



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@proyectointernet.org

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
México

Medina Cano, Federico
EL FÚTBOL Y LA VIVENCIA FESTIVA DE LA NACIONALIDAD
Razón y Palabra, vol. 14, núm. 69, julio-agosto, 2009
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Estado de México, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL FÚTBOL Y LA VIVENCIA FESTIVA DE LA NACIONALIDAD

Federico Medina Cano¹

RESUMEN: Tomando en cuenta que los sentidos y el valor social que se le confiere al fútbol son muy amplios y no se pueden reducir a un solo elemento y partiendo de que no se puede pensar al fútbol sólo como alienación y como una actividad al servicio del poder (de los intereses de los poderosos), en este ensayo se presentan una serie de reflexiones sobre la dimensión lúdica y festiva de este deporte; dimensión en la que buscan expresarse y construir su identidad los sectores subalternos, y tienen cabida las formas de resistencia y de reacción de los sectores populares.

PALABRAS CLAVE (KEY WORDS): Cultura, Fútbol, Nación, Fenómeno festivo, Nacionalismo.

Los sentidos y el valor social que se le confiere al fútbol son muy amplios y no se pueden reducir a un solo elemento. Esta condición plural ha dado lugar a diferentes lecturas y a variadas formas de apropiación por parte de los grupos sociales y las comunidades que lo viven y hacen de él una práctica lúdica. Tampoco se puede pensar sólo como alienación y como una actividad al servicio del poder (de los intereses de los poderosos), el fútbol es también una actividad lúdica y festiva en la que buscan expresarse y construir su identidad los sectores subalternos, y tienen cabida las formas de resistencia y de reacción de los sectores populares.

Por ejemplo, para una gran mayoría de la población y los grupos sociales que forman parte de las clases bajas, es una de las pocas oportunidades de movilidad social y de reconocimiento. Para algunos, es depositario de discursos de género, es parte fundamental en los procesos de socialización masculina, de los ritos de iniciación y masculinización, del culto a la juventud y la prolongación de la adolescencia. El estilo de jugarlo, los niveles de resistencia que son necesarios en juegos y torneos prolongados, la violencia ejercida entre los jugadores, son expresión del culto a la masculinidad vinculado al fútbol. Para otros, en los estilos de vida del hombre urbano, por su carácter cíclico, su dimensión ritual, es un elemento clave en la organización del tiempo y las rutinas de la cotidianidad, el fútbol marca las actividades y el ritmo de vida en las ciudades y en la vida de las familias. Para otros es un bien de consumo mediático. En los procesos de globalización que atraviesan América Latina es un espectáculo

que se haya integrado al desarrollo de los medios masivos. En sus orígenes estuvo estrechamente ligado a la expansión de los medios, a las revistas primero, al cine y la radio después y finalmente a la televisión. Además su potencial publicitario es enorme. Los campeonatos locales, regionales e internacionales se utilizan medios para amplias campañas masivas. Su comercialización ha hecho del fútbol una mercancía verdaderamente global que sirve como entretenimiento de modo global (Ramonet citado por: Rinke. 2007: 96). Como parte de este espectro de sentidos está la vivencia del fútbol como un mecanismo de integración nacional y regional. De esto significados nos vamos a ocupar a continuación.

EL FÚTBOL UN FENÓMENO FESTIVO MULTITUDINARIO

El fútbol posee dos facetas: es un deporte sometido a sus propias reglas y retos, y es un fenómeno festivo. Primero, se puede jugar en cualquier lugar y no se hace necesario un equipamiento costoso ni siquiera una pelota. Como deporte está regido por reglas sencillas y claras que todo el mundo es capaz de comprender, y que los que participan del juego, tanto jugadores como espectadores, saben que deben respetar. Todo se puede explicar, nada está oculto, las reglas son inmutables, no se ponen en discusión cada partido. Pero a pesar de estar sometido a un conjunto de reglas, no es un acontecimiento frío y racional (no es lógico), ni está determinado por una relación de causalidad (a veces no existen razones o argumentos para explicar por qué se ganó o cuales fueron las razones por las cuales se perdió). El fútbol puede dar lugar a lo imprevisible, al suspenso, a lo sorpresivo y lo sensacional, al azar, y esto lo llena de entusiasmo y emoción. La acción en la cancha es viva, no se juega con un libreto preciso, los movimientos de los jugadores no obedecen a un plan exacto varias veces ensayado, ni el resultado no se puede predecir con seguridad. En la cancha el jugador es libre en su desempeño y puede lucirse individualmente en el juego. Cada partido es único: sobre la cancha se crean situaciones imposibles de repetir que parecen impuestas por el destino, esto lo hace apasionante, le confiere su sentido estético y su plasticidad. Sin este factor, sin nada se "pusiera en juego", el fútbol perdería su sentido.

Segundo, el fútbol es también un fenómeno festivo multitudinario que congrega a poblaciones enteras. Lo es desde el momento en que el acontecimiento deportivo implica una ruptura con

la cotidianidad, con las normas habituales. Sus contenidos y resultados excepcionales y difícilmente repetibles (de goles memorables y de récords) son expresión de los valores típicos de la emergencia festiva: el fútbol rompe con la norma común y con lo habitual, al producir sucesos insólitos y actuaciones ejemplares.

