto como familiar en el espectro del clubismo, pero sería extraño al nacionalismo. Lo que la FIFA hace es perfeccionar el primero, garantizando la vigencia de ciertos preceptos morales típicos del capitalismo moderno: restricción a los *outsiders* (por eso es necesario vigilar la actuación de los agentes/empresarios); el respeto a los acuerdos legales (es el caso de la penalidad a los malos pagadores); y la preocupación con la perpetuación del

mercado (razón por la cual se indemniza a los clubes formadores, disciplinando la “captura” de atletas).

2.2. ¿Qué tiene que ver el doble estatuto de los ‘pies-de-obra’⁴⁵ con los campeonatos mundiales de fútbol?

Entender la gestión del estatuto de los atletas es una buena forma de empezar a develar cómo opera la mano invisible de la FIFA. A diferencia de otras personas, los jugadores de fútbol venden no solamente una fuerza de trabajo; ellos mismos son comprados y vendidos, como mercancías. Pueden ser muy apreciados o no; sus precios varían no solamente por las relaciones convencionales entre oferta y demanda, sino en función de una lógica especulativa, como en el mercado de acciones futuras. Los jugadores jóvenes, sobre todo, son vistos por el mercado clubístico como *commodities*, producidas preferiblemente en países periféricos, donde la oferta de talento es mayor y los costos de formación menores, y cotadas según las leyes específicas de ese mercado, el cual concentra en Europa los principales pregones de negocios.

La conversión de una persona en una cosa es un proceso al cual están sujetos todos los futbolistas, por la simple razón de que existe un mercado de compra y venta bien estructurado, con flujos preferenciales, como es el caso de los grandes jugadores brasileños en dirección a Europa y de los jugadores menos prestigiados para otras partes del mundo⁴⁶. En la formación del precio cuentan atributos diversificados, asociados a la expectativa de desempeño propiamente futbolístico, y también a la edad, la nacionalidad, el comportamiento fuera de campo, el club a que pertenecen y el vínculo que mantiene con el agente/empresario que lo negocia, entre otras cosas.

El mercado de ‘pies-de-obra’ no es visto como incompatible con nada; de lo contrario, no sería legalmente consentido, ni los hinchas pasarían buena

45 La expresión ‘pés-de-obra’ es una adaptación de la jerga futbolística brasileña de la expresión ‘mão-de-obra’, en español, ‘mano de obra’, para referirse a los jugadores.

46 Según la CBF, 857 jugadores abandonaron Brasil en 2004 para actuar en el exterior. Portugal fue el país que más importó jugadores brasileños, (132), seguido por Japón (55), Alemania (30), Italia (27), Paraguay (23) y otros 70 países, inclusive Sudán, Haití, Vietnam, Azerbaiyán y Albania. De los 2747 profesionales que actuaban en los 58 clubes de primera división de los cinco principales mercados futbolísticos mundiales - Inglaterra, Italia, España, Francia y Alemania - en la primera mitad de la temporada 2004/2005, Brasil fue el principal proveedor de “pies-de-obra”: 108 atletas, aproximadamente 4 % del total de la fuerza de trabajo empleada en estos clubes, 10% del total de extranjeros y 20 % de los extranjeros fuera de la Unión Europea. Para una discusión actualizada de estos datos, véase Damo (2009).

parte de su tiempo imaginando la compra y la venta de atletas para sus clubes. En configuraciones sociales, culturales e históricas diversas, hay variaciones en relación con el entendimiento del *status* de determinadas clases de personas, de tal forma que algunos grupos humanos pueden venir a ser tratados como mercancías -como los grupos de esclavos. La cuestión, un tanto paradójica, viene del hecho de que hay consentimiento legal y moral en relación con la compra y venta de ‘pies-de-obra’ y se prohíbe el tráfico de bebés, el comercio de órganos y semen, entre otras cosas. ¿Como llegó a naturalizarse la mercantilización de un tipo específico de personas, que por cierto no es única, al punto de no causar ningún tipo de extrañamiento? ¿Cuál es la relación que se podría establecer entre la mercantilización de los futbolistas y el hecho de que ellos sean, en la mayoría de los casos, reclutados entre los segmentos populares y, particularmente en el caso de Brasil, entre afrodescendientes?

La mercantilización es parte importante del proceso de emergencia y consolidación de la profesión, teniendo el doble estatuto de persona y cosa y convirtiéndose en una señal diacrítica de la identidad social de los jugadores. La naturalización del precio, encubierta por el eufemismo ‘pase’ hasta hace poco tiempo y ahora por el término ‘derechos federativos’ (transformación que obedece a los recientes cambios en la legislación), incluye un proceso de, por lo menos, tres etapas generales - con algunas variaciones nacionales. Estas etapas son: [a] la emergencia de premios como estrategia de reclutamiento de proletarios por parte de los clubes de elite; [b] la especialización progresiva de los futbolistas y la codicia de sus capitales, provenientes de la consolidación de un mercado laboral marcado por el distanciamiento entre profesionales y *amateurs*; [c] y la mercantilización del pase (derechos federativos) en escala transnacional, vigilada por las legislaciones laborales de los estados nacionales y administrada por la FIFA y sus subsidiarias. Dos o tres párrafos sobre cada uno de esos escenarios será de gran utilidad para los argumentos finales.

