



Come vas a saber lo que es la vida, si nunca, jamás, jugaste al fútbol.

DOSSIER:
LOS 15 DEL ENTRETIEPO
Cuadernos del Mundial de la CLACSO

ESPANOL DE LOS TOROS 1.000

CONTENIDO

EL SILENCIO “DEPORTIVO” DE LAS CIENCIAS SOCIALES	3
<i>Pablo Alabarces, Universidad de Buenos Aires, UBA, Argentina</i>	
LAS NACIONES ARGENTINA Y BRASILEÑA A TRAVÉS DEL FÚTBOL	4
<i>Simoni Lahud Guedes, Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil, (Traducción del portugués Lucía Eilbaum)</i>	
BRASIL 2014: EL MUNDIAL DE LO SOCIAL	10
<i>Fernando Carrión Mena, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, Ecuador.</i>	
LAS TRAMPAS DE LA IMAGINACIÓN SOCIOLÓGICA: UNA RESPUESTA A FERNANDO CARRIÓN	12
<i>Pablo Gentili, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Clacso, Argentina.</i>	
FÚTBOL, MUJERES Y MUNDIAL	15
<i>Verónica Moreira, Universidad de Buenos Aires, UBA, Argentina</i>	
EL PAÍS DEL FÚTBOL. ¿EL PAÍS DEL FÚTBOL?	17
<i>Ronaldo Helal, Universidad del Estado de Rio de Janeiro, UERJ, Brasil</i>	
MERCADO, NEOLIBERALISMO Y COMUNIDAD: UN CHILE NUEVO EN EL CAMPO DE JUEGO	19
<i>Rodrigo Soto, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile Sebastián Ponce y Carlos Vergara, Universidad de Valparaíso, Chile</i>	
CARTA PARA EDUARDO GALEANO DE UNA ANTROPÓLOGA QUE VISITA EL LIBRO EL FUTBOL A SOL Y SOMBRA.	22
<i>Beatriz Vélez, Institute National de la Recherche Scientifique, INRS, Canadá</i>	
ESPERAR LO INESPERADO	26
<i>Gabriel Restrepo, Universidad Nacional de Colombia</i>	
LAS ELECCIONES, EL ESPEJISMO DE LA PATRIA Y LA COPA MUNDO: APUNTES DESDE BRASIL SOBRE LA CAMPAÑA DEL GOBIERNO S ANTOS Y DE LA SELECCIÓN COLOMBIA	29
<i>David Leonardo Quitián Roldán, Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil</i>	
¿FUTOPÍAS “PATRÓN FIFA”? COSTA RICA EN BRASIL 2014	33
<i>Sergio Villena Fiengo, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, Costa Rica</i>	
LA SELECCIÓN MEXICANA DE FÚTBOL: ALGUNAS IMÁGENES, PREGUNTAS Y CAVILACIONES	36
<i>José Samuel Martínez López, Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México</i>	
ARTIGAS Y SUÁREZ. EL “LUGAR” DEL FÚTBOL EN LA SOCIEDAD URUGUAYA	40
<i>Gerardo Caetano, Universidad de La República, Uruguay.</i>	

EL SILENCIO “DEPORTIVO” DE LAS CIENCIAS SOCIALES¹

Pablo Alabarces

Universidad de Buenos Aires, UBA, Argentina

Entre 1998 y 2002 CLACSO organizó y financió las actividades del Grupo de Trabajo Deporte y Sociedad. Hasta ese momento, la producción de los científicos sociales latinoamericanos sobre la temática era escasa y clandestina: aunque los primeros textos de antropología del deporte habían sido publicados por el brasileño Roberto Da Matta y el argentino Eduardo Archetti a comienzos de los años 80, hacia fines de siglo poco más había sido producido, salvo por algunos entusiastas sociólogos, antropólogos e historiadores que no podían entender el silencio “deportivo” que mantenían nuestras ciencias sociales. La experiencia del Grupo de Trabajo nos permitió explorar el campo en todo el continente y recibir, durante años, los trabajos de una creciente cantidad de investigadores jóvenes a los que la existencia del Grupo motivaba a salir de ese bloqueo. Era un campo naciente y necesariamente periférico, marcado por cierta ilegitimidad de un objeto presuntamente banal que prefería la clandestinidad y el margen. Hasta esos años, investigar temas deportivos en los espacios institucionales latinoamericanos –las universidades y los centros de investigación; no en los hogares o en los bares– enfrentaba dos problemas complementarios: producir sin bibliografías previas –el recurso de buscar ideas en los que han transitado problemas similares– y enfrentar el descrédito y la ilegitimidad de los objetos deportivos en las ciencias sociales latinoamericanas. Posiblemente, la única excepción era el caso brasileño: tras los pasos de Da Matta, tanto por la excepcional calidad de su antropología como por la importancia de sus departamentos de educación física, los colegas brasileños habían producido sistemáticamente con un constante incremento de la calidad y cantidad de, especialmente, sus tesis de posgraduación.

Cuando el Grupo de Trabajo cumplió su ciclo de cuatro años, el campo estaba comenzando a explotar. Hoy hay grupos consolidados en casi todos los países latinoamericanos, y la cantidad de publicaciones anuales es enorme. Las grandes lecturas teóricas ya han sido confirmadas: siguiendo las líneas trazadas por los fundadores del campo de estudios, la generación subsiguiente estableció con precisión los grandes marcos de interpretación de estos fenómenos. Entre ellos, ya ha sido aceptado en las ciencias sociales que los grandes megaeventos deportivos son, simultáneamente, escenarios claves para entender y analizar fenómenos de gran densidad social, cultural, económica, política. La realización de las finales de la Copa del Mundo de Fútbol en Brasil a partir del 15 de junio es crucial en ese sentido: porque si todo megaevento merece la atención, en este caso se trata del regreso de ellos –y doblemente: Mundial y Olímpicos, en dos años más– a América Latina.

Por eso nos propusimos convocar a algunos y algunas de los más destacados estudiosos del deporte en el continente para analizar, interpretar y debatir los avatares del Mundial. Son antropólogos, sociólogos, historiadores, psicólogos, arquitectos y filósofos, de ocho países (Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, México, Uruguay) que intentarán discutir distintos problemas que la Copa nos permite ver. Tanto los obvios –qué relación tienen estos eventos con las representaciones nacionales–, como los omnipresentes –los medios de comunicación y sus políticas y economías– o los inesperados –qué ocurrirá en Brasil con las movilizaciones proyectadas y/o amenazadas.

¹ Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 1, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

LAS NACIONES ARGENTINA Y BRASILEÑA A TRAVÉS DEL FÚTBOL¹

(Traducción del portugués Lucía Eilbaum)

Simoni Lahud Guedes²

Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil

Todo nos une y nada nos separa³

Prendo aquí centrarme, comparativamente, en las narrativas nacionales argentina y brasileña, tal como se constituyen a través del fútbol, enfocando, en especial, la forma adquirida por los constructos relativos a los llamados “estilos nacionales” argentino y brasileño, buscando señalar algunas de sus semejanzas y clivajes. Me estimularon a esta incursión en terrenos, hasta muy poco tiempo atrás completamente desconocidos para mí, la lectura de los trabajos de Eduardo Archetti (1998, 1999, 2001) y algunos de los textos escritos u organizados por Pablo Alabarces (Alabarces y Rodríguez, 1996; Alabarces, Di Giano y Frydenberg, 1998, Alabarces, 2000).

En síntesis, el argumento es que, al contrario del epígrafe que utilicé, de cierto modo “todo lo que nos une, nos separa”. La retórica política, de la cual extraje el ejemplo de inicios del siglo XX, en las palabras de Coelho Neto, puede decir que se sustenta en firme terreno histórico: son naciones que, igualmente, emergen como tales en el siglo XIX, a partir del expansionismo europeo del siglo XV, exploradas y colonizadas exhaustivamente. Sin duda, este pasado colonial tan reciente encontrará expresión en el discurso que usa el fútbol como significante, siendo relativamente explícito en algunos de los ejes básicos de construcción de sentido. Pero es, justamente, la semejanza que precisa ser negada para que la especificidad de cada “nación” sea construida. Y, aquí, son también las construcciones selectivas acerca del proceso histórico –las narrativas sobre la nación– que serán utilizadas en la elaboración de la diferencia. Es importante, por lo tanto, comenzar recuperando el lugar, en la modernidad, de esas narrativas sobre la nación, a través del deporte.

Vengo sosteniendo hace algunos años que el fútbol es un significante privilegiado, un vehículo cuya exigencia de significación es tan grande que lo único que no admite es la ausencia de significado. Parto, por lo tanto, del presupuesto de que una característica inherente al fútbol es la transformación de un sinnúmero de eventos en eventos narrativos, cuyo sentido nunca está dado.

En la proliferación de discursos, a partir del juego, varias dimensiones identitarias son disputadas, negociadas y construidas, tal como muchos autores vienen demostrando. Una de ellas sería la de la nación. La observación, ya clásica, de Hobsbawm sobre el tema amplía aún más la perspectiva, situando los deportes como una especie de “reducto” del nacionalismo moderno, particularmente a

1 Este artículo fue publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 6, julio de 2014, Buenos Aires: Clacso. Sin embargo, este texto es una versión de un trabajo previo como se explica en la siguiente cita.

2 Nota del editor: por razones personales, Simoni Lahud Guedes no pudo escribir un trabajo para nuestros Cuadernos. No era una ausencia sencilla: Simoni es, sencillamente, la inventora de la antropología latinoamericana del deporte, junto a Roberto Da Matta y Eduardo Archetti –además de una colega increíble, llena de generosidad con los académicos jóvenes de todo el continente. Por eso, le pedimos autorización para publicar, como cierre de estos Cuadernos, una edición reducida de este texto, un gran trabajo de análisis de la diferencia entre brasileños y argentinos a través del fútbol. Se puede acceder al texto completo en <http://www.vibrant.org.br/issues/v6n2/simoni-lahud-guedes-las-naciones-argentina-y-brasilena-a-traves-del-futbol/>

3 Frase central del discurso de Coelho Neto, delegado brasileño en el Congreso Sudamericano de Fútbol, realizado en Río de Janeiro, en 1919, antecedente de la realización de la Copa Sudamericana, recibiendo a las delegaciones de los otros países. (Mazzoni, 1950)

través de la posibilidad de reificar a la nación en un competidor o equipo, estrechando los caminos para el proceso de identificación. Por las mismas razones y en el mismo proceso a través del cual el fútbol se tornó, sin dudas, el deporte más practicado y asistido en la modernidad, se transforma también en el gran palco de las naciones.

El debate sobre el lugar de las naciones en la modernidad es extenso y complejo. El triunfo del capitalismo monopolista, con empresas transnacionales rasgando fronteras antes sacralizadas, asociado al devastador crecimiento de los medios de comunicación, ha llevado a un sinnúmero de elaboraciones teóricas que anulan o minimizan el significado de las naciones y de las nacionalidades. Pienso que, de verdad, estamos frente a una nueva configuración de un fenómeno tan antiguo cuanto la humanidad: la destrucción y recomposición de las fronteras simbólicas que unen y separan las sociedades. En la modernidad, uno de los aspectos que esta dialéctica unificación/diversificación ha asumido es el debilitamiento de las fronteras nacionales, a las cuales se sobreponen sinnúmero y variados mecanismos de actuación transnacionales. Este proceso, sin embargo, hasta el momento, no eliminó los espacios del Estado-nación, aunque sus fronteras se hayan tornado más porosas. Algunos autores han anotado, inclusive, que este proceso, en muchos casos, ha provocado el “resurgimiento del nacionalismo” y el “crecimiento del fundamentalismo”. De cualquier forma, son Estados-naciones en un mundo conectado, sometido a mercados transnacionales, penetrados en sus fronteras políticas.

La búsqueda de la construcción de la igualdad y de la diferencia, bien como la disputa por valores (simbólicos, económicos, políticos) opera en territorios más amplios y multifacéticos. Uno de los efectos de este proceso más amplio es el que ha sido llamado “exotización” de las diferencias culturalmente producidas (cf., por ejemplo, Frigério, 2002), que se transforman en valores de mercado y, muchas veces, en instrumentos de luchas políticas.

Para la producción de estas diferencias, sin duda, los campeonatos deportivos son territorios singularmente propicios. Según la interpretación de Archetti (1999), los deportes, los juegos, la danza, se constituyeron, en las sociedades modernas, en “zonas libres”, espacios para la “libertad y la creatividad cultural”. O sea, la singularidad y especificidad residirían en las franjas e intersticios de los sistemas sociales, sus “zonas libres”.

El papel de la alteridad en estos discursos es esencial. Bajo ese punto de vista, no es en absoluto irrelevante el hecho de que el fútbol sea el deporte más popular del mundo. Se trata de construir la diferencia al interior de un código que todos dominan y en una práctica a la que todos atribuyen valor, aunque sea desigual. La alteridad, por lo tanto, conforme ya nos enseñaron los estudiosos de grupos étnicos, no se sucede a la identificación: forma parte del mismo proceso.

Una Alteridad Privilegiada: Brasil/Argentina

Uno de los principios básicos que operan en el escenario de los campeonatos deportivos modernos, como vengo argumentando, es el de la oposición de unidades estructuralmente semejantes, de modo de que el significado del enfrentamiento es la razón directa del recorte de las unidades en oposición. Los significados asociados a la nación y a las alteridades que la construyen, en el fútbol, son reinscritos y actualizados en los campeonatos internacionales importantes. Este proceso se ramifica en muchas dimensiones y niveles, durante los períodos a los que está asociado: la propaganda es uno de ellos. La descripción de dos pequeños cortos publicitarios, presentadas en la televisión brasileña en el Mundial

del 2002, podrá indicar el lugar muy especial que en Brasil se le atribuye a la Argentina, durante el difícil proceso de homogeneización de los “brasileños”, operado en estos períodos.

En el período inmediatamente anterior y durante el Mundial del 2002, en Japón y Corea, una conocida marca de cerveza puso en el aire, en Brasil, una campaña publicitaria en la que eran tematizados, como rivales, algunos de los países participantes del evento. Las propagandas tenían la siguiente estructura: un grupo de hinchas de Brasil, en un bar, alegres, ruidosos y felices, beben la referida cerveza. Una voz en *off* dice: beba cerveza tal o sino vaya a hinchar por tal país. Aparece, entonces, solitario, el hincha de tal país, bebiendo otra cerveza, mientras que los hinchas brasileños confraternizan, felices. En el conjunto de los cortos, hay uno especial y diferente: es el que se refiere a Argentina. Empezando con la misma estructura, presenta un detalle al momento final. Después de la afirmación “beba la cerveza tal o vaya a hinchar por Argentina”, los hinchas brasileños se ponen serios y comentan en voz baja, aparentemente conmovidos, la grave situación económica y política por la cual pasaba, en esa época, el país vecino. Por algunos instantes, la algarabía se interrumpe, como si la solidaridad con Argentina fuera más importante que la rivalidad en el fútbol. Pero, en seguida, los hinchas estallan en risas, acentuando la valoración mayor de la rivalidad.

Durante el Mundial del 2002, la propaganda hecha para Brasil por una de las mayores tarjetas de crédito del mundo continúa una campaña publicitaria que estaba en el aire hacía ya un tiempo. Esta campaña se estructura sobre la idea de que todo lo que el dinero puede comprar puede ser adquirido con la tarjeta mencionada, pero acentúa en cada corto publicitario, que siempre hay algo que el dinero no puede comprar y que, por lo tanto, no tiene precio. Enseguida después de la eliminación de la Argentina, en la primera fase del Mundial del 2002, un corto de esa campaña, construido según los mismos moldes que los anteriores, anunciaba el precio de algunos objetos que podrían ser comprados con la tarjeta y finalizaba diciendo que ver a Argentina eliminada del Mundial no tenía precio.

A pesar de que, como demuestra ampliamente Édison Gastaldo, la relación con el “otro”, en los cortos publicitarios durante los Mundiales de fútbol, sea una dimensión fundamental de la construcción del “extranjero”, constituyéndose en un proceso muy extendido durante esos períodos, hay algo muy especial en la alteridad brasileños/argentinos, tal como es producida y reproducida en las propagandas. Los dos cortos publicitarios resumidos anteriormente nos ofrecen una pista: en la primera, que, de hecho, tematiza diversas nacionalidades presentes en el Mundial del 2002, no necesariamente adversarias directas de la selección brasileña, el único corto que tiene una construcción diferente es el referido a la Argentina. De la misma forma, escapando de la tendencia dominante de proponer la construcción para la aniquilación y humillación de cada uno de los adversarios efectivamente encontrados en el campo (Gastaldo, 2002 a), la segunda pieza publicitaria reverbera la satisfacción de los hinchas brasileños por la eliminación temprana de la selección argentina del Mundial del 2002, adversario sólo potencial de la selección brasileña, ya que, en ese campeonato, efectivamente no se encontraron.