El fútbol como acontecimiento festivo contiene una fuerza de participación y de creación, es expresión de contenidos comunitarios. La fiesta crea momentáneamente la ilusión de *comunidad*, la ilusión de unidad, de una sociedad homogénea. Es un dispositivo de representación cuya función principal es “espectacularizar una determinada comunidad humana, mostrándola a sí misma y a las otras, como dotada de unos límites simbólicos específicos y otorgándole a sus miembros la posibilidad de experimentar una determinada verdad identitaria” (Delgado. 2002: 167). Esta es la sensación que rodea a los hinchas. Toda fiesta necesita de un público que se vea incitado a participar o que se vea representado a sí mismo en el ritual. En ella se establece una participación apasionada, una intensa comunión entre los participantes, una percepción común de la vida y la voluntad de vivir. Toda fiesta secciona la sociedad en dos: quienes celebran la fiesta y quienes no la viven. Une a unos (los invitados o los participantes) en un *nosotros*, al tiempo que los separa de los que no son, de los que participan (de *ellos*). Cada partido y la celebración del triunfo o la vivencia cohesionadora de la derrota se constituyen en un acto de comunión en un tiempo y en un espacio determinado, de **vivencia de unidad**, en un motivo para proclamar una identidad colectiva en la que se anulan las diferencias, se desmiente la pluralidad y la contradictoria complejidad de la sociedad real. Como parte de esta vivencia festiva de la unidad esta la que se experimenta cuando juega la selección nacional. En el contexto del nacionalismo, por su alto potencial de identificación, es una fuente de identidad a nivel regional, nacional y continental, y una fuente de inspiración para la producción artística y literaria; es utilizado activamente en muchos estados como fuente de orgullo nacional y como recurso para promover la integración nacional.

El fútbol como un fenómeno social y cultural refleja en su historia “los problemas sociales de las sociedades latinoamericanas con su marcada heterogeneidad social y étnica, las líneas de conflicto y la desigualdad social que atraviesan estas sociedades (Rinke. 2007: 94). Ha sido

utilizado por los políticos, por los grupos de poder, pero también en él se desarrolló un enorme potencial subversivo, es expresión de la hibridación cultural, de la fuerte heterogeneidad social y étnica de las sociedades latinoamericanas. En esta ambigüedad hay que analizar la relación entre fútbol y nación.

EL NACIONALISMO Y EL CONCEPTO DE NACIÓN

“La historia oficial ignora al fútbol. Los textos de historia contemporánea no lo mencionan, ni de paso, en países donde el fútbol ha sido y sigue siendo un signo primordial de identidad colectiva. Juego, luego soy : el estilo de jugar es un modo de ser, que revela el perfil propio de cada comunidad y afirma su derecho a la diferencia”

Eduardo Galeano

El concepto de nación contiene y pertenece a la cultura. Para entender su dinámica, su principio de acción y su significado hay que abordarlo desde la semántica cultural y la psicología colectiva. Es una experiencia identitaria, una práctica de autopercepción, de inclusión y de exclusión. Como todo proceso de identidad colectiva es un sentimiento de pertenencia compartido por los miembros de un grupo mediante el cual es interpretada y definida la realidad y se orientan las acciones. Supone la existencia de un nosotros, de una comunidad de individuos que comparten la misma pauta cultural común en la que se reconocen.

Sin embargo el significado cultural del concepto nación no puede estar ausente de la condición política que lo atraviesa y que lo determina, del uso político que de él han hecho las clases dirigentes. Es parte de los procesos de dominación, de hegemonía cultural, de los dispositivos de poder, de los mecanismos que permiten fabricar imaginarios colectivos, ilusiones unitarias para ser consumidos por la mayoría.

En la época actual se afina el concepto mismo de ideología. La ideología cubre, "por una parte, las representaciones que se presentan como no ideológicas, como "rigurosas", y por otra,

una buena parte del imaginario social... Una ideología hoy no puede ya permitirse aparecer como ideología: apelar a lo afectivo, regular la pertenencia a un grupo diferente. Le es preciso tomar un aspecto científico" (Lefebvre. 1972: 122). En esta nueva modalidad está la ideología que propone oficialmente la unidad de "la cultura" y el nacionalismo cultural.

Al referirse a la comunidad que habita un mismo territorio se emplean dos palabras: país y nación. Pero son dos conceptos que parten de principios opuestos, y que, desde lugares diferentes, nombran y explican esta realidad social y cultural. Uno lo hace desde una visión de las cosas que reconoce la dimensión plural de esta realidad o su heterogeneidad, y la otra desde una posición ideológica. El término país supone la diversidad, se refiere a un mosaico cultural con órdenes de sentidos diversos y en ocasiones encontrados, con procesos culturales de modernización y con tradiciones fuertes y arraigadas, con regiones diferentes, con componentes de orden urbano, con factores de procedencia rural, campesina o étnica. La nación supone, por contraste, la existencia de la unidad. Es una colectividad que posee una lengua nacional, una religión o un culto nacional, un territorio o una geografía común, y de un sistema político-ideológico nacional. Es un factor cohesionador que busca ideológicamente "la incorporación de todas las clases, grupos y étnias en un proyecto político unificador capaz de expresar en alguna medida sentimientos, lealtades e identidades nacionales enraizadas en lo más profundo del campo histórico... o en la historia compartida" (Palacios. 1986: 123). El nacionalismo presume la existencia de una "sociedad fantástica", de un ser colectivo lleno de contenidos metafísicos en el que se posponen los conflictos sociales, se reemplaza la suerte concreta de las clases sociales o de las regiones y en el que "todos, ricos o pobres somos lo mismo" (Monsiváis. 1981: 40).

En América Latina, el nacionalismo, es "la consecuencia orgánica de la fuerza del estado" (Monsiváis. 1987 a). Es "una ideología del estado" (Lefebvre. 1972: 123) que desarrolla en sus integrantes el amor por la patria (una fidelidad que por su lirismo rebasa los límites del sacrificio), el respeto y la admiración por los símbolos patrios (la bandera, el escudo y el himno nacional) y el cariño por el suelo, que alimenta la lealtad del ciudadano a su nación como una forma de devoción y de entrega, y hace coincidir los intereses vitales de los ciudadanos con los intereses de la patria (cuando cumple con sus deberes patrióticos, con la

energía y pasión la patria lo recompensa asegurándole justicia, seguridad y libertad).

