

Nueva Sociedad Separatas

Sergio Villena Fiengo
**Golbalización y fútbol posnacional. Antecedentes, hipótesis,
perspectivas**

Artículo aparecido en

*Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe Nro. 5, Flacso /
Unesco / Nueva Sociedad, Caracas, 2002, pp 148-159*



Go/balización y fútbol posnacional Antecedentes, hipótesis, perspectivas

PRIMERO

Durante 2001 las salas de cine difundieron la película *Phorpa* («La Copa», 1999) del debutante cineasta Khyentse Norbu, un auténtico líder espiritual budista que fue asistente de Bernardo Bertolucci en la filmación del «El pequeño Buda». Esta singular película está basada en hechos reales y narra con frescura pero también con profundidad cómo una comunidad de monjes budistas tibetanos refugiados en Buthan ve perturbada su milenaria y legendaria tradición por la pasión que sus miembros más jóvenes tienen por el espectáculo futbolero de Francia 98. La historia plantea una serie de interrogantes sobre los procesos de globalización cultural y, particularmente, sobre la importancia que tiene prestar atención al «deporte rey» para lograr una comprensión profunda sobre el futuro de las tradiciones y las identidades colectivas en esta era posmoderna.

En esta línea, M. Jacques ha señalado que el fútbol es la práctica cultural dominante a escala global durante la década de los 90, tal como el rock lo fuera en los años 60 y 70. Ahora bien, pese a que existen múltiples evidencias que hablan a favor de esta hipótesis, los estudiosos de la cultura latinoamericana no se han preocupado mayormente por comprender las consecuencias que puede tener la globalización sobre las funciones sociales y culturales que el fútbol viene cumpliendo en nuestras sociedades¹. Ello, pese a que

Sergio Villena Fiengo

Sociólogo. Coordinador académico regional en Flacso
Secretaría General

1. Con la excepción de Carlos Monsivais, ninguno de los culturólogos latinoamericanos de mayor prestigio en la actualidad, entre los que destacan Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Beatriz Sarlo y Renato Ortiz, han reflexionado sobre la importancia cultural del deporte. Una buena síntesis de los intereses y aportes de los estudios culturales en América Latina es la presentada por Schlesinger/Morris.

este deporte-espectáculo es a todas luces una actividad central en el uso del tiempo libre y, más importante, en la constitución de vínculos comunitarios e identidades sociales de diversa índole y alcance.

El propósito de este ensayo es contribuir a esa necesaria reflexión, mediante la exploración de algunas articulaciones entre los procesos de globalización y el fútbol. Nuestro interés se centra en aquellas transformaciones que están impactando el papel que este deporte-espectáculo ha tenido hasta ahora en la conformación y el reforzamiento de identidades e imaginarios nacionales².

SEGUNDO

Como es sabido, la amplia difusión geográfica y social del fútbol es un fenómeno previo a la actual ola globalizadora. En general, existe un consenso entre los sociólogos e historiadores en que los deportes, como un conjunto de prácticas corporales especializadas y reglamentadas cuyo fin es llevar hasta sus límites la potencia física humana, son un fenómeno propio de la modernidad temprana, que acompaña el proceso de «civilización» y de racionalización de la violencia. El fútbol, que ocupa un papel destacado en este proceso, surge como deporte en Inglaterra a lo largo del siglo XIX y su difusión geográfica se inicia hacia el último cuarto del mismo siglo, favorecida por el empuje comercial e industrial del imperio inglés. Este proceso cobra ímpetu en los años 30, cuando se celebra el primer campeonato mundial, y llega a su máxima expresión en el último cuarto del siglo XX, con el desarrollo de las tecnologías comunicativas audiovisuales, sobre todo con la televisión color, el sistema microondas, la comunicación satelital e internet. La más reciente incorporación de los países del este asiático marca la definitiva mundialización de este deporte de origen aristocrático, convertido en la actualidad en una práctica y afición multclasista, transgeneracional y, poco a poco, transgenérica.

Ahora bien, a diferencia de otros fenómenos culturales de alcance global, la propagación del fútbol ha estado, hasta ahora, estrechamente relacionada con otro fenómeno: la difusión y exaltación de la forma moderna de comunidad político-cultural que es la nación. Esta articulación se evidencia y fortalece por la forma de organización que adquirió el fútbol: la FIFA, nacida en un periodo de auge del nacionalismo europeo (1904), fue concebida como una institución de carácter internacional, puesto que sus miembros son federaciones –y no Estados– nacionales.

La función más importante de este ente internacional ha sido, además de homogeneizar, regular y promover la práctica del fútbol a lo largo y ancho del planeta, la de organizar competencias deportivas internacionales, de las cuales los encuentros entre «representaciones nacionales» han tenido un papel central, al menos hasta ahora. Esas «selecciones nacionales»,

estaban y aún lo están, conformadas exclusivamente por jugadores de la nacionalidad respectiva. Es más, la FIFA niega hasta hoy el derecho de que un jugador pueda participar, en momentos distintos, en más de una selección, por más que haya cambiado de nacionalidad.

Con el transcurso de los años, el fútbol adquirió en muchos países –es el caso de los de América Latina continental, con algunas excepciones, como Nicaragua o Venezuela– el carácter de una tradición y pasión nacional y, en consecuencia, de un acontecimiento simbólico de profundas implicaciones geopolíticas, llegando a ser considerado incluso como una forma de guerra ritual entre naciones. Más aún, elemento fundamental en los procesos constitutivos y actualizadores de las identidades nacionales en muchos países del globo, el fútbol ha sido en algunas desafortunadas ocasiones detonador de conflictos internacionales, como la tan conocida «guerra del fútbol» entre Honduras y El Salvador a fines de los años 60. Similar papel parece haber desempeñado en los trágicos conflictos que, más recientemente, han tenido como escenario a los Balcanes (Colovic). De ahí la significación profunda de la frase de Albert Camus, «Patria es la selección nacional de fútbol».

Así, en la era de la modernidad temprana y pese a tratarse de un producto cultural inicialmente «importado», el fútbol fue apropiado como tradición local y convertido en un elemento útil para estimular la integración simbólica tan necesaria para la conformación de las identidades que están en la base de esas comunidades imaginadas que son las naciones. Aún hoy, para muchos, la asistencia activa –aun en contextos mediáticos– a los espectáculos deportivos es un verdadero deber cívico, independientemente de cuánto les guste el fútbol: apoyar a «su» selección nacional –aunque siempre juegue mal– es una sentida y a menudo exaltada declaración pública de pertenencia y lealtad a la nación. Eso, con independencia de si esa adhesión se interpreta como una muestra del carácter democrático y popular de este deporte o, por el contrario, como un mecanismo de legitimación espúrea de las acciones gubernamentales.