Aunque no conozca un trabajo semejante al de Gastaldo para las publicidades presentadas en Argentina durante el Mundial, hay algunos indicios importantes, mirados desde Brasil, de que representaciones colectivas equivalentes son tematizadas en Argentina. Por ejemplo, la bibliografía brasileña sobre la historia del fútbol registra un episodio paradigmático, ocurrido en 1920, cuando la selección brasileña que disputara la Copa Sudamericana en Chile, pasó por Buenos Aires. En esa ocasión, un diario local publicó un artículo, acompañado de caricaturas, que llamaba a los brasileños de *macaquitos*. Claramente este episodio tuvo profundas repercusiones en Brasil, tanto al desencadenar inmediatamente reacciones de varios tipos, como por la forma en la que el fútbol comenzaba a presentarse como espacio de

debates sobre el “pueblo” brasileño. En verdad, pasados ochenta años, este episodio todavía repercute, concentrado en la difusión de la clasificación de los brasileños como “macacos”. En un trabajo publicado recientemente, sobre inmigrantes brasileños en Argentina, Frigério (2002) comenta:

La rivalidad entre argentinos y brasileños se expresa, hoy en día, principalmente a través del fútbol. “En el fútbol”, como dijo una entrevistada, “Brasil es un enemigo”.

Y más adelante:

Cuando el tema es fútbol, viejos estereotipos pueden venir a tono nuevamente y hacer con que los inmigrantes se vean en situaciones desagradables. Un entrevistado afirmó: “Cuando hay partido de fútbol, ellos dicen ‘vamos a mandar a los macacos de nuevo para Brasil’...”. (Frigério, 2002, 23)

El mismo autor, en el mismo texto, dice en nota de pie de página que durante las Olimpiadas de 1996, antes de la semifinal, que sería entre Brasil y Argentina, “el diario argentino Olé comentó el acontecimiento de la siguiente manera: *que vengan los macacos*” (Frigério, op.cit., 24).

En la introducción de la misma compilación en que se encuentra el artículo citado anteriormente, Frigério y Ribeiro llaman la atención para la especificidad de la alteridad brasileños/argentinos, en ambas direcciones, acentuada, en las dos últimas décadas por la intensificación de estas relaciones, en el contexto de desarrollo del MERCOSUR, relaciones “frecuentemente marcadas por estereotipos que terminan influenciando al contenido de las interacciones” (Frigério y Ribeiro, 2000: 7).

El epíteto (*macaquitos, macacos*) acentúa una de las diferencias fundamentales cristalizadas en las narrativas argentinas y brasileñas. De hecho, la forma asumida por la rivalidad, en su ocasión, permitirá recuperar uno de los ejes más importantes de diferenciación entre brasileños y argentinos en las narrativas sobre fútbol.

Así, hay muchas razones para suponer que tales estereotipos encuentran en el fútbol y, particularmente, en la ubicación de los dos países en el escenario internacional de este deporte, un espacio privilegiado para sus construcciones, a partir de esa rivalidad exacerbada (...).

Observaciones Finales

El rendimiento simbólico del fútbol como vehículo para la construcción de versiones sobre el “pueblo”, equiparado con la nación, reinventando una versión romántica de la nacionalidad, ha sido demostrado, con vigor, por los estudiosos del fútbol argentino y del fútbol brasileño. Comparaciones sistemáticas con otras narrativas ancladas en el recorte “nación” deberán ser buscadas, ensayando análisis más precisos sobre las inversiones simbólicas posibilitadas por la difusión mundial del fútbol.

Es importante, aún, como resalta reiteradamente Eduardo Archetti (1998, 1999, 2001, 2003), percibir de qué modo los “estilos nacionales” se conjugan con otras expresiones de identidad. En Argentina, como afirma ese autor, fútbol, polo, tango y también, en algunos contextos históricos, las peleas de box y las corridas de autos, son apropiados, como un rompecabezas complejo, para construir dimensiones diversas y conectadas de este proceso de construcción identitaria nunca acabado. En el caso brasileño, el trabajo clásico de Da Matta (1979) sobre el triángulo ritual brasileño, con repercusión singular en nuestra antropología, opera también con dimensiones distintas y complementares del ser brasileño.

Pienso que debemos, aún, examinar las correlaciones, por ejemplo, entre el *samba*, en sus diversas manifestaciones, y el fútbol; sin duda, vehículos máximos de construcción identitaria. Si focalizamos, por ejemplo, en las técnicas o expresiones corporales privilegiadas y celebradas en uno y otro contexto, algunas nuevas dimensiones serán, sin duda, iluminadas.

En relación a los otros deportes, para el caso brasileño, me gusta citar una frase de un periodista que, hasta ahora, considero perfecta para explicitar el lugar ocupado por el fútbol en Brasil. Dijo: “en Brasil hay dos deportes: el fútbol y lo que esté ganando”. Sintética y precisa, la frase da cuenta de la forma en que se incorpora, sin ningún problema, cualquier deporte que se presente como victorioso en el escenario internacional (vóley, básquet, automovilismo, tenis, yacht, equitación, etc.), transformándolo, rápidamente, en orgullo nacional. Deportes que propician victorias internacionales son insistentemente focalizados por los medios de comunicación, transformándolos en un tema en los más diferentes círculos sociales y haciendo surgir nuevos “expertos”, de la noche a la mañana. Todos, sin embargo, hasta aquí, son fácilmente descartados en situaciones de derrotas sucesivas, no implicando reevaluaciones de la “nación” o del “pueblo brasileño” (Guedes, 1998), marca del fútbol desde, por lo menos, la “tragedia del 50”. Pero sus efectos en el proceso de construcción identitaria y en las narrativas sobre la nación no son, absolutamente despreciables. Es necesario examinarlos con cuidado. De este modo, es fundamental para evaluar las diferentes formas de transformación del fútbol en operador de la identidad nacional, no sólo comparar estas narrativas, sino también localizarlas en conjuntos más amplios de construcción identitaria que permitan evaluar su peso, su lugar y sus conexiones simbólicas con otras formas de representación colectiva, consideradas como productos históricos, y, por lo tanto, en permanente proceso de cambio.

Y, sin duda, como la teoría antropológica ya demostró ampliamente, estas construcciones son contrastivas. Una de las dimensiones contrastivas realizadas por el fútbol, produce, de hecho, una especie de “concierto de naciones”. Examinar una alteridad privilegiada como la de Argentina y Brasil sobre fútbol, es un atajo interesante para encuadrar esas identidades sociales. En esta dirección, es posible dialogar con Gustavo Lins Ribeiro (2002: 248), que, inspirado en el “orientalismo” de Edward Said, propone la existencia de un “tropicalismo” en la representación de los brasileños y un “europeísmo” en la representación de los argentinos.

Sin duda, los análisis sobre los deportes en los dos países, en especial del fútbol, podrán contribuir decisivamente para examinar esta propuesta analítica. De todas formas, una de las conclusiones de este autor, con la cual concuerdo plenamente, puede ser perfectamente apropiada para el cierre de este trabajo: “Argentinos y brasileños están irremediabilmente presos a un juego especular entre sí” (Ribeiro, 2002, p.262).

Referencias bibliográficas

Alabarces, P. (comp.), 2000. *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.

Alabarces, P. (1996). “Fútbol argentino: un cachito de cultura(s)”. En Alabarces y Rodríguez, *Cuestión de Pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*. Buenos Aires: Atuel

- Alabarces, P. (1998). "Fútbol y academia: recorrido de un desencuentro". En Alabarces, Di Giano y Frydenberg (compiladores), *Deporte y Sociedad*. Buenos Aires: Eudeba.
- Archetti, E. (1998). "Tango et football dans l'imagerie argentine". *Sociétés & Représentations: football & sociétés*. Paris: CREDHESS, n. 7.
- Archetti, E. (1999). *Masculinities. Football, Polo and Tango in Argentina*. Oxford, New York: Berg.
- Archetti, E. (2001). *El Potrero, la Pista y el Ring. Las patrias del deporte argentino*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Archetti, E. (2003). "Transforming Argentina: sport, modernity and national building in the periphery". *Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política.*, n. 14, 1o.semestre de 2003, Niterói: Eduff, p.41-60.
- Damatta, R. (1979). *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Damatta, R. (1982). "Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro". *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke.
- Frigério, A. y Ribeiro, G. Lins (comps.). 2002. *Argentinos e Brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Gastaldo, E. (2002) a. *Pátria, chuteiras e propaganda. O brasileiro na publicidade da Copa do Mundo*. São Paulo: Annablume; São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos.
- Guedes, S. (1977). *O Futebol Brasileiro: Instituição Zero*. Tesis de Maestría. UFRJ.
- Guedes, S. (1998). *O Brasil no Campo de Futebol. Estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*. Niterói: Eduff.
- Hobsbawm, E. (1990). *Nações e Nacionalismo desde 1780*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- MAZZONI, T. (Olimpicus). 1950. *História do Futebol no Brasil, 1894-1950*. São Paulo: Edições Leia.
- Ribeiro, G. (2002). "Tropicalismo e europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina". En Frigério, Alejandro y Ribeiro, Gustavo Lins (comps.). *Argentinos e Brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 237-264.

BRASIL 2014: EL MUNDIAL DE LO SOCIAL¹

Fernando Carrión Mena

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, Ecuador.

Los mundiales de fútbol se los promueve con marketing o se los recuerda por algún sello distintivo. Así tenemos, por ejemplo, el de Argentina en 1978, al que se procesó como el mundial político debido al uso y abuso que hizo del mismo la dictadura militar; el de Sudáfrica 2010 se lo conoció por el descubrimiento que occidente hizo del África; o el de Catar que se realizará en 2022 ya se lo identifica por el alto nivel de corrupción. En cambio este de Brasil 2014 parece que pasará a la historia por ser el mundial de lo social.

Durante más de un año el pueblo brasileño se ha movilizado en contra del manejo elitista que se ha hecho de la Copa. Más de 500 ciudades han visto a sus habitantes salir recurrentemente a las calles para protestar contra la corrupción, las prioridades de las inversiones, la expulsión de población de zonas urbanas y la colonización que ha hecho la FIFA de la séptima economía del mundo, entre otros.

El mundial de fútbol Brasil 2014 ha comenzado tal como se esperaba, teniendo los escenarios de la cancha y la calle como lugares significativos. En la cancha está el fútbol y en la calle las manifestaciones, aunque están mutuamente vinculados, ya que la organización del fútbol bajo el “modelo FIFA” tiene repercusiones sociales, económicas y políticas que llevan a la protesta, incluso al interior de los estadios. El grito de la calle y de la cancha se escuchan hasta Suiza, donde residen los señores (no hay mujeres) del dinero-cancha.

Los invitados oficiales son los auspiciantes de la FIFA, clasificados bajo tres denominaciones: los socios que son seis, los patrocinadores ocho y los promotores nacionales, también ocho. Por otro lado, están los convidados no deseados y estigmatizados que son los manifestantes brasileños. La organización del mundial se ha hecho en función de la demanda monopólica de estos auspiciantes, produciendo un impacto a la manera de un tsunami que arrasa con todo lo que encuentra a su paso: el modelo FIFA así lo exige, al extremo que el fútbol se ha convertido en un pretexto para hacer negocios a nivel planetario.

La FIFA –legalmente establecida en un paraíso fiscal llamado Suiza– es una ONG sin fines de lucro. Sin embargo, su modelo de gestión es típico de un *holding* que opera bajo dos lógicas: por un lado, a través de una “franquicia” construida piramidalmente desde su base con 209 organizaciones nacionales, sigue en el nivel intermedio con seis confederaciones y en el vértice se ubica la Presidencia y Secretaría. Y por otro lado, mediante las corporaciones transnacionales que se han tomado la institución para darle lógica a la hiper-mercantilización del fútbol (Coca Cola, Nike). Con esta estructura maneja monopólicamente el fútbol y lo hace por encima de los Estados nacionales.

No por nada el parlamento brasileño aprobó la denominada “Ley General de la Copa del Mundo 2014” que, entre otras cosas, estipula la creación de un área de restricción comercial donde monopólicamente se venden los productos de los auspiciantes de la FIFA. El precio de venta de las entradas a los estadios

¹ Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 3, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

es una competencia de la FIFA, lo cual da una fuerza política muy grande. Se crean tribunales especializados para el juzgamiento de causas relacionadas al evento y se define una lógica tributaria que beneficia directamente a la FIFA.

Esta Ley no puede ser más ominosa: se crea una zona franca exenta del pago de impuestos, se define el control del territorio y las competencias de las municipalidades, se diseña un tipo de política urbana (gentrificación) y las marcas comerciales se ubican por encima de la marca país. En otras palabras, la FIFA busca colonizar vastos territorios para apropiarse de la soberanía de un Estado nacional; y todo esto, para beneficiar a las empresas globales que defienden la libre competencia del mercado bajo la lógica monopólica. Por eso mismo han aparecido los convidados de piedra para decir: “FIFA go home”.

“Brasil 2014” marcará un antes y un después. Quizás la primera expresión sea el camino que se ha iniciado con la crítica a este modelo implementado, que sigue por la reivindicación de derechos ciudadanos y de hinchas que entienden que “otro fútbol es posible” y que finalmente desembocará en la construcción de otro modelo de gestión. Se busca un modelo que sea transparente, que rinda cuentas, que tenga alternancia, que prime el deporte sobre la mercantilización; porque, caso contrario, podremos estar viviendo el fin del fútbol como un deporte.

LAS TRAMPAS DE LA IMAGINACIÓN SOCIOLÓGICA: UNA RESPUESTA A FERNANDO CARRIÓN¹

Pablo Gentili

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Clacso, Argentina.

Fernando Carrión es un excelente sociólogo. Transita de manera innovadora por diversos campos de las ciencias sociales y, en la sociología del deporte, nos ha brindado siempre aportes críticos muy valiosos. No podíamos dejar de contar con él en estos *Cuadernos del Mundial*, donde ahora publicamos su artículo, “Brasil 2014: el Mundial de lo social”.

Confieso que me sorprendió sobremanera el texto de Fernando, aunque no por el mismo motivo que algunos otros que había leído de él. En este caso, su aporte poco contribuye a comprender lo que ha ocurrido desde el inicio de la gran copa brasileña. Para decirlo futbolísticamente, me parece que a Fernando se le ha entreverado el equipo en la mitad de la cancha y sus argumentos son un tanto decepcionantes.

El texto de Carrión mezcla dos cuestiones que parecen estar relacionadas. Por un lado, el modelo prepotente y autoritario que impuso la FIFA a Brasil, así como años antes a Sudáfrica, para realizar el Mundial de fútbol. Por otro, el sentido de las manifestaciones ocurridas en el país sede desde mediados del año pasado, a las que Carrión le atribuye el poder de haber transformado éste en el Mundial “de lo social”. Dos cuestiones que, sin lugar a dudas, tienen algo que ver, pero no por las razones que él expone en su breve texto.

Fernando sostiene que “el pueblo brasileño se ha movilizó contra el manejo elitista que se ha hecho de la Copa”. No deja de ser verdad que razones para movilizaciones de este tipo han sobrado. Muchas las expone Carrión en su artículo. Entre tanto, no parece haber sido éste el motivo de las movilizaciones que se multiplicaron en Brasil desde hace un año atrás. Hubiera sido emocionante ver a la sociedad brasileña revelarse en las calles contra la intervención prepotente, prejuiciosa y colonial que ha realizado la FIFA en Brasil. Pero esto no ocurrió. Ninguna de las tantas movilizaciones que ha habido antes del Mundial han sido contra el dominio imperial de los “*cartolas*” del fútbol. Tampoco han sido contra la “Ley General de la Copa”, ni contra el precio de las entradas, contra el establecimiento de zonas de protección policial alrededor de los estadios, ni por ninguno de los motivos que deberían alarmar a un sociólogo del deporte.

Antes de la Copa, miles de jóvenes salieron a la calle en multitudinarias manifestaciones. Lo hicieron para expresarse a favor de una nueva forma de hacer y de ejercer la política, por la ampliación de la democracia y la necesaria mejora de los servicios públicos, en particular, del transporte, la educación, la salud y la seguridad públicas. No se movilizaron contra el Señor Josep Blatter ni contra la burocracia corrupta que lo secunda, aunque bien lo hubieran merecido. Lo hicieron a favor de una sociedad más justa.

Como no podría ser de otra manera, la coyuntura de la Copa les aportó un justificado argumento que utilizaron de manera creativa y contundente: “queremos escuelas y hospitales padrón FIFA”.