En América Latina los procesos de centralización estatal, de implantación de un centro político definido y los procesos del desarrollo capitalista dan origen al nacionalismo. Es una política totalitaria, que con su "principio" unificador, destruye las lealtades locales y forja la estructura social del capitalismo dependiente de los países en América Latina, y ofrece el proyecto de desarrollo del estado como una tarea común que integra los intereses de las clases. El nacionalismo le permite a los sectores dominantes arraigar ideológicamente en otros sectores sociales en apoyo de sus actividades y generar una lealtad política basada en un consenso de intereses. La "cultura nacional" supone obligatoriamente **la unificación cultural y además la cohesión política y jurídica del país**: "lo nacional es forzosamente positivo y la diversidad es un estorbo" (Monsiváis. 1985: 40). La cultura oficial "enarbola (y selecciona) la tradición a su alcance y bajo su cuidado, aquella que significa (a fuerza de haberse eliminado o invisibilizado sus aspectos disidentes y/o conflictivos) la promesa de armonía y la seguridad en la firmeza del sistema político vigente" (Monsiváis. 1974: 67).

¿Pero un concepto tan cercano a la metafísica como el de la identidad nacional puede con su fijeza dar cuenta de la pluralidad y de la dinámica social que mueve el conjunto de grupos humanos y de clases que habitan en un mismo territorio? La identidad nacional "es un estereotipo culturoológico o sociologista, poco eficaz como toda categorización reduccionista para definir y captar a través de una abstracción el complejo fenómeno de la vida de una colectividad". La cultura es fenómeno en constante mutación que "rechaza o desborda siempre los rubros o categorías a priori" (Roa. 1987: 85)

El concepto de nación del que parte esta propuesta ideológica es unidimensional. La nación la entienden como una entidad homogénea que supone la existencia de una comunidad social con una tradición histórica constituida, una lengua común a todos, una misma religión o el mismo tipo de creencias, una misma raza, una comunidad territorial, y un mismo proceso económico y productivo, que se traduce en una comunidad cultural. La nación goza de una unidad moral, mental y cultural, se refiere a una sociedad material y moralmente integrada, con un poder central estable (permanente), con límites y fronteras geográficas determinadas.

La forma una sociedad jurídicamente homogénea que se supone está compuesta por ciudadanos iguales y en la cual el estado aparece como el centro de toda actividad humana. Pero este concepto operó en disonancia con el carácter híbrido y heterogéneo de las sociedades latinoamericanas.

La identidad nacional unitaria propuesta por el estado contrasta con el mapa demográfico que en los países de América Latina muestra un cuerpo de fragmentos de identidades heterogéneas. Realmente en los diferentes países de América Latina sólo existen subculturas de diversos orígenes (campo y vida rural, vida urbana, clases sociales, grupos profesionales, etc.) que aún bajo el traje y la aprobación del estado no forman una cultura nacional. En América Latina siempre han existido sociedades plurales en las que conviven diferentes culturas, razas y clases sociales en una muy variada geografía. Este pluralismo cultural y social que se expresa en el mestizaje debe reconocerse no solo en sus aspectos más superficiales y folklóricos, sino también en aquellos que plantean con mayor profundidad proyectos de culturas diferentes que coexisten muchas veces conflictivamente y a veces olvidadas por la historia. Por eso la unidad armónica de la nación no se puede plantear de una manera definitiva, esta homogeneidad no existe. Afirmar y creer en la pluralidad, desde las posiciones del estado, equivale a ceder el mando, a negar la importancia política de la unificación como una forma de control y a darle relevancia a los grupos humanos excluidos que resisten culturalmente al orden existente. La política nacionalista disuelve las diferencias y subordina a un tipo común los rasgos propios de cada comunidad, la manera como vive y piensa cada grupo, lo que le da identidad y lo distingue. Para el nacionalismo no importan las manifestaciones extremas de la diversidad, las zonas, culturas y expresiones de los grupos excluidos; clausura todo acercamiento "heterodoxo" a la pluralidad y propone una hegemonía tolerante que fomenta la ilusión de una homogeneidad social. En el estado se entreveran y disuelven las clases sociales y los grupos, todo se fusiona, se concilian enconos y diferencias.

Pero frente a la tradición que pretende construir la nación desde la homogenización de la diversidad regional, étnica y cultural, a la nación-noción que se construye desde el estado en contravía con la cultura, es indispensable pensar la nación desde nuevos presupuestos. "Es necesario pensar una nación que se reconoce en unos símbolos lo suficientemente potentes y

ricos de sentido que permitan gravitar y mediar en torno de ellos a un amplio, diverso y heterogéneo grupo de actores sociales” (Ferro. 2001: 10). Es necesario ir más allá de los viejos mitos fundacionales creados por el estado, de los relatos oficiales que crean la nación, y encontrar los sistemas de representación, las metáforas, los símbolos que aglutinan y convocan sin homogenizarlos a los diferentes sectores culturales, que permiten crear nuevas tramas de solidaridad y convergencia en las ciudades. Hay que abandonar los símbolos de elite, las imágenes de nación en las que está ausente o negado lo popular y evaluar, en el imaginario urbano, para reconocer su aporte cultural, el real papel de lo popular, sus modos de relatar o narrar, sus percepciones, los dispositivos en los que se condensan y permanecen su experiencia acumulativa, su memoria y su saber cultural. Desde este contexto es posible entender la construcción de símbolos y de imágenes de identidad nacional y los discursos de lo nacional, que no entra en conflicto con la diversidad social y cultural, y en los que convergen, sin conflicto, los distintos y complejos matices de lo regional.

La producción de imágenes en una comunidad está directamente relacionada con la producción simbólica; son instrumentos de conocimiento, pueden condensar, por su poder de evocación y de convocatoria, la visión del mundo dominante. La construcción de imágenes o símbolos de nación es una experiencia de apropiación cultural, de un proceso de percepción y cognición a través del cual los pueblos se representan, interpretan, seleccionan, organizan y desechan información. Las imágenes que tienen la capacidad simbólica de contener la nación, son elementos de adscripción e identificación que tienen la particularidad de generar diferencialidad frente a otros grupos sociales, establecer límites o fronteras entre los grupos. Son mecanismos culturales que permiten a los miembros de la comunidad mirarse como en un espejo, autoidentificarse, aprender a ser, construir su sentido de pertenencia y actualizarlo, y ser identificados por otros.

