

---

## *Gol-balización, identidades nacionales y fútbol*

Sergio Villena Fiengo\*\*

**E**l fútbol, según lo señaló en 1997 el sociólogo inglés M. Jacques, podría considerarse 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. Si bien esta afirmación puede pecar de cierta exageración, parece evidente que una comprensión amplia de los procesos de globalización cultural en curso no puede dejar de mencionar al fútbol como uno de sus escenarios privilegiados. Sin embargo, en América Latina, pese a la importancia que este deporte espectáculo tiene en el uso del tiempo libre y, tal vez más en la constitución de vínculos comunitarios de diversa índole y alcance, aún no se ha prestado atención académica a las consecuencias que puede tener la globalización sobre la función social y cultural del fútbol. El propósito de este breve ensayo es contribuir a iniciar esa necesaria reflexión mediante la exploración de algunas articulaciones entre los procesos de globalización y el fútbol, particularmente en aquellas dimensiones que están impactando en el papel que este deporte-espectáculo ha tenido hasta ahora en la conformación/reforzamiento de identidades nacionales. Como el título lo advierte,

---

\* Este ensayo tiene dos versiones previas: "El tercer milenio: ¿era del fútbol postnacional?", en *Lecturas. Revista de Educación Física y Deportes*, <www.efdeportes.com> (febrero del 2000) y "Gol-balización y fútbol postnacional", en *Iconos*, Quito-Ecuador (abril del 2001). Esta nueva versión se ha beneficiado de los comentarios cálidos y con sentido del humor de los miembros del Grupo Interdisciplinario de la UBA, reunidos en Buenos Aires (julio del 2000), así como de los asistentes al II Encuentro del Grupo Deporte y Sociedad de CLACSO (Quito, diciembre del 2000).

\*\*Magister y Doctorando en Ciencias Sociales, FLACSO, Secretaría General, Costa Rica.

este ensayo tiene, antes que un carácter conclusivo, una intención programática que forma parte de un *work in progress*.

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 (de carácter experimental) orientadas a llevar hasta sus límites la potencia física humana, son un fenómeno propio de la modernidad, 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. Su difusión, tanto geográfica como social, gana ímpetu en los años ‘30, cuando se celebra el primer campeonato mundial y llega a su máxima expresión con el desarrollo de las tecnologías comunicativas audiovisuales, sobre todo con la televisión color por satélite y microondas. La más reciente incorporación de los Estados Unidos y los países del este asiático marcan 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.

A diferencia de otros fenómenos culturales de alcance global, como el rock por ejemplo, la difusión del fútbol ha estado hasta ahora estrechamente relacionada con otro fenómeno coetáneo: la difusión y exaltación de la forma moderna de comunidad política, esto es, la constitución de los estados-nación. Esta articulación se evidencia en la forma de organización que adquirió el fútbol: la FIFA, nacida en un período 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, entre las cuales los encuentros entre “representaciones nacionales” han tenido un papel central, al menos hasta ahora. Esas “selecciones nacionales” estaban, y aún están, conformadas exclusivamente por jugadores que tuvieran 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 hubiese cambiado de nacionalidad.

Con el transcurso de los años, el fútbol adquirió en muchos países –es el caso de los países de América Latina continental, con algunas excepciones, como Nicaragua– 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 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 jugado el fútbol en los trágicos conflictos que más recientemente han tenido como escenario a los Balcanes (Colovic, 1999). 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 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 a los espectáculos deportivos es un verdadero deber cívico, independientemente de si les gusta o no 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 del fútbol o, por el contrario, como un mecanismo de legitimación espuria de las acciones estatales.

Desde luego, este proceso de conversión del fútbol en “tradición nacional” no habría sido posible sin la conformación de un denso tejido discursivo en torno de esta práctica deportiva: como lo señala Antezana en este mismo libro, la forma de vivir en el fútbol es hablándolo, verbalizándolo, lo que hace del espectador también un importante actor –como el coro griego– en este espectáculo. Ahora bien, aunque la elaboración y circulación de discursos sobre el fútbol es tarea de todo aficionado, existen agentes privilegiados en su elaboración y difusión: los periodistas deportivos.