¹ Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 3, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

Las movilizaciones interpelaron al gobierno nacional, pero también y de forma mucho más directa, a los gobiernos municipales y estatales, que son los que gestionan los servicios públicos puestos en cuestión por su pésimo funcionamiento. También interpelaron a los representantes legislativos, al sistema judicial, a los medios de comunicación (en un país con una evidente falta de pluralismo y transparencia en sus órganos de prensa). Cuestionaron, interrogaron, enfrentaron, en definitiva, al poder. No al de la FIFA (lamentablemente), sino el poder oligárquico históricamente establecido en Brasil. Ese que se sustenta en la persistencia de la desigualdad, del elitismo, del racismo, de la violencia institucional contra los más pobres. No se movilizaron para cambiar a la FIFA, sino para cambiar a Brasil.

Pero el problema del artículo no se limita a una distorsionada interpretación del sentido de las movilizaciones. La lectura del texto de Fernando Carrión nos deja la impresión de que el inicio del Mundial multiplicó las expresiones de protesta callejera, lo cual es un error de interpretación. Ocurrió exactamente lo contrario. Más allá de las premoniciones de ciertos sectores de la prensa local e internacional, quienes amplificaban las amenazas de minúsculos grupos radicalizados y violentos, nada ocurrió. No ha habido movilizaciones callejeras en ninguna de las grandes ciudades y, en los casos en que fueron convocadas, sólo participaron en las mismas algunas decenas de personas. (Ver la nota de La Garganta Poderosa: “Los gritos del Mundial”, en este mismo Cuaderno)².

Quizás Carrión confunde las movilizaciones populares con el movimiento “*Fora Copa*”, cuya duración fue tan efímera e insignificante como la actuación de España e Inglaterra en el Mundial. Un movimiento sin otra referencia que la cancelación del evento, que fue sistemáticamente rechazado en todas las manifestaciones masivas (como al comienzo también lo fueron los partidos políticos) y que, al detonar el Mundial, se desmoronó bajo su tenue peso.

Hay dos motivos que explican por qué, algunas semanas *antes* y *durante* la Copa no ha habido expresiones de protesta callejera. Por un lado, la Presidenta Dilma Rousseff entendió las señales que emitían las movilizaciones y reaccionó políticamente, realizando una extraordinaria tarea de diálogo y negociación con los grupos y organizaciones movilizadas. La prensa dominante nada dijo al respecto, pero desde la Secretaría General de la Presidencia, y bajo la coordinación de uno de los mejores ministros del gobierno nacional, Gilberto Carvalho, se llevaron a cabo decenas de reuniones, debates e intercambios que mucho contribuyeron a que la Copa se iniciara sin grandes procesos de movilización callejera. Los grupos movilizadas hicieron política. El gobierno nacional, también.

Por otro lado, a nadie se le escapa que a la sociedad brasileña le gusta el fútbol, que explota de alegría (o de tristeza) ante el desempeño de su selección. Quien conoce Brasil sabe que, en estas cuatro semanas, nada perturbará la pasión futbolística del pueblo brasileño, al menos, mientras su equipo siga ganando y Neymar continúe inventando milagros con sus botines. A los que nos gusta el fútbol pero nos dedicamos a las ciencias sociales, esta suerte de esquizofrenia política nos causa cierta perplejidad. Sin embargo, el fútbol y la política se encuentran siempre en los rincones más inesperados de la historia, algo que el mismo Fernando Carrión tanto nos ha ayudado a entender.

Más que el “Mundial de lo social”, este es el “Mundial de las promesas incumplidas”, no las del gobierno brasileño, sino las de la prensa y los sectores políticos conservadores, tanto nacionales como internacionales. Agoreros del caos, que anunciaron que las obras no serían concluidas, que colapsarían los aeropuertos, que los turistas sufrirían asaltos y ataques de hordas de delincuentes, que el transporte

2 El texto aludido se puede consultar en: <http://cuadernosdelmundial.clacso.org/opinion9.php>. Consultado el 08 de junio de 2015.

público sufriría un infarto paralizante, que las masas saldrían a las calles a reclamar por los gastos inadmisibles realizados en una fiesta innecesaria y despreciada por todos. Nada de esto pasó ni pasará.

Estamos ante una de las mejores Copas del Mundo que se hayan realizado. Para algunos quizás esta sea una mala noticia. Afirmar que no lo es, que el Mundial brasileño es y será recordado como el Mundial de América Latina, con una organización y una infraestructura excepcionales, con una sociedad movilizadora sí, pero alrededor de su selección, vibrando y soñando con la posibilidad de un nuevo campeonato, no significa doblegarse ante el poder colonial de la FIFA.

El silencio callejero de la Copa no debe confundirse con una sumisión pasiva al modelo FIFA de hacer política. Tampoco con la suposición de que, terminado el Mundial, la alegría del triunfo o la depresión de la derrota, borrarán las preocupaciones y necesidades presentes. Cuando termine la Copa, la vida seguirá su rumbo en Brasil. Si volverán o no las manifestaciones con la misma capacidad de convocatoria de un año atrás, no lo sabemos todavía. No es un detalle menor que tres meses después de consagrado el campeón, se llevarán a cabo elecciones nacionales. Y la coyuntura electoral será el escenario propicio para reactivar las justas demandas por un fortalecimiento efectivo de la democracia y por una ampliación de las importantes conquistas sociales de la última década.

Carrión tiene razón: el fútbol es un inmenso y espeluznante negocio. Sin embargo, no creo que, en Brasil ni en ningún otro sitio, por el momento, las masas vayan a movilizarse contra él. El 14 de julio se habrá hecho realidad la justa aspiración del "*FIFA go home*". No porque el pueblo habrá echado finalmente de Brasil a esa espantosa multinacional del deporte, sino porque se habrá acabado el Mundial. Ese día, la vida y las luchas seguirán su curso. Vale la pena agudizar nuestra imaginación para entenderlas mejor.

FÚTBOL, MUJERES Y MUNDIAL¹

Verónica Moreira

Universidad de Buenos Aires, UBA, Argentina

“Me encanta el fútbol, de cualquier categoría y, por supuesto, voy a ver y seguir los partidos del mundial. Pero nunca generé un sentimiento de pertenencia con la Selección. No me agobia su derrota y no siento por ella ni una ínfima parte del inmenso amor que siento por River”.

Fue la frase que expresó una joven hincha argentina cuando le pregunté si estaba entusiasmada con el Mundial. Sus dichos coincidieron con las apreciaciones de otros fanáticos de distinto género que no dudaron en declarar la supremacía del amor tribal por sobre el de la Selección Nacional. Pero aquí me quiero centrar en la experiencia de esta joven que, como otras fanáticas, eligió el fútbol como deporte para practicar y mirar; y que, como otras, se lamenta por los mecanismos de invisibilización y cosificación a las que son sometidas en los medios periodísticos. Frente al ingreso progresivo de mujeres al universo del fútbol, la pregunta es ¿cuáles son los espacios que ellas (periodistas, deportistas y fanáticas) tienen en los distintos medios? ¿Cómo son representadas durante el mundial, considerando que éste es un momento singular en el que abundan, hasta la saturación, las narrativas sobre la patria? Bastarán algunos ejemplos que surgen de la lectura del diario *Olé* —el periódico deportivo más popular de la Argentina— para mostrar ciertos aspectos de la relación entre fútbol, mujeres y medios de comunicación.

El crecimiento de mujeres que se incorporaron al campo futbolístico en los últimos años no ha conducido, no digo a equilibrar la balanza de la desigualdad de géneros pues esto sería una ilusión, sino a superar algunos de los prejuicios y estereotipos que se formulan sobre ellas. Un dato es contundente: la notoria ausencia de las voces de las fanáticas que quieren opinar sobre los pormenores de un encuentro deportivo; un gesto que se duplica con la falta de noticias sobre los partidos de fútbol de mujeres que juegan en la liga profesional y en las ligas amateurs. La excepción a la regla sobre la representación femenina es la cobertura de Las Leonas (seleccionado de hockey femenino multicampeón), y algunas noticias esporádicas sobre judo, tenis y boxeo.

Podría decir, sólo en primera instancia, que hay una tendencia inversa en el periodismo deportivo, dada por la incorporación progresiva de mujeres periodistas en la prensa y distintos programas de televisión. En este caso, el diario *Olé* es significativo. Como comentó uno de sus periodistas, *Olé* ha incorporado “como ningún medio gráfico” a periodistas mujeres en su staff (en comparación con los suplementos deportivos de los diarios *La Nación* y *Clarín*). Ellas cubren noticias sobre equipos de la primera división y del ascenso, hacen entrevistas y análisis de los partidos, pero siempre en menor medida que los hombres. Con abrumadora mayoría, ellos son los que se destacan en la redacción de la información. Para el mundial, unas semanas antes del comienzo del certamen, el diario anunció una serie de cambios que presentó de esta forma: “*Olé* lanza formalmente su cobertura de Brasil 2014. Desde mañana, un cambio de imagen, notas especiales, las plumas de columnistas top”. El diario incorporó más color en los títulos, con el juego del celeste y blanco en las páginas, con nuevas secciones destinadas a informar sobre los diferentes grupos del mundial; y, en dicho proceso de transformación... desplazó y reemplazó por escritoras a las cronistas femeninas en su totalidad. Así, el protagonismo y el punto de

1 Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 2, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

vista volvieron a ser exclusivamente masculinos en un momento singular: cuando los periodistas junto a otros actores destinan sus relatos a narrar la argentinidad. El criterio de inclusión de las periodistas al medio (de acuerdo a un uso dudoso del cupo femenino), las excluye como narradoras legítimas del espacio donde imaginariamente se afirman los significados de la Nación.

“Compartimos la pasión” es el eslogan del diario que pone el centro discursivamente en dos focos: el primero, un “nosotros” que ubica al lector en un plano de igualdad. Y, por el otro, el foco en la pasión, como tópico en el que se centra el medio pero que refiere básicamente a la pasión masculina. ¿Cómo representa a las hinchas-fanáticas? En este esquema, cuando ellas aparecen lo hacen en un lugar de acompañamiento, de esposas o novias de futbolistas u hombres famosos de otros ámbitos. La banalización del fanatismo femenino también aparece cuando se usa el ejemplo de una mujer que responde a la imagen canónica de belleza y que, además, “le gusta el fútbol”, transformándose así en la pareja ideal. Por eso, como si el silencio no bastara – cuando se trata de informar sobre el juego practicado por mujeres– para marcar la posición subordinada del género femenino, se usan estrategias tendientes a afirmar posiciones y funciones convencionales. En la contratapa del diario *Olé*, hay un espacio especialmente dedicado a la representación femenina, se llama “la diosa mundial”. La foto de una sensual mujer vestida con escasa ropa está acompañada de un breve texto de este tenor: “le sobran atributos como para compensar las diferencias ofensivas y defensivas del equipo de Sabella”. Y, continuando con la falta de originalidad, día tras días aparecen comentarios similares: “es que lo que para Sabella es un problema, hablamos de la defensa, para Ciardone es uno de sus mayores y mejores atributos” o “tiene todos los atributos necesarios y suficientes para el Maracanazo”. Aquí y en las notas del cuerpo del diario, las líneas de los periodistas están dirigidas a resaltar la belleza y la sensualidad. Las representaciones femeninas se corresponden a un estándar que estima positivamente a las mujeres jóvenes, delgadas y sensuales. Las representaciones refuerzan la posición histórica y culturalmente creada para las mujeres como “objeto de deseo de la mirada masculina”. Un tratamiento claramente estereotipado que relega a las mujeres a lugares secundarios, pasivos y convencionales. Un estilo que, además, se reitera cuando en los informes sobre las deportistas se enfatiza su femineidad a partir de la observación de su belleza física.

La joven fanática de River sintetiza claramente su sensación: “leer *Olé* es una patada en los ovarios... Invisibilizan a la mujer en el deporte, salvo raras excepciones, nunca hay noticias en el home acerca de mujeres deportistas. Y, cuando las hay, las fotos y la redacción de la nota (si la estética de la protagonista encuadra en lo que consideran ‘lindo’) incluye comentarios o metáforas acerca de la belleza, sensualidad, provocación. Sección ‘Diosas’, denigrante, sexista. Puro cuerpo para ser visto por la platea masculina”.

A la invisibilidad de las jugadoras, que van creciendo día a día en el campo futbolístico, se suma durante la cobertura del mundial la ausencia de periodistas mujeres que participan de la narración sobre la selección y la nación. El desplazamiento del centro de la escena se confirma además con el tratamiento periodístico que ubica, una vez más, a la mujer en un lugar tradicional: como objeto de la mirada masculina y como garante de la masculinidad. Este imaginario refuerza la construcción dicotómica y oposicional de los estereotipos culturales acerca de lo femenino y lo masculino. Si los discursos dominantes restringen la pasión y el conocimiento –y la posibilidad de manifestar ambos públicamente– a los hombres, las mujeres quedan en este contexto relegadas, indefectiblemente, a un papel decorativo.

EL PAÍS DEL FÚTBOL. ¿EL PAÍS DEL FÚTBOL?¹

Ronaldo Helal

Universidad del Estado de Rio de Janeiro, UERJ, Brasil

Desde su llegada a Brasil, el fútbol pasó por un proceso de constitución cultural hasta convertirse en lo que llamamos la “pasión nacional”: como si con eso quisiéramos decir, a la vez, que nuestro fútbol es el mejor del mundo y que Brasil es el lugar donde más se lo ama y se lo entiende. Eso se sintetiza en el epíteto “Brasil, el país del fútbol”. Sin embargo, me pregunto: a) ¿somos aún el “país del fútbol”?; y b) ¿la selección es, en estos días, la “patria de los botines”, término acuñado por el dramaturgo y cronista deportivo Nelson Rodrigues para explicar la relación entre la identidad nacional y la selección brasileña?

El epíteto “Brasil: el país del fútbol” contiene una fuerza simbólica que contribuyó para la construcción de la identidad brasileña. Lo usamos, casi siempre, como una manera de sentirnos miembros de una nación singular. Observemos, sin embargo, que este epíteto es utilizado a veces como algo negativo, significando que este no sería un país serio, que su complejidad se reduciría en samba y fútbol. Pero me voy a concentrar aquí en su uso de forma positiva, ya que sería el más frecuente.

En este sentido, sería una herejía cuestionar si somos el país del fútbol. Los medios de comunicación le dedican un espacio considerable. Es uno de los temas más hablados todos los lunes tras los partidos del Campeonato Brasileiro. ¿Y qué decir de nuestra participación en períodos de Copas del Mundo? Aquí hay una intensa manifestación colectiva alrededor de este deporte. Pero es cierto que esto también ocurre en otras naciones: Italia y Argentina serían también otros “países del fútbol”. ¿O acaso el comportamiento de medios, hinchas y población en general no serían semejantes al de Brasil?

El “país del fútbol” fue una “construcción” histórica que tuvo un rol importante en la formación de nuestra identidad. Sin embargo, podemos cuestionar el papel de esta representación desde el cambio de siglo.

La pasión por el fútbol es un fenómeno que ocurre en diversos países del mundo. Lo que nos haría distintos sería la forma en la que usamos este deporte para construir nuestra identidad. Observemos, sin embargo, que ser un hinchas de fútbol no significa necesariamente utilizar el deporte como metáfora del país. Muchas celebraciones no trascienden el universo deportivo: ellas forman parte del espectáculo futbolístico. Hoy día, durante un Mundial, por ejemplo, tenemos la sensación de que los que siguen el fútbol en su vida cotidiana lo consideran un evento deportivo expresivo, emocionante y con una cualidad superior debido al alto nivel técnico de los jugadores, pero no ven a la selección como la “patria de los botines”. De hecho, muchos hinchas más por su equipo en el Campeonato Brasileño que por la selección en la Copa del Mundo.

Aun así, es en períodos de Copas del Mundo que el epíteto “Brasil: país del fútbol” adquiere una mayor dimensión. Pero las narrativas periodísticas alrededor de la selección ya no tratan de forma homogénea al fútbol como metonimia de la nación. Si la derrota contra Uruguay en 1950 y la conquista del tricampeonato en 1970 fueron interpretadas como derrota y victoria de proyectos de nación brasileña, respectivamente, la victoria en 1994 y la derrota en la final contra Francia en 1998 (y también en los

1 Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 1, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

cuartos de final en 2006 y 2010) no trascendieran el universo deportivo y fueron conmemoradas y sufridas como victorias y derrotas estrictamente deportivas.

El “país del fútbol” fue una “construcción” social, realizada por periodistas e intelectuales en una época de consolidación del Estado-nación. Fue a partir de los años 1930 que se presentaron nuevas formas de conceptualizar el país. Si antes, a través de la mirada de un académico como Oliveira Vianna, por ejemplo, el mestizaje racial era visto como una explicación para el “atraso” del país, a partir de la obra clásica de Gilberto Freyre, *Casa Grande e Senzala*, la mezcla pasa a ser entendida como un valor positivo del pueblo de Brasil. Dentro del proyecto nacionalista del Estado Novo, esta manera de entender la cultura se consolidó en el país. En este sentido, Mario Filho, uno de los fundadores de la crónica deportiva en Brasil, fue fundamental para la utilización del fútbol como un medio de “construir” una idea de nación brasileña. Filho era amigo de Freyre, que escribió el prefacio de su libro *El negro en el fútbol brasileño*, donde la unión del fútbol con la nación se volvía más evidente. Freyre, a su vez, publicó en el *Diario de Pernambuco* del 18 de junio de 1938, “Foot-ball mulato”, un artículo que se convirtió en central para la simbología del fútbol. Aquí, Freyre elogiaba el mestizaje racial y afirmaba que el mismo había creado el estilo de juego que sería típico de Brasil –algo así como una “danza dionisiaca”. Freyre y Filho fueron agentes fundamentales del éxito de la construcción del “país del fútbol”.