Desde luego, este proceso de conversión del fútbol en «juego patriótico», no habría sido posible sin la conformación de un denso tejido discursivo en torno de esta práctica deportiva: como lo señala Antezana, la forma de vivir en el fútbol es hablándolo, verbalizándolo, lo que hace que los espectadores sean tam-

2. Este ensayo se ha elaborado en el marco de un proyecto de investigación que realizo gracias a la beca de investigación Jaña Havelange que me concedió la FIFA. En el proceso, me he beneficiado de los comentarios de los miembros del Grupo Interdisciplinario de la UBA, de los miembros del Grupo de Trabajo Deporte y Sociedad de Clasco, así como de un amplio número de colegas, amigos, aficionados y detractores del fútbol. Agradezco a todos ellos y ellas, a la vez que les descargo de cualquier responsabilidad sobre el contenido final.



bién un importante actor –como el coro griego– en esta actuación. Es de esta forma que el espectáculo futbolero, entendido como el conjunto de actos escénicos y actos de habla que tienen lugar dentro y fuera del estadio, se constituyó en una fundamental esfera o arena pública, en mucho ritualizada, en la que se (re)producen contenidos y principios generativos de percepciones y representaciones acerca de lo que los diversos sectores sociales definen como característico de «lo nacional» en las dimensiones de lo estético y lo moral. En este proceso, la labor de los medios masivos de comunicación ha sido fundamental.

TERCERO

Ahora bien, en las últimas décadas, los flujos crecientes de capitales, información, bienes y personas, que desbordan ampliamente las fronteras estatales, han puesto paulatinamente en cuestión la forma estatal-nacional como comunidad político-cultural. Los procesos de globalización promueven una reconfiguración de las relaciones entre identidades, tradiciones y territorialidades, que se manifiesta en la conformación de nuevas identidades sub, trans y supraestatales. Este proceso tiene su contraparte en la erosión del sentido común nacionalista con el que hasta el más profano de los seres humanos –con las excepciones del caso, por supuesto– percibía, valoraba y actuaba socialmente. En lo que a este ensayo concierne, esto conduce a preguntarnos cómo los procesos globalizadores en curso están afectando la articulación entre fútbol y nacionalismo.

Nuestra hipótesis es que estamos presenciando un debilitamiento de esa hasta ahora exitosa articulación, debido a que los procesos de globalización favorecen una configuración del campo social del fútbol que se desplaza desde los patrones internacionales, dominantes hasta ahora, hacia formas que tienen un carácter más bien transnacional. Como ocurre en otros ámbitos, la globalización no debe entenderse principalmente como una mayor difusión de esta práctica deportiva-espectáculo ni como una creciente vinculación entre organizaciones ancladas nacionalmente, procesos que podrían denominarse más propiamente internacionalización que globalización, sino principalmente como un proceso de transnacionalización de sus patrones de organización y, unido a ello, de sus funciones sociales y simbólicas.

Esta transnacionalización tendría un conjunto de dimensiones que, empero, encuentran una unidad fundamental cuando se analizan las nuevas formas de articulación que tiene el fútbol con los sectores que hacen a la configuración tripartita de la sociedad (Cohen/Arato): el mercado, la política y la sociedad civil. La globalización del fútbol no solo implica la transnacionalización de su terreno, sino también, y de manera fundamental, que éste ha comenzado a separarse –institucionalmente– del terreno político, co-

nexión que hizo posible el uso nacionalista del fútbol, así como de la sociedad civil, para ceder su independencia a las leyes del mercado global. Como consecuencia, los valores humanistas particulares asociados a ese deporte –inspirados en el olimpismo reciclado como *fair play*–, ya devaluados por la lógica nacionalista que se les impuso durante mucho tiempo, ahora se subordinan a las leyes de la economía de mercado. Dicho en otros términos, el espectáculo futbolero es cada vez menos un ritual político o una *performance* comunitaria, y se convierte, por el contrario, en un producto de la industrial cultural a cuyo ávido consumo somos incitados sin tregua por las sirenas de los medios de comunicación.

CUARTO

El impacto de la actual globalización en el fútbol se puede rastrear en la creciente generación de interdependencias, que se evidencia no solo en una mayor cantidad de eventos deportivos de carácter internacional, sino, como ya señalamos, en los cambios de los patrones de juego, consumo y organización, como resultado de las transformaciones actuales en la base territorial y en la modalidad organizativa de este deporte. Con mayor detalle y de manera analítica e hipotética, se pueden identificar transformaciones en las siguientes dimensiones del campo sociológico del fútbol, las cuales están asociadas a una progresiva racionalización, transnacionalización y mercantilización de la organización, práctica y consumo del fútbol de alto rendimiento:

1. *La propiedad y administración.* El modelo de tipo «clubes», en el que éstos constituían un espacio de socialidad de carácter local y sin objetivos de lucro, está siendo desplazado por la formación de empresas de tipo sociedades anónimas, muchas de ellas con capital transnacional. Las gratificaciones simbólicas y el reforzamiento de vínculos comunitarios son relegados ante el objetivo de obtener ganancias, provocando así una pérdida de capital social acumulado por la sociedad civil (v., para el caso argentino, Frydenberg; Palomino), y una privatización del capital simbólico y económico que durante años generaron los clubes. Por otra parte, existe una creciente racionalización gerencial, asociada a la emergencia de una tecnocracia internacional, que implica la pérdida del control administrativo de los equipos por parte de los aficionados y socios, transformados éstos en accionistas.

2. *La base territorial de las organizaciones y la competición.* Uno de los rasgos más destacados y polémicos de la globalización es la erosión de la soberanía y los vínculos nacionales, a favor de modalidades de organización territorial distintas. Lo transnacional, lo supranacional y lo (trans)local ponen en cuestión tanto la forma de asociacionismo como de competición en la cual se basó la mundialización del fútbol. Esto puede verse en la transnacionalización de los

clubes mediante la creación de filiales y el establecimiento de alianzas estratégicas de alcance transnacional, así como en la emergencia de ligas supranacionales y transnacionales, cuya más clara expresión sería el campeonato mundial de clubes, cuya primera versión se jugó en 2000 en Brasil.

3. *La base técnico-estratégica y los estilos de juego.* Poco a poco, en la formación de jugadores se evidencia la pérdida de la importancia del «lugar» o el ambiente y de los conocimientos locales, constituidos durante prolongados periodos de adaptación creativa al entorno ecológico y cultural. La ilusión romántica del «estilo nacional», estrechamente ligada a la idealización del fútbol como un canal de movilidad social, se está erosionando debido a la creciente cientifización del fútbol mediante el establecimiento de «no lugares» formativos, como las escuelas, los gimnasios y los laboratorios, los cuales marcan la definitiva profesionalización del fútbol. Se racionalizan y deslocalizan las técnicas corporales y las normas proxémicas particulares de cada cultura, así como los valores éticos y morales que se les asocian, elementos que hasta ahora eran considerados fundamentales al momento de definir los «estilos de juego». Como consecuencia, se desarrollan técnicas corporales y esquemas tácticos de juego más universalistas, y el pedagogismo futbolero reemplaza el aprendizaje mimético, que tenía como escenarios a la esquina, el potrero o la playa.

4. *La base laboral.* El campo del fútbol profesional puede considerarse uno de los pocos segmentos del mercado mundial donde existe una verdadera movilización libre de la fuerza de trabajo, conformada por jugadores, directores técnicos, gerentes deportivos y otros actores. La paulatina eliminación de medidas proteccionistas de los mercados futbolísticos nacionales es favorable a la conformación de equipos (clubes y selecciones) de carácter multicultural, aspecto que también sería favorecido por la intensificación de los flujos migratorios internacionales y la integración supranacional. El denominado «caso Bosman», que tiene como escenario a la Comunidad Europea, es ejemplar al respecto.