Como ha mostrado una serie de estudios en diversos países de América Latina, los periodistas deportivos, cuyo campo profesional también ha estado organizado siguiendo patrones nacionales, han actuado, a menudo, como verdaderos adalides del nacionalismo, haciendo público un discurso épico que fusiona los ideales caballerescos del amateurismo aristocrático con la retórica del sacrificio desinteresado por la patria, así como también elaborando narrativas acerca de cómo los rasgos culturales considerados el núcleo de la identidad nacional toman cuerpo en el “estilo nacional” de jugar al fútbol (ver, por ejemplo, Archetti, 1999, y Villena, 2000).

Así, gracias a la entusiasta –e interesada– labor de los medios de comunicación masiva, 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. La fusión de nacionalismo y fútbol en la industria massmediática, que tiene su reducto más importante en las copas mundiales de fútbol (en sus fases eliminatoria y final), permite que los medios aumenten su audiencia, los patrocinadores incrementen sus ventas y

los políticos capitalicen la ficción de la participación que embarga a todo “jugador nro. 12”, equivalente deportivo del “soldado desconocido”.

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 y territorialidades que se manifiestan en la conformación de nuevas identidades sub, trans y supraestatales, lo cual 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 breve 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 la hasta ahora exitosa articulación entre fútbol y nacionalismo 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. Esto significa que, como ocurre en otros ámbitos, la globalización no debe entenderse principalmente como una mayor difusión de esta práctica deportiva-espectáculo ni como una creciente articulación entre organizaciones ancladas nacionalmente (procesos que podrían denominarse más apropiadamente como “internacionalización” antes que como “globalización”), sino principalmente como un proceso de transformación y, más puntualmente, de transnacionalización de sus patrones de organización y, articulado 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 y Arato, 1999): el mercado, la política y la sociedad (o mundo de vida). La globalización del fútbol no sólo implica la transnacionalización de su campo, sino también, y de manera fundamental, que éste haya comenzado a separarse –institucionalmente– del campo político (articulación 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 le 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 industria cultural a cuyo ávido consumo somos incitados sin tregua por las sirenas de los medios de comunicación.

El impacto de la actual globalización en el fútbol-asociación de alto rendimiento se puede rastrear en la creciente generación de interdependencias que se evidencia no sólo en una creciente organización 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 del fútbol.

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 privatización de la organización, práctica y consumo del fútbol de alto rendimiento:

*La propiedad y administración.* El modelo de tipo “clubes”, en el que estos 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 (ver, para el caso argentino, Frydenberg, 2000 y Palomino, s.f.), así como una privatización del capital simbólico y económico que generaron los clubes. Por otra parte, existe una creciente racionalización gerencial, asociada a la emergencia de una tecnocracia internacional, la cual implica la pérdida del control administrativo de los equipos por parte de los aficionados y socios, transformados éstos en accionistas.

*La base territorial del asociacionismo 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 transnacionales, así como en la emergencia de ligas supranacionales y transnacionales, cuya más clara expresión sería el campeonato mundial de clubes cuya primera versión fue jugada en el año 2000 en Brasil.

*La técnico-estratégica.* 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 períodos de adaptación creativa al entorno ecológico y cultural. La ilusión romántica, 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, que 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 o la playa.

*La 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 resulta favorable a la conformación de equipos (clubes y hasta selecciones) de carácter multicultural, aspecto éste que también sería favorecido por la intensificación de los flujos migratorios internacionales y la integración supranacional, como ha quedado demostrado en Europa con el polémico “caso Bosman”.

*El consumo.* Existe una creciente mediatización del consumo cultural en el plano futbolístico. La misma está siendo favorecida por cuatro factores tendenciales: el desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación y la emergencia de una cultura mediática-postmoderna; la urgencia de controlar la violencia fuera de los campos de juego; 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 la transnacionalización de los clubes y los eventos deportivos.

*Los medios de comunicación.* Gracias al desarrollo tecnológico y a la transnacionalización 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 es cada vez menor. 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 al “nosotros esencial” de corte nacional. 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.