La remuneración en el fútbol tuvo inicio luego de que los clubes de elite comenzaron a reclutar adeptos más allá de las fronteras de clase, aún en el siglo XIX, en el caso de Inglaterra. Estos clubes, esenciales en la propagación del *ethos* deportivo, atribuían, al principio, un carácter formativo a las prácticas deportivas, razón por la cual dieron seguimiento a la intención de disciplinar la violencia y se esforzaban en hacer respetar las reglas, proceso este iniciado en las *Public Schools* antes de la primera mitad del siglo XIX. Esto trajo como consecuencia la afirmación de valores,

como la noción de *fair-play*, así como de instituciones, tales como la *International Board*, anterior a la FIFA y responsable por la gestión de las reglas de la *Football Association*. Sin embargo, la práctica del fútbol como construcción, compatible con los valores y estilos de la vida burguesa, no fue la única vía de diseminación.

En Inglaterra, así como en muchos otros lugares, el fútbol se difundió en circuitos sociales diversos, de tal forma que un industrial podría incentivar la práctica entre los operarios, con la expectativa de ocuparles el tiempo libre, y él mismo ser un deportista, que practique con sus iguales, como es aún la tendencia. En poco tiempo, las redes paralelas se cruzarían, resultando en un conflicto llamado *amateurismo* versus profesionalismo. De un lado, la elite preocupada en mantenerse apartada de las clases trabajadoras; del otro, aquellos que, por rivalidad o por ser más seguros de sus *status*, estaban propensos a la aproximación, reclutando así buenos operarios. Los clubes que deseaban mantener el exclusivismo trataron de instituir procedimientos para alejar los proletarios, promoviendo largos viajes, partidas en días de semana y otras estrategias convencionales. En Río de Janeiro, por ejemplo, pasó a ser obligatoria la firma del contrato en público, colocando a los jugadores analfabetos -la casi totalidad de los atletas proletarios- en situaciones poco cómodas.

Los clubes que tenían trabajadores entre sus equipos argumentaban que era justo compensarlos por el tiempo que perdían de trabajar en las fábricas, y había mecenas y público para pagar por los gastos⁴⁷. Los exclusivistas reaccionaban frecuentemente con sofismas, como lo demuestran Dunning y Sheard (1992) para el contexto inglés. Alegaban que el dinero comprometía la inocencia del deporte, pero lo que pretendían, de hecho, era mantener intacta el aura de una práctica que habían inventado, además de mantener el proletariado a distancia, por lo menos en el espacio

47 Desde la década de 1910, poco más de una década después de la introducción del fútbol a Brasil, hay indicios de pago y de premios. *The Bangu Athletic Club*, creado por los ingleses que trabajaban en la Compañía Progreso Industrial, contó desde el principio con alguna forma de recompensa a los empleados que se destacaban en el fútbol; abonos por faltas, pequeñas promociones, permisos para faltar al trabajo en casos de lesiones o para entrenamiento, además de las tradicionales confraternizaciones. Otros clubes también recurrieron a ese tipo de estrategias, de tal forma que los premios pasaron a ser llamados de 'bichos', por la equivalencia económica con los premios dados por el 'jogo do bicho' [(N. del T.) especie de lotería brasilera], también ilegal -y se hicieron constantes en muchos clubes que mantenían gestiones más semejantes al paternalismo de fachada nacional que al *ethos* burgués y amateur. Solo en los clubes donde el proceso de reclutamiento era cerrado, circunscrito a jóvenes de clase media y alta, no había recompensas pecuniarias.

de ocio. La práctica deportiva desinteresada, que caracteriza también la relación de las elites con el arte y la educación, jamás tuvo adhesión entre el proletariado. Perdería fuerza hasta en los clubes burgueses, ya que los enfrentamientos pasaron a despertar el interés público. A las clases altas les quedaban dos alternativas; la primera fue continuar practicando en los circuitos amadores, pero al margen de las disputas codiciadas por el público. Eso no era exactamente algo agradable, pero no había riesgo de tener que enfrentarse con clubes proletarios; la segunda alternativa, que dio origen a la espectacularización como la conocemos hoy, fue pasar de la práctica a la gestión de los deportes populares. Esta opción ofrecía a los jóvenes interesados en distinción la posibilidad de practicar deportes más propicios para eso, como el tenis, el golf y el polo, mientras seguían en la administración de los deportes de masa.