5. *El consumo.* Existe una creciente mediatización del consumo cultural en el plano futbolístico. La misma está siendo favorecida por cuatro factores tendenciales: a. el desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación y la emergencia de una cultura mediática posmoderna; b. la urgencia de controlar la violencia fuera de los campos de juego; c. la desterritorialización del fútbol, ligada a la necesidad, propia del principio del *fair play*, de eliminar cualquier interferencia del medioambiente, sea natural o social, en los eventos deportivos; y d. la transnacionalización de los clubes y los eventos deportivos, así como de las industrias culturales.

6. *Los medios y las mediaciones.* Gracias al desarrollo tecnológico y a la mundialización del capital, los medios están dejando de ser instituciones nacionales

para convertirse en emporios transnacionales en los cuales la influencia y control político e ideológico por el Estado o los sectores nacionalistas son cada vez menos. Con la transnacionalización de la propiedad y, sobre todo, de la audiencia de los medios, se produce un cambio fundamental en las modalidades de mediación propia del espectáculo futbolístico, que marca el adiós a ese «nosotros esencial» de corte nacional que tamizaba los discursos futboleros. El lenguaje de los medios se neutraliza y, así, se erosiona la densificación ideológica de corte nacionalista o localista que acompañó a las transmisiones deportivas durante los tres cuartos finales del siglo XX.

7. *El patrocinio.* Los equipos de hoy, sean clubes o selecciones, son patrocinados cada vez menos por los Estados y las empresas locales, los cuales son reemplazados por grandes firmas transnacionales, sean de artículos deportivos, de comida rápida o de la industria mediática del espectáculo. Como consecuencia, el recurso a la pasión futbolera ya no se orienta a promover prácticas como «comprar lo nuestro» o «reivindicar lo propio», sino a estimular el consumo de productos y marcas globales. En el marco de esta tensión entre intereses económicos transnacionales e intereses económicos y políticos de carácter nacional, se inscribe también la tensión creciente entre selecciones y clubes por préstamos de jugadores, asunto que parece inclinarse —al menos en los países del sur— cada vez más por los segundos, debido a su gran poderío económico.

QUINTO

Empecemos con los medios de comunicación y las industrias culturales. Tal vez sea oportuno recordar, con Appadurai, que los medios de comunicación forman diferentes *mediascapes* que tienen un papel importante en la construcción de nuestras subjetividades, demandas y expectativas, en la creación de comunidades imaginadas y en la cristalización de demandas que deben ser respondidas por los sistemas políticos. Hasta hace poco, esta red comunicativa estaba sujeta de manera fundamental a los marcos normativos establecidos por los Estados y cumplió un papel fundamental en la conformación de lo que Keane denomina una «macro» esfera pública, necesaria para la imaginación de comunidades nacionales anónimas (Anderson). Hoy, las cosas están cambiando, puesto que esta red se transnacionaliza y pasa a ser controlada en lo fundamental por las industrias culturales, permitiendo la conformación de una metaesfera pública, en la que se esbozan los trazos de una nueva ciudadanía global.

Con esos elementos en mente, volvamos al fútbol. La introducción de la televisión por vía satélite en los años 70, que se potencia *ad infinitum* con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que entran en escena en los 80 y 90, marca la definitiva



globalización del fútbol como espectáculo. Según datos de la FIFA, las finales de las copas del mundo que se celebran cada cuatro años constituyen el evento que mayor cantidad de telespectadores convoca alrededor del planeta: en 1998, 33.400 millones de espectadores acumulados, que habitan en 196 países, vieron la fase final de la copa mundial Francia 98, mientras que aproximadamente 1.000 millones de espectadores «presenciaron» en tiempo real el encuentro por el campeonato, protagonizado por Brasil y Francia. Estas cifras adquieren toda su dimensión cuando se ponen en relación con la población total planetaria, que es de aproximadamente 6.000 millones (InfoPlus, FIFA, 03/2000).

En América Latina las cosas no son distintas. Según datos de un estudio regional realizado por «Los medios y los mercados de Latinoamérica 1998» (v. www.zonalatina.com, vigente en enero de 2002), 71% de los latinoamericanos entre 12 y 64 años de edad siguen regularmente el fútbol por televisión, siendo Brasil el país con un mayor nivel de audiencia (85%) y Bolivia el que muestra menor interés por este deporte (41%), si se excluyen aquellos países donde el fútbol no es el deporte más popular —como Rep. Dominicana, Nicaragua y Venezuela. Curiosamente, los niveles de audiencia correspondientes a la fase final de la copa mundial Francia 98 son significativamente menores, pues alcanzan a 54% de la población de referencia. Nuevamente, se constatan importantes diferencias entre países, sobre todo entre los extremos: en contraste con 81% para Brasil, en Bolivia se registra un nivel de audiencia de apenas 10%. Las telenovelas, un género de entretenimiento que se considera una pasión latinoamericana, se encuentra en una clara desventaja con el fútbol, ya que el nivel de audiencia promedio alcanza a 53% de la población total comprendida en el rango de edad señalado.

Veamos cuáles son las implicaciones que tiene la creciente mediatización y transnacionalización de los espectáculos futbolísticos sobre los procesos de producción de identidades nacionales. Para ello, detengámonos primero en el papel fundamental de la crónica deportiva en la producción periodística prácticamente en todos los países de América Latina, donde la cobertura —transmisión y análisis— de eventos deportivos nacionales e internacionales concentra gran parte de los esfuerzos de producción propia por parte de los medios nacionales. De igual manera, debe destacarse que este es uno de los pocos rubros donde existe un intercambio de señales bidireccional entre países, ya que la transmisión de partidos eliminatorios de la copa mundial es, sobre todo para aquellos países que tienen una industria audiovisual poco desarrollada, prácticamente el único producto informacional audiovisual de exportación en el rubro de las transmisiones vía satélite en tiempo real.

Ahora bien, un rasgo hasta ahora dominante en la transmisión de eventos deportivos internacionales ha

sido la mediatización de las señales internacionales por el periodismo nacional (y en algunos casos local). A diferencia de los productos «enlatados», como los filmes, las series y las telenovelas, la transmisión de imágenes y sonido ambiente de un evento ocurrido incluso en países que comparten idioma con el país destino, la recepción de las transmisiones internacionales de fútbol por la audiencia ha sido mediatizada por el periodismo local. Las televisoras locales añadían una narración y estructuración nacionales a la programación antes de retransmitir las imágenes a su audiencia cautiva mediante televisión abierta, fungiendo así el periodismo local como un verdadero intérprete de esos eventos (antes que como traductores, tarea propia del doblaje y el subtítulo). Esto ocurre incluso con los reportes escritos, los cuales son reelaborados por los cronistas y editorialistas nacionales, como puede comprobarse hoy, gracias a internet, al revisar los comentarios de la prensa de distintos países sobre un mismo evento deportivo.