El fútbol es uno de estos **universos simbólicos** en los que se puede representar la imagen de una país y generar referentes de identidad nacional, “ha sido la práctica que con mayor idoneidad y sinceridad ha podido enarbolar y reflejar, con todo su dramatismo, una identidad nacional” (Ferro. 2000: 80). Las razones son varias: primero, por la sencillez de sus reglas, la capacidad inigualable de generar tensión y placer en la competencia, de simular un combate o

las luchas de la vida real, y de crear situaciones estéticas (de expresiones corporales plenas y simetría de juego en equipo). Segundo, es un deporte de masas que puede movilizar grandes procesos colectivos de adhesión y lealtades. Tercero, el fútbol, como todo acontecimiento festivo y carnavalesco, es un acto transcultural que supera las formas de organización social, las diferencias étnicas o de clase, las rivalidades políticas o ideológicas, las diferencias ocupacionales o profesionales, las identidades territoriales (de pertenencia a un barrio, a una ciudad o a una zona del país), la cultura de las instituciones a las que pudieran pertenecer sus miembros: la hinchada es una comunidad pluriclasista, multiétnica hermanada por sentimientos de triunfo y victoria que se reconoce en una manera de jugar al fútbol, en un estilo. Cuarto, entre todos los deportes, el fútbol, por su dimensión planetaria, por su tipo de organización y por el nivel de competencia desarrollado, crea los escenarios y los torneos a nivel regional, nacional y mundial propicios para generar y expandir, al interior del país y por fuera, este sentimiento de nación.

EL FÚTBOL: LA CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD IMAGINARIA

El fútbol es una práctica eficaz de socialización cultural, reconocible y usada por diversas clases y actores sociales. Es una actividad que rebasa los límites del contexto festivo y lúdico en el que aparece para insertarse en el mundo de lo cotidiano. Además, es un referente de amplia convocatoria que viaja por todo el territorio nacional y que, aunque por su condición es popular, barrial y urbano, tiene reconocimiento tanto en la esfera urbana, como en la rural, y posee una memoria, una iconografía, una simbología sabida y aprendida culturalmente. Es un sistema que con sus símbolos permite la comunicación y la vivencia de valores colectivos. El espectáculo futbolístico es un espacio comunicativo en el cual interactúan múltiples discursos y se confrontan y cohesionan diversos actores sociales de manera dinámica. En él concurren múltiples narrativas de territorio, clase, género y generacionales. Es un espacio de disputa simbólica: durante el partido (en la batalla sublimada) los diversos actores que en él participan, tanto jugadores como espectadores, buscan desplegarse y definirse en relación al “otro”². Por esta dinámica provoca adhesiones y arraigos, y es un lugar privilegiado para la construcción y la reelaboración de diversas identidades, entre las cuales se encuentra el sentimiento nacionalista. El fútbol es un referente identitario, y se hace necesario considerarlo en relación

con las imágenes y los procesos profundos de construcción de identidades, referentes y discursos de nación.

El deporte es una de las nuevas formas de socialidad en las ciudades actuales. Ante la crisis de las instituciones que configuraron la ligazón de la sociedad, el deporte es una actividad que convoca y aglutina a los diferentes sectores que habitan una ciudad. En una ciudad descentrada y estallada, habitada por diversidad de grupos y sectores sociales que sienten la ciudad desde referentes materiales y simbólicos diferentes, que suministra modos de arraigo y pertenencia precarios, el fútbol es una práctica lúdica y festiva que suministra una forma colectiva de identidad o de identificación de sus habitantes con la ciudad, con la región o con el país en el que viven³. "Las adhesiones más vigorosas a la ciudad en el sentido más amplio de la expresión (pues los hinchas pertenecen a la región y no solamente a la ciudad *stricto sensu*) son de tipo deportivo y los simbolismos más elementales encuentran aquí (dos o tres letras, uno o dos colores) una vitalidad y una eficacia nuevas" (Augé. 1995: 160). El fútbol es un referente que aglutina, es un imaginario común que convoca hoy a las gentes a juntarse, a reunirse y reconocerse. (Martín. 1994: 155).⁴ A través del fútbol la relación con la ciudad, con la región o con la nación se establece con una referencia abstracta y arbitraria. Los clubes deportivos o la selección nacional son el mejor ejemplo de estos referentes.⁵

El fútbol frente al individualismo de la moderna cultura occidental "mantiene una tradición heredada de los tiempos medievales y renacentistas, un residual que sacraliza lo colectivo" (Olivén. 2001: 61). A pesar de sus características agónicas, de tener como núcleo de su actividad la competencia, la rivalidad y la enemistad simbólica propia del juego competitivo puede propiciar una experiencia de "comunitas". Desde sus orígenes las referencias al juego eran seguidas de términos que remitían a las multitudes, a las ciudades, al público y al colectivo. Además, por su origen popular (desde que salió de los *Public Schools* y se popularizó en la clase trabajadora en Inglaterra), hacía aflorar entre personas con costumbres y tradiciones muy diversas, sentimientos de solidaridad e identidad, lazos de proximidad y reciprocidad. El fútbol nace como un nuevo dispositivo de cohesión que permite, en las ciudades industriales, recomponer las identidades colectivas, movilizar los sentimientos de lealtad y pertenencia. Los clubes, desde sus comienzos, fueron pensados como instituciones colectivas, que representaban una comunidad más extensa de la que abarcaban sus asociados.

Este patrón de socialidad es el que le da fuerza y proyección social. Además, en el desarrollo histórico y la vivencia del juego, esta característica se modifica muy poco y permanece, con leves variaciones hasta la actualidad, en casi todos los lugares donde el juego de fútbol fue introducido.