La diáspora deportiva arrastró consigo el conflicto entre el amateurismo y el profesionalismo, en Brasil y en Argentina, por lo menos. Se trataba, de todas maneras, de una lucha sin gloria, pues a pesar del exclusivismo de los clubes de elite, fue imposible evitar que el fútbol llegara a la periferia. El *bricolage*, marca distintiva de la cultura popular, reinventó el *football association*, creando condiciones reales y no ideales para practicarlo, sobre todo en relación con las reglas y los equipamientos. En Brasil, el conflicto entre *amateurismo* y profesionalismo tuvo contornos raciales más o menos explícitos y generalizados. En algunas ciudades, como Porto Alegre, los clubes de elite, entre ellos Grêmio e Internacional, segregaban las agremiaciones que tenían negros entre sus jugadores. Los excluidos creaban ligas paralelas, como la 'Liga dos Canelas Pretas' (Liga de las Canillas Negras) y siguieron perfeccionando sus desempeños.

La disputa entre *amateurismo* y profesionalismo tuvo particularidades locales, sobre todo porque en aquel momento no existían las competiciones estatales, y menos aún las nacionales⁴⁸. En general, sin embargo, en aquella época, la concesión de premios (con o sin el alegato de que se trataba de compensación por el tiempo no trabajado) correspondió a la inserción no progresiva de personas de las clases populares y negros. ¿Mercenarios? Claro que no. ¿Por qué deberían rechazar los

48 Sobre la diversidad de ese proceso, véase Caldas (1990), Pereira (2000) y Leite Lopes (1994), Antunes (1994; 1996), (2000), Mascarenhas (2001), Silva Jr. (1996) y Coimbra y Noronha (1994) para el caso brasileiro. Archetti (1999) y Frydenberg (1997) son las principales referencias para la historia social del fútbol en Argentina. Para un análisis del profesionalismo en Francia, en el período más reciente, véase Faure y Suaud (1994) y en perspectiva historiográfica Wahl y Lanfranchi (1995).

premios si había tratamiento desigual en los clubes, como en el Fluminense (club de Río de Janeiro, entonces capital de Brasil), que les recomendaba no entrar por la puerta principal, la puerta de los asociados ilustres? ¿Cuál sería el problema de aceptar dinero a cambio del capital futbolístico? Salvo algunas excepciones, los jugadores provenientes de las camadas populares jamás vieron la interdicción del dinero como un problema moral en los deportes, sino como un capricho burgués. Por eso mismo, estaban dispuestos al reclutamiento, así que la resistencia hacia ellos perdiera fuerza. El club Vasco da Gama, en Río de Janeiro, y el Internacional en Porto Alegre, son ejemplos de uso estratégico de los negros, reclutándolos a bajo precio (pues no había competición por ellos en el mercado incipiente) y un alto retorno futbolístico. Con negros en los equipos, rompieron con la hegemonía de otras agremiaciones y contribuyeron, poco importa si fue de forma poco loable, para decretar el fin del “amateurismo marrón”, como se llamó al falso *amateurismo*.

El profesionalismo sería adoptado oficialmente en los años 30 -en 1933 por el eje Río de Janeiro-São Paulo; en 1937 por Gremio Internacional; y en los demás estados no antes de esa década. Como la espectacularización del fútbol es muy desigual aún hoy (basta pensar en las diferencias entre los clubes de São Paulo y Acre, por ejemplo)⁴⁹, no conviene aferrarse demasiado a fechas, antiguo resquicio positivista que oblitera la comprensión de la historia social y cultural del deporte. El contexto que le siguió a la etapa más intensa del conflicto entre *amateurs* y profesionales corresponde a la consolidación del clubismo y a la creación de la profesión de jugador de fútbol. No menos importante ha sido la institucionalización de la remuneración y la expansión del fútbol como espectáculo -la construcción de grandes estadios, la cobertura periodística amplia, la especialización de los papeles (hincha, atleta, dirigente y cronista), entre otros.

La consolidación del clubismo, más allá de los circuitos burgueses, ocurre en moldes diferentes de aquellos inicialmente practicados y nos sirve para ilustrar esta etapa de ese proceso. La adhesión popular a las instituciones creadas y controladas por la elite, alrededor de las cuales se instituyeron redes amplias de pertenencia (los tótems de hoy), contrasta con la cuidadosa selección de los asociados, típica del *amateurismo*. La generalización del interés por los espectáculos resultó en beneficios

49 El estado de Sao Paulo cuenta con 6 clubes que compiten en la 1ª División y 5 en la 2ª División nacional (ambas competiciones tienen 20 participantes), mientras ningún club del estado de Acre participa en estas divisiones.

económicos para los clubes, permitiendo el pago de salarios y, consecuentemente, la exigencia de los atletas en tiempo integral. Las tecnologías de entrenamiento, inicialmente importadas del cuartel y posteriormente de la academia, incrementaron el potencial físico y técnico individual y colectivo de los profesionales, a lo cual cavó un foso en relación con los practicantes de tiempo libre. Esta distancia era necesaria para que los desempeños en los estadios viniesen a ser valorizados por los hinchas, buena parte de los cuales eran jugadores *amateurs*.