De todos modos, al contrario de décadas pasadas, hoy sería lícito preguntar si Brasil está dejando de ser el “país del fútbol”. La globalización estaría transformando la identidad nacional, sintetizada como narrativa homogénea en “la patria de los botines”. El jugador con la camiseta nacional también representa a clubes europeos, además de empresas multinacionales. Neymar, por ejemplo, puede ser ídolo de los brasileños, pero también de los catalanes. La televisión transmite en tiempo real cualquier partido de Barcelona a todos los continentes. Esa desterritorialización del ídolo crea un nuevo proceso de identidad cultural. Cuanto más se enfatiza el fútbol como un producto que se consume en un mercado de entretenimiento cada vez más diversificado, sin un proyecto que lo vincule a instancias más inclusivas, lo que consigue es distanciar cada vez más el enlace establecido en décadas pasadas, bajo la influencia de Gilberto Freyre y de Mario Filho.

Así, las victorias y derrotas de la selección en Mundiales producen celebraciones y tristezas colectivas. Pero no son más sentidas como victorias o derrotas de un proyecto de nación. En este sentido, la selección no sería más “la patria de botines” en las líneas planteadas por Nelson Rodrigues.

Me interesa concluir también sobre la relación de causa y efecto entre el fútbol, la política y las elecciones, que siempre aparece en los períodos de Copa del Mundo. Los gobiernos totalitarios han utilizado el fútbol con fines políticos, como Brasil en 1970 y Argentina en 1978. Sin embargo, el uso del deporte para estos fines no siempre fue eficaz. ¿Es que acaso el fútbol sería el “opio del pueblo” porque paramos para ver la selección durante un partido del Mundial? En este caso, sería también el opio de las élites, ya que ellas también lo ven. Y esto ocurre en varios países. Si nos atenemos a la idea de que este deporte “narcotiza” a la población en tiempos de la Copa, porque no se piensa en otra cosa en estos días, entonces tenemos que admitir que el sexo, las novelas, el carnaval y la cerveza con amigos también serían “opios del pueblo”. Hay que tener en cuenta además que, al contrario de lo que afirma cierto sentido común, el resultado final en un Mundial no influencia las elecciones presidenciales en Brasil. Las últimas evidencias –las elecciones de 1998, 2002, 2006 y 2010– así lo han demostrado.

Así, si el fútbol fue en Brasil un factor primordial de integración nacional, ¿cuál es, efectivamente, su papel en el siglo XXI? ¿Continuar con la producción de sentimientos nacionalistas a través de las actuaciones de la selección o despertar a la población para la crítica política? Ojalá el Mundial 2014 nos ayude a responder estas cuestiones.

MERCADO, NEOLIBERALISMO Y COMUNIDAD: UN CHILE NUEVO EN EL CAMPO DE JUEGO¹

Rodrigo Soto

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Sebastián Ponce y Carlos Vergara

Universidad de Valparaíso, Chile

Abruptamente hace algunas semanas atrás, Chile entero se ha mundializado, teñido de rojo, ilusión y consumo. Las compañías telefónicas y de telecomunicaciones, bancos, supermercados, marcas de automóviles, entre muchas otras, están ocupando el mundial de fútbol como recurso para su publicidad: ninguna novedad. En ellas parece que nos confunden respecto al producto que están vendiendo, ya que no sabemos si venden experiencias, emociones, cuerpos o sus bienes y servicios... muchos de ellos, bastante inservibles. A su vez, estas empresas están otorgándose varias tareas: la de (re) construir discursos nacionales, ofrecer referencias identitarias, dictaminar estéticas corporales, indicarnos cómo, dónde y con quien celebrar el ritual del fútbol; promover el emprendimiento individual, movilizar nuestras emociones y, de paso, emborracharnos a todos y todas, querámoslo o no, con fútbol y un Brasil del imaginario turístico (samba, caipirinha, alegría y *muito futebol*). Invitamos a que nos detengamos y juguemos un momento: nos interesa presentar algunas ideas respecto a los discursos que pretenden ofrecer construcciones nacionales y que promueven ciertas referencias identitarias para chilenos y chilenas en este período donde el lenguaje del fútbol es usado como analogía y vehículo para transmitir valores hegemónicos. Para ello hemos revisado las publicidades hechas especialmente para las fechas mundialeras de las empresas Homecenter Sodimac, Cerveza Cristal, Banco de Chile y Coca Cola, todas ellas auspiciadoras oficiales de la selección nacional de fútbol.

El mensaje básico y explícito de las publicidades denota una construcción del mundial de fútbol como un gran evento, una competencia deportiva con alcance masivo donde el mundo puede ver “de qué estamos hechos los chilenos”, a sabiendas de que nuestro país no es “fútbolizado”. El mundial desde la publicidad se presenta como una temporalidad signada por el no trabajo y la congregación aparentemente democrática en torno al ritual futbolístico.

La publicidad, basado en su máxima de “consumo luego existo”, instauro determinados valores dentro de las representaciones expuestas. El no trabajo aparece como condición primera del ritual o evento. Luego, le sigue la construcción de un aficionado desahogado (más que hincha de fútbol, un aficionado del espectáculo televisivo en que se ha convertido cada partido oficial de la selección chilena), empapado en su vestimenta y cuerpo con los colores nacionales, con el grito característico, el himno y la bandera, cantados en cualquier espacio para demostrar presencia, superioridad y pasión. Estas caracterizaciones devienen en obviar aparentemente el “hecho deportivo” en sí, quitándole relevancia tanto a las condiciones técnicas como a la valoración del rival, la trama de los encuentros y las rivalidades propias del campo del fútbol, hasta devenir en un ansiado éxito, una especie de causa nacional, y que solo valora los “*highlights*” de cada partido. Todo esto lejos del consumo de comentarios especializados, lejos de aspectos tácticos, lejos de nuestros hitos deportivos durante el siglo pasado y la relevancia o significado de derrotas pasadas.

1 Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 3, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

Invisibilizados aquellos hitos, que hablan de victorias morales y derrotas deportivas, la publicidad construye un país exitoso, que es capaz de romper y enterrar esa historia deportiva a través de esta generación de jugadores, que tiene la “posibilidad histórica” de romper el imaginario del deporte y el fútbol chileno que habla de aquel “destino fatal”, de la confabulación, del complot, de la mala suerte, del “casi casi”... es demostrar todo lo exitoso que suponemos haber sido durante la pos dictadura, y que todos (ese occidente rico que nos importa) lo comenten, lo repitan y que el resto –América Latina– nos envidie.

El espacio de representación de lo nacional en la publicidad de los productos que giran en torno al fútbol y la selección chilena es explícito en la construcción de una amalgama de símbolos y valores que extrapolan un discurso nacional que converge a partir de un evento como el mundial. De hecho, la posición y exposición de algunos valores como “la fortaleza”, “la capacidad de salir airoso frente a situaciones dificultosas”, “el tener una actitud positiva” “y el ansia de éxito y reconocimiento” aparecen por separado en la estructura narrativa. Por una parte, se encuentran las biografías personales de los integrantes de la selección; sujetos de extracción popular, habitantes en su mayoría de las comunas más marginadas del gran Santiago (Conchalí, Lo Prado, San Joaquín, Puente Alto, Buin), o de comunas relegadas del norte del país (precisamente, Tocopilla). Éstos se posicionan como modelos de éxito y esfuerzo, triunfantes en la promesa de la movilización social, triunfantes porque aunque siguen vinculados a sus barrios y amistades de origen, son millonarios y reconocidos en Europa (la occidental, la que vale, la que nos importa, la que nos dicen *qué* queremos ser). En la misma cuerda publicitaria de la campaña del Banco de Chile se encuentra el spot de los treinta y tres mineros de Atacama²², bajo el eslogan “para un chileno nada es imposible”.

Éstos trabajadores “esforzados”, precarizados, que se desempeñan en condiciones laborales miserables pero con remuneraciones un poco más altas que el sueldo mínimo, se presentan resistentes a la tragedia de la muerte inminente. Estas épicas son tomadas por los discursos massmediáticos como operadores de la identidad nacional en tanto representan al sujeto popular como un trabajador (no hay que olvidar que un futbolista también lo es) disciplinado, obediente, estoico ante la explotación, que desarrolla resiliencia y que si cuestiona, lo hace dentro de los límites institucionales y con *fair play*.

Por otro lado aparece la construcción discursiva de “la clase media”, grupo amorfo que se constituye desde el acceso a bienes de consumo (por medio del sobreendeudamiento) y a la posibilidad del no trabajo. En la campaña de SODIMAC³³ la trama transcurre siempre en un espacio simbólico construido desde lo metropolitano, de lo “santiaguino”, en donde entre otras cosas se pueden apreciar problemas de congestión vehicular, el regreso al hogar (el espacio privado), la familia extensa y los amigos. Aquí, la omisión del espacio público como lugar de encuentro es explícita. El no trabajo, la esperanza, la alegría, el aliento y la pasión, recaen dentro de los límites del espacio privado y del ritual, totalmente acorde con los procesos macro sociales consolidados de privatización de lo social. Un ritual que opera como espacio de festividad ante una televisión LED de última generación (porque si no miramos en una televisión HD la imagen no se ve bien), con el desborde en la comida y el alcohol como signo de la festividad. De fútbol, mejor ni hablar.

Entonces, considerando los aspectos ligados a la eficacia comercial de estos dispositivos, hay que destacar: lo chileno, antes relativo al Chile central, es ahora el gran Santiago. El resto del territorio es invisible ante la festividad mundialera⁴⁴.

2 Link de publicidad Banco de Chile: <http://www.youtube.com/watch?v=tmLmWiqSVS8>

3 Campaña publicitaria de Homecenter Sodimac “La casa alienta”. Véase en: <http://www.youtube.com/watch?v=s5MwxaJm0hE>

4 Recordemos que hace pocos meses atrás ha habido un terremoto en el norte del país y en Valparaíso ocurrió un mega incendio y estos hechos no han sido mencionados en los medios.

El fútbol para estas narrativas funciona desde su utilidad como “espectáculo”, donde la nación expone su imagen-país bajo un estilo de juego al servicio del éxito individualizado del emprendimiento, el cual para llegar a buen puerto debe ser necesariamente avasallante, fuerte y veloz. Propuesta ideológica que es exitosa en tanto se expone de forma a-histórica: actúa sin nuestra historia deportiva, sin nuestro mito futbolístico, sin hablar de fútbol (táctica, estrategia o idea de juego), y finalmente, sin hablar de historia.

Pero el juego de la selección (y de este escrito) en realidad muestra otra cosa: desde el punto de vista futbolístico los rasgos más llamativos de la selección chilena corresponden al altísimo sentido de grupo de todos los jugadores. Más directa y claramente: el éxito se debe al compromiso colectivo en las tareas de defensa y ataque. Para hacer eco: ganamos producto de que en el juego, las individualidades construyen una comunidad.

En definitiva, el análisis muestra la persistencia del neonacionalismo de mercado que comentó Santa Cruz en *Fútbologías* (editado por CLACSO en 2003). En este caso la publicidad da un salto cualitativo en su mensaje: sitúa a las figuras individuales como representantes de la ideología neoliberal imperante en la sociedad chilena. Ellos representan el presente de Chile y prometen éxitos para el futuro (*ahora que le ganamos a España podemos salir campeones del mundo*). Representan, como estilo de juego, el movimiento continuo, la presión constante y la efectividad; muestran también la superación individual, la superación de barreras infranqueables (que Bourdieu se revuelque en su tumba) y si se quiere, la autoexplotación y la autointensificación del trabajo, como valores y características del éxito tanto deportivo como del éxito neoliberal: dar siempre más (aunque tu cuerpo diga que te detengas).

Lo anterior está en disputa.

Tanto el relato nacional mediatizado como el *nosotros* escapan a lo institucional como producto principal del legado de los movimientos sociales que vienen sucediéndose de forma casi ininterrumpida desde el año 2006 en Chile. Podemos decir que están cerrando el largo periodo de transición y que estamos disputándole el sentido y el contenido de la “comunidad” y de los derechos sociales al neoconservadurismo neoliberal del Estado y el Mercado. Como afirman los medios respecto al fútbol: la mentalidad está cambiando.

En suma, a través del fútbol, en tanto productor de metáforas, se ha permitido que la publicidad use y construya al hincha, hemos permitido que el mercado nos diga lo que es ser chilenos e incluso nos ha promovido el emprendimiento individual del neoliberalismo de forma eficiente. Sin embargo, el mismo fútbol, en tanto productor de metáforas, hoy está diciendo otra cosa mucho más simple, significativa y potente: *Los que siempre perdimos, tenemos ahora la experiencia de haber ganado, con compromiso colectivo y en comunidad*. Porque como bien dijo un académico argentino, hincha de Vélez Sarsfield: lo que no da el Estado, el fútbol no lo presta.

CARTA PARA EDUARDO GALEANO

DE UNA ANTROPÓLOGA QUE VISITA EL LIBRO *EL FUTBOL A SOL Y SOMBRA*

Beatriz Vélez

Institute National de la Recherche Scientifique, INRS, Canadá

Estimado Eduardo Galeano,

Primer tiempo

Gracias por haber escrito un libro sobre fútbol con una pluma tan sensible y capaz de generar el milagro de transformar la pesantez del musculo en la ligereza de la metáfora. Su libro, nacido en 1995, tiene el sabor del fútbol anterior al llamado *Fútbol Inc.* de hoy día. cuyo imperio de ídolos sustituibles y de medios informativos potentes, nos acosa con noticias insustanciales dirigidas más a los clientes que a los ciudadanos.

El fervor suscitado por la copa del mundo en Brasil despierta el deseo de revivir el placer de dialogar con su libro y ese es mi propósito. En tanto mujer, cuyo amor por el juego nació de un parto in-natural, me propongo comentar algunos aspectos de su interpretación del arquero y de la equivalencia entre gol y orgasmo pues en su libro, esos temas destilan un tono erótico-sexual muy interesante. Tono perturbador por tanto si aceptamos que el fútboles aún el feudo del machismo donde las mujeres todavíahacemos ruido con nuestra presencia.²

A diferencia de los hombres de mi entorno, el fútbol me llegó por los oídos y los ojos, los sentidos de la distancia. Mientras mi único hermano entre varias mujeres, tomaba el camino de explorarlo por los sentidos de la proximidad: el tacto, el olfato y gusto (al sudor), yo lo aprehendía por un atajo. El terreno de juego, situado al exterior de la casa y dos veces mas grande que ésta, emergía en mi imaginación cada vez que mi hermano gritaba, sin vacilación ni contestación : ¡me voy a la cancha! Mi cuerpo paralizado lo seguía con la cabeza; yo *veía* la banda de amigos asediar el inmenso espacio con su emotividad bulliciosa preguntándome ¿en nombre de cuál derecho ellos pueden ocupar el espacio publico y exponerse con confianza y ruido a la mirada ajena? La diferencia con respecto a las niñas era flagrante; nosotras estábamos obligadas, por ese mismo derecho insidioso de la costumbre, a justificarnos para conseguir el permiso de salir; éramos advertidas de regresar a una hora fija y de los peligros que se agazapaban contra nuestros cuerpos al abandonar los muros familiares y exponernos a la mirada del otro. Bajar los ojos, no reír ni hablar fuertemente, ser discretas en la vestimenta, caminar rápidamente y no responder a los desconocidos, constituía el *summum* de nuestra defensa.

Viendo jugar a mi hermano, a sus amigos y a mis vecinos, comencé a intuir el alcance humano de las gestas escritas con el cuerpo libre de moverse. Jugando, los chicos exploraban sus competencias físicas y afinaban sus relaciones de género en el espacio publico; en el post-juego se ejercitaban a manejar la palabra colectiva, reconstruyendo lo hecho y omitido en el partido. El pase inesperado, el gesto y la respuesta urgente del cuerpo

1 Versión ligeramente modificada del texto publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 2, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

2 Evrard, (2006) lo nombra el “hogar” de los hombres donde las mujeres son las intrusas, venidas como “voyeuristas” cuya presencia molesta.

a las situaciones insólitas, constituían el material para transformar los hechos banales de la vida en páginas inmortales y para continuar haciéndose un lugar en el mundo.