Este proceso de interpretación de los eventos deportivos internacionales según códigos culturales nacionales propios implicaba una densificación ideológica de las narrativas deportivas, produciéndose de esa manera un efecto «glonal» (una articulación entre lo global y lo nacional), al cual los estudios de la recepción no le han prestado aún suficiente atención. Es gracias a este efecto que el incremento en el flujo de las señales internacionales, que se hacen frecuentes a partir de la introducción de la tecnología de la televisión vía satélite, podía generar, paradójicamente, un efecto de «comunidad nacional en anonimato» en las audiencias. En esta perspectiva, podemos decir que existía una verdadera apropiación nacional de imágenes internacionales y, por tanto, que la crónica deportiva desarrollaba rutinariamente una política de identidad nacional. Tal vez por eso, entre los héroes de los aficionados a los deportes figuran no solo jugadores excepcionales, sino también narradores y comentaristas deportivos destacados.

Sin embargo, eso parece estar cambiando. El proceso de transformación de la industria de la comunicación se origina en la innovación tecnológica, en la creciente participación de las corporaciones transnacionales en la propiedad de los medios de comunicación y en la cada vez más débil capacidad de regulación estatal de las actividades de la industria cultural. En algunos países, por ejemplo, las transmisiones «glonales» de los acontecimientos deportivos están siendo reemplazadas por señales de acceso restringido, como el cable y la televisión digital, sin que el Estado, promotor destacado de las políticas de desregulación de la industria cultural, pueda oponerse a ello sin caer en profundas contradicciones.

Ejemplo destacado de esta tendencia es lo que está ocurriendo actualmente, durante el proceso eliminatorio y la fase final del mundial de Corea-Japón 2002. Quienes hayan seguido este proceso, habrán escucha-



do de las polémicas que se han desatado en distintos países, tanto en Europa como América Latina, sobre los derechos de transmisión de este evento. En nuestra región, por ejemplo, los derechos para transmitir la fase final Corea-Japón han sido adquiridos del Grupo Kirch (propietarios de los derechos a escala mundial) por el sistema de televisión satelital DirecTV, unidad del grupo Hughes Electronics, por la nada despreciable cifra de 400 millones de dólares (incluye los derechos para radio y televisión para Argentina, Chile, Uruguay, Venezuela, Colombia y México por los mundiales de 2002 y 2006, así como otros eventos organizados por la FIFA).

La polémica subsiguiente tiene dos aristas importantes: por un lado, el elevado precio que pide esta corporación por ceder los derechos a televisoras abiertas nacionales. Por ejemplo, en el caso de México, los derechos se cotizan en una suma cercana a los 50 millones de dólares, cifra que ni siquiera las gigantes Televisa y Azteca, tradicionales rivales, están dispuestas a pagar, aun asociándose³. El segundo aspecto es el cambio de modalidad de la televisión abierta hacia el cable o *pay per view*. En esta dimensión, el caso más interesante es tal vez el de Argentina, donde el Legislativo ha aprobado una ley que obliga a transmitir en señal abierta los encuentros que disputará la selección nacional (Ley 25342, aprobada el 12 de octubre de 2000), basada en la cual la Asociación Protección de Consumidores del Mercado Común del Sur ha planteado una demanda. Hasta el momento, pareciera que la decisión será salomónica: DirecTV venderá a la televisión por aire los derechos de los partidos en que juegue la albiceleste, las semifinales y el partido final; el resto de los encuentros podrá ser presenciado solo por sistemas televisivos restringidos. Casos similares se han presentado en países como Bolivia, Chile y Ecuador, donde, debido a las presiones de la afición y los medios locales, los gobiernos han realizado acciones de oficio, con éxito variable, para asegurar la transmisión de los partidos eliminatorios y el mismo mundial.

Ahora bien, lo que nos interesa aquí es explorar algunas de las consecuencias que podría tener esta guerra entre corporaciones mediáticas en el papel desempeñado hasta ahora por las mediaciones locales en la conformación de imaginarios nacionalistas a través del fútbol. A menos que los gobiernos, los medios locales y la afición –organizada o no– puedan modificar el escenario mediante su intervención, la tendencia señalada parece mostrar que en un futuro no muy lejano seremos testigos no solo de un cambio en la magnitud de la audiencia futbolera, la cual tendería a reducirse a quienes pueden pagar por acceder a las señales de cable, sino también, y esto es fundamental, de una transformación de los marcos de sentido que mediaban la recepción local de las señales internacionales. Ciertamente, ambas tendencias tendrán un importante impacto en los procesos de elaboración de identidades nacionales a través del fútbol.

Se produce así un doble efecto desnacionalizador: la señal audiovisual a la que accede un conjunto de telespectadores, que ya no puede equipararse potencialmente al «conjunto de la nación», perderá también densidad ideológica nacionalista. Sobre este último aspecto, existe ya una tendencia a que la narración de los encuentros de «nuestra» selección nacional no se realice en primera persona plural, ese «nosotros esencial» al que tanta importancia prestó el antropólogo Víctor Turner cuando estudiaba los ceremoniales comunitarios, sino que sea sustituida por una voz neutral cuyo lenguaje se sitúa más en códigos técnicos que en la retórica nacionalista. De igual forma, en la medida en que los narradores y comentaristas dejan de preocuparse por contextualizar los encuentros deportivos en el marco de la historia (deportiva) nacional, las transmisiones deportivas dejan de ser un espacio de actualización de los imaginarios nacionales, lo que conduce a una fractura de las narrativas nacionalistas, que como lo ha mostrado Ricoeur son fundamentales en la conformación de las identidades. En definitiva, las narraciones deportivas dejarán de ser interpelaciones nacionalistas, perdiendo así su capacidad para constituir sujetos nacionales.

De esta forma, las necesidades de la propia industria cultural están modificando radicalmente las condiciones de producción, difusión y recepción de las señales audiovisuales, así como están produciendo una transformación en las mediaciones productoras de marcos de sentido que orientan su interpretación. El resultado de este proceso globalizador sin duda va en desmedro de la dimensión nacionalizadora que hasta ahora tenía la transmisión de encuentros deportivos internacionales. Así, la apropiación de los medios de comunicación por grandes consorcios transnacionales y/o la compra de los derechos de transmisión de esos eventos de manera exclusiva para ser transmitidos por cable y, en un tiempo no muy lejano, por vía digital, están difuminando la codificación nacionalista de la información generada en las competencias internacionales.

SEXO

La transformación creciente de las audiencias y las mediaciones del fútbol halla su contraparte en las modalidades del patrocinio. La transnacionalización de las audiencias que acompaña a la globalización del

3. El monto de los derechos pagados para transmitir el mundial de 1998 en México fue de 7 millones de dólares por las dos cadenas. Los derechos pagados por Globo TV para transmitir el mundial 2002 en Brasil alcanzan la suma de 42,18 millones de dólares. La disputa de las gigantes de la comunicación por ganar un lugar privilegiado entre la audiencia abarca también otro tipo de acciones, como la compra o control de equipos con gran cantidad de seguidores, como es el caso de Corinthians y Cruzeiro, de los cuales PSN tiene exclusividad.



espectáculo mediático favorece la conformación de alianzas estratégicas entre las grandes firmas transnacionales y el fútbol, no solo de los clubes sino también de las selecciones nacionales. Según datos publicados por *Sport Business Magazine* (1999), del total del monto invertido en patrocinio en todo el planeta (aproximadamente 2.600 millones de dólares) el conjunto de los deportes concentra 85,7%, destacando el fútbol con aproximadamente 42% del total. Por contraparte, el porcentaje dedicado al arte y la cultura es igual a 9,3% (cit. por Pele Sports). No disponemos de cifras para América Latina; sin embargo, para tener una idea del alcance de estas operaciones, señalemos que la cervecera brasileña AmBev pagó 180 millones de dólares por un contrato exclusivo con la selección nacional de fútbol para promocionar su bebida, Guaraná Brahma, durante 18 años (AFP, 1/3/2002).