Entre las dos guerras mundiales, la espectacularización del fútbol, impulsada por los nacionalismos de estado, avanzó substancialmente, especialmente en lo referido a otros deportes. A diferencia de Hitler, que optó por las olimpiadas -Alemania tuvo solamente participaciones discretas en los campeonatos mundiales de fútbol de 1934 y 1938- Mussolini invirtió en el ‘calcio’, organizó y venció en el campeonato mundial de fútbol de 1934, y ganó también el campeonato de 1938, organizado por Francia⁵⁰. La política fascista llegó al punto de repatriar emigrantes y sus descendientes, siendo Argentina el país más afectado, donde el fútbol de espectáculo ya se había consolidado y la emigración italiana era expresiva⁵¹. Los clubes argentinos reaccionaron, contratando los grandes jugadores brasileños de la época, Leonidas da Silva y Domingos da Guia, los cuales ya habían jugado en Uruguay. Esas negociaciones eran insignificantes desde el punto de vista cuantitativo. No representaban, en este aspecto, una amenaza al fútbol brasileño, aunque sí dieron lugar a especulaciones por parte de la incipiente crónica deportiva.

Se precipitaron entonces algunas transformaciones. En la práctica, los premios en dinero eran algo corriente hacia algunas décadas, tolerados siempre que no fueran muy evidentes. El ‘amateurismo marrón’ entró en una crisis sin precedentes cuando Vasco da Gama reveló su práctica de tener mecenas para los jugadores, formando un equipo en el cual la mayoría de los jugadores eran negros. Para jugar en la liga principal era necesario comprobar que se tenía un empleo, lo cual no fue difícil para los dirigentes del club lusitano, propietarios de muchas panaderías y almacenes. El club Vasco da Gama venció en el campeonato de 1923, pero le retiraron el título, por burlar las normas del *amateurismo*, y lo retiraron de la liga, alegando que no poseía estadio propio. El fin del *amateurismo* fue postergado, mas por poco tiempo. El Vasco

50 Sobre el uso estratégico de los campeonatos mundiales de fútbol de 1934 y 38 por parte de Mussolini, véase Vassort (1999, p. 176 - 180).

51 La selección italiana campeona mundial de fútbol de 1934, tenía cuatro jugadores nacidos en Argentina, renaturalizados italianos.

da Gama construyó, entonces, el estadio más grande de Brasil de la época, desechando el argumento contrario a su inclusión en la Liga. La crisis del *amateuismo* se agravó en el principio de los años 30, también porque los mecenas, generalmente relacionados con la aristocracia, como los caficultores paulistas, entraron en decadencia y no tuvieron cómo mantener a los clubes.

La entrada de los negros y de las clases populares en general en los clubes de elite -hasta entonces frecuentados y comandados por elites- no ocurrió sin la creación de una frontera que demarcara el *status* entre asociados y atletas, y recayó sobre los más prestigiados entre los primeros la gestión política y administrativa de los clubes. Esta segmentación gradual y la estabilización de los papeles, con la demarcación precisa de las competencias y *status*, redefinió la sensibilidad estética de los hinchas y la ética de los nuevos profesionales y dirigentes. Consolidados el clubismo y la cobranza de ingresos, no había como restringir el acceso del público. Los jugadores representaban al club, como antes, con la diferencia de que recibirían dinero para hacerlo. Los hinchas se sentían, entonces, en el derecho de exigir victorias y de decir lo que le venía en gana cuando se sentían desilusionados. A Marcos Carneiro de Mendoza, *goalkeeper* de Fluminense, le pareció poco edificante lo que tenía que escuchar cuando encajaba un gol y, como otros deportistas, abandonó el fútbol (Pereira, 1996). Sus oídos no estaban preparados para oír disparates, palabrotas e insultos de toda especie, aunque el repertorio de la época era menos diversificado que el actual. Jugadores reclutados entre las clases trabajadoras, en contrapartida, no tuvieron problemas de adaptación, ya que lo que oían de las tarimas no era ninguna novedad⁵².