En la sociedad de mi época, el fútbol estaba prohibido a las niñas; se decía que jugándolo, las mujeres se situaban en una especie de *offside* (fuera de juego) de la feminidad cultural definida por la ley del padre. Nadie quería vernos en esa supuesta ambigüedad cultural, estigmatizada bajo la imagen tenebrosa de la *marimacha*; imagen que yo percibía de otra manera. Si el término me chocaba, el contenido no me perturbaba; la niña antimodelo, despeinada, cubierta de tierra, sudorosa y anhelante, exultaba vitalidad; sus movimientos desenvueltos me complacían, su autoafirmación -vía el control de técnicas corporales intuitivas- la rendían segura y confiada. Con rabia aprendí que el mismo nadie común que buscaba intimidarnos con tales imágenes, nos situaba con placer en el umbral del juego sin medir las consecuencias del hecho de que el fútbol nos resultara familiar y ajeno a la vez.

A falta de ocasiones para arrancar expresiones de admiración por las proezas de mi cuerpo me hice hábil con la palabra y la imaginación y con tales útiles creé mi contra-juego de ese que, permitiendo a mi hermano gozar de su libertad corporal, yo envidiaba. Mi contra-juego situado en una especie de *in-between* (en medio de, entre dos como se diría hoy a propósito de las situaciones de mestizaje cultural) me permitió escapar de las visiones unilaterales del mundo. La riqueza de ese aprendizaje del fútbol me llevó a explorarlo más allá de los conceptos pre-fijados y de los discursos hegemónicos.

El fútbol así vivido me hermana de la condición de “mendigante del buen fútbol” a la que usted adhiere y de la condición del arquero, quien está *dentro y fuera* del terreno, al mismo tiempo. Diríamos que este jugador, situado en el umbral, “juega de otro modo” y quizá por eso mismo, representa la pieza más colorida del espectáculo. Usted dice que él no hace los goles porque a él se los hacen; y yo agrego: y para defenderse del gol un acto de “deshonor”, asociado por usted a un orgasmo, el can-cerberero, está autorizado a usar las manos como si con este gesto, el fútbol masculino quisiera evocar la situación de la mujer asediada sexualmente, y cuya imagen horrorizó mi infancia.³

En fin, pensar y escribir sobre el fútbol resulta apasionante para una mujer no solo por la hegemonía de los hombres en esta actividad sino también por la simbología erótica que se desprende de este juego insensato desde su mandato de “proscribir las manos y prescribir los pies para dirigir un balón” el cual, por su redondez y ligereza, no puede controlarse ni siquiera con las manos. En efecto, un tal principio de juego genera las múltiples dificultades que los futbolistas resuelven desplegando movimientos y gestos inéditos de cooperación y de oposición con sus cuerpos en una dinámica de proximidad física que, teniendo lugar entre hombres jadeantes, sudorosos y en pleno ardor emocional, suscita un lenguaje simbólico tan solapado como pleno de atractivos libidinales culminantes, según usted y ellos, con la recepción del gol como si se tratara de un orgasmo.

Segundo tiempo

Pero ¿cómo puede un juego que exalta la virilidad y apasiona al hombre homofóbico, presto a despreciar a todo aquel que no entra en su rango, puede encerrar una gratificación erótica alusiva al orgasmo?

3 El contenido erótico de cancerbero deriva de su significación mitológica pues en Grecia se nombraba así al perro que se servía de sus fauces dentadas para cuidar la puerta del infierno; esto podría leerse con el mismo sentido de la metáfora de la vagina dentada por la cual se asocia la posesión sexual con el consumo de alimentos. Boca y vagina son interpretadas como orificios por donde entran los alimentos que aseguran la vida y de ello son expresiones populares el: comer al ser amado, o el devorarlo a besos. Ver VÉLEZ, B. *Fútbol desde la tribuna. Pasiones y fantasías*, Medellín, Ed. Silaba, 2011.

Si entendemos que el erotismo y aún el orgasmo son fuentes de creatividad y de amor por la vida podríamos decir que es a través de la figura del arquero y del principio de juego en el fútbol que éste se revela inspirador para nuestra humanidad. El arquero, por ejemplo, jugador *manual* en un juego con *los pies*, es llamado a *volar* colgado a la trayectoria intuitiva del balón y es él quien procura, con ese gesto, las imágenes de ensoñación por las cuales su cuerpo subvierte la ley de la gravedad cuando sus pies se levantan como si, alados, estuvieran liberados de toda atadura a la tierra.

El arquero y el atacante concentran en el tiro de penalti el duelo primordial entre la ofensiva *pedestre* y la defensa *manual* por el control del balón; todos los espectadores acechan la capacidad del arquero para calcular, coordinando el ojo y la mano, el movimiento que le permitirá colgarse, manualmente, de la curva descrita por el balón lanzado por el atacante quien, siguiendo su intuición y el saber inédito de su cuerpo, anticipadamente las trayectorias que ordenará su pie.

Eduardo Galeano, su pluma poética sugiere la existencia de un clima erótico-sexual en la relación pie balón; bajo las imágenes de “el pie de oro” y de “la pelota” usted elogia la competencia del primero para comunicarse con la segunda (la *menina*). Y como parodiando la tradicional seducción amorosa entre un hombre y una mujer, usted dice que, hamañándola, el pie la hace reír y hablar. Entonces, yo como mujer y antropóloga me permito comentar la proximidad entre sus ideas, nacidas de la sensibilidad literaria cuando la realidad del cuerpo en el fútbol las inspiran, y mis ideas, nacidas de la sensibilidad intelectual cuando el rechazo de mi cuerpo de mujer en el fútbol ha sido la fuente.

En efecto, pobre en talento poético como soy, me di a la tarea de escudriñar en la simbología corporal para comprender los fundamentos de la valoración cultural conferida al pie como órgano-fetiché; valoración manifiesta en la literatura y en la iconografía que elogian el erotismo asociado al pie de la mujer y la potencia fálica adjudicada al pie del hombre.⁴ La homologación del pie al falo, a la cual usted alude con una calma poética, toma una forma ruidosa de violencia gratuita en muchos estadios porque tal homologación hunde sus raíces probablemente en la experiencia vivida por los hombres -frágiles poseedores en la práctica del órgano al que la cultura confiere tan inmensa carga simbólica- en eso que yo llamo machismo ordinario. De ahí la espera de que, el buen crack como supuestamente el buen amante, sepan jugar su turno con el cuerpo. Aceptando por tanto que el control de la acción, en ninguno de los dos casos puede asegurarse radicalmente y que aun menos puede asegurarse el control del funcionamiento fálico, es comprensible que tal fisura comportamental repercute en el orden psicológico del sujeto actuante. Y que para curarse en salud ante una eventual “falta” muchos actores masculinos acuden a una resolución “fantasmal” pegando primero en el estadio, en el bar o en la calle. La angustia y la frustración, comandando la acción esperada con el cuerpo (pie y/o falo) solo podrán encausarse apelando a la instauración de una cultura masculina en el fútbol capaz de crítica a la ostentación simbólica ruidosa (grito de batalla, gesto obsceno y provocación de pelea) predominante en las tribunas. Se trataría de instaurar una cultura plural, abierta al otro y capaz de proveer las herramientas para un trabajo sostenido sobre las propias fisuras de nuestra psique, de lo que su obra y vida, Eduardo Galeano, son una muestra elocuente.

En el fútbol se ha escogido el pie en detrimento de la mano para jugar con un balón redondo contra toda lógica y contra-natura también por otras razones, dicen algunos. Y es que para ciertas religiones y ciertos discursos moralizantes de la medicina, reinantes en la Inglaterra victoriana, la mano representaba un órgano presto al engaño y a la manipulación aun del órgano-emblema de la virilidad⁵. Pero la mano penalizada, parece resistir a su salida del mundo del fútbol si observamos la recurrencia con la cual se acude al verbo «manosear»

4 De ahí la fertilidad de la imaginación para intervenir sobre el pie deformándolo, calzándolo y asociándolo a toda clase de objetos fantasmas, como en la expresión francesa «tomar su pie», asociada al placer sexual.

5 Masturbación etimológicamente significa ensuciar con la mano. Todas las culturas admiten el rol transformador de la mano con la advertencia no tocar. Manosear es un término con una connotación sexual cuyo sentido se aproxima a devaluar; en el fútbol, se emplea con el mismo significado.

para describir un mal manejo del balón sobre el terreno y a términos manuales como «acariciar» o «hamacar» para exaltar la buena conducción del balón por el pie; recordemos que para Éric Cantona, el «balón, es como una mujer, adora las caricias⁶».

El tiempo de la afición

Desde mi lectura, el significado humano del balón y del pie admite otra interpretación. El balón siendo el objeto codiciado en el juego, genera la disputa a todo lo largo del partido ; su posesión anima la escena porque su trayectoria predice el movimiento del cuerpo y provoca las paradas de cada jugador para conservar o conquistar ese bien que, con sus curvas, alimenta el movimiento de los ojos y la respiración de los espectadores.

El decurso de balón se puede seguir en el rostro de los amantes del fútbol si observamos el pendular de sus expresiones entre llanto y risa, entre estupor y explosión. Tal fluctuación emocional, propia de la especie humana, se describe en antropología como un rasgo de nuestra inestabilidad sico-afectiva y de nuestra imaginación, y es por eso que nosotros somos los únicos animales capaces de pasar, sin titubeos ni fingimientos, de una emoción a su opuesta. El fútbol, al permitirnos actualizar esa condición que nos es tan única, produce el efecto de un embrujo. En fin, como usted, yo concluiría señalando que la complejidad corporo-emotiva del juego es la clave para entender la pasión planetaria por el fútbol y algunos apartados de su libro le hacen eco.

Su auto-declaración de mendigo planetario consagrado a recaudar *lindas jugaditas*, tiene una profunda resonancia. Me hace feliz leerlo contrariar la idea de que el único propósito del futbol es elde acumular puntos -medidos en goles o en estrellas- conseguidos siguiendola consigna : el fin justifica los medios. Esta elemental consigna evita gozar de toda la riqueza del fútbol que siendo un placer en él mismo es también el pretexto, por excelencia, para el encuentro colectivo en la celebraciónde las proezas del cuerpo; sólo en elestadio se puede, en medio de la proximidad y la espesura de la presencia corporal, testimoniar de lo inédito (no nacido) y de nuestra fascinación por el movimiento corporal extraordinario. La bella jugada, encarnada en la humanidad excepcional de quien(es) son capaces de crearla, nos devuelve, en espejo, nuestrabúsqueda de perfección. Ante el acto sublime, usted dice que el hincha “se rompe la garganta en una ovación y salta como pulga abrazando al desconocido que grita el gol a su lado.” Y yo diría que una bella jugada, aun sin concluir en gol, puede clasificarse entre los actos humanos inefables pues, pese a su rareza, todos y todas alcanzamos a ver en tal imagen, el reflejo de la humanidad que teóricamente nos es común. La bella jugada, al igualarnos en la misma emoción, nos transforma en hijos e hijas de la tierra; el bello movimiento del cuerpo en la jugada inesperada alcanza a eliminar de un tajo y por un minuto las desigualdades sociales de género, etnia, cultura, política y religión pues tal belleza nos colma con la ilusión de que lo extraordinario siendo posible, nos hermana. El juego abraza por igual al patrón que al obrero, a la mujer que al hombre; y si todos coinciden en decir que el fútbol habla un mismo lenguaje en todas partes es porque todos nos homologamos en la misma pasión, el mismo agujonamiento de la sensibilidad y el mismo efecto de sobrecogimiento ante la belleza encarnada de la jugada.

Entonces para concluir ¿por qué si el fútbol nos hermana haciendo posible la demostración publica de la excelencia corporal, despertando en nosotros una sensibilidad común, su practica ha sido expresamente prohibida a las mujeres y sigue siéndolo aún en muchas sociedades?

6 Annese, F., (dir.), *So foot. Le petit livre vert. Anthologie de la parole footballistique*, Paris, Panama, 2006. p. 85.

ESPERAR LO INESPERADO¹

Gabriel Restrepo

Universidad Nacional de Colombia

Es preciso esperar lo inesperado: tal parece ser el patrón global de los estrategias del actual campeonato mundial de fútbol por ello emparejado en las semifinales, empero filtrado en grado creciente de octavos a cuartos y a final para corroborar al cabo jerárquicas tradiciones: cruce de pareja suramericana con otra europea, con probabilidad estadística del predominio de los primeros por privilegio regional y quizás por ese tangible intangible del orgullo *ladino*-americano² y no se sabe si en el caso de Brasil por ventaja local, aunque el equipo carezca de la sagacidad proverbial y la compense con rezos de la santería para deshacer el fantasma del Maracaná. De otro lado, si descarto a Alemania –contra la lógica del poder del *Panzer* e incluso desestimando la gran colonia germana en el sur del Brasil– y doy no poca probabilidad a Holanda, la razón es su acrecida gana casi latina, ya que ha rozado la gloria esquiva.

Por extraño que parezca, el lema de esperar lo inesperado proviene del oscuro Heráclito a poco más o menos veintiocho siglos de distancia³. Pero se aviene al sempiterno péndulo de regularidad y azar del fútbol. Y a tenor de la paradoja, técnicos bien avisados mermaron las inmensas ventajas del fútbol europeo (organización, dineros, formación de los jugadores y otras tantas), por ese esperar no solo lo esperado, sino por precaver aún lo inesperado: fue la hazaña de Costa Rica de la mano del colombiano Jorge Luis Pinto, gracias a la cual doblegó a Italia e Inglaterra y sólo conoció la derrota ante Holanda en la periferia de penaltis. ¿Por qué empero ni el diligente técnico de Honduras, ni el aplicado estratega de Ecuador, ambos colombianos, avanzaron más allá de la primera fase? Ecuador hubiera sido mayor candidato que los dos centroamericanos, pero entró el diablo como un monumental error de lerdo delantero que debió resignarse a que tras el parpadeo de pueril vacilación su equipo recibiera un gol en contra, producido por veloz máquina en dos jugadas. Honduras carecía de punción y por tanto demostró que no basta para triunfar ser ordenado en la ya manida cuadratura de bloques y tránsitos.

Y es que esperar lo inesperado no es dable ni aún a la omnipotencia divina como lo versara el imponderable poeta Mallarmé en *Golpe de Dados*⁴. Porque en todo juego se instala lo que García Lorca denominó *duende*⁵ y Roger Callois *Ilynx*⁶, en suma, el misterio de lo extraordinario: carisma como genio o demonio porque el limen que los distingue es tenue. De ahí que misterio, azar y riesgo se avecindan en juego abierto. Y por ende sorprende un isomorfismo, guardadas escalas, entre el juego del fútbol y los juegos sociales: sin duda parecería traído de los cabellos comparar las tempranas exclusiones en la ronda inicial de los equipos de Inglaterra e Italia con la crisis financiera de 2008. Pero por patrones

1 Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 6, julio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

2 El concepto de América *Ladina* ha sido acuñado por mí y se ampliará en cinco libros en preparación con el título genérico: *El renacimiento de América Ladina*. Lo ladino alude a tres planos: sensibilidad o estética, entendimiento o cálculo y razón ampliada; deriva del idioma español conservado como ladino que en el albor.

3 “Quien no espera lo inesperado, no llegará a encontrarlo por no ser ello ni escrutable ni accesible”. Kirk, G. S y Raven, J.E. 1979. *Los filósofos presocráticos*. Madrid: Gredos: 275. La expresión fue recuperada con asombroso vaticinio en diálogo de Castoriadis y Morin en un balance de la primera guerra del Golfo, una década antes de La Caída de La Torre –uso el arquetipo del Tarot-. Castoriadis, Cornelius. 1998. *El ascenso de la insignificancia*. Valencia: Frónesis.

4 *Un juego de dados... aún lanzado desde la eternidad... jamás abolirá el azar*. Cito de memoria y con cierto temblor pues trizo uno de los poemas más extraordinarios del mundo.

5 García Lorca, F. (1965). Teoría y ensayo del duende. En *Obras Completas*. Madrid: Aguilar.

6 Callois, R. (1986). *Los juegos y los hombres*. México: Fondo de Cultura Económica.

profundos de la cultura, en ambos casos obró un axioma de una sociedad atmosférica como la actual⁷ que no admite principios y que por excepción lo acoge por ambiguo: el señorío de la incertidumbre. Pese a la montaña de sofisticados modelos econométricos para predecir riesgos, el misterio se filtró como demonio en la cúspide financiera para burlar teorías, en las finanzas por inesperadas pasiones: codicia no sublimada ni reglada⁸, variable que no entra en cómputos en la prodigiosa pero seca racionalidad noroccidental, a veces comparable a la grandeza mísera de faraones embalsamados⁹. Y en la escena de los gigantes equipos despedidos del estadio en los tres primeros escarceos, el misterio se hizo patente en la evidente imprevisión estratégica, supongo con sospecha que fue debida a arrogancia –esto ha de subrayarse porque insiste en las no calculadas pasiones–, sino a un ingrediente que se pasa por alto en las estrategias: las ganas del contrario, es decir el ingrediente de las pasiones, y no solo del onceno en lidia sino de su trasunto como energía y símbolo de una nación –y aclaro: no de un Estado, porque en la espalda del onceno puja más el pueblo que los poderes públicos e incluso mucho más energía de pibes que lustre de patrocinios empresariales que empero serán parásitos para succionar éxitos.