*El patrocinio.* Los equipos de hoy, sean clubes, empresas 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 a nivel global. En el marco de esta tensión entre intereses eco-

nómicos transnacionales e intereses económicos y políticos de carácter nacional se inscribe también la tensión creciente entre selecciones y clubes por préstamos de jugadores, la cual parece inclinarse –al menos en los países del sur– cada vez más por los segundos, debido a su gran poderío económico.

De las dimensiones señaladas anteriormente en lo que sigue de este ensayo me interesaría destacar dos: la de los medios de comunicación y la de las transformaciones territoriales, ambas estrechamente relacionadas con la articulación entre nacionalismo y fútbol.

Tal vez sea oportuno recordar, con Appadurai, que los medios de comunicación crean una densa red por la que circulan los productos culturales; forman diferentes *mediascapes* que tienen un papel importante en la construcción de nuestras subjetividades, demandas y expectativas; crean un tiempo y un espacio compartido, y cristalizan 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 cumplía un papel fundamental en la conformación de lo que Keane denomina una “macro” esfera pública, necesaria para la “imaginación” de comunidades nacionales anónimas (Anderson, 1996). 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 se generaron en los ‘80 y ‘90, marca la definitiva globalización del fútbol como espectáculo. Según datos de la propia FIFA, las finales de las copas del mundo que se celebran cada cuatro años constituyen el evento que mayor cantidad de teleespectadores convoca alrededor del planeta: en 1998 33,4 miles de millones de espectadores acumulados, que habitan en 196 países, vieron la fase final de la copa mundial, mientras que aproximadamente mil millones de espectadores “presenciaron” en tiempo real el encuentro por el campeonato protagonizado por Brasil y Francia, cifra espectacular sobre todo cuando es puesta en relación con la población total planetaria, que es aproximadamente de seis mil millones (InfoPlus, FIFA, 03/2000).

Ahora bien, más allá de estas espectaculares cifras, a los fines de este ensayo es necesario detenerse en las implicaciones que tiene esta creciente mediatización y transnacionalización de los espectáculos futbolísticos sobre los procesos de producción de identidades nacionales. Pese a la importancia que posee el consumo mediático de los eventos deportivos, la crónica deportiva (y en general, la producción de noticias) no ha sido considerada un género relevante por los estudiosos de las industrias y las políticas culturales, quienes han tendido a concentrarse en otros tales como la telenovela, los géneros literarios y la industria filmi-

ca. Esto aún cuando este género ocupa un lugar fundamental en la producción periodística prácticamente en todos los países de América Latina, donde la cobertura –transmisión y análisis– de eventos deportivos concentra gran parte de los esfuerzos de producción propia por parte de canales privados nacionales. De igual manera, debe destacarse que éste 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, ocupando el principal rubro en las transmisiones en tiempo real y vía satélite.

Sin embargo, un rasgo hasta ahora dominante en la transmisión de eventos deportivos internacionales era 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 receptor era recibida por televisoras locales que añadían una narración y estructuración nacionales a la programación antes de retransmitirlos a su audiencia cautiva mediante televisión abierta, fungiendo así el periodismo local como un verdadero interpretante de esos eventos (antes que como traductores, tarea propia del doblaje y el subtítulo). Esto ocurría incluso con los reportes escritos, los cuales eran reelaborados por los cronistas y editorialistas nacionales, como puede comprobarse hoy fácilmente 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* 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, una real política de identidad nacional desarrollada por los medios de comunicación. Tal vez por eso, entre los héroes de los aficionados a los deportes figuran no sólo jugadores excepcionales, sino también narradores y comentaristas deportivos destacados. Quizá por lo mismo es usual todavía ver en los estadios a aficionados escuchando la transmisión por radio del partido que están presenciando.

Lo anterior parece estar cambiando, debido al proceso de transformación de la industria de la comunicación originado en la innovación tecnológica, en la transformación de 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 paí-



ses, 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 pueda oponerse a ello. Es el caso de países como Ecuador, donde los derechos de transmisión de las eliminatorias al mundial 2002 han sido adquiridos por cadenas transnacionales y suprimidos de las televisoras públicas. Esto no sólo implica un cambio en la magnitud de la audiencia, la cual ahora se reduce a quienes pueden pagar por acceder a la misma, sino que también ha modificado los marcos de sentido en los cuales actuaban los procesos de elaboración de identidades, eliminando la mediación nacionalista en la interpretación de las imágenes.