Estos multimillonarios contratos de patrocinio significan, junto a las fabulosas cifras correspondientes a los derechos de transmisión, la cara más evidente de la comercialización del fútbol de selecciones. Para nadie es un secreto que hoy los representativos nacionales tienen su principal fuente de ingresos en estos rubros, más que en las taquillas y en los apoyos gubernamentales –allá donde éstos todavía existen. Lo que no está suficientemente claro es el impacto que eso tiene sobre el fútbol de selecciones, en la medida en que éstas se convierten en parte de una industria del entretenimiento, a la vez que en un vector privilegiado para la publicidad de objetos y marcas de consumo masivo producidos por corporaciones transnacionales.

Algunas investigaciones que se han realizado al respecto han mostrado el peso que algunas corporaciones productoras de implementos deportivos tienen en el financiamiento, y por tanto en el control, de selecciones de primer nivel. Por ejemplo, Geoff Hare ha hecho notar la importancia comercial que tenía la disputa de la final de la copa mundial de 1998 por parte de Brasil y Francia, para las transnacionales Nike y Adidas. En esta perspectiva, no han sido pocos los que han especulado sobre el impacto que tendrían estas presiones sobre el pobre desempeño de la selección brasileña y en la debacle de su máximo astro de entonces, Ronaldo. En igual sentido se ha pronunciado la afición brasileña ante la pobre actuación de la selección *verdeamarela* durante la Copa América 2001, cuando desplegó una manta frente a las oficinas de la federación brasileña de fútbol con la contundente leyenda: «TitaNike». Como si eso fuera poco, la prensa internacional ha divulgado recientemente la noticia de que la negativa del técnico Scolari para convocar a Romario, reclamado por aficionados tan destacados como el mismo presidente de Brasil, se debería a un conflicto entre patrocinadores: la selección tendría un contrato de exclusividad con Guaraná Brahma, mientras que Romario habría firmado un contrato en los mismos términos con Coca Cola.

Más allá de estos avatares, es oportuno recordar que el creciente peso del patrocinio transnacional en el financiamiento de las selecciones tiene propósitos explícitamente publicitarios. Esto tiene importantes repercusiones sobre las mediaciones que intervienen en el proceso de imaginación de la nación a través del fútbol. El establecimiento de alianzas estratégicas entre selecciones nacionales y firmas transnacionales significa que éstas adquieren el derecho de utilizar con fines comerciales las imágenes de la selección y, en algunos casos, las de sus astros. Esto conduce a la paradoja de que firmas transnacionales como Coca Cola u otras, se hayan convertido –creativos publicitarios mediante– en difusores de un discurso nacionalista, cuando no patrioter, en torno de algunas selecciones nacionales de fútbol.

Por un lado, este proceso genera tensiones para los seleccionados entre los deberes cívicos y las obligaciones comerciales (¿a quién deben responder primero, al «pueblo» que los apoya e idolatra, o a las firmas comerciales que les pagan?). Por otro, convierte a las empresas transnacionales en actores que instrumentalizan el discurso nacionalista para lograr sus propósitos comerciales, lo que tiene la consecuencia paradójica de que, si en primera instancia fomenta el patriotismo futbolero, a largo plazo tiende a erosionar los contenidos de la identidad nacional, esto es, la tradición cultural que sustenta esa identidad. Curiosamente, los guardianes de la tradición y defensores del patrimonio de lo popular, siempre atentos a criticar las intromisiones de la política en los destinos del fútbol, han guardado un discreto silencio sobre esta banalización de la nación y el patriotismo. Un síntoma más de que, en estos desencantados tiempos posmodernos, tiene más legitimidad el mercado global que la política nacional.

SÉPTIMO

Pero la tendencia pareciera indicar que no solo se está eliminando o banalizando la codificación nacionalista de las mediaciones, sino que también existen indicios que advierten sobre la transformación de la organización misma de las competencias internacionales de fútbol más destacadas, la cual hasta ahora ha seguido un patrón territorial-nacional, en favor de los encuentros entre clubes (cada vez más transnacionalizados) y ya no de selecciones. Es más probable, por supuesto, que las hinchadas de los clubes asuman una dimensión transnacional ajena a las circunstanciales adherencias que generan algunas selecciones nacionales destacadas, como la de Brasil 1970: el Barcelona, el Ajax o el Manchester United, por citar algunos superclubes, no solo alinean jugadores de los más diversos orígenes geográficos, sino que cuentan entre sus más asiduos seguidores mediáticos a aficionados de muchas nacionalidades.

En el momento, al parecer no muy lejano, en que «hinchar» para estos clubes sea más importante que



apoyar a un club «nacional» o, en el límite, a «nuestra» selección, estaremos frente a un desplazamiento similar aunque de distinta escala al ocurrido cuando se produjo el cambio de las lealtades parroquiales por las nacionales: en ese momento, el primordialismo que ha pautado hasta ahora las adhesiones y lealtades futbolísticas será cosa del pasado. Tomando las categorías que desarrolla Luis Antezana podemos decir que, en un futuro no muy lejano, el fútbol será más un acontecimiento favorable a las identidades *tifosi* que a las identidades nacionales, ya que las primeras sintonizan mejor con los procesos de transnacionalización del fútbol.

Lo señalado respecto a las hinchadas nos conduce directamente al problema de desterritorialización. Como está ocurriendo en otros ámbitos de la vida alcanzados por la «alta modernidad», este proceso también parece estar afectando el fútbol, como lo han destacado algunos geógrafos. Por ejemplo, John Bale, interesado en la relación entre paisaje y deporte, ha señalado que el mismo principio o *ethos* del *fair play*, así como la necesidad de estandarizar las condiciones ambientales para favorecer la comparabilidad necesaria para el establecimiento de los récords en otras disciplinas deportivas, promueve la eliminación de cualquier factor ambiental que incida en el resultado de un encuentro futbolístico. En América Latina, como es ampliamente sabido, el factor ambiental más controvertido ha sido la altura: en repetidas ocasiones y hasta ahora sin éxito, algunas federaciones nacionales han solicitado que se prohíban los juegos internacionales a alturas mayores, por ejemplo, a los 2.500 mts/snm, situación en que se encuentran las ciudades de La Paz, Quito y Bogotá.

Estas demandas por la eliminación de los factores ambientales serían, según el mismo Bale, favorables a la conversión de los estadios en lo que el antropólogo francés Marc Augé ha denominado «no lugares», esto es, en espacios homogenizados, estandarizados y «purificados» de cualquier interferencia ambiental, sea natural o cultural. En esta perspectiva, como ya se muestra en un comercial de Adidas, en el futuro el paisaje sería separado del fútbol, y los campos de juego se convertirían en «no lugares»: todos iguales y sin ninguna referencia a su medio ambiente. Un factor adicional favorable a esta «nolugarización» paulatina del fútbol tendría que ver con la necesidad de controlar la creciente y difundida violencia en las graderías y sus intermediaciones. En estos estadios, por cierto, los espectadores estarían «fuera». En el extremo, señala Bale citando a Baudrillard, los partidos de fútbol en la era posmoderna serían fenómenos exclusivamente televisivos, es decir, eventos hiperreales que solo podrían experimentarse por medio de las pantallas. Llegados a este punto, el relato de Borges y Bioy titulado *Esse est percipi*, donde los encuentros transmitidos por radio se convierten en pura ficción narrativa, pareciera premonitorio.