Misterio y azar. Ya no pocos observadores trazan la arqueología de la conversión de un juego tan poco serio en apariencia por su tránsito pedestre con las nuevas modalidades de lo sagrado que irrumpe en intersticios profanos. De hecho, el nexa ya proviene de la religión olímpica cuando rebrotara a la vuelta del siglo XIX al XX¹⁰, pero la intensidad exhibida en los nuevos anfiteatros demanda inédita atención. Duende, don, carisma, azar, genialidad constituyen la sal del fútbol e irrumpen como misterio de pasiones creativas que quiebran inercias, desatan energías colectivas y aumentan la estima de los aficionados que vislumbran su propia potencia en la excedencia de admirados ídolos. Sin picardía, gambeta, sorpresa, habilidad y esguinces el antagonismo sería plano y tendería al sose empate a ceros, como fuera abusado en este mundial. La diferencia aparece con figuras como Lionel Messi, Schneider, Robben, James Rodríguez, Cuadrado, Campbell, Luis Suárez y otros. Valga la mención de Suárez, pues es ejemplo del tenue linde entre genio y demonio: su infantil mordacidad aseguró la ventaja de Colombia y la despedida de su equipo. No es caso insular: se menciona con frecuencia “la mano de Dios”, por la cual Argentina doblegó a Inglaterra en célebre final. Los ingleses la llamarían “mano del diablo”. Pero en lo incierto de Dios o Diablo el fútbol debe leerse entre márgenes con guiños de trascendencia secular o religiosa. Pues la diestra o siniestra mano apuntó de modo subliminal a la simetría entre el antagonismo jovial del fútbol y la cruenta guerra de las Malvinas. No se dilucidarán muchos gestos del fútbol sin aludir a la energía motivacional, concepto acuñado por el sociólogo Randall Collins a partir del último Durkheim centrado en el papel del ritual como factor de integración¹¹: brazos alzados al cielo en agradecimiento, círculos de oración en el intermedio o en la víspera del juicio definitivo de las penas máximas, persignaciones e incluso esa religión de la política nacionalista en los himnos entonados con fiereza, más ese ingrediente lunar de lo sagrado en las danzas celebratorias ante público

7 A mi juicio, el lúcido Zygmunt Bauman se quedó corto al tipificar la sociedad contemporánea como líquida por su fluidez contrapuesta a sociedades modernas sólidas: Bauman, Zygmunt. 2004. *Modernidad Líquida*. México: Fondo de Cultura Económica. En tal sentido Marx tenía mayor razón cuando apuntaba que “todo lo sólido se disuelve en aire”, título de la obra ya clásica de Marshall Bergman pero aún distante de una cosmovisión de lo atmosférico en cambio bien presente en Michel Serres y en el paradigma de la complejidad

8 Dawt, Kevin y Hutchison, Martin. *The Alchemist of Loss*: una simpática crítica desde el neoliberalismo a lo Tea Party que empero se acerca a una visión crítica liberal como la de Peter Sloterdijk al referirse a la harrypotterización del sistema financiero en alusión a la pueril magia de la serie de películas con el nombre de Harry Potter: Sloterdijk, Peter. 2009, enero 3. ¡**Revolution des Geistes!** Warum Harry Potter der wahre Held des Neoliberalismus ist und wir unser Leben **ändern** sollen: Philosoph Peter Sloterdijk spricht **über** Dummheiten in der Krise und die Rückkehr der Intelligenz (Revolución del espíritu. Por qué Harry Potter es el verdadero héroe del neoliberalismo y por qué debemos cambiar nuestras vidas: el filósofo Peter Sloterdijk habla en torno a las tonterías que salen a flote en la crisis y en torno a la regresión de la inteligencia). <http://www.sueddeutsche.de/kultur/332/453028/text/>, consultado en febrero 4 de 2009

9 En uno de sus últimos libros, *El Timeo*, Platón compara a los egipcios como hieráticos viejos y a los griegos como niños creativos. Por razones que sostengo en los libros anunciados, la comparación vale para América Latina/Hemisferio noroccidental

10 Sloterdijk, P. (2011). *Du musst ihr leben ändern*. Frankfurt: Suhrkamp. Hay traducción española

11 Collins, R. (2009). *Cadenas de rituales de interacción*. Barcelona: Anthropos.

y cámaras, puestas en escena en tono caribe por James Rodríguez. El profesor Hans Gumbrecht de la Universidad de Stanford ha destacado el esplendor de las epifanías en el deporte como pivote de una filosofía de la presencia: el *carpe diem*, disfruta el don del presente de un célebre verso del poeta Horacio¹².

Resta una explicación. ¿Por qué pese a distancias monumentales se han emparejado los continentes en la rivalidad futbolística, todavía a espera del alumbramiento africano, sin duda próximo, y del demorado ascenso de oriente? Tocante a América Latina un rodeo es inevitable. El joven Andrés Bello tradujo el quinto canto de la *Eneida* de Virgilio, por desgracia no conservado. ¿Qué de pertinente? Primera razón: la *Eneida* es épica de vencidos, no de vencedores, por tanto de pueblos desplazados por la guerra en proa a su utopía y en ella nos reconocemos más que en la *Iliada* o la *Odisea*. Segundo argumento: el quinto canto es una pausa lúdica en la guerra, despliegue de juegos sin otro pretexto que el goce lúdico. La elección de Bello explica su distancia con el Bolívar guerrero, su juego poético vertido por ejemplo en el *Canto al Maíz* y la fundación de la Universidad de Chile. En ello llegó al fondo del alma de nuestros pueblos mundos: desplazados y descentrados, nuestro devenir ha sido atmosférico, complejo, fractal, caótico antes de la aparición de estas nociones y signado por juegos de acrobacia porque lo real y lo virtual se confunden como cinta de Moebius: aguante, ganas, pasiones, resiliencia, aprender a aprender, desprendimiento, comenzar a comenzar nos constituyeron como anticipados de un mundo que antes resentíamos por pensarnos anacrónicos y que por extraordinaria paradoja era desde hace mucho tiempo lo que los más “avanzados” han llegado a ser con dolor y perplejidad: descentrados, desplazados y enredados en la incertidumbre de lo virtual y lo real. Como si en el talante de Heráclito se comprobara el juicio de Hegel cuando indicaba que América no cabía en una historia universal porque carecía de pasado y de presente y era apenas presentimiento del futuro¹³. Un futuro que ha llegado como lo confirma el fútbol y ojalá se ratifique en una final de pares del sur y por ende con sendas primacías. Y un futuro que se atisba incluso en el guiño de un Pontífice gaucho, así aún si descreemos de religiones ojalá pujan por Argentina y le pida al buen Dios una manita, esa sí una mano de Dios, que bien necesita más que Brasil para reparar el orgullo, y que me perdonen las garotas.

Post Scriptum: Aún a costa del autor por no prever lo imprevisible, este artículo escrito antes del nefasto acontecimiento del fracaso de Brasil ante Alemania, el siete humillante de un jubileo al revés por revelar desastre al juntar necedad con arrogancia –de nuevo, pasiones– he querido mantenerlo tal cual, pues por ironía también prueba la certeza del título. Y no sé si este *post scriptum* sea también inútil pues lo escribo a un cuarto de hora del encuentro de Argentina con Holanda. Queda lucecilla de esperanza. Pero sea lo que sea, un vaticinio se impone: el fiasco en el cuadrilátero se cobrará en las calles y quizás estemos en los umbrales de un misterioso engarce de juegos deportivos y políticos: *Ilynx*, tremendo misterio y dintel a sacudimientos del todo impredecibles

12 Gumbrecht, H. (2006). *In praise of athletic beauty*. Boston: Harvard University Press.

13 Hegel, G.W.F. 1970. *Filosofía de la historia*. Barcelona: Zeus.

LAS ELECCIONES, EL ESPEJISMO DE LA PATRIA Y LA COPA MUNDO: APUNTES DESDE BRASIL SOBRE LA CAMPAÑA DEL GOBIERNO SANTOS Y DE LA SELECCIÓN COLOMBIA¹

David Leonardo Qutián Roldán

Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil

“En el fútbol, la Selección Argentina representaba la vieja maquinaria política que, se creía, no podía ser derrotada. Maradona decía que la historia no se podía cambiar y la Selección obtuvo una victoria de 5 a 0. Si nuestros futbolistas pudieron, nuestra gente también podrá ganarle a la vieja maquinaria política. Y nuevamente el marcador para Colombia será el 5. Con su voto y un voto más lograremos el cambio”
Andrés Pastrana (candidato presidencial, en comercial de TV)²

El fútbol, las elecciones y la paz

“Si Colombia le gana a Grecia, Santos es presidente”, así lo escribió el historiador inglés Matthew Brown en el Financial Times³ de Londres. Ambas cosas se dieron: el candidato presidente ganó en segunda vuelta los comicios por la primera magistratura del Estado y la Selección venció 3 x 0, en su debut en la Copa Brasil 2014, a los europeos ¿Qué relación puede haber entre uno y otro hecho? Difícil establecerlo y más complicado probar que haya una relación de causalidad entre los ejercicios democrático y futbolístico. Sin embargo, la proposición incentiva un debate interesante que involucra otros elementos como el lugar de la patria y los nacionalismos. Discusión que, al ser desarrollada en el periodo del Mundial, posibilita puntos de mira privilegiados, dada la intensidad con que se vive este mega-evento deportivo.

Para ilustrar esta reflexión, digamos que el recién reelegido presidente, Juan Manuel Santos, si explotó discursivamente los triunfos del equipo nacional de fútbol masculino. Lo hizo inspirado en el proceso adelantado por Nelson Mandela en Sudáfrica. Como se recordará, “Madiba” consiguió que la selección nacional de rugby fuese un factor de integración –en el marco de la Copa Mundial Webb Ellis de 1995- que contribuyó a moderar las feroces tensiones entre la minoría blanca y el resto de la población ancestralmente africana. Demostrado lector del libro “El factor humano” de John Carlin y declarado admirador de la película “Invictus”, Santos logró restablecer las relaciones surcontinentales (rotas por el bombardeo a un campamento de las Farc en territorio ecuatoriano) meses después de posesionado en su primera elección, con una estrategia diplomática vehiculada en la última Copa América. Así, en tiempos de este certamen realizado en Argentina (julio de 2011) Santos fue recibido en la Casa Rosada de Buenos Aires y en el Palacio de Miraflores en Caracas, luego de que los gobiernos de argentino y venezolano, respectivamente, hicieran declaraciones reprobatorias de la incursión militar violando la soberanía de un país de la región. Más aún: la Cancillería de Bogotá gestionó con éxito un acercamiento con Quito y logró una reconciliación rubricada en un encuentro binacional entre el presidente Rafael

1 Este artículo fue publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 5, julio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

2 Versión disponible en canal Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZQIEay69nSQ>

3 Artículo titulado “Colombia- playing for peace at the World Cup?” en junio 6 de 2014. Versión disponible en <http://www.ft.com/cms/s/2/870ce5f6-ec4f-11e3-ab1b-00144feabdc0.html#axzz33rwr7EPq>.

Correa y el comandante del ataque aéreo de Sucumbíos, el actual presidente Santos, que el 1° de marzo de 2008 era ministro de defensa del gobierno determinante de la “Operación Fénix”: el mandatario colombiano Álvaro Uribe Vélez.

Pero su avanzada no sólo fue regional. El gobierno de la “Unidad nacional”⁴ extendió su narrativa futbolizada a todo el orbe, aprovechando la localía en la Copa Mundo Sub 20 de la Fifa, efectuada en 2011 en ocho ciudades colombianas. La discursiva oficial trabajaba dos ámbitos: el interno en el que redundaba en la idea de “un solo equipo” y “jugar del mismo lado” y el internacional que martillaba dos visiones “clasificar al grupo de las grandes naciones” (aludiendo a las eliminatorias y el regreso a un Mundial) y “ser cabeza de grupo en economía y políticas sociales” (en referencia a la designación como líder de grupo de la Copa de Brasil). Corolario de ese nivel internacional fue el mundial juvenil en el que Santos hizo varios actos públicos y una decena de declaraciones en la Casa de Nariño que repetía una sola consigna: “si la Fifa nos designó como sede del segundo evento más importante del mundo, es porque reconoce que somos un pueblo capaz y capacitado para grandes gestas”⁵. Una agresiva campaña de comerciales de radio, televisión y prensa, enfatizando esta propaganda, inundó la oferta mediática disponible. Un gesto ilustra el libreto de la publicidad oficial y la confianza del gobierno en la eficacia de su mensaje: Santos proyectó el filme de los Springboks y su título mundial en Sudáfrica, para el seleccionado nacional que defendió los colores del país en esa Copa Mundo Sub 20, en la propia sede de gobierno.

La retórica oficial interna tenía dos públicos objetivos: las guerrillas y la propia oposición política. El discurso era marcadamente maniqueo: definía buenos y malos. Quien estaba contra el establecimiento y contra la gestión de Santos debía ser considerado enemigo. Estos dos destinatarios confluían en una sola estrategia: jugársela por la paz, iniciando negociaciones con el secretariado de ese grupo insurgente y convertir esa decisión en su principal plataforma electoral de cara a su reelección. La iniciativa tuvo mucho de osado: como nunca en la historia los diálogos de paz eran impopulares (como consecuencia del populismo de derecha promovido por el uribismo) y atreverse a proponer una mesa de conversaciones en La Habana era deslindarse radicalmente –con todas las consecuencias en merma de votos- del carismático Álvaro Uribe que es el gran elector del país en los últimos 15 años.

A pocos días de la ratificación de Santos en el poder es prematuro afirmar que su éxito en las urnas sea consecuencia directa del uso instrumentalizado que hizo del balompié. Si podemos decir que ha sido el presidente que más empleó metáforas del deporte⁶, específicamente del fútbol, en su ejercicio como mandatario (vistió la camiseta tricolor en varios actos de gobierno) y con enfoque obsesivo en la persuasión del enemigo a abandonar las armas y de proyección internacional propendiendo por la reconciliación con los vecinos y la mejora de la “marca país”.

También podemos escribir que aprovechó sagazmente la euforia nacional por los triunfos de la selección y su clasificación a la Copa, para anunciar y desarrollar la negociación con las Farc. Basta dar una ojeada a la cuenta de Twitter del presidente para ver cómo mixtura anuncios de la mesa en Cuba y felicitaciones al técnico y futbolistas. Fruto de esa inclusión del fútbol de la selección en la agenda de La Habana es el hecho de que los negociadores de la guerrilla aparecieron en varias fotos publicadas en

4 Lema de gobierno de doble connotación semántica: por un lado refiere a la Alianza partidista –la coalición- que llevó a Santos a sus dos elecciones (2010 y 2014) y también sintetiza la propaganda persuasiva del “enemigo del Estado”: las guerrillas, principalmente las Farc, que son invitadas (como remarcan los comerciales de radio y televisión) a “jugar del mismo lado”.

5 Fragmento de discurso emitido el 28 de julio en la casa de gobierno en Bogotá.

6 Otras frases acuñadas por la administración Santos son las de “hacer vueltas a Colombia” –en referencia al ciclismo- para hacer consejos de gobierno regionales y la de “tenemos en el gabinete de gobierno a una Selección Colombia”.

los medios, luciendo la camiseta del equipo y celebrando la clasificación luego del empate 3 x 3 que le dio el tiquete mundialista. Así mismo dos jugadores emblemáticos de la historia nacional, Carlos Valderrama y 'Chicho' Serna propusieron, con anuencia del gobierno, un "partido por la paz" entre futbolistas retirados del fútbol colombiano y mundial (Maradona y Chilavert fueron convidados) y guerrilleros. Las Farc aceptaron contraofertando: serían juegos de ida en Vuelta; uno en la isla y otro en la cancha donde inició el 'Pibe': "Pescaito" en Santa Marta.

La Selección en Brasil 2014: la patria, el himno y el orgullo nacional

La reelección de Santos demostró la polarización del país: el 51% de quienes votaron le refrendaron su mandato contra un 45% que sufragó por la propuesta uribista. La disputa se redujo a la falacia de optar por la paz o estar a favor de la guerra. Esa división no sólo fue en cantidad, también lo fue geográficamente: el centro andino se decidió por la apuesta radical de "negociar sin impunidad" y los bordes del país (costas atlántica y pacífica, más nororiente y el sur amazónico) le dieron el voto de confianza al proceso de negociaciones. Caracterizar el mapa político del país tiene sus riesgos si se escoge el camino de las generalizaciones; esto porque también deben considerarse factores como el clientelismo, las maquinarias electorales (y la presión de actores violentos), más la abstención que, nuevamente, fue la ganadora con casi el 60% de la apatía electoral.