El éxito social del fútbol no resulta sólo del juego en sí, su eficacia social descansa en la forma como puede crear una trama simbólica que permita la creación del sentimiento de pertenencia a una colectividad. El fútbol permite la fusión de los hombres, la creación de una masa común, de una **comunidad imaginaria** en la cual los individuos que la forman se reconocen unos a otros en la vivencia del mismo drama (si bien los miembros de esta comunidad nunca se conocerán personalmente, en cada uno de ellos existe un sentimiento vivo de pertenencia e identidad a un mismo colectivo). Los hinchas no están solos, piensan, se organizan y actúan como bandos. Se consideran siempre como parte de **una totalidad que los trasciende**, actúan como grupo en las relaciones de alianza y en las hostilidades frente a otros grupos, a otras comunidades de hinchas. Forman una comunidad sólida que se caracteriza por la misma pasión, los mismos afectos, por compartir los mismos símbolos (la misma camiseta, la misma bandera, los mismos colores, los mismos himnos) y la misma historia. Son parte de una comunidad que se identifica principalmente por las intensas relaciones de camaradería y de complicidad, por la comunión, por la fraternidad y solidaridad entre aquellos que habitualmente permanecen separados⁶. Es en esta experiencia de grupo, en esta vivencia grata de unidad que se recrea en cada partido de fútbol, “en esta “comunitas”, en torno a ella y desde ella, donde se plasman, elaboran y reelaboran los discursos sobre lo nacional” (Ferro. 2001: 88).

La fiesta deportiva, como toda fiesta, es un asunto de comunidad. Establece, como parte de su dinámica, de la sociabilidad festiva que la caracteriza, una comunión emocional y de experiencias (una filial fraternidad que existe por y para la fiesta), y “permite por unos momentos hacer realidad el espejismo de una comunidad a la que es dado vivir a solas consigo misma, sin interferencias, sin concesiones... (y) crea la ilusión de una sociedad homogénea y uniformizada –la de *los propios*–, que por unos momentos desmiente la pluralidad y la contradictoria complejidad de la sociedad real” (Delgado. 1996: 21-22). En este proceso la

fiesta cumple su principal función social: expresa la identidad de la comunidad que la celebra y refuerza lúdicamente su unidad (Pitt-Rivers. 1984: 20-21).

El espectáculo futbolístico cumple un doble papel: paradójicamente integra y divide. De un lado, vincula, con un renovado sentido de pertenencia, personas de la más diferente condición (económica, cultural, social, intelectual, racial), grupos, regiones o ciudades alrededor de un mismo fervor, de un común entusiasmo o una misma celebración, y crea en los aficionados "un profundo gozo de proximidad" (Martín. 1994: 55). Es un "lazo misterioso" que crea vínculos entre desconocidos y fortalece los nexos entre personas conocidas. Es una estructura de lealtad humana desde el nivel más local hasta los niveles internacionales. El individuo al pertenecer a un mismo grupo de seguidores renueva su condición de ser social y asimila su individualidad al ser colectivo. El triunfo de la selección del país, por ejemplo, es una ocasión para afirmar públicamente los sentimientos de pertenencia al territorio y el orgullo nacional (el orgullo de ser colombianos, de ser brasileños o de ser argentinos, por ejemplo.). De otro, es un medio de expresión dramática de las tensiones entre grupos y regiones, de las divisiones sociales más significativas, de los diferentes tipos de antagonismos. Permite expresar lealtades particulares y las divisiones sociales y culturales. El campeonato nacional es un duelo entre regiones, entre ciudades, colores y estilos de juego que confirma la diversidad y la pluralidad cultural de un país, las tensiones existentes entre las diferentes culturas en el territorio nacional, las diferencias generacionales, las distancias de clase. En una sociedad no homogénea el fútbol como un conflicto ritualizado puede reducir las hostilidades existentes entre dos grupos, expresarlas o estimularlas. No es una guerra o un enfrentamiento real, en el fútbol las rivalidades no son definitivas, son amistosas.

En los encuentros internacionales el espectáculo futbolístico permite trasponer ritualmente los conflictos políticos entre estados y revivir los sentimientos patrióticos. En él las mayorías reencuentran sus vínculos y sus afectos por la nación. El fútbol es un "**carnaval cívico**", en el que los hinchas vestidos con la bandera nacional experimentan la unidad afectiva de la nación. En él reafirman la comprensión diaria de la nación, el fervor patriótico, el valor de la tradición y "lo propio". El fútbol alimenta la lealtad del ciudadano a su país como una forma de devoción y entrega; hace coincidir los intereses vitales de los ciudadanos con los intereses de

la patria.⁷ Cuando juega la selección nacional "sentimos" que nuestro país lo hace: "son horas en que la patria nos entra por los ojos y los oídos y se nos sale por la garganta" (Monsiváis. 1991: 31). El sabor de triunfo revive en el público el respeto y la admiración por los símbolos patrios (la bandera, el escudo y el himno nacional) y el cariño por el suelo. "La bandera nacional deja de ser el objeto lejano, aislado en mástiles de reverencia, y para millones de personas se torna algo íntimo, el rebozo o la cobija, el paño compartible, la manta bajo la cual transitan los grupos" (Monsiváis. 1987 b: 219).

En la sociedad existe una "socialidad sumergida" (Maffesoli. 1990: 54) (no formalizada por el estado) que puede asumir distintas y minúsculas manifestaciones, y que en sus diversas formas cumple una función similar: permite que un conjunto social o un grupo humano se reconozca por lo que es. Cuando las masas no tienen voz, el poder no tiene audiencia y sus organismos no ofrecen mecanismos de representación, cuando hay ausencia de símbolos unificadores y los mitos fundacionales no alcanzan para unificar a una comunidad, el fútbol llena estos vacíos, es generador de identidad colectiva. A través del fútbol se puede experimentar el país, la nación o la idea de una comunidad como algo visible, físico y distinto (DaMatta. 1989: 228). No se niega la capitalización de este sentimiento por los gobiernos, por la política y la publicidad (para la clase política, para el gobierno de turno, es un mundo para alcanzar legitimidad. Para los empresarios y los medios de comunicación es un mercado importante o un universo simbólico del que puede importar los valores agregados para caracterizar una marca o un producto y crear una diferencia imaginaria frente a la competencia) pero es un sentimiento de gozo que no es compatible con los proyectos del estado. El entusiasmo nacionalista se caracteriza por el uso de la primera persona plural y por su carácter necesariamente apolítico. Es una experiencia de la nación que no expresa los ideales del estado, ni se resume en un acto legislativo. Es una vivencia colectiva que permite expresar más allá de las diferencias de clase un entusiasmo común. Con el triunfo de la selección "la felicidad se vuelve raudales", y "la alegría es programa y proyecto de multitudes" (Monsiváis. 1987: 217).