OCTAVO

Otro factor de desterritorialización del fútbol es la profesionalización del oficio de jugador y de los técnicos, proceso que viene acompañado de la introducción creciente de principios racionales para mejorar el rendimiento de los jugadores y los equipos. Pareciera que los «estilos» de juego, asociados a condiciones y saberes locales específicos muy idealizados en los discursos que rondan el romanticismo patriótico, serán reemplazados en importancia por los más racionales «sistemas» de juego. En este contexto, en el que la belleza plástica y la expresividad cultural del juego se devalúa a favor de los resultados, los factores ambientales naturales y culturales, como es «el potrero» y el tango en Argentina o las playas y el capoeira en Brasil, están siendo reemplazados por rutinas de formación racionalizadas y estandarizadas internacionalmente, aprendidas en escuelas y gimnasios. Esta tendencia ya puede verificarse prácticamente en todos los países donde se practica el fútbol.

Desde esta perspectiva, podría señalarse que en el campo del deporte, el desarrollo de determinados estilos nacionales de juego implica —como en el caso del baile, al que los folklorólogos han prestado especial atención— la adquisición, vía socialización, de habilidades corporales particulares, así como modalidades particulares de ocupación del espacio y usos específicos del tiempo. Pero un estilo nacional no se limita a habilidades técnicas y tácticas, sino que también implica la adquisición de determinados valores ético-morales y competencias culturales. Así, los valores asociados al estilo argentino de jugar serían la libertad, la creatividad y la picardía, opuestos a los valores convencionales de la hombría, la fuerza, la madurez, los cuales se asocian a los héroes futbolistas en otras latitudes, sobre todo en los países nor-centro europeos (sobre Argentina, v. Archetti; sobre Costa Rica, Villena 1998b).

En este contexto, como ha ocurrido en otros campos donde la modernidad se ha impuesto, las tradiciones y los estilos futbolísticos nacionales pierden terreno frente a la racionalización y a la capacidad de generar innovaciones así como competencias interculturales, factores cada vez más necesarios para los jugadores que tienen como horizonte el mercado global de, como señala Archetti, *performing bodies*. La profesionalización y comercialización del fútbol están asociadas a la constitución de un mercado mundial de «piernas», tal vez uno de los pocos segmentos del mercado laboral donde tiende a imponerse la libre movilidad internacional de la fuerza de trabajo. Por ejemplo, según datos procesados a partir de la información que ofrece la página web de la UEFA (www.uefa.com, vigente en noviembre de 2001), en 2001 se inscribieron jugadores de 97 nacionalidades en los clubes que participaron en el fútbol de elite europeo (Champions League y Copa UEFA). De



ellos, 192 provenían de nueve países de Sudamérica, en el siguiente orden: Brasil (110), Argentina (50), Uruguay (10), Colombia (7), Paraguay (6), Chile y Perú (3), Bolivia y Ecuador (1).

La constitución de un mercado global requiere que los jugadores de fútbol contemporáneos sean plenamente versátiles y, por tanto, capaces de lograr un elevado desempeño en condiciones distintas a las de su lugar de origen y en equipos conformados por jugadores provenientes de diversas partes del mundo. En el campo técnico, esto implica la constitución de verdaderos equipos científicos de dirección, que desplazan a los tradicionales «entrenadores», valorados más por su capacidad motivadora e inspiradora que por su imaginación técnico-estratégica. Así, a manera de hipótesis podría señalarse que la creciente rotación de jugadores y técnicos a lo largo y ancho del planeta parece estar conduciendo a que los diferentes «estilos» futbolísticos nacionales se translocalicen y, en última instancia, a que se difuminen: probablemente este tipo de situación contribuya a explicar las dificultades que encuentran selecciones como la brasileña para adoptar un sistema de juego que los saque del pozo en el que han caído en los últimos tiempos.

En un contexto como éste, los jugadores que tengan interés en lograr el éxito, deben preocuparse más por su capacidad de adaptación a contextos múltiples que de fortalecer su «espíritu de sacrificio» o de mantener la «tradicción nacional», requisitos ambos necesarios para «representar» con idoneidad a un país, para no hablar de la dimensión lúdico-estética del juego. Esto significa que no solo se debilitan tanto las bases de los procesos de identificación como el carácter de la representación (y hasta la representación, en último término), factores que parecían explicar la profunda adhesión que despertaban las selecciones nacionales, sino que también se difumina la base del reconocimiento que hacía posible la ficción de participación y de incidencia que tenía el aficionado cuando se trataba de las selecciones.

NOVENO

Ahora bien, la constitución de un mercado global de jugadores tiene, entre sus consecuencias relevantes desde una perspectiva socioantropológica, la introducción problemática de la multiculturalidad. Este tema, que no es nuevo en el campo del fútbol pero que alcanza proporciones inéditas en la actualidad, plantea un conjunto de desafíos en dos aspectos: los brotes de racismo en el fútbol y la reelaboración de las narrativas nacionalistas en torno de las selecciones. En términos amplios, estudios académicos realizados en varios países han mostrado que el fútbol se ha convertido, a la vez que en un espacio de expresión del racismo y la xenofobia, en un vehículo potencialmente favorable a la integración social de algunas minorías, particularmente las étnicas y raciales, sea a través

de procesos migratorios o mediante la incorporación de individuos pertenecientes a grupos tradicionalmente excluidos.

Los clubes de fútbol, tanto los grandes como los pequeños, se han convertido en los espacios sociales donde más claramente se expresa esta multiculturalidad, sobre todo debido a su amplia visibilidad mediática. Esto es particularmente notable en los llamados «super clubes» europeos, como es el caso del Manchester United o del Bayer de Munich. En un hipotético encuentro entre ambos clubes, disputado sin restricciones en cuanto a la incorporación de extranjeros, tendríamos en la cancha, incluido el banquillo, jugadores de 21 nacionalidades distintas, provenientes de distintas regiones y continentes. Como vimos al revisar los datos de la Champions League y la Copa UEFA de 2001, el fútbol mundial de elite en la actualidad es un espacio privilegiado de la diversidad racial, étnica, religiosa, lingüística, etc.⁴.

Como consecuencia, se ha planteado una amplia discusión pública sobre el problema del procesamiento de la multiculturalidad en el ámbito del fútbol, la cual tiene que ver no solo con las transformaciones de los estilos de juego y la emergencia de un estilo global, «deslocalizado» de jugar al fútbol, sino también con la fundamental necesidad de combatir los brotes de discriminación racial o cultural asociados que se han registrado en diversos contextos. Ahora bien, este último aspecto de la problemática de la multiculturalidad tiene connotaciones muy distintas según se trata del fútbol de clubes o de selecciones. En el primer caso, el principal problema que se ha presentado en los últimos años han sido las reacciones negativas que ha provocado la creciente incorporación de jugadores extranjeros en las plantillas de los clubes. Con frecuencia se han presentado denuncias periodísticas, algunas de las cuales han tenido importantes repercusiones legales, relativas a la discriminación, abierta o solapada, institucionalizada o no, que estos jugadores sufren por parte de sus colegas, dirigentes, autoridades y/o por la afición, tanto de sus propios equipos como de los circunstanciales rivales⁵.