Por eso la sensación de ser "un solo pueblo" que gestó la selección en la Copa no deja de ser una ilusión. Colombia aun es un país en armas y con el conflicto interno más antiguo de la región. Ciertamente es que el Mundial es el último reducto de la patria que se iconografiza, revive los criollismos; anima las etiquetas nacionales en símbolos como la bandera, el escudo, los padres de la independencia y todas las imágenes que –en su momento– contribuyeron a la nacionalización del territorio y a la comunidad imaginada que gestó la patria. Por eso es frecuente ver en las gradas y las calles rostros de hinchas pintados del amarillo, azul y rojo; plumajes indígenas, granitos de café, sombreros 'vueltaos', ponchos, camisetas y bufandas marcados con el nombre del país.

Dos hechos resumen con potencia el nacionalismo estacionario que vive el país en estos momentos: cerca de 120 mil compatriotas viajaron en varias oleadas al Brasil por causa del Mundial. Estos se sumaron a los cerca de 30.000 nacionales que residen en el país sede de la Copa 2014. Colombia fue la sexta nación que más compró boletas en el portal de la Fifa. Teniendo en cuenta la inflación propia del mega-evento y lo fuerte del real como divisa, venir al Mundial era muy caro ¿Quiénes viajaron? La clase media, que –por definición– es la masa consumidora más activa, la que se endeuda mediante el sistema financiero y la que se arriesga a viajar y enfrentar contingencias de idioma, gastronomía y costumbres. El acontecimiento genera material valioso de lectura: desde el inicio de la época republicana nunca antes había existido un desplazamiento masivo (distinto al de la violencia) en nuestra sociedad. Para un país de poca vocación para ir al extranjero, cerrado sobre sí mismo, este es un hecho inédito: 85 mil personas sacaron sus pasaportes por primera vez para un solo evento. La convocatoria del fútbol y el magnetismo del mundial lograron eso. La clase media fue la protagonista. Sector poblacional que es, además, el gestor y relator de la nación. Por ello no será raro encontrar, en el futuro próximo, los episodios futbolísticos de este Mundial en las narrativas constitutivas del imaginario nacional.

Cerramos con lo va al principio: el himno. La canción nacional que exacerba el orgullo patrio se resignificó de manera potente. La repetición asfixiante de sus acordes en actos públicos en Colombia empalidecen su solemnidad; sin embargo en la Copa después del brasilero fue el único que excedió los 90 segundos que el protocolo de la Fifa programa. Las imágenes de televisión mostraron compatriotas

cantándolo con niveles de desgarramiento. El gesto colectivo sorprende, máxime cuando él simboliza el establecimiento y la institucionalidad que han hecho crisis casi desde el momento mismo de fundación de la patria. Según testimonios de la prensa muchos colombianos llegaron a Brasil y enfrentaron los costos y dificultades para acompañar la selección en los estadios, también para el ritual de cantar el himno.

La posdata de todo esto parece ser que el equipo nacional ha sido el único, desde la figura de Bolívar, que ha regresado (al menos temporalmente) el orgullo por esa entidad gaseosa que es la patria. Por eso todos quieren retratarse con la camiseta y la bandera. Por ello cantan a rabiar el himno. Por eso Pekerman recibió el voto (que los jurados marcaron como anulado) de muchos colombianos que lo prefieren a él como su presidente.

Referencias bibliográficas

CARLIN, J. (2009) *El factor humano: Nelson Mandela y el partido que salvó a una nación*. Barcelona: Seix Barral

Película

Invictus (2009). Director: Clint Eastwood. Spyglass Entertainment- Revelation Entertainment- Malpaso Productions.

¿FUTOPIAS “PATRÓN FIFA”? COSTA RICA EN BRASIL 2014¹

Sergio Villena Fiengo

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Flacso, Costa Rica

En Costa Rica, la articulación entre fútbol y nacionalismo atraviesa distintos momentos y adquiere diversos matices ideológicos. Inicialmente, fue vehículo para las aspiraciones modernizantes de las élites liberales cafetaleras de finales del siglo XIX, empeñadas en construir la nación con la mirada puesta en las capitales europeas: el fútbol, como también la ópera, se convirtió en emblema de civilización. Pero pronto se difundió y arraigó entre los sectores populares, predominantemente rurales, adquiriendo un rasgo particular del caso costarricense: su profunda articulación con la tradición campesina, con el imaginario nacionalista bucólico.

Posteriormente, servirá para interpelar a las masas crecientemente urbanizadas, promoviendo su fidelidad a valores tradicionales, campesinos y católicos, como la humildad y la sencillez, pero también el rechazo de aquellos rasgos de la vida campesina considerados un lastre para las aspiraciones modernizantes, como la autonomía individual asociada a la vida rural “enmontañada”. Empero, la recepción popular parece haberse realizado despojando al fútbol de la impronta civilizatoria que le imprimieron las élites al momento de su importación, de manera que la afición “a la tica” implica menos una adhesión a la racionalidad moderna que un fuerte apego emocional –cerca al culto religioso– a la práctica deportiva.

La articulación entre fútbol y nacionalismo se inicia con la conformación de la primera selección nacional masculina mayor (“la Sele”) y su victoria en los Juegos Centroamericanos del Centenario (Guatemala, 1921). Ese primer éxito deportivo convertirá al fútbol en un juego profundo y patriótico, en un vector para la narrativa “étnica metafísica”, que ancla la creencia en la “excepcionalidad” nacional en el contexto centroamericano y caribeño en torno a la “blanquitud” y el “pacifismo” del campesino costarricense. Sin embargo, salvo momentos excepcionales, como los Juegos Panamericanos de México 1958, la geografía del fútbol costarricense estará restringida a su vecindario inmediato.

La primera participación en una fase final mundialista será en Italia 90; la clasificación a octavos de final será el momento apoteósico en la búsqueda de reconocimiento internacional. Ese ingreso a los escenarios mundiales del fútbol fue interpretado según los valores propios del “nacionalismo étnico metafísico”, en base a los cuales se busca reconocimiento a escala global: no es casual que el jugador más celebrado, Mauricio “el Chunchu” Montero, haya sido considerado la encarnación misma del “labriego humilde y sencillo”, viril defensor del honor de la patria.

Durante las eliminatorias a la Copa Mundial Corea-Japón 2002, cuando se logra una segunda clasificación, se introducen algunas importantes variantes en el contenido de los discursos nacionalistas asociados al fútbol. La reafirmación de la pertenencia nacional fue enmarcada en un proceso de reelaboración de las narrativas oficiales sobre la identidad nacional, en función de los tiempos globales y neoliberales. Particularmente, el presidente de la república de entonces propone una interpretación del acontecimiento deportivo de la “clasificación” que pretende una renovación de la axiológica nacional, acordes con los imperativos del sistema mundo.

¹ Este artículo fue publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 1, junio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

Rodríguez (1998-2002) sanciona, como ideología oficial, el sentido común neoliberal. Busca establecer los fundamentos –intelectuales, afectivos, morales– de una nueva articulación hegemónica y formas de subjetividad acordes con los procesos de globalización. Con excepción de los elementos religiosos, parecía que la tradición campesina, fuertemente asociada al 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. Curiosamente, en un proceso de acumulación por desposesión cultural, esos elementos de la tradición serán funcionalizados por los creativos publicitarios para “glocalizar” las marcas transnacionales en el mercado local.

Esa línea interpretativa, respaldada por los medios de comunicación afines al proyecto neoliberal – y empeñada en convencer a la población de que “sí se puede” competir “de tú a tú” en las lides globales– parece haber logrado arraigo en alguna “gente de fútbol”, quienes –acorde con las políticas de FIFA– han mostrado creciente entusiasmo por la globalización y comercialización del fútbol nacional. Pero esta tendencia no encontró respaldo oficial en el nuevo gobierno (Abel Pacheco, 2002-2006), que se mantuvo más bien distante de *la Sele*, aun cuando esta clasificó para Alemania 2006. Esa distancia fue tal que gran parte de los jugadores, resentidos por la indiferencia presidencial ante su sacrificada y patriótica labor, “dejaron plantado” al mandatario, que les había invitado a un almuerzo homenaje.

Pero el uso del fútbol como vector para el discurso neoliberal estaba ya instalado en el imaginario nacional. El siguiente gobierno (Óscar Arias, 2006-2010), tuvo como principal política acelerar el proceso de integración del país en la economía global, principalmente mediante la firma de tratados de libre comercio, destacando los suscritos con Estados Unidos y China. La importancia otorgada al fútbol en este proceso se evidencia en que uno de los puntos negociados por el presidente al establecer relaciones con China fue la solicitud para que ese país, organizador de los Juegos Olímpicos de Beijing 2008, donara un nuevo estadio nacional a Costa Rica.

Esa obra, construida en tiempo récord por los propios chinos, fue inaugurada en 2011 y presentada por el gobierno, que no pudo celebrar una nueva clasificación a fase final (Sudáfrica 2010), como una prueba incuestionable de los beneficios de la globalización. El “estadio más moderno y con mayor tecnología de Centroamérica y el Caribe” fue considerado como el escenario ideal para que Costa Rica demuestre que estaba en condiciones de alcanzar un lugar de privilegio en el escenario internacional. Para evitar dudas sobre las aspiraciones, se organizó una serie de partidos inaugurales que, además del obligado encuentro con la selección del país donante (2:2), enfrentó a la *Sele* a sus pares de Argentina (0:2), España (2:2) y Brasil (0:1).

El nuevo escenario servirá para proyectar a Costa Rica también como un país capaz de organizar eventos deportivos internacionales. Si bien no se aspira a organizar mega-eventos como los Juegos Olímpicos o las Copas Mundiales de Fútbol, las autoridades y dirigentes deportivos querían demostrar que el país podía ser sede de algún evento mundialista. Para confirmarlo, se organizó primero los Juegos Centroamericanos (2013), experiencia con la cual se enfrentó la prueba de oro: la Copa Mundial Femenina Sub 17 (2014). Superados los problemas de organización y gestión que estuvieron a punto de provocar la pérdida de la sede, ese evento constituyó el momento deportivo estelar del gobierno de Laura Chinchilla (2010-2014), que había mantenido un bajo perfil durante las eliminatorias hacia Brasil 2014.

Precisamente, la Sele llega a Brasil con el entusiasta respaldo del nuevo presidente, Luis Guillermo Solís, quien –en medio de un turbulento inicio de gestión– ofreció un almuerzo en casa presidencial y compartió un desayuno en el “Proyecto Gol”. Con un renovado entusiasmo por la “hazaña mundialista” de Italia 90 rescatada en un reciente largometraje, el equipo carga con el imperativo de demostrar que Costa Rica es un ambicioso país emergente, capaz no sólo de “participar” sino también de “competir” en las grandes ligas. Sin embargo, su ubicación en el denominado “grupo de la muerte” y los modestos resultados en los amistosos previos a la Copa provocan serias dudas.

Quizá por ello el entrenador, el colombiano Jorge Luís Pinto, haya apelado una vez más al recurso religioso que, incólume, habita la illusio del fútbol y del nacionalismo costarricense: “Que la divina providencia nos permita hacer en el mundial mucho de lo que hicimos ante Irlanda [empate 1:1]”. Muchos se han unido a esa imploración, pidiendo una tregua en las protestas populares contra la Copa. Por mi parte, sin embargo, simpatizo con los ciudadanos brasileños y sus justas demandas de servicios públicos: “patrón FIFA” **¡Otro fútbol es posible!**

LA SELECCIÓN MEXICANA DE FÚTBOL: ALGUNAS IMÁGENES, PREGUNTAS Y CAVILACIONES¹

José Samuel Martínez López

Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México

Algunas imágenes extraídas del océano audiovisual

Primera imagen: en una breve conferencia de prensa que se convirtió en noticia nacional y abrió la puerta a debates que aún no concluyen, Miguel “el Piojo” Herrera, técnico del Seleccionado Nacional masculino, con la pelota *Brazuca* a su lado derecho, un pequeño monitor a su lado izquierdo y un retablo de logotipos estratégicamente colocados al fondo, reveló a los más de 80 medios de comunicación presentes la lista de los 23 jugadores convocados para representar a México y “dar resultados seguros” en la gran fiesta mundialista de Brasil.

Segunda imagen: escoltado por los futbolistas Héctor Moreno y Javier “el Chicharito” Hernández, el vocalista *kitsch* de *Moderatto* (grupo pop que vive de parodiarse a sí mismo), asumiendo el rol de un aficionado incondicionalmente entregado a la selección mayor, avanza por un oscuro pasillo tocando cáusticamente su guitarra mientras entona con voz perfectamente chillona los siguientes versos:

Desde lejos vine tras de tícual perfil verás que puedo/ esta vez no te me escaparás/ si te he jugado mall/ lo siento.// He esperado tanto tiempo este momento/ he entrenado tanto cada movimientol/ estoy listo para rematar/ solo hay que esperar el centroll. Como un crack reparto el juego/ no lo dejo para luego/ voy a llegar hasta el áreal y la llenaré de fuegoll. No voy a parar/ y sé que al final/ voy a ganar/ no voy a parar / y sé que al final/ voy a ganar //.

Tercera imagen: como parte del *Tour Copa Mundial de la FIFA* (patrocinado por la empresa Coca Cola), Enrique Peña Nieto, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, acogió en la residencia oficial de Los Pinos a la Copa FIFA (que representa a dos figuras humanas sosteniendo a la Tierra), se acercó a ella, la acarició y levantó –para beneplácito de los fotógrafos– por 12,5 segundos exactos, y en presencia del embajador de Brasil deseó éxito a esa nación sudamericana y, luego de reconocer que México pasó un proceso difícil para llegar a Brasil, expresó sus deseos de que la Copa “regrese a nuestro país de la mano de la Selección Nacional de Fútbol”.

Cuarta imagen: Antonio Vázquez Alba, el barbudo personaje del antiguo barrio de Santa María la Ribera –conocido como el “Brujo Mayor”– realizó una rueda de prensa a la que asistieron múltiples medios ante los cuales lanzó conjuros, leyó sin complicaciones el futuro y predijo que, aunque será goleada por Brasil, la Selección Mexicana de fútbol alcanzará los cuartos de final del Mundial 2014. Luego de afirmar que el “Piojo” ha integrado un “verdadero equipo, sin estrellas y con mucha armonía”, de inferir que según sus cálculos astrológicos “hay un 70 por ciento de posibilidades de que México llegue al quinto partido” y prometer que combatirá estoicamente la energía negativa que le envíen los brujos de otras selecciones a “los nuestros”, el “Brujo Mayor” manipuló frente a los reporteros un amuleto llamado el “mil manos” para que la portería azteca “esté muy bien protegida” y evite recibir goles.

¹ Este artículo fue publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 4, julio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

Quinta imagen: con el objetivo de conectar –mediante la técnica del *product placement*– a los consumidores mexicanos con la marca global de P&G, el cómico mexicano Eugenio Derbez aparece en varios spots (de los productos Oral B, Ariel, Salvo, Gillete, entre otros), actuando como un *coach* que habla sarcásticamente a los aficionados al fútbol de hueso colorado: el llamado *Fan Trainer*, personaje que mediante juegos de lenguaje explica y reparte puntillosos consejos para lograr que estos seguidores se conviertan en el fan #1 y queden #MasQueListos para gozar del Mundial.

Algunas preguntas obligadas sobre el tricolor

Extirpadas del monstruoso océano audiovisual de informaciones futbolísticas, las cinco imágenes arriba compartidas son una pequeña pero clara evidencia de la versatilidad temática, la elasticidad simbólica, la ramificada emotividad y la porosidad metonímica del “equipo nacional”; de ese emblemático grupo conformado por atletas profesionales cuya disposición estética, raigambre cultural, vigoroso dinamismo económico, formidable poder de persuasión y eficiente capacidad de interpelación política desborda las añejas teorías aristocráticas del pan y circo, las miradas simplistas y mono-disciplinarias, los sospechosismos anacrónicos y prejuiciados, las elucubraciones mecánicas y las explicaciones maniqueas.

Nos referimos al alegórico “equipo de todos”, al combinado nacional (configurado por la estandarizada industria local del fútbol-espectáculo) que en el Mundial de Brasil, por cierto, está siendo transportado por un autobús patrocinado por Hyundai que lucirá el romantizado slogan de “siempre unidos, siempre aztecas”.