A diferencia de ciertos países de Europa y Norteamérica en los cuales la constitución, el congreso, el orden jurídico, la economía, etc. son instituciones que representan la nación, el fútbol en América Latina es una de las fuentes de la identidad nacional, es una actividad

generadora de lazos de solidaridad y de vínculos de identidad social (DaMatta. 1989: 233-234). En América Latina mientras los gobiernos institucionales proponen un "sentimiento de nación" que unifica políticamente al país y presenta un panteón de héroes y tradiciones consolidadas, y le rinden pleitesía a la cultura nacional en festejos y conmemoraciones, en la vida cotidiana el espectáculo deportivo revitaliza el amor por lo propio y le ofrece al ciudadano común una imagen de la nación que asumen colectivamente y en la intimidad de su mundo doméstico y familiar.⁸

La historia del fútbol aparece como un discurso alternativo, es ajena al nacionalismo de estado, a su panteón heroico, a la narrativa oficial y a los prototipos étnicos sobre los cuales se construía el modelo mítico de la nación. Frente a la idea de nación que remitía a lo pastoril y agrario, el fútbol remite la idea de nación a un tiempo y a un espacio urbano, "a clases populares realmente existentes, urbanizadas, alfabetizadas recientemente" (Alabarces. 1997: 4) que buscan instalarse en la esfera cultural y política. En contraste con los arquetipos nacionalistas, las clases populares construyen otro panteón. El fútbol edifica una nueva épica deportiva nacional, con personajes reales cercanos y populares.

El fútbol produce acontecimientos que inundan el mundo de la vida cotidiana, de lo banal, de la rutina. Pero también es el espacio propicio para lo épico, lo grandioso, lo sublime, lo excepcional. El juego es un universo en el que se pueden dar acontecimientos inusuales y sorprendentes, acciones bellas y creativas de singular importancia en momentos de máxima tensión o en fracciones límites de tiempo. Un jugada asombrosa en la que se pone a prueba las capacidades del cuerpo del jugador, la forma como vive y asume el riesgo, un marcador abultado, la obtención de un título en condiciones adversas, una cadena de triunfos, entre otros, son acontecimientos que permanecen en la memoria y siempre serán recordados por los hinchas. Estos acontecimientos por ser únicos, por brillar por su condición excepcional, se convierten en referentes ejemplares, dan origen a relatos épicos y se transforman en referentes históricos o en mitos fundacionales para diversos grupos sociales, comunidades o países.⁹

Los ídolos son grandes símbolos colectivos, son lugares de representación. Son creaciones culturales y por esta razón son espejos que reflejan de una manera sintética la sociedad que

los creó. Los ídolos, como los mitos, son lugares de referencia total, son el depósito de todas las esperanzas y los anhelos de una comunidad; poseen un enorme poder de convocatoria y cumplen un papel mediador entre las sociedades. En el deporte los ídolos encarnan la búsqueda de lo más fuerte, lo más alto, lo más rápido, lo más preciso; representan la sed de gloria, el poder de triunfo, el coraje y la osadía, el anhelo de ser el primero, de bordear los límites y llevar al extremo las posibilidades del cuerpo. En el fútbol, por su dimensión política y por ser sus jugadores en su gran mayoría de origen popular, además de lo anterior (nacen, crecen y se forman en las grandes ciudades en contextos sociales restringidos, en barrios populares donde las posibilidades y opciones de ascenso social y de reconocimiento son mínimas) son iconos que representan “la resistencia, el desquite, la rebeldía, nuevas formas de arte, el enfrentamiento con los poderosos, la dignidad del marginado” (Ferro. 2000: 83), una parte del país que no ha pertenecido ni pertenecerá al orden institucional representado por el estado y las clases altas.¹⁰

CONCLUSIÓN

El fútbol es “una arena pública”, un lugar social de confrontación, de lucha simbólica a través de la palabra. Es un acontecimiento social denso que favorece la creación de una serie de ámbitos de interacción y de un conjunto de procesos comunicativos. A su interior se cruzan y confrontan múltiples discursos y, en un proceso dinámico y cambiante, se cohesionan y afirman diferentes actores sociales. La experiencia y la vivencia del partido trascienden el ritual y el espectáculo que se da en el estadio. Da origen a una serie de relatos, de discursos, de debates, antes y después del partido, en torno al juego, a los jugadores y su desempeño, a lo que los futbolistas dicen dentro y fuera del terreno de juego, a los dirigentes y sus intereses económicos y futbolísticos, a los técnicos, al entrenador y su esquema de juego, a los patrocinadores, a los hinchas y su actuación en el estadio, a los espectadores, a los periodistas que se ocupan del hecho deportivo o a los detractores. No sólo son discursos o relatos sobre el fútbol, en sus argumentos, en sus asuntos de discusión (en sus rodeos retóricos), cuando reflexionan desde el juego, sobre su pertenencia a un club o sobre el respaldo a la selección nacional, y construyen su opinión sobre lo que ocurre en la cancha, no sólo dan forma y constituyen a la comunidad de hinchas como un sujeto político, con sus jerarquías y

diferenciaciones, sino que “hunden sus raíces en aquellos atributos que dan sentido a quiénes somos hoy, cómo, dónde y en qué nos reconocemos y auto-percibimos” (Dávila. 2001: 87), en la historia, la memoria y las tradiciones que les anteceden, en el sustrato de su identidad. Este proceso forma parte de “las formas triviales y banales de construcción de lo nacional” (Catherin Palmer. Citada por Dávila. 2001: 87).