En el caso europeo, esta discusión se ha ampliado hasta comprender el tema de los derechos laborales. La creciente movilidad intraeuropea en el mercado laboral de jugadores, asociada a los procesos de integración supranacional enmarcados en la conforma-

4. La composición de la plantilla del Manchester United registra, a fines de 2001, 12 nacionalidades (Inglaterra, Francia, Irlanda del Norte, Escocia, Gales, Rep. de Irlanda, Holanda, Noruega, Argentina, Sudáfrica, Trinidad y Tobago y Suecia) mientras que la del Bayer de Munich incluye 11 (Alemania 17, Francia 3, Brasil 2, Croacia 2, Ghana, Guinea, Suiza, Bosnia-Herzegovina, Inglaterra, Perú y Paraguay 1). Datos procesados por S. Villena con base en información presentada en la página www.uefa.com, vigente a noviembre de 2001.

5. V., p. ej., Crabbe; Croller et al.; Moran.



ción de la CE, ha conducido a una reconfiguración de los mercados futbolísticos de trabajo, los cuales, hasta ahora, habían estado conformados según criterios de pertenencia nacional. Destaca, en este debate, el llamado «caso Bosman», que ha provocado una revisión de las políticas de restricción laboral previas respecto a la incorporación de jugadores extranjeros de origen europeo en los clubes de fútbol de ese continente, creando así condiciones legales para la emergencia de un mercado de jugadores de carácter continental. La reciente polémica sobre los «pasaportes falsos» en Italia es un interesante ejemplo de cómo jugadores de origen inicialmente extracomunitario, como es el caso de algunos suramericanos, buscan aprovechar a su favor esta apertura legal.

El problema del procesamiento de la multiculturalidad en el fútbol de selecciones es aún más complejo. Esto es así porque en éste no solo está en observación la calidad técnica del jugador (y su habilidad para moverse en contextos multiculturales), sino que también entra en escena su capacidad representacional, tanto hacia el extranjero, como hacia la sociedad local (vía la «ejemplaridad»). En esa medida, un jugador de selección nacional no solo debe ser competente técnica y éticamente en lo profesional, sino que a la vez debe poseer, más allá del requisito legal de la nacionalidad, cualidades cívicas y culturales que, según cada contexto nacional, se consideran necesarias para asumir una representación nacional. Esta exigencia puede convertirse en un problema cuando de lo que se trata es de la participación de jugadores pertenecientes a minorías étnicas o raciales, sobre todo en sociedades donde aún se mantienen vigentes los núcleos duros de ideologías nacionalistas excluyentes, contrarias al reconocimiento de la diversidad cultural interna.

Un caso destacado en lo que se refiere al problema de la multiculturalidad en el fútbol de selección en los últimos años ha sido la participación de la selección francesa en el mundial de 1998. La incorporación de un gran número de jugadores nacidos fuera de sus fronteras, principal, pero no exclusivamente en países de África y el Caribe que estuvieron bajo el dominio colonial de Francia, provocó una amplia discusión pública en la que se sometió a crítica y revisión la ideología nacionalista que aún se encuentra arraigada en amplios sectores de esa sociedad, particularmente en sus segmentos más conservadores. El éxito deportivo de la selección francesa (ya que no «gala») así conformada habría permitido que la balanza se incline a favor de las posiciones multiculturalistas y multirraciales, promoviendo la conformación de una «nueva identidad francesa» (Marks 1998).

De ese modo, la revisión de la identidad nacional francesa, favorecida por la obtención de su primera victoria en una copa mundial de fútbol, muestra la importancia que tiene el reconocimiento público —y no la mera inclusión en la plantilla de jugadores— de

los aportes de las minorías tradicionalmente excluidas a los éxitos deportivos nacionales, reconocimiento que, desde luego, en ninguna circunstancia debería restringirse a ese ámbito⁶. Este cambio, producido aun en contra de la activa oposición en los sectores más conservadores de esa sociedad, como el movimiento político del líder nacionalista Le Pen, ha generado un conjunto de reacciones positivas no solo en el ámbito de las organizaciones internacionales dedicadas al fútbol, sino también entre organismos multilaterales que tienen como función trabajar en pro de la paz y del desarrollo social sin distinción de clase, raza, género, preferencia sexual, credo religioso, ideología política u otras formas de discriminación.

Por ejemplo, la Secretaría General de las Naciones Unidas ha manifestado públicamente su satisfacción por la contribución del seleccionado francés a la construcción de un mundo más tolerante y equitativo. Este reconocimiento ha facilitado, a la vez, la participación activa de la FIFA en los foros internacionales sobre esta problemática, como es el caso de la «Conferencia mundial contra el racismo, la xenofobia y otras formas de discriminación» (Sudáfrica, 2001). De igual manera, este clima internacional favorable ha estimulado el debate en torno del tema del racismo en el fútbol, el cual alcanzó su expresión más importante en la conferencia de la FIFA sobre racismo, realizada en Buenos Aires en 2001.

Veamos algunos ejemplos de cómo se manifiesta en América Latina el fenómeno de la multiculturalidad en el fútbol. En Argentina, según los estudios de Archetti (1999, 2001), la nacionalización del fútbol hacia principios del siglo xx habría dado lugar a la formación de un estilo propio, el cual fue concebido, sin embargo, como un resultado del proceso de hibridación cultural producido mediante el aporte de los inmigrantes italianos y españoles a la cultura argentina preexistente. Sin embargo, algunas denuncias sobre racismo y xenofobia en el fútbol argentino actual (cf. Ferreiro; Sartori/Sandler) hacen pensar que la apertura de la narrativa nacionalista originada en la primera mitad del siglo xx en relación con la población inmigrante estaría clausurada.

Al igual que en la Argentina, en Brasil el fútbol también se convirtió en una arena simbólica fundamental en el proceso de imaginación de la nación. Según una narrativa ya consagrada, la nacionalización de este juego habría estado estrechamente ligada al proceso de inserción y afirmación de los jugadores negros. Así, Mario Filho, el primer y ahora canónico autor de esa narrativa, destaca tres momentos de nacionalización de este deporte en el Brasil: a. la llegada

6. Un interesante comentario sobre los alcances de este cambio se encuentra en T. Crabbe, y puede resumirse en la siguiente cita: «El entusiasmo con que los franceses acogieron las victorias de su selección en el Mundial de 1998 y la Eurocopa 2000 está lejos de traducirse en las relaciones del día a día».



del fútbol inglés y su práctica por las elites, lo que implica a la vez una segregación de los negros y de los pobres; b. las luchas y resistencias de los negros por participar en el mundo del fútbol en la medida en que este deporte se populariza; c. el proceso de afirmación y ascensión del negro en el fútbol brasileño. En este proceso, el fútbol no solo se convertiría en el ejemplo por excelencia de la denominada «democracia racial», sino que también daría lugar a una forma o estilo propio brasileño: el *jogo bonito*. Según Soares, esta narrativa de la identidad brasileña en el fútbol habría derivado en una paradoja: creada sobre todo como una pedagogía antirracista, se habría convertido en un factor de encubrimiento de la persistencia del racismo en la sociedad brasileña contemporánea.