La consolidación de un público para el fútbol de Brasil, con la construcción y/o ampliación de los estadios, transformó el espectáculo en algo suficientemente rentable como para pagar los salarios de los futbolistas. Se creó un nuevo mercado

52 Es verdad, nada ocurrió de forma tan mecánica, pero es imposible comprender por qué son insultados los jugadores del propio club -ni por qué los insultos son una señal diacrítica del espectáculo futbolístico brasileiro- sin entender esas transformaciones. Los negros forzaban su ingreso a los clubes de primera línea y a ese cambio en el perfil de los atletas correspondió un nuevo perfil de público y de significado de lo que era hinchar. Hubo una especie de pérdida del glamour en y de las hinchadas; más pueblo, más hombres, menos mujeres, menos flores, menos frutas, menos 'ays!' y 'uys!' y más palabrotas, amenazas, agresiones y todo tipo de hostilidades que, a pesar de las variaciones, fueron tramando el espectáculo futbolístico a la sensibilidad masculina característica de los grupos populares. Con variaciones en el comportamiento en los estadios, este es el padrón hegemónico actual.

laboral, aún incipiente por cierto, pero bastante atractivo para jóvenes de las camadas populares habituados al uso de la fuerza física, resistentes al dolor y aptos al sacrificio exigido por los hinchas. El resultado de esas transformaciones aumentó la oferta y la demanda de ‘pies-de-obra’ especializados, haciendo que la contrapartida monetaria viniese a ser un dispositivo importante en la competencia entre los clubes.

El acuerdo entre los dirigentes de Río de Janeiro y São Paulo, en 1933, siguió un padrón internacional, previendo el resarcimiento, entre los clubes, cuando hubiese transferencias de atletas. Se trató, pues, de un acuerdo entre dirigentes deportivos que demarcaba el nuevo estatuto de los futbolistas, que desde entonces pasaron a ser tratados como mercancías. Así como en Brasil, en otros países también esa cláusula fue adoptada y, desde entonces, los futbolistas solo pudieron ser transferidos de una agremiación a otra mediante un consentimiento y resarcimiento del club de origen. Esto contribuyó para que los clubes evitaran el libre mercado laboral y, por lo tanto, la especulación por parte de los atletas. Sin cláusulas de rescisión, el aumento de los salarios sería inevitable, lo que era un mal negocio para los dirigentes. Con la adopción del profesionalismo, la segregación social y racial disminuyó, pero los salarios de los nuevos profesionales quedaron debajo de las expectativas, con excepción, como ocurre actualmente, de las grandes estrellas.

Este breve recorrido histórico traza un esbozo genérico de cómo surgió la mercantilización de los atletas, aunque no abarca toda la complejidad del proceso. El ‘pase’, en Brasil, fue oficializado en los términos de la ley en 1976. Los atletas se transformaron, entonces, en mercancías, pues la FIFA, que tenía (y tiene) el monopolio del fútbol profesional, les imposibilitaba la oferta de trabajo en otro mercado. Además se reglamentó la compra y venta, pudiendo alejar un club de su cuadro afiliados por no cumplir los acuerdos bilaterales, lo que en la práctica representa la extinción futbolística del club. Desde el punto de vista de los jugadores, por lo tanto, o aceptan las normas de la FIFA o renuncian a recibir dividendos provenientes de la práctica del fútbol, pues, como se ha dicho, esta institución tiene el monopolio del fútbol.

Los poderes de la FIFA son más nítidos en la actualidad, pues el fútbol se convirtió en un bien simbólico con gran valor económico. Este proceso se intensificó internacionalmente a partir de la II Guerra Mundial, con la consolidación de la FIFA y de sus afiliados en la gestión política y económica del fútbol de espectáculo. Fueron importantes, en este período, las políticas expansionistas, en términos geográficos, con la realización de campeonatos mundiales de fútbol en los Estados Unidos (1994), en

Asia (Japón-Corea, 2002) y en África del Sur (2010), siempre en los propios términos del capitalismo.

No importa lo que se diga, es innegable que el éxito expansionista del fútbol como espectáculo (me refiero más al aumento del mercado de fútbol que a la expansión geográfica) reside, en gran parte en la fuerza del clubismo, a diferencia de como ocurrió con otros deportes, como el voleibol y el básquetbol, diseminados por muchos países pero *clubísticamente* consolidados solamente en algunos. El clubismo, reafirmo, depende de la adhesión de hinchas y, especialmente, de una buena adhesión, visceral, razón por la cual posee, por definición, un fuerte componente *amateur*, heredado del romanticismo del siglo XIX (Damo, 2005: 83-88). La pertenencia clubística es el principal resquicio del *amateurismo* del fútbol del siglo XIX, y, a pesar de eso, es su motor propulsor; es ese también el motivo de su importancia para los negocios de la FIFA.

La restricción a la libre circulación de atletas -que impide que un futbolista defienda, simultáneamente, dos agremiaciones distintas, pero no que pueda ser transferido en circunstancias específicas, lo que incluye, casi siempre, un contrarreembolso económico importante para los intermediarios- es central para entender la acción de la mano invisible de la FIFA. La FIFA consiente la mercantilización de los atletas, lo que genera, por sí solo, un mercado lucrativo (y a veces sospechoso). No obstante, ella impone sutilmente una restricción a ese mercado fundada en el orden simbólico, correspondiente al mismo orden de valores que impide a los hinchas cambiar de club: cuando una persona pertenece a alguien no puede pertenecer a nadie más. En otras palabras, un jugador no puede actuar por dos clubes al mismo tiempo, exigiéndosele dedicación exclusiva, sin excepciones.