El fútbol incomoda porque su estructura compite con las estructuras políticas. En una sociedad jerarquizada y vertical donde las masas populares sólo tienen voz a través de sus representantes, el fútbol es un medio que permite la "horizontalización del poder". El triunfo o la derrota del equipo nacional le permiten al aficionado hablar y evaluar la "cosa pública". Es un debate público similar a la polémica o a la controversia propia de la actividad política. Alrededor del desempeño de la selección se toma posición, y en el uso de la palabra para evaluar la participación de la selección se pone a prueba su capacidad de juicio y de crítica, su agresividad verbal, su poder de expresar opiniones y de plantear soluciones. Además, como el espectáculo del fútbol no se da sólo, ni es un ritual aislado, y el fenómeno futbolero está en permanente interacción con otros campos o instancias del acontecer social con los que se cruza o entra en contacto, de los que recibe influencia o a los que alimenta, cualquier debate sobre el fútbol toca de alguna manera otras dimensiones del acontecer social.

REFERENCIAS

Alabarces, P. y Rodríguez, MG. *Fútbol y Patria: La crisis de la representación de lo nacional en el fútbol argentino* (Avance de investigación). 1997.

Augé, Marc. *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa, 1995.

_____. *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa, 2001.

Blatt, R. “Dios existe...” En: *Letra internacional*. # 44, Mayo-Junio, 1996...

Damatta, R. “El 'futebol' como drama nacional”. En: *Concilium*. # 225, sept. 1989.

Dávila, A. “La nación bajo un uniforme: la selección Colombia”. En: Bolívar, Ingrid, y otros. *Belleza, fútbol y religión popular*. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2001.

- Delgado, M. "La actualidad de la fiesta". En: *Ajoblanco*. # 88, Sept. 1996.
_____. Disoluciones urbanas. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2002.
- Ferro, G. "Ídolos del fútbol e identidad nacional". En: *Gaceta*. # 47, Junio-Dic., 2002.
_____. "El Divino Niño, icono para una nación". En: Bolívar, Ingrid, y otros. Belleza, fútbol y religiosidad popular. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2001.
- Lefebvre, H. La vida cotidiana en el mundo moderno. Madrid: Alianza, 1972.
- Maffesoli, M. El tiempo de las tribus. Barcelona: Icaria, 1990.
- Martín, J. "Comunicación y ciudad: entre medios y miedos". En: *Magazín Dominical. El Espectador*. # 388, Sep. 30, 1990.
_____. Mediaciones urbanas y escenarios de comunicación. En: Comunicación y espacios culturales en América Latina. Santafé de Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 1994.
_____. "Un nuevo mapa, debate al periodismo cultural en Colombia". En: *Número*. # 19, Septiembre – octubre, 1998.
- MONSIVAIS, Carlos. "Clasicismo y novela en México". En: *Cuadernos Políticos*. #1 Julio - Sept., 1974.
_____. "Notas sobre el estado, la cultura nacional y las culturas populares en México". En: *Cuadernos Políticos*. # 30, Oct - Dic., 1981
_____. "De algunos problemas del término "cultura nacional" en México". En: *Revista Occidental*. # 5, 1985.
_____. "Muerte y resurrección del nacionalismo mexicano". En: *Nexos* # 109, Enero, 1987, a.
_____. Entrada libre. México: Era, 1987, b.
_____. Los rituales del caos. México: Grijalbo, 1991.
- Oliven, R y Damo, A. Fútbol y cultura. Bogotá: Norma, 2001.
- Palacios, M. Estado y clases sociales en Colombia. Santafé de Bogotá: Procultura, 1986.
- Pitt-rivers, J. "La identidad social en la fiesta". En: *Revista de Occidente*. # 38/39, Julio-Agosto, 1984.
- Roa, A. "Una cultura oral". En: *Hispanamérica*. # 46-47, Abril-Agosto, 1987.
- Restrepo, L. "Mi currículo-futbolae". En: *Soho*. # 68. Noviembre, 2005.
- Rinke, S. "¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina en el contexto global". En: *Iberoamericana*. Vol.- VII, # 27, 2007.
- Seguro, S. (editor). Fútbol y pasiones políticas. Barcelona: Temas de Debate, 1999.

NOTAS

¹Medina, F. Magister en literatura latinoamericana por la Washington University. Profesor investigador (grupo de Comunicación Urbana). Docente de tiempo completo en la facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana. Es autor de los libros: *La telenovela, el milagro del amor; Demiurgo y Hermes; Comunicación, consumo y ciudad; Comunicación, deporte y ciudad; La mirada semiótica*. Dirección: Carrera 29D # 7ª-102, apartamento 101, Medellín, Colombia. Teléfono en Colombia: 311-12-16. Dirección electrónica: juanita@une.net.co

². Cada enfrentamiento nacional o internacional “suministra a los espectadores un soporte para la simbolización de algunos aspectos (local, profesional, regional) de su identidad. El sentimiento de pertenencia se construye aquí, de la misma forma que en otras circunstancias, en una referencia de oposición más o menos virulenta hacia el otro” (Bromberger, Christian. Citado por Ramonet, Ignacio en: Seguro. 1999:14).

³. “Los coches, venidos en su mayor parte de las provincias y de la periferia, ya estaban surcando París en un amago de apropiación, tocaban las bocinas y enarbolaban las banderas tricolores al viento. Los hinchas de los dos equipos se saludaban cortésmente. El placer de estar allí anticipaba la emoción final, mostrando así su naturaleza profundamente social. Confiado y sereno, me senté frente al televisor, a sabiendas que en menos de tres horas se iba a producir en todas las calles de París y en todas las calles de las ciudades de Francia una inmensa, extraña y victoriosa fiesta (mitad carnaval, mitad manifestación) sobre cuyo significado, sin lugar a dudas los sociólogos y los politólogos estarían hablando por mucho tiempo. Y, a pesar de todo lo que se quisiera decir del dinero, del opio del pueblo y demás, precisamente sobre su significado creía saber, desde el partido entre Francia y Croacia, que la fiesta representaría en primer lugar una bella escapada, una huida hacia el exterior de la pantalla en busca de los demás. Quizá era esto, la fiesta del Mundial: la reconquista de algo que se parecía a la realidad” (Auge. 2001: 28).