Casos donde la problemática de la multiculturalidad y la multirracidad emergen en épocas más recientes son los de Ecuador y Costa Rica. En el primero, la creciente incorporación de jugadores negros provenientes de lugares distantes a Quito y Guayaquil habría provocado, hace no mucho tiempo, reacciones racistas por parte de algunos sectores de la dirigencia, el periodismo y la afición, al punto que se habría pedido su exclusión de la selección nacional, con el argumento de que eran los responsables de los malos desempeños de la misma (Ramírez/Ramírez). En Costa Rica, por otra parte, también se ha producido una creciente incorporación de jugadores de origen afro a las selecciones nacionales que se hace explosiva en los últimos 19 años. En este caso, si bien no se registran manifestaciones públicas de racismo contra estos jugadores (aunque sí se dan en los estadios), por contraparte tampoco se ha producido un reconocimiento público del aporte que este grupo ha realizado al fútbol nacional (Villena 2002). Sin embargo, es previsible que los éxitos deportivos recientes, tanto de

Ecuador como de Costa Rica, ambos clasificados para el mundial de Corea y Japón 2002, faciliten la tematización de esta incorporación y, de esa forma, promuevan la reelaboración del imaginario nacionalista en torno del fútbol. El posicionamiento de la problemática de la multiculturalidad en las agendas nacionales e internacionales sería favorable a esta apertura.

DÉCIMO

En conclusión, pese a las crecientes muestras de nacionalismo exaltado que se exhiben en las competencias internacionales del fútbol, parece ser que la acelerada espectacularización y comercialización que marcan el proceso de globalización de este deporte ofrecen elementos que hacen prever un debilitamiento a mediano plazo de los vínculos entre el fútbol y el nacionalismo. Un aspecto positivo de estas tendencias es, sin embargo, la conversión del fútbol en una arena pública donde tematizar la problemática de la multiculturalidad y su necesaria consideración en las narrativas nacionalistas. Empero, en la medida en que la sociedad civil y la política están perdiendo su capacidad para controlar el fútbol y, como todo en esta desafortunada era neoliberal, ceden el lugar que han ocupado hasta ahora al mercado globalizado que segmenta las sociedades, erosiona las tradiciones y banaliza el patriotismo, parece ser que poco a poco las pasiones nacionalistas resultarán irrelevantes en el mundo del fútbol. Leído en esta clave, el mundial de clubes reciente parece ser una tímida bienvenida al tercer milenio como la era del fútbol posnacional. Sin embargo, el escaso interés que ha despertado ese evento entre la afición futbolera parece indicar que aún es prematuro cantar el *requiem* a las selecciones nacionales.

Bibliografía

- Anderson, Benedict: *Comunidades imaginadas*, FCE, México, 1996.
- Antezana, Luis: «Fútbol: espectáculo e identidad», ponencia presentada en el II Encuentro del Grupo de Trabajo sobre Deporte y Sociedad de Clacso, Quito, 2000.
- Archetti, Eduardo: *Masculinities. Football, Polo and Tango in Argentina*, Berg, Nueva York, 1999.
- Archetti, Eduardo: *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*, FCE, Buenos Aires, 2001.
- Augé, Marc: *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona, 1994.
- Bale, John: «La hinchada virtual: el futuro paisaje del fútbol» en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes*, www.efdeportes.com, 1999.
- Bayce, Rafael: «Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos. Preguntas generales y apuntes específicos en el caso del fútbol uruguayo», ponencia presentada en el II Encuentro del Grupo de Trabajo sobre Deporte y Sociedad de Clacso, Quito, 2000.
- Cohen, Jean L. y Andrew Arato: *Sociedad civil y teoría política*, FCE, México, 1999.
- Colovic, Ivan: «Nacionalismos en los estadios de Yugoslavia» en Santiago Seguro (ed.): *Fútbol y pasiones políticas*, Temas de debate, Barcelona, 1999.
- Crabbe, Tim: «Las mil caras del racismo en el fútbol» en *El Correo de la Unesco*, 2000.
- Croller, Liz, David Handy y Ralf Jutter: «Stereotypes in European Football» en *Soccer and Society* vol. 1 N° 2, verano de 2000.
- DaMatta, Roberto et al.: *Universo do futebol. Esporte e Sociedade Brasileira*, Pinakothèque, Río de Janeiro, 1983.
- Ferreiro, Pablo: «Ni la muerte nos va a separar, desde el cielo te voy a alentar: apuntes sobre identidad y fútbol en Jujuy (Argentina)», ponencia presentada en la II Reunión del Grupo de Trabajo sobre Deporte y Sociedad de Clacso, Quito, 2000.



- Frydenberg, Julio: «La crisis de la tradición y el modelo asociacionista en los clubes de fútbol argentinos» en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes*, www.efdeportes.com, 2001.
- Hare, Geoff: «Get your Kit on for the Lads: Adidas versus Nike, the other World Cup» en *Sociology of Sport on Line*, 1999.
- Jacques, M.: «Worshipping the Body at the Altar of Sport» en *The Observer*, 1997.
- Marks, John: «The French National Team and National Identity: 'Cette France d'un 'bleu métis'» en *Sport, Culture and Society* vol. 1 N° 2, 1998.
- Moran, Richie: «Racism in Football: A Victim's Perspective» en J. Garland, D. Malcom y M. Rowe (eds.): *The Future of Football. Challenges for the Twenty Century*, Franc Case, Gran Bretaña, 2000.
- Palomino, Héctor: «Los clubes de fútbol en Argentina: ¿asociaciones civiles o sociedades anónimas?», mimeo, s/f.
- Pele Sports: «Soccer as an Economic Sector. Current Situation and Outlook in Latin America and the Caribbean», BID, Washington, 2001.
- Ramírez, Frankin y Jacques Ramírez: «Como insulina al diabético: la selección de fútbol a la nación en el Ecuador de los años 90» en *Iconos* N° 12, Quito, 2001.
- Sartori, Hernán y Adrián Sandler: «¿Racismo en la cancha?» en *El Clarín*, Buenos Aires, 27/10/01.
- Schlesinger, Philip y Nancy Morris: «Comunicación e identidad en América Latina. Las fronteras culturales», CRIM / UNAM, Cuernavaca (www.crim.unam.mx), 1996.
- Soares, Antonio Jorge: «História e invenção de tradições no futebol brasileiro» en Pablo Alabarces (coord.): *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Grupo Deporte y Sociedad, Clacso, Buenos Aires, 2000.
- Villena, Sergio: «El fútbol como ritual nacionalista» en *Ecuador Debate* N° 43, 1998a.
- Villena, Sergio: «Con manos de tierra y corazón de león. Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense» en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes*, www.efdeportes.com, 1998b.
- Villena, Sergio: «El tercer milenio: ¿era del fútbol posnacional?» en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes*, www.efdeportes.com, 2000.
- Villena, Sergio: «La incorporación silenciosa: fútbol y multiculturalidad en Costa Rica», 2002, mimeo.
- Wahl, Alfred: *Historia del fútbol, del juego al deporte*, Claves / Biblioteca de bolsillo N° 5, Barcelona, 1997.