Esta norma, extraída del clubismo, es una arbitrariedad cultural que mantiene el ordenamiento de un poderoso sistema simbólico a partir del cual se producen las emociones. Al adecuar la circulación de atletas a tal norma, la FIFA preserva, inteligentemente, una analogía entre el estatuto moral de los atletas y de los hinchas. Los atletas, según definiciones nativas corrientes, disponen de un don, heredado de la naturaleza o de una divinidad, y que, una vez perfeccionado, resulta en un capital corporal apreciado, y como tal, remunerado y especulado. En contrapartida, los hinchas heredan una pertenencia (de la parentela consanguínea, la mayoría de las veces) que los ata al club, impidiendo la circulación, justamente al contrario de lo que hacen los jugadores profesionales. Esta asimetría posee tanto poder que son

frecuentes los casos de hinchas brasileiros que se adhieren a clubes europeos a los cuales fueron transferidos jugadores formados e identificados con el “club de sus amores”⁵³. Por eso mismo, administrar la relación con la hinchada es algo importante para los profesionales, y tanto más cuanto más circulan.

Los hinchas reaccionan con ambivalencia al mercado frente a la libertad de circulación de los atletas. Algunas veces especulan la compra y la venta en el mercado imaginario, otras acusan a los atletas de mercenarios y exigen, sin excepción, que los clubes tengan su propia fábrica de atletas, pues creen que así es posible inculcarles la pertenencia, sin contar que uno u otro puede ser capitalizado como mercancía (véase Damo, 2007). El deseo de los hinchas de inculcar a los atletas los valores que son suyos es una variante del etnocentrismo, pues el amor al club, atravesado por los lazos afectivos que están en su origen, es propio de la manera en que los hinchas se adhieren al clubismo. En el cuadro actual del clubismo, los hinchas no tolerarían que un jugador actúe para dos equipos simultáneamente, lo que es común en el mercado laboral; al final de cuentas, no se aman las empresas como se aman los clubes. El exclusivismo es, actualmente, un valor inherente al clubismo, antes de ser una norma de la FIFA. Y si es un valor lucrativo, la FIFA lo preserva.

En el caso de los campeonatos mundiales de fútbol, sin embargo, la FIFA precisa intervenir para poder tener en cuenta no el clubismo, sino el nacionalismo. Si permitiera la mercantilización de los atletas en el caso de las selecciones, eso probablemente sería el fin de los campeonatos mundiales de fútbol, o estos acabarían siendo algo muy diferente de lo que son. En el caso de los campeonatos mundiales de fútbol, la FIFA dicta que si los jugadores pertenecen a alguien, no pueden pertenecer a nadie más. Un atleta que ha jugado en partidas oficiales para una selección debe permanecer fiel a ella indefinidamente, no pudiendo integrar el equipo que representa otro estado-nación. Queda actualizado, de esa manera, un código propio al estado-nación, el cual, aunque no impida, restringe la concesión de ciudadanía a quien no es natural de ese estado. Y lo que es más importante quizás, los ejércitos nacionales son forjados con recursos humanos reclutados, básicamente, entre nativos- ni los más neoliberales de los estados privatizan sus ejércitos.

53 Está implícito en el clubismo la posibilidad de hinchar para más de un club, desde que ellos integren sistemas clubísticos diferentes. No hay contradicción entre ser flamenguista, milanista y barcelonista, pero sería grave que alguien quisiera declararse flamenguista y botafoguense, o milanista e internacionalista. De cualquier forma, el ‘*clube do coração*’ es, salvo raras excepciones, uno solo. Los otros, con los cuales se tiene relación de empatía, no despiertan pasiones viscerales.

En otro caso, las restricciones impuestas al mercado de ‘pies-de-obra’ determinan la manera en que circulan las emociones futbolísticas que, a su vez, refuerzan la verosimilitud con determinadas instituciones modernas. Los gestores de fútbol de espectáculo, más que parecer verosímiles, están atentos a las posibilidades de lucrar económicamente con los lazos que existen entre sistemas simbólicos relativamente autónomos. Es decir, deben estar conscientes de los riesgos que implicaría la libre circulación de ‘pies-de-obra’ y calcular los daños representados, por ejemplo, por la posibilidad de aplicar a las relaciones nacionales la misma lógica que preside el clubismo, al permitir que atletas sean reclutados económicamente. Quizás esto sea adoptado un día, cuando los ejércitos sean completamente profesionalizados, pero por ahora, el adorno *amateur* se mantiene.