El mismo y a la vez diferente representativo nacional del que, desde mediados de la década de 1920 en que tuvo sus primeras disputas a ras de pasto, se han visto y hablado tantas cosas; aquel del que cíclicamente se han producido tantos relatos y consumido tantos clichés que hoy, por ser un entretenimiento que ya forma parte de la vida cotidiana y de los hábitos de consumo mediático de millones de mexicanos, se ha convertido en un tema de enorme interés a la vez que en algo “normal” e impensado, en un tema trascendente pero engañosamente simple y ordinario, en un tema cuya atracción nos parece obvia, necesaria, consanguínea y hasta natural pero que justo por haber establecido un sintomático lazo irreflexivo y sentimental exige un ejercicio momentáneo de desbloqueo para continuar posibilitando gozo.

En períodos como el actual, donde por el aluvión mediático crece el interés y la tensión psíquica, se eleva al límite la fiebre futbolera y se acumula incontenible la ansiedad de los aficionados al fútbol (*homo soccers*), vale la pena inquirir: ¿qué es exactamente la Selección Mexicana de Fútbol?, ¿qué funciones cumple? y ¿qué tipo de textos y discursos posibilita?

Algunas cavilaciones sobre el denso y Paradójico símbolo nacional

Equipo deportivo conformado por 23 hombres adultos que por haber nacido (la mayoría de ellos) dentro del espacio territorial de la República Mexicana comparten primitivos lazos de sangre, la Selección Mexicana de Fútbol (la selección “mayor”, la que se oferta como la “importante”, la “seria” o la “verdadera”) representa en las competencias futbolísticas de carácter internacional a la *comunidad nacional imaginada*, a esa suma de fragmentos que genera la totalidad social que llamamos México.

Si bien el Tricolor es un equipo de fútbol conformado por jugadores profesionales de élite que, además de laborar como empleados dentro de la industria del fútbol espectáculo y de ser expuestos mediática

y publicitariamente como prototipos, fueron convocados y elegidos verticalmente –entre un universo no mayor a 500 futbolistas– por una organización privada de origen civil y sin fines de lucro (la Federación Mexicana de Fútbol, asociación que por ser propietaria de este equipo lo usufructúa); por las virtudes de una operación metonímica que genera paralelismo y verosimilitud entre este equipo y la nación, la Selección Mexicana de Fútbol –aun cuando no depende del Estado ni es un bien público– se ha erigido para muchos mexicanos (especialmente para los que son aficionados al fútbol) en un relevante y denso *símbolo nacional*.

Paradójico símbolo laico (de gran carga emocional) proveniente de la industria del entretenimiento, el representativo nacional más que un equipo de fútbol es un *artefacto cultural* que hace posible el despliegue de hipótesis sumarias.

La Selección Mexicana de Fútbol es, por decirlo así, una *tecnología* para la convivencia y la producción de conversaciones; es una *entidad significativa* que por haber sido investida con los colores de la bandera y estar asociada al nombre de México y por proyectarse profusamente a nivel mediático, ha adquirido un poder simbólico inusitado que lo ha convertido en un ambiguo elemento productor de *communitas*.

Símbolo laico sentimentalmente articulado al nacionalismo lúdico y *light* que promueven las marcas, la Selección Mexicana de Fútbol es un *viscoso lugar común* desde el que se mide el rendimiento y el éxito y se sanciona el fracaso; en un artefacto que a ojos de muchos ciudadanos (y para escándalo de muchos intelectuales) hace más inteligible al país; es un “objeto” que como pocos artefactos estimula imaginaciones, pasiones y narrativas que repercuten en los relatos con los que el grueso de los mexicanos nos auto-percibimos localmente y nos proyectamos a nivel internacional.

Es de forma inevitable un símbolo que al mismo tiempo concretiza la imagen idealizada de nuestro país pero que también vehiculiza la imagen deformada y exagerada. De hecho, por estar asociada a la idea de nación y por formar parte del arsenal simbólico con el que se promueve la liturgia patriótica, la Selección Mexicana de Fútbol, además de ser una fuente de orgullo patriótico y un elemento nodal para la autoestima nacional, hoy es un símbolo clave en la renovación de la axiológica nacional neoliberal asociada al éxito económico, a la idea de triunfo como única meta, a la eficiencia laboral y a la productividad.

Si bien es verdad que los encuentros atléticos de la Selección Mexicana de Fútbol son rituales laicos y actos cívicos-nacionalistas que ocupan un lugar protagónico en la topografía ceremonial del país, es muy importante recordar que por pertenecer al ámbito privado y a la industria del deporte-espectáculo este equipo es manejado gerencialmente desde la racionalidad económica y la lógica comercial como una “marca”, y por lo mismo es ofertado en el competido campo del ocio y el entretenimiento como una “mercancía simbólica”: un influyente “producto” con el que básicamente se busca vender ideas, servicios y productos de diversa índole, además, claro, de emocionar y divertir a quienes lo consumen.

Al igual que otras selecciones nacionales, el Tricolor es hoy un artefacto de gran rentabilidad simbólica, una tecnología que suscita la emotividad comunitaria vía los sonidos y la escópica. Enmarcado en el gran texto de la cultura mexicana, el Tricolor es un símbolo poroso y maleable que lo mismo se asocia al himno y la bandera, que a héroes patrios y arquetipos tan pretéritos como la Virgen Guadalupeana, pero también a jabones y refrescos, a bancos y teléfonos, a automóviles y aerolíneas, a payasos, supermodelos en tanga y a políticos.

Pero la fuerza del Tricolor no solo radica en que cumple funciones comerciales, políticas o de entretenimiento, sino también en su función pedagógica y moralizante, ya que es un símbolo que educa la sensibilidad, que a su manera civiliza, que advierte determinados valores y formas de comportarse, que provee de un modelo ejemplar de competitividad y genera experiencias estéticas que favorecen la reelaboración y actualización del imaginario nacional.

Y por ello, a pesar de su uso evidente instrumental por parte de políticos y empresarios (por ejemplo cuando se le hace aparecer como un símbolo público del Estado-nación, cuando en realidad pertenece al ámbito privado y comercial), a este símbolo y a los jugadores-prototipos que lo conforman los cada vez más exigentes aficionados mexicanos, haciendo un proselitismo laico y renovando cíclicamente su esperanza, le reclaman buenos resultados deportivos. Le demandan que se comporte a la altura, que sea un equipo exitoso. Le exigen subrepticamente que aporte alegrías y contribuya a aliviar el pesimismo. Lo instan a que sea un digno representante, a que sostenga la ilusión de la unidad nacional sin fracturas y ayude a romper el círculo de la tragedia y el victimismo. Le solicitan desmesuradamente que satisfaga los anhelos históricos de un país desigual, injusto y empobrecido, pero hambriento de reconocimiento, ávido de redención, de actos heroicos y de satisfacciones que hagan sentir que vale la pena ser mexicano.

De algún modo, lo que muchos aficionados no se atreven (por distancia social, por falta de una cultura democrática, por desconfianza o por franco escepticismo) a demandarle abiertamente a los partidos políticos, en buena medida se lo exigen indirectamente en sus conversaciones y especulaciones futboleras a la Selección Mexicana de Fútbol.

Y de ahí la ambigua y poderosa relevancia ganada por este artefacto, esta tecnología, este texto hoy central en la cultura mexicana contemporánea; por este símbolo laico polifónico, abierto, sostenido centralmente por la iniciativa privada para fomentar el consumo y la diversión, y usado instrumentalmente por el gobierno federal para animar la cohesión socio-semiótica y escenificar la impresión de unidad nacional.

La Selección Mexicana de Fútbol es pues un texto totalmente vertical en su planeación y producción racionalizadas, pero heterogéneo todavía en su consumo y lectura emocional

ARTIGAS Y SUÁREZ. EL “LUGAR” DEL FÚTBOL EN LA SOCIEDAD URUGUAYA¹

Gerardo Caetano

Universidad de La República, Uruguay.

Escribo este texto en medio del Mundial. Y no puedo evitar escribir en primera persona por muchos motivos, entre otros porque he sido futbolista, una de esas profesiones que se es de por vida. Tal vez sea ese recuerdo imborrable del perfume del pasto recién cortado lo que me lleva a comparecer en medio de un aluvión agobiante de textos y conversaciones sobre Suárez, mezcla interminable de insensateces, exageraciones pero también de reflexiones sublimes, que he recorrido con pasión y que más bien alientan a abstenerse. Pero hay algo que me impide pasar de largo: tal vez esa imagen del Artigas de Blanes² “intervenido” por la cabeza de Suárez sea el mejor símbolo de lo que me pasa, en medio de esa invasión de sentimientos y pensamientos encontrados que –sospecho– están conmoviendo a muchos uruguayos.

Uruguay ha quedado eliminado por Colombia en octavos de final. Persiste todavía la intensidad de la emoción de los celebrados triunfos ante Inglaterra e Italia y, sobre todo, sobreviven los ecos y controversias a propósito de las desmesuradas sanciones impuestas por la FIFA a Luis Suárez. Este último ha sido protagonista en este último mes y medio de un periplo increíble, luego de su inesperada operación de meniscos, su recuperación en tiempo récord, su soñado retorno ante Inglaterra con dos golazos y el comentado incidente ante Italia, que le valiera la más dura sanción impuesta por la FIFA a un jugador en toda la historia de los mundiales. La sociedad uruguaya en un porcentaje amplísimo de sus integrantes se encuentra conmovida y abundan las señales sobre la intensidad popular de lo vivido. Tras lo que emerge en la superficie, advierto indicios de que algo importante nos ha pasado, algo inquietante que sin embargo todavía no podemos descifrar.

Como parte de un libreto mágico, todo parece haber ocurrido para ratificar y arraigar aun más ese escenario épico que para los uruguayos constituye la participación de su seleccionado en un Mundial de Fútbol. En efecto, solo hay dos momentos en los que la sociedad uruguaya se detiene y se concentra de manera casi “religiosa”: cuando su selección juega por un Campeonato del Mundo o el día de las elecciones nacionales. Incluso el fútbol parece comenzar a aventajar con claridad a la política como vector de una de las últimas pasiones “hiperintegradoras” que le van quedando al Uruguay. La dimensión de las expectativas, de las euforias y de las tristezas, la compenetración colectiva de los uruguayos con la celeste cuando disputa un Mundial, constituye el “rito” de mayor proyección en un país que persiste en reivindicarse laico frente a casi todas las creencias. En una sociedad de identidades débiles, allí radica empero una identidad sorprendentemente fuerte, siempre dispuesta a revivir. Pero el “caso Suárez” lo invade todo y concentra, casi monopoliza la atención, no solo entre los uruguayos sino también en las redes globales, esas que miramos con atención especial buscando –una vez más– ese espejo que nos revele, esa “imagen” y esa “mirada” del “afuera” que otrora buscábamos en nuestro viejo idilio con los viajeros.

1 Artículo publicado originalmente en la Serie “Cuadernos del Mundial, Brasil 2014”. No. 5, julio de 2014, Buenos Aires: Clacso.

2 Juan Manuel Blanes (1830-1901), uno de los “maestros” de la historia de la pintura uruguaya, quien en el siglo XIX fue el autor de los principales ejemplos de la primera plástica nacionalista en el país. Entre ellos se destaca su famoso “Artigas”, uno de los símbolos máximos del culto artiguista.

Más allá del caso en sí, hay una premisa que debe tenerse en cuenta: el lugar tan especial que el fútbol ocupa en la sociedad y en la historia uruguayas. El fútbol ha sido y ha vuelto a ser en esta última década nuestra épica, el lugar de emergencia de algunos de nuestros principales mitos. Siguiendo a Cirlot, podría decirse que es allí donde los uruguayos ven el origen de relatos fabulosos con personajes elevados a la categoría de héroes, con trayectorias que expresan conflictos cósmicos (que pese a todo también los tenemos, aunque a veces lo disimulemos o no nos demos cuenta), con usinas filosóficas (a menudo “de café” pero efectivas) que orientan valores difundidos y compartidos. Por muchos motivos, lo ocurrido con Suárez se ha radicado de modo especial en ese espacio.

En él parece converger casi todo para que fragmentos de su historia se vuelvan parte de un mito heroico: la humildad de sus orígenes; los avatares de su vida entre los suburbios salteños, la Blanqueada, Ámsterdam, Liverpool; su ascenso progresivo y costoso en el fútbol hasta su “explosión” deportiva en Europa; sus muy especiales vínculos familiares (su familia desintegrada, sus seis hermanos, la entrañable historia de amor con su esposa, la devoción por sus hijos); el itinerario de sus auges y caídas; sus récords con la celeste; su forma singularísima de jugar (esa mezcla rara de potencia e intuición que no se enseña en ninguna escuela); su probada capacidad de superar la adversidad. Pero es sobre todo esa reiteración extrañísima en “morder”, un exceso muy raro en un futbolista, lo que confirma una desmesura que parece hacernos atisbar los trazos de una desesperación primitiva. Mis hermanos psicoanalistas Marcelo Viñar y Daniel Gil me han recomendado a propósito de este hecho la lectura atenta del texto de Freud “Los que fracasan al triunfar”.

Si algo faltaba para consolidarlo como mito, lo sucedido en este Mundial con el epílogo de su mordida a Chiellini llevan esa dimensión mítica hasta el paroxismo: su lesión imprevista, su recuperación insólita por lo rápido, el mal debut de Uruguay ante Costa Rica que lo hizo casi imprescindible en el peor momento, su partido sin duda épico nada menos que contra Inglaterra, haciéndole dos golazos y eliminando a la “pérfida Albión” (esa que tanto lo glorificó y lo atacó), en una suerte de “revancha perfecta” contra sus humillados detractores. Pese al escándalo, lo ocurrido contra Italia no modifica ese lugar porque su falta (que tiene que ver tal vez con la misma “locura” que lo hace ser un jugador imprevisible y excepcional), si bien reconocida (salvo por los necios que se suponen “astutos”), forma parte de esas infracciones que siempre se les perdona a los “héroes”.

Pero lo que en verdad termina de cerrar el círculo es esa sanción inaudita de la FIFA, esa “multinacional” todopoderosa que sin embargo se encuentra tal vez en su peor momento desde el punto de vista de su legitimidad y su prestigio. ¿Qué buscaron los ignotos integrantes de ese desconocido comité disciplinario que lapidó a Suárez? ¿Su recuperación o quebrarlo en su mejor momento para luego disciplinarlo y volverlo dócil? Al sancionar de ese modo al máximo ídolo uruguayo, ¿no estaba un poco también el deseo de sacar del medio al seleccionado de Uruguay, ese “enano molesto” tan experto en humillar a los favoritos y a los poderosos? Más allá de todo hinchismo razonable (y de los otros), en buena parte de la afición uruguaya nadie podrá disipar la duda de que todo ha sido fruto de una “conspiración” contra la celeste y su héroe máximo. Y recordemos que las teorías conspirativas muy a menudo nos llevan al error, aunque no siempre. En todo caso, también puede ser un *boomerang* incontrolable para “esos viejos hijos de puta” (Pepe Mujica *dixit*) de la FIFA. Quien quiera entender del poder, que no deje de observar con atención especialísima el Mundial, ese torneo global que teatraliza tan bien ese “mundo injusto” del que nos supo hablar el capitán Lugano.

Esta selección de Tabárez reconcilió a la celeste con esa dimensión de “nacionalismo deportivo” sobre la que supo escribir Hobsbawm. Es de los pocos nervios nacionalistas en un país de identidades

débiles, en el que el fútbol (como vimos, ahora bastante más que la política) vuelve a ser el gran vector de integración simbólica. Pero no puedo dejar de pensar en Suárez. Creo advertir en él una metáfora poderosa sobre el Uruguay actual, en especial sobre la marginalidad social y política de muchos jóvenes en un país envejecido. No debe ser “changa” cargar para alguien como Suárez con la condición de héroe. Sobre todo si se viene desde tan abajo, si en la mochila se traen experiencias tan contrastantes, tan imposibles de elaborar con equilibrio, sobre todo si se está tan a merced del poder, que puede ser el de esos “señores” de la FIFA (que conducen el fútbol mundial pero que no saben lo que es pegarle a una pelota), o también el de la hinchada, esa “mersa que olvida rápido” como tan certeramente ha escrito Galeano.

En un almacén de Montevideo alguien me dijo que escuchó que al padre de Suárez en Salto lo llamaban “el perro”. Leyenda, cuento deliberado o historia verdadera, tal vez poco importe. Con seguridad, con las trampas y las fuerzas de la memoria, nunca olvidaremos esta historia de Suárez con la celeste, que ojalá tenga sus mejores páginas en el porvenir. Pero para que esto último ocurra habrá que cuidarlo más y mejor. A él y a todos los jóvenes que él también representa con su historia, pero que no pudieron saltar al Ajax, al Liverpool o al Barcelona y que hoy quién sabe dónde y cómo andarán. En lo estrictamente personal, lo que tal vez menos pueda olvidar es esa desesperación que creo advertir tanto en las mordidas de Suárez como en la forma como festeja sus goles, con esos tres besos locos de alegría que, por suerte, tienen destinatarios bien concretos y específicos.