⁴. En las nuevas culturas urbanas están cambiando los modos de estar juntos. En este contexto “el fútbol o la telenovela pueden llegar a ser una de las pocas maneras como los colombianos nos sentimos juntos. Aunque sea sufriendo con el equipo nacional en el campeonato mundial, el fútbol nos posibilita estar juntos; del mismo modo que aun melodramatizando la vida y la historia, las diferencias regionales y los procesos de industrialización, la telenovela *Café* convocó a los colombianos de un extremo geográfico y social al otro” (Martín. 1998: 59).

⁵. “Lo que se busca es un mínimo de **calor** en unas ciudades cada día más frías, más abstractas, construir pequeños islotes de relación cálida, donde se puedan compartir gustos, gestos y miedos” (Martín. 1990: 18).

⁶. “Ya de mayor, en la Argentina, una vez desmejorado el estado físico y mermada la potencia de la patada, debí retirarme de la participación activa y limitarme al papel de espectadora, pero eso sí, fiel y fanática y gritona. Extendí mis afectos por Santa Fe hacia el Boca Juniors y me sumé a las hordas de xeneizes que ovacionan a sus muchachos en la Bombonera, Dale Boooo, dale Boooo, y me avergüenza reconocer que me dejé arrastrar por la pasión colectiva hasta llegar a gritarles a los de River gallinas mariconas y otras cosas peores, como Qué feo, qué feo/ qué feo es ser gallina/ la hinchada más puta/ de toda la Argentina, y si vale exagerar en aras de la exaltación de nuestro deporte de deportes, casi diría que fue por amor a Boca que me aficioné al mate y al tango y tuve un hijo pibe” (Restrepo. 2005).

⁷. En la definición de la identidad nacional participan activamente los medios de masas. En la actualidad “sería imposible la existencia de una comunidad nacional fuera de los medios de comunicación, que tienden a constituirlos” (Sarlo. 1993: 52). En la actualidad la muchedumbre deportiva no es sólo la que está agrupada en los estadios. El fútbol es un acontecimiento mediático. No sólo transcurre en las canchas y los estadios. Los medios hacen eco del acontecimiento festivo y lo reconstruyen para ser leído, oído o visto. La televisión y la radio extienden el recinto del estadio hasta las fronteras de cada nación. El fenómeno se masifica y cada vez es más difícil escapar a la creciente fuerza de sus llamamientos. Un partido de fútbol es una movilización general de la nación, una festividad nacional y una ceremonia patriótica a la que todos se ven convocados.

⁸. “En este país (Uruguay), el discurso futbolístico es tan central que envuelve lo político y lo cultural. A falta de una referencia nacional racial, de una identidad sólida, el país entero es hacia afuera un club, **La Celeste**, y hacia adentro del Nacional y del Peñarol. La unicidad de **La Celeste**, y sus aguerridos **charrúas** (recuperación de la memoria de los indígenas exterminados hasta el último), y el dualismo de los dos clubes grandes -repetidos en dos partidos políticos tradicionales, **blancos** y **colorados**-, describe el tejido de toda la sociedad. Ahora bien, esa entidad futbolera ha producido en lo esencial un país de larga tradición democrática, tolerante y razonablemente

próspero, pero más importante aún: dos títulos mundiales, catorce títulos continentales, dos olímpicos... y artistas como Nasazzi, Piendibene, Schiadino, Ghiggia, Rocha, Coccocho, Alvarez, Roberto Matosas. Mazurkiewicz, Maneiro, Morena, De León, Francescolí...". (Blatt. 1996: 50-51).

⁹. Los narradores deportivos forman parte de la fiesta. Traducen en forma de narración gloriosa lo que ocurre en la cancha. Los jugadores son semihéroes que en sus acciones excepcionales en la cancha ponen a prueba su ingenio y virtuosismo. Su función es fundamental: en su narración el acontecimiento deportivo se convierte en un acontecimiento excepcional, con su descripción lírica y emotiva se magnifica su ambiente festivo se magnifica, y, la relación que se establece entre los jugadores y el grupo de fanáticos, se hace mucho más fuerte e intensa. Esta condición ha hecho del fútbol algo más que un acontecimiento deportivo, que una actividad corporal de exploración de los límites del cuerpo: es un fenómeno preponderantemente **discursivo**. Los aportes de los narradores deportivos y de los medios son notorios, la lengua del fútbol y sus expresiones han penetrado y acuñado en muchos países el habla coloquial. El fútbol ha incorporado al habla un nuevo grupo de palabras, un conjunto de campos metafóricos, un universo poético y un grupo de mitos (de imágenes y símbolos míticos) esto le da una amplia proyección cultural.

¹⁰. "Para mí Pelé ha sido un dios, Chilavert un papá, Maradona un ídolo, Batistuta un amor imposible, el Palomo Usuriaga un sex symbol, el Pibe Valderrama un hermano y Ronaldinho Gaúcho -meu mininho mais lindo-, el otro hijo que siempre quise tener. Cuando en 1975 parió Salvajina, la perra de mi casa, mientras transmitían un partido del Perú contra quién sabe quien, fui cómplice en la elección que hizo la familia del nombre de los dos cachorros: Chumpitaz y Oblitas. Entre mis momentos personales de mayor felicidad cuento el cinco a cero de Colombia contra Argentina y la atajada de alacrán del otrora feo Higueta en Wembley, y puedo recitar de memoria todos los integrantes del equipo Brasil 1970, vamos a ver, Pelé, Rivelino, Jairzinho, Tostao, Clodoaldo, Gerson. Rivelino, pero ese ya lo dije. Bueno, digamos que puedo recitar de memoria casi todos" (Restrepo. 2005).