3. Consideraciones finales

Investigar las fronteras simbólicas no es un mero capricho antropológico. Las fronteras por las que transitan las imaginaciones y las pasiones, como es el caso del nacionalismo y del clubismo, son aún más relevantes. Ellas no son siempre transparentes, como sería de esperar, pero eso no nos impide hacer algunas apuestas interpretativas. Nuestros argumentos muestran no solamente la combinación de las lógicas económica y simbólica en el contexto deportivo, sino cómo un campeonato mundial de fútbol, el principal evento deportivo transnacional, puede ser tomado como uno de los productos mejor acabados que la cultura occidental ha producido. No solo por la transformación de partidas de fútbol en espectáculos de imágenes al alcance de billones de telespectadores, sino por contener, en sí mismo, una especie de utopía: la conversión de todas las formas de violencia en violencia simbólica, el residual genérico de la estética deportiva, según Norbert Elias.

Los campeonatos mundiales de fútbol son ritualizados, llenos de dramatizaciones de las identidades (nosotros) y de las diferencias (los otros). Son ocasiones para celebrar la convivencia entre las naciones (discurso que la FIFA difunde y muchos creen), pero también permiten expresar públicamente el deseo de anulación, muerte y aniquilación del otro. Lo que la mano invisible de la FIFA hace es potencializar el poder simbólico de los campeonatos mundiales de fútbol teniendo, para ello, que preservar el encuadre de la razón económica por parte de la razón simbólica.

Entender las motivaciones de los campeonatos mundiales de fútbol es, por lo tanto, restituir la capacidad de simbolización de los hinchas, independientemente de quienes sean. Hay mucho para avanzar en relación con el simbolismo deportivo, a la producción de emociones, a las sensibilidades estéticas. No se puede sino pensar que los deportes, y particularmente los espectáculos, operan a partir del *déficit* de capitales de los agentes sociales. Los hinchas no son, como escribió Bourdieu, ‘mímicas caricaturales del militante, dedicados a una participación imaginaria que no es más que la comprensión ilusoria de la privación en beneficio de los *experts*’ (1983, p. 145).

Y no se trata tampoco de caricaturas porque la participación imaginaria no es necesariamente ilusoria (en el sentido de falsa), sino instituida, y tiene una dimensión real, pues nada puede ser más real para la imaginación que el simbolismo. Los hinchas tampoco tienen nada que ver con la privación, por razones que a esta altura no es necesario repetir. Esas consideraciones, en sentido contrario a las de Bourdieu, no implican una invitación a postrarse frente a la televisión para hinchar durante el próximo campeonato mundial de fútbol. Mi objetivo fue mostrar cómo este evento es una construcción de gran magnitud -un equivalente simbólico a la muralla China- y de cómo esta construcción tiene sus artificios. Espero haber logrado parte de lo que pretendía, no privando a nadie del derecho a la *illusio* deportiva, sino despertando la curiosidad sobre la comprensión de los meandros sociales y culturales que hacen de las partidas de fútbol espectáculos cautivantes.

Bibliografía

Alabarces, Pablo (2002), *Fútbol y Patria*. Buenos Aires: Prometeo libros.

_____ (2004), “Tropicalismos y europeísmos: la narración de la diferencia entre Argentina y Brasil a través del fútbol”. Exposición en la *24ª Reunião da ABA*, Olinda (PE), 12 a 15 de junio de 2004.

Anderson, Benedict (1989), *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática.

Antunes, Fátima (1994), “O futebol nas fábricas”. En: *Revista USP*, n.º 22.

_____ (1996), “O futebol na Light & Power de São Paulo”. En: *Pesquisa de Campo*, n.º 3-4, p. 51-64.

Archetti, Eduardo (2003), “Argentina 1978 and after: Military nationalism, football essentialism, and moral ambivalence”. Exposición realizada en *eLXXVII Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu (MG), 22 a 26 de octubre de 2003.

Bourdieu, Pierre (1980), *Le sens pratique*. Paris: Minuit. (1983)

_____. “Como é possível ser esportivo”. En: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, p.136-153.

_____ (1990), “Programa para uma sociologia do esporte”. En: *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense, p. 207-20.

_____ (1999), *A Economia das Trocas Simbólicas*. 5ª ed. São Paulo:

_____ (s/f), *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Bromberger, Christian (s/f), “Les Practiques et les spectacles sportif au miroir de l’ethnologie”. *Intervention au congrès de la 3S*, Toulouse, 28, 29 et 30 octobre (conferencia inaugural), mimeo.

Coimbra, David e Noronha, Antônio (1994), *A História dos Grenais*. Porto Alegre: Artes e Ofícios.

Damo, Arlei (2002), *Futebol e identidade Social*. Porto Alegre: Editora da Universidade (UFRGS),

_____ (2005), *Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França*. Tesis doctoral. Porto Alegre, UFRGS/PPGAS. <Disponível em: <http://www.biblioteca.ufrgs.br/Bibliotecadigital>>.