Se produce así un doble efecto desnacionalizador: la señal audiovisual a la que accede un conjunto de teleespectadores que ya no puede equipararse potencialmente al “conjunto de la nación” ha perdido densidad ideológica nacionalista, la cual en algunos casos ha sido suplantada por interpretaciones “supranacionales” como la de “nosotros los latinos” y en otros simplemente ha dado lugar a narraciones y comentarios cuyo lenguaje se sitúa más en códigos técnicos que ideológicos. De esta forma, las necesidades de la propia industria cultural han modificado radicalmente las condiciones de producción y de recepción de las señales audiovisuales, así como una transformación en los marcos de sentido que hacen a las mediaciones que orientan su interpretación, produciendo un efecto globalizador 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, está difuminando la codificación nacionalista de la información. Pero la tendencia pareciera indicar que no sólo se está eliminando la codificación nacionalista mediática sino que se está transformando el mismo patrón territorial de organización de la competencia a 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: clubes como el Barcelona o el Ajax, por citar algunos, no sólo alínean jugadores de los más diversos orígenes geográficos, sino que cuentan entre sus más asiduos seguidores –en general 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” (como antes ocurrió con el desplazamiento de las lealtades parroquiales por las nacionales) el primordialismo que ha pautado hasta ahora las adhesiones y lealtades futbolísticas será cosa del pasado. Tomando las categorías que desarrolla Antezana en este mismo libro, podemos decir que el futuro será más de las identidades *tifosi* que de 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 la desterritorialización. Como está ocurriendo en otros ámbitos de la vida alcanzados por la “alta modernidad”, este proceso también parece estar afectando al fútbol, como lo han destacado algunos geógrafos. Por ejemplo, John Bale (1997), interesado por 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 records 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 que más controversias ha generado en el marco de los organismos que se ocupan de normar los encuentros de fútbol internacionales 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 m/snm, situación en que se encuentran las ciudades de La Paz, Quito y Bogotá.

Estas demandas para 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 que ingresa un equipo multinacional en el que alinea el “diablo” Etcheverry), en el futuro el paisaje sería separado del fútbol y los estadios se convertirían en “no lugares” similares a los restaurantes Mc Donald’s: todos iguales y sin ninguna referencia a su medio ambiente natural o cultural. En estos estadios, por cierto, los espectadores estarían “fuera”. En el extremo, señala Bale citando a Baudrillard, los partidos de fútbol en la era postmoderna serían fenómenos exclusivamente televisivos, es decir, eventos reales que sólo podrían ser experimentados por medio de las pantallas.

En el extremo serían estadios virtuales tal como los que desarrollaron los organizadores del mundial 2002 realizado en Japón y Corea del Sur. Un factor adicional favorable a esta “no lugarización” paulatina del fútbol tendría que ver con la necesidad de controlar la creciente y difundida violencia en los estadios y sus inmediaciones. Llevando este razonamiento hacia la ficción, se podría imaginar –como lo sugirió Roberto Di Gianni– un escenario futuro en el que se organicen partidos clandestinos de fútbol a los que los aficionados puedan asistir en “vivo y directo” (o, como narra Borges, se transmitan partidos que nunca se jugaron). A quienes en este momento esbozan una sonrisa irónica de escepticismo, tal vez sea oportuno recordarles lo que ha ocurrido en muchos países con una diversión muy popular en el mundo hispano colonial: la riña de gallos.

Otro factor de desterritorialización del fútbol es la profesionalización del oficio de jugador, proceso que viene acompañado de la introducción creciente de

principios racionales para mejorar el rendimiento de los jugadores y los equipos, lo que hace que éstos sean cada vez menos producto de condiciones y saberes locales específicos, en mucho idealizados hasta ahora en los discursos que rondan el populismo aderezado con romanticismo telúrico y que han buscado explicar la conformación de ciertos estilos futbolísticos acudiendo con entusiasmo a factores ambientales como “el potrero” (Argentina) o “las playas” (Brasil). Por el contrario, los jugadores se convierten en crecientes productos relativamente estandarizados de escuelas y gimnasios, tendencia que ya se puede verificar 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 (en lo técnico), así como modalidades específicas de ocupación individual y colectiva tanto del espacio (normas proxémicas) como del tiempo (ritmo y táctica). El estilo argentino, por ejemplo, se parecería al brasilero en lo de los pases cortos, pero se diferenciaría del mismo porque la manera de dominar la bola consiste en pisarla y no, como en Brasil, en mantenerla en el aire. Pero un estilo nacional no se limita a habilidades técnicas y tácticas, sino que también implica la adquisición de determinados valores morales (éticos). 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 Europa (sobre Argentina, ver Archetti, 1999; sobre Costa Rica, Villena, 1998).

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*. En el campo técnico esto implica la constitución de verdaderos equipos científicos de entrenamiento, que desplazan a los tradicionales entrenadores, valorados más por su capacidad motivadora e inspiradora que por su capacidad estratégica. Aludiendo a la polémica que se generó en el fútbol argentino hace unos años, podría decirse que el futuro parece ser más favorable a las propuestas de Bilardo que a las de Menotti, es decir, la búsqueda de eficiencia propia del deporte de alto rendimiento se impondría sobre el mantenimiento de la tradición y la dimensión lúdica del deporte. Una confesión: espero que esto no sea así y que lo lúdico siempre prevalezca sobre la eficiencia.

Ese proceso de profesionalización está asociado a la constitución de un mercado mundial de “piernas”, tal vez uno de los pocos segmentos del mercado laboral donde realmente se ha impuesto la libre movilidad internacional de la fuer-

---

za de trabajo. Este mercado 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 distintas partes del mundo. Así, a manera de hipótesis, podría señalarse que la creciente rotación de jugadores y cuerpos técnicos a lo largo y ancho del planeta parece estar conduciendo a que los diferentes estilos futbolísticos nacionales se deslocalicen y en última instancia se difuminen: hoy hasta los alemanes mueven la cintura y se aventuran al *dribbling*. Desde esta perspectiva, en el futuro cercano carecerá de todo sentido hablar de “fútbol nacional”, como ya ocurre con la “industria nacional”: como los electrodomésticos de hoy, los equipos serán –algunos ya lo son– ensamblados de partes producidas en cualquier lugar, de acuerdo con las fluctuaciones bursátiles. Este proceso podría alcanzar incluso a algunas selecciones, como parece anunciar la francesa, verdadero ícono de la multiculturalidad.

En un contexto como éste, los jugadores que tengan interés en lograr el éxito deben preocuparse más por su capacidad de vender su imagen que por fortalecer su “espíritu de sacrificio” o por mantener la “tradicionalidad nacional”, requisitos ambos necesarios para “representar” con idoneidad a un país, para no hablar de la dimensión lúdico-estética del juego. Tal vez por eso es cada vez más usual, en el mundo futbolísticamente subdesarrollado, referirse a los campeonatos internacionales subrayando su carácter de escaparates para que los seleccionados se exhiban ante los cazadores de talentos. Para la afición nacional de estos países, poco a poco y con las excepciones canónicas, la posibilidad de figurar como naciones en el paisaje futbolístico pasa más por el fichaje de algunos jugadores nacionales destacados en clubes europeos que por una actuación memorable de sus selecciones. Esto significa que no sólo se pierde el carácter colectivo de la representación (y hasta la representación, en último término), uno de los factores que parecían explicar la profunda adhesión que despertaban las selecciones nacionales, sino que también se difumina la ficción de participación y de incidencia que tenía el aficionado cuando se trataba de las selecciones, para no hablar de lo que ocurre con los privatizados clubes. En el fútbol de hoy no sólo han sido desplazados los otrora legendarios número 10, sino que tampoco parece haber ya lugar para el jugador número 12, a menos que sea como consumidor de productos de la industria cultural futbolera: banderines, camisetas y cánticos, objetos que de ser símbolos comunitarios se han convertido en altamente rentables “marcas corporativas”.

De esta forma, la política está perdiendo su capacidad para colonizar al fútbol y, como todo en la era neoliberal, cede su lugar al mercado globalizado. Como consecuencia, y pese a que pasará mucho tiempo antes de que los periodistas deportivos, jugadores, entrenadores, dirigentes, hinchas y detractores se liberen de una lógica clasificatoria concebida para tipificar a los seres humanos enfatizando su nacionalidad, parece ser que poco a poco ésta resultará irrelevante 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 postnacional”. Sin embargo, el escaso interés que ha despertado ese evento parece indicar que aún es prematuro cantar el réquiem a las selecciones nacionales. En uno u otro caso, las interferencias de la política y/o del mercado parecen dejar poco espacio para los amantes del fútbol como arte y como juego.

## **Bibliografía**

- Alabarces, Pablo (coord.) 2000 *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).
- Anderson, Benedict 1996 *Comunidades imaginadas* (México: Fondo de Cultura Económica).
- Antezana, Luis 2003 “Fútbol: espectáculo e identidad”, en Alabarces Pablo (coord.) 2003 *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).
- Archetti, Eduardo 1999 *Masculinities. Football, Polo and Tango in Argentina* (New York: Berg).
- Augé, Marc 1994 *Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad* (Barcelona: Gedisa).
- Augé, Marc 1999 “¿Un deporte o un ritual?”, en Seguro, Santiago (ed.) *Fútbol y pasiones políticas* (Barcelona: Temas de Debate).
- Bale, John 1997 “La hinchada virtual: el futuro paisaje del fútbol”, en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes* <www.efdeportes.com>.
- Beck, Ulrich 1998 *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona: Paidós).
- Cohen, Jean L. y Andrew Arato 1999 *Sociedad civil y teoría política* (México: Fondo de Cultura Económica).
- Colovic, Ivan 1999 “Nacionalismos en los estadios de Yugoslavia”, en Seguro, Santiago (ed.) *Fútbol y pasiones políticas* (Barcelona: Temas de Debate).
- Frydenberg, Julio 2001 “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>.
- Hare, Geoff 1999 “‘Get your kit on for the lads’: Adidas versus Nike, the other World Cup”, en *Sociology of Sport on Line* (London).
- Jacques, M. 1997 “Worshipping the body at the altar of sport”, en *The Observer* (London) 13 de Julio.
- Mattelart, Armand 1996 *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y las estrategias* (México: Siglo XXI).
- Palomino, Héctor s/f *Los clubes de fútbol en Argentina: ¿asociaciones civiles o sociedades anónimas?* (Buenos Aires) Mimeo.
- Villena, Sergio 1998[a] “El fútbol como ritual nacionalista”, en *Ecuador Debate* (Quito) N° 43.

Villena, Sergio 1998[b] “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> Febrero.

Villena, Sergio 2000 “El tercer milenio: ¿era del fútbol postnacional?”, en *Lecturas: Revista de Educación Física y Deportes* <www.efdeportes.com> Febrero.

Wahl, Alfred 1997 *Historia del fútbol, del juego al deporte* (Barcelona: Claves) Biblioteca de Bolsillo N° 5.

## Publicaciones de CLACSO

- **Ayerbe**  
*O Ocidente e o “Resto”*  
*A América Latina e o Caribe na cultura do Império*
- **Mollis**  
*Las universidades en América Latina: ¿reformadas o alteradas?*  
*La cosmética del poder financiero*
- **Gadotti, Gómez y Freire**  
*Lecciones de Paulo Freire*  
*Cruzando fronteras: experiencias que se completan*
- **Briceño-León**  
*Violencia, sociedad y justicia en América Latina*
- **Levy**  
*Crisis y conflicto en el capitalismo latinoamericano: lecturas políticas*
- **Schorr, Castellani, Duarte y Debrott Sánchez**  
*Más allá del pensamiento único*  
*Hacia una renovación de las ideas económicas en América Latina y el Caribe*
- **Singer**  
*Izquierda y derecha en el electorado brasileño:*  
*la identificación ideológica en las disputas presidenciales de 1989 y 1994*
- **López Maya**  
*Protesta y cultura en Venezuela: los marcos de acción colectiva en 1999*
- **Mato**  
*Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*
- **Boron**  
*Imperio & Imperialismo*  
*Una lectura crítica de Michael Hardt y Antonio Negri*
- **Boron y de Vita**  
*Teoría y filosofía política*  
*La recuperación de los clásicos en el debate latinoamericano*
- **Alimonda**  
*Ecología política*  
*Naturaleza, sociedad y utopía*
- **Gambina**  
*La globalización económico-financiera*  
*Su impacto en América Latina*



- **Ceceña y Sader**  
*La guerra infinita*  
*Hegemonía y terror mundial*
- **Ivo**  
*Metamorfoses da questão democrática*  
*Governabilidad e pobreza*
- **de la Garza Toledo y Neffa**  
*El futuro del trabajo. El trabajo del futuro*
- **de la Garza Toledo**  
*Los sindicatos frente a los procesos de transición política*
- **Barrig**  
*El mundo al revés: imágenes de la mujer indígena*
- **Torres**  
*Paulo Freire y la agenda de la educación latinoamericana en el siglo XXI*
- **Lanzaro**  
*Tipos de presidencialismo y coaliciones políticas en América Latina*
- **Mato**  
*Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2*
- **Mato**  
*Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*
- **de Sierra**  
*Los rostros del Mercosur*  
*El difícil camino de lo comercial a lo societal*
- **Seoane y Taddei**  
*Resistencias mundiales*  
*De Seattle a Porto Alegre*
- **Sader**  
*El ajuste estructural en América Latina*  
*Costos sociales y alternativas*
- **Ziccardi**  
*Pobreza, desigualdad social y ciudadanía*  
*Los límites de las políticas sociales en América Latina*

- **Midaglia**  
*Alternativas de protección a la infancia carenciada*  
*La peculiar convivencia de lo público y privado en el Uruguay*
- **Giarraca**  
*¿Una nueva ruralidad en América Latina?*
- **Boron**  
*Teoría y filosofía política*  
*La tradición clásica y las nuevas fronteras*
- **Boron**  
*Tras el búho de Minerva*  
*Mercado contra democracia en el capitalismo de fin de siglo*
- **Balardini**  
*La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*
- **Boron**  
*La filosofía política clásica*  
*De la antigüedad al renacimiento*
- **Boron**  
*La filosofía política moderna*  
*De Hobbes a Marx*
- **Várnagy**  
*Fortuna y virtud en la república democrática*  
*Ensayos sobre Maquiavelo*
- **Torres Ribeiro**  
*Repensando la experiencia urbana en América Latina:*  
*cuestiones, conceptos y valores*
- **Gentili y Frigotto**  
*La ciudadanía negada*  
*Políticas de exclusión en la educación y el trabajo*
- **de la Garza**  
*Reestructuración productiva, mercado de trabajo y sindicatos en América Latina*
- **Alabarces**  
*Peligro de gol*  
*Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*
- **Lander**  
*La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*  
*Perspectivas latinoamericanas*

- **Boron, Gambina y Minsburg**  
*Tiempos violentos*  
*Neoliberalismo, globalización y desigualdad en América Latina*
- **Strasser**  
*Democracia & desigualdad*  
*Sobre la “democracia real” a fines del siglo XX*
- **Feijoó**  
*Mujer y sociedad en América Latina*
- **Feijoó**  
*Tiempo y espacio: las luchas sociales de las mujeres latinoamericanas*
- **Rivera**  
*Voces femeninas y construcción de identidad*
- **Rivera**  
*Mujer, trabajo y ciudadanía*
- **Observatorio Social de América Latina / OSAL**  
*Revista sobre conflictos sociales en América Latina*  
*Último ejemplar publicado: N° 9 - Enero 2003*

Este libro se terminó de imprimir en el  
taller de Gráficas y Servicios S.R.L.  
Santa María del Buen Aire 347,  
en el mes de abril de 2003.  
Primera impresión, 1.500 ejemplares

**Impreso en Argentina**