_____ (2006), “O ethos capitalista e o espírito das copas”. En: E. Gastaldo y S. Guedes (Org.), *Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional*. Niterói: Intertexto, p. 39-72.

_____ (2007), *Do dom à profissão – a formação de futebolistas no Brasil e na França*. São Paulo: HUCITEC.

_____ (2009), “The training of football players in Brazil”. En: M. Cury (Org.), *Football in Brazil*. Londres: Taylor & Francis [no prelo].

Durkehim, Emile (2003), *As formas elementares da vida religiosa*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes.

Dunnin, Eric & Sheard, Kenneth (1992), “La separation des deux Rugby”. En: Actes de la Recherche en Sciences Sociales; n.º 79.

Elias, Norbert (1993), *O Processo Civilizador* (vol. 2), Rio de Janeiro: Zahar.

Elias, Norbert e Dunning, Eric (1992), *A busca da Excitação*. Lisboa, Difel.

Faure, Jean-Michel y Suaud, Charles (1994), “Un professionnalisme inachevé: Deux états du champ du football professionnel en France, 1963-1993”. Actes de la Recherche en sciences sociales, n.º 103, jun 1994.

- Frydenberg, Julio (1997), “Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol, Buenos Aires 1900-1910”. En: Entrepasados: Revista de História. Ano VI, n.º 12.
- Gastaldo, Édison (2002), “Notas Etnográficas Sobre um País em Transe”. En: Verso & Reverso. São Leopoldo: Editora Unisinos, ano XVI, n.º 34, p. 69-78.
- Geertz, Clifford (1989), *A Interpretação das Culturas*. Río de Janeiro: Guanabara.
- Genet, Jean-Philippe (1997), “La Genèse de l’État Moderne”. En: Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n.º 118, jun 1997.
- Guedes, Simoni (2000), “Malandros, caxias e estrangeiros no futebol: de heróis e anti-heróis” In: L. Gomes y J. Drummond, *O Brasil não é para principiantes*. Río de Janeiro: Editora FGV, p. 126-42.
- _____ (2002), “De Criollos e Capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil”. Exposición en el *XXVI Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu (MG), 22 a 26 de outubro de 2002.
- Heinich, Nathalie (2001), *La sociologie de l’art*. Paris: La Decouverte (Repères 328),
- Hobsbawn, Eric (1984), “Introdução: a invenção das tradições e A Produção em Massa das Tradições: Europa 1879 a 1914”. En: E. Hobsbawn y T. Ranger, *A Invenção das Tradições*. Río de Janeiro: Paz e Terra.
- _____ (1990), *Nações e Nacionalismo desde 1780*. Río de Janeiro, Paz e Terra.
- Leite Lopes, José S. (1994), “A vitória do futebol que incorporou a *pelada*”. En: Revista USP, n.º 22.
- _____ (1999), “Les origines du jeu à la Brésilienne”. In: H. Héral y P. Mignon (orgs), *Football, jeu et société*. Les cahiers de L’INSEP, n.º 25, p. 65-84.

- Lévi- Strauss, Claude (1975), *Totemismo Hoje*. Petrópolis: Vozes.
- Mascarenha, Gilmar (2001), *A Bola nas Redes e o Enredo do Lugar: uma Geografia do Futebol e seu advento no Rio Grande do Sul*. Tesis de Doctorado. São Paulo: USP.
- Moulin, Raymonde (1997), *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- Moura, Gisella (1998), *O Rio corre para o Maracanã*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Pereira, Leonardo (1996), "Pelos Campos da Nação: um goal-keeper nos primeiros anos do futebol brasileiro". En: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 10, n.º19, p. 23-40.
- _____ (2000), *Footballmania: uma história social do futebol*. Rio de Janeiro: Nova
- Rabain-Jamin, J. (2002), "Personne" (verbete), En: P. Bonte y M. Izard, *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*. 2ª ed. Paris: Quadrige/PUF.
- Schneider, David M. (1992), "Conclusion". In: *A Critique of the Study of Kinship*. The University of Michigan Press.
- Souza, Marcos (1996), *A 'Nação em Chuteiras': Raça e Masculinidade no Futebol Brasileiro*. Tesis de Maestría, PPGAS: Brasília/ UnB.
- Toledo, L. Henrique (2002), *Lógicas no Futebol*. São Paulo: Hucitec/FAPESP.
- Vassort, Patrick (1999), *Football et politique*. Paris: Les Éditions de la Passion.
- Wahl, Alfred e LAFRANCHI, Pierre (1995), *Les footballeurs professionnels: des années trente à nos jours*. Paris: HACHETTE.
- Weber, Max (1974), "A Nação". En: H. Gerth y W. Mills (org.), *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar.