

Mundial de Futbol

Brasil 2014

Transversalidades y conocimientos
múltiples sobre el mega-evento global.

— Segunda parte —

Mundial de Futbol

Brasil 2014

Transversalidades y conocimientos
múltiples sobre el mega-evento global.

— Segunda parte —

Miguel Ángel Lara Hidalgo
y Ciria Margarita Salazar C.
Compiladores



PUERTABIERTA
EDITORES

D.R. © Primera edición, mayo de 2015

Miguel Ángel Lara Hidalgo
Ciria Margarita Salazar C.

Puertabierta, Editores, S. A. de C. V.

Ma. del Refugio Morales No. 583, Col. El Porvenir, Colima, Col., México
www.puertabierta.com.mx

ISBN: ???

Diseño: Pablo César Oliva Brizuela
Impreso en México

Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del Copyright, la reproducción total y/o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento.

Los autores agradecen la génesis de la idea y la importante contribución ideológica de sus académicos y especialistas a la Universidad de Colima, Red de Investigadores sobre deporte, cultura física, ocio y recreación AC y Instituto de Altos Estudios Sobre Deporte, Cultura y Sociedad (INDECUS A.C.).

Con su impulso es posible tener la compilación *“BRASIL 2014 Transversalidades y conocimientos múltiples sobre el Mega-evento Global. Tomo II”* que nos permite visibilizar la diversidad de escenarios de un evento mundial que registra más allá de una panorámica deportiva.



INDECUS
Instituto de Altos Estudios sobre Deporte Cultura y Sociedad, A.C.



**RED DE
INVESTIGADORES**
SOBRE DEPORTE, CULTURA
FÍSICA, OCIO Y RECREACIÓN

Introducción

Ningún deporte fue creado para encarnar el pensamiento multilateral como el fútbol. Desgarrado entre la nostalgia prístina y el anhelo de un futuro perfecto, el fútbol ha oscilado entre el aislacionismo de ser un deporte limpio de toda publicidad, encarnado en el juego limpio y civilizatorio; y el compromiso de encarar el siglo XXI con nuevas formas de comercialización sin límites que lo llevan a pensar multifuncionalmente, haciéndolo el más global de todos los deportes. El fútbol entró en la arena política mundial durante la segunda década del siglo XX convencido de lo justo de sus ideales. La política le dio al fútbol una idea, la diplomacia lo moldeó y la comercialización lo hizo adulto. Este desarrollo cronológico da cuenta de cómo este deporte permite formulaciones que ningún otro deporte en la historia se permite, es decir, entender al mundo a partir de sí mismo y de su esfera de pensamiento. Accede sin reservas a procesos democráticos, totalitarios, dictatoriales, se piensa desde el capitalismo, desde el socialismo, desde el psicoanálisis, desde la antropología y da pie a nuevas construcciones civilizatorias y de pensamiento crítico cuya base académica la encontramos en los escritos de Jesús Galindo, Andrés Fábregas, Roger Magazine, Samuel Martínez y Pablo Alabarcés.

El fútbol se basa en el equilibrio de poder, en la autodeterminación étnica, su seguridad depende mucho de la colectividad global que hoy ha logrado con base en delinear sus estatutos y adaptarlos al mundo moderno. Se ha desgarrado así mismo en regirse por *acuerdos abiertos*, aunque en la práctica los acuerdos son más cerrados que una reunión al más puro estilo de las que dirigía el Cardenal Richelieu en la *raison d'état*. Ha pasado por dos Guerras mundiales, una guerra fría, depresiones económicas y hoy sobrevive, pero sobre todo, vive, incólume a todos los problemas que ha encarnado la humanidad en los tres siglos que lleva de vida. Todos los conceptos de poder que se conocen actual-

mente han sido absorbidos por el fútbol, ha aprendido de ellos y los ha aplicado en todos los países del orbe, volviéndose una entidad supranacional que rige al mundo como se le pega la gana. Hoy ese poder es objeto de estudio desde muchos ángulos y las Ciencias Sociales no han sido ajenas a todo lo que el fútbol superpone hoy día. Las estructuras monumentales que este deporte ha levantado a través de los mundiales de fútbol, en términos urbanos, políticos, sociales y económicos, han sido objeto directo de múltiples reflexiones donde muchos académicos y pensadores han puesto su atención.

El fútbol es un deporte que motiva y activa la mente, este segundo tomo del libro colectivo: *“BRASIL 2014 Transversalidades y conocimientos múltiples sobre el Mega-evento Global”*, encontramos textos seductores como el de Claudia Benassini, quien desde una mirada antropológica, analiza periodísticamente los textos y meta textos sobre Miguel Herrera. La mirada que desde el arte nos comparte la maestra Johana Ángel sobre la perspectiva colombiana, que se vuelve protagónica en este libro ya que hay cinco autores entre los que destacan Guillermo Montoya, que también escudriña desde una perspectiva socio-mediática, el actuar de la selección de su país en el Mundial que pasó. Marco Núñez Durán se mete de lleno en el análisis mercadológico y de negocio de un fenómeno histórico en un momento particular: la tortuosa calificación de la selección mexicana de fútbol al torneo de la Copa del Mundo de la FIFA 2014. El texto íntima con los procesos de negocio que se convirtieron en una cinta terrorífica de sucesos que por poco deja fuera al TRI de la máxima justa mundialista, y que casi tumba un negocio de millones de dólares y largas gestiones deportivas.

El progreso de pensamiento académico logrado entre el primero y este segundo tomo, es un dialogo inteligente que hace que el fútbol se vuelva un seductor inteligente cuyo pensamiento puede y debe ser compartido por muchos lectores que se atrevan a ir más allá de los medios de comunicación y miren a este deporte llevados por la verdad de la ciencia, junto a mentes privilegiadas que piensan de otra manera el deporte de deportes.

Ciria Salazar y Miguel Ángel Lara

Comenzar a modificar la historia. La imagen del ‘Piojo’ Herrera en tres periódicos.

Claudia Benassini Félix¹

claudia.benassini@ulsa.mx

Para Priscila y Carlos por sus asesorías futboleras

Introducción

¡Por fin!

A sí encabezó *El Universal* la nota firmada por Daniel Blumrosen Juárez desde Wellington, Nueva Zelanda en su edición del miércoles 20 de noviembre de 2013. Después de un tortuoso recorrido que inició en el Estadio Azteca el 6 de febrero del año pasado frente a Jamaica, la Selección Mexicana logró su calificación al Mundial de 2014 en Brasil. Una noche antes, el martes 19, con tres goles de Oribe Peralta, el Tri remataba a los kiwis de Nueva Zelanda en el estadio Westpac, dando así por terminado el repechaje iniciado semanas antes en el Estadio Azteca. Marcador final: 9-3. Y con este logro, el técnico Miguel Herrera cumplía su promesa de llevar a la Selección a la fiesta mundialista. El camino de los técnicos no había sido menos tortuoso: a José Manuel de la Torre le siguieron Luis Fernando Tena, Víctor Manuel Vucetich y Miguel Herrera. 2-1 de Panamá sobre Estados Unidos pone al a selección en el repechaje.

Apenas un mes antes, el viernes 17 de octubre, Televisa había cedido a Herrera –director técnico del América, entonces campeón de

.....
¹ Profesora Investigadora, Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación, Universidad La Salle, Ciudad de México (claudia.benassini@ulsa.mx)

la Liguilla BancomerMX- en préstamo para los juegos contra Nueva Zelanda. Así lo narraron a los lectores de *El Universal* Edgar Luna y Héctor A. Morales:

Es sólo un préstamo; es sólo un favor. Miguel Herrera es el nuevo técnico de la Selección Mexicana para los juegos de repechaje ante Nueva Zelanda en noviembre. Un favor, un préstamo por el que Herrera cobrará lo mismo que recibe en las Águilas por un mes de trabajo, 150 mil dólares, que ascenderían a 200 mil si logra la calificación a la Copa del Mundo. Son 200 mil dólares por 180 minutos sin contar si el juego se va a tiempos extra o penaltis. Esto se traduce a que EL Piojo, por el favor que hace a la FMF, cobraría alrededor de 111.11 dólares por minuto, que convertido a moneda nacional da un valor de 14 mil 444 pesos por cada 60 segundos dirigidos, para un total de 2.6 millones en la divisa mexicana.

Finalmente, el martes 2 de diciembre de 2013 los directivos de la FMF acordaron ratificar a Herrera y a su equipo al frente de la Selección Nacional. Pero entre febrero y noviembre la preocupación de no asistir a la Copa del Mundo fue más de índole económica. Luis Ramón Carazo, experto en el tema señaló en su momento (en Húguez, Dávila y Zúñiga, 2014:230):

Si México no hubiera llegado a Brasil 2014, el impacto económico iba a ser de mil millones de dólares; fueron proyecciones que realicé y que vale la pena ampliar ahora. Los 250 o 300 millones de dólares de patrocinios le representan a las compañías, que compran espacios en la selección, cuatro veces su inversión. Es decir, mil millones de dólares ya estaban asegurados por mero impacto publicitario. Los que invierten en la Selección se les cuadruplican sus ingresos, por eso invierten; además, significaban pérdidas también para las televisoras, y no sólo para las que tienen derechos televisivos. Si México no clasificaba, parte de la afición se hubiera reprimido de ver

el futbol. Me pregunto ¿quién iba a querer ver FOX Sports, ESPN, Televisa o TV Azteca sin el Tri en tierras brasileñas? Muy pocos.

¿Dónde estaba el aficionado en ese momento? Posiblemente pasando de la depresión, porque su equipo podría no asistir al Mundial, a un escepticismo que gradualmente se transformó en optimismo. Conforme México avanzó en busca de un cuarto y un quinto partido, la Selección —con mayúscula la escriben muchos— mejoró gradualmente su imagen ante la opinión pública y la afición. Sin duda, al menos una parte de este cambio fue obra de Miguel ‘el Pijo’ Herrera, cuya imagen se fue acrecentando en los medios de comunicación. Lo que sigue es un primer acercamiento al tratamiento informativo del técnico mexicano en tres periódicos.

Metodología:

Para lograr este objetivo, el método de análisis seleccionado fue el del framing o encuadre. De acuerdo con Orlando d’Adamo et.al. (2009:136) es un proceso de selección realizado por los medios sobre ciertos aspectos de un tema,

...que son presentados como más importantes y que, por tanto, enfatizan causas particulares de los fenómenos. Las coberturas periodísticas se realizan desde ciertos ángulos y emplean determinadas justificaciones, lo cual suele dar lugar a evaluaciones positivas o negativas de los fenómenos. (...) Para Entman, enmarcar es seleccionar sólo algunos de los aspectos de una realidad percibida y volverlos más relevantes en el texto que se comunica, promoviendo así una definición particular de un problema, junto con su interpretación causal, su evaluación moral o la recomendación de cómo debe ser tratado. Los marcos definen problemas —determinan su agente causal, así como costos y beneficios—, diagnostican las causas —identifican las fuerzas que crean el problema—, realizan juicios morales —evalúan los agentes causales y sus efectos— y sugieren “remedios”

—ofrecen y justifican tratamientos para el problema-, al tiempo que predicen sus efectos probables.

En suma, el *framing* o *encuadre* pretende mostrar la perspectiva desde la que es narrado el acontecimiento. Lo interesante de la metodología es que, a diferencia de otras, incorpora al periodista en su análisis. De acuerdo con Teresa Sádaba (2008:14)

Los teóricos del framing plantean que, lejos del preconizado objetivismo informativo, el periodista cuenta los acontecimientos con un enfoque particular. Al analizar este enfoque, los estudios consideran las posibles influencias personales y profesionales con las que el periodista aborda la tarea de elaborar un mensaje informativo. Tanto el periodista como individuo con unas características concretas, como el periodista en cuanto profesional que trabaja con unas rutinas y una determinada organización, hacen que los hechos adquieran encuadres diferentes en los distintos medios. Así, basados en esta teoría, se realizan análisis comparativos de varios medios de comunicación sobre la cobertura de un mismo acontecimiento.

Un último elemento que motivó la selección de esta metodología se refiere a su énfasis en los llamados *eventos clave*: el fútbol —y la Copa del Mundo— es sin duda uno de ellos. Nuevamente Sádaba (2008:98-99).

Los key events funcionan como prototipos de cobertura al poseer un esquema informativo establecido y consiguen que hechos similares tengan más probabilidad de seleccionarse que otros. Cuando un hecho adquiere relevancia y por tanto, atrae una mayor cobertura, se convierte en key event, hecho clave, porque genera esquemas periodísticos propios y prioritarios. Por ejemplo, un mitin electoral es un key event de la campaña, con unos personajes y argumento que adopta unas formas propias de cobertura: declaraciones del candidato en el titular, datos de asistencia en el lead, etc. Este key event reorganiza la fórmula de cobertura de los siguientes “sucesos” que tengan

sus mismas cualidades. El lector adopta así unas pautas, un “esquema” para la recepción de esa información.

En suma, la metodología del *framing* permitirá un acercamiento a las distintas maneras en que los periódicos construyeron la imagen del ‘Piojo’ Herrera. Cabe añadir que los autores citados atribuyen a la propuesta la posibilidad de implementarse en distintos medios de comunicación impresos y audiovisuales, así como a diferentes asuntos². El corpus seleccionado fue analizado de acuerdo a los siguientes criterios, en el entendido de que en algunos momentos fue necesario hacer reajustes a la propuesta original:

1. Titulares: características y función dentro de la nota.
2. Tratamiento del personaje
3. Encuadres privilegiados por los periódicos seleccionados

El Corpus:

Antes de continuar con el trabajo, es necesario hacer hincapié en dos asuntos. Primero, que la implementación del método tiene un carácter exploratorio³. Segundo, que a las contribuciones de este trabajo podrá añadirse las de otros medios, siempre y cuando haya posibilidades de comparación entre sí⁴. Los resultados que se presentan en este avance son producto de una muestra en tres periódicos que comprende entre el 31 de mayo y el 1º de julio: los nacionales *Cancha* y *El Universal* y el periódico digital *Marca*. Los tres fueron seleccionados por sus características⁵. El corpus se integró por 108 ítems informativos⁶ que se distribuyen de acuerdo a la tabla 1:

.....
² Teresa Sádaba ilustra su trabajo con el tratamiento informativo sobre asuntos de terrorismo en diversos periódicos españoles.

³ La propuesta metodológica implementada en este análisis pretende aplicarse a otros asuntos y a otro tipo de corpus. De su puesta en práctica en esta ocasión dependerán las sucesivas decisiones al respecto.

⁴ Medios impresos y digitales con similar estructura; medios audiovisuales y digitales con similar estructura.

⁵ Rápido motivos para la selección.

⁶ Los ítems se seleccionaron por el tratamiento que hicieron de Herrera, tanto en los titulares como en el cuerpo informativo.

Marca	25
Cancha	60
Universal	23
Total	108

Tabla 1.- Síntesis del corpus seleccionado para el análisis informativo.

Resultados:

Sobre los titulares:

De los 180 ítems recopilados únicamente 48 (26.66%) incluye a Herrera en sus titulares, ya sea por su nombre, sus acciones en los partidos o sus dichos a los medios. La tabla 2 muestra la distribución de los 48 titulares entre los tres periódicos:

Marca	15
Universal	12
Cancha	21
Total	48

Tabla 2.- Distribución de los titulares que mencionan al 'Piojo' entre los tres periódicos.

De la tabla 1 se desprende que más del 75% del corpus corresponde a *Cancha*. Se trata de una tendencia característica del periódico *Reforma*, que no necesariamente se traduce en mayor calidad informativa. No obstante, la tabla 2 muestra que, proporcionalmente, *Marca* es el periódico que más titulares incluye con la mención del 'Piojo' en las acepciones arriba citadas⁷. En este contexto, Sádaba (2008:98) y se destaca dos tipos de titulares el *informativo* y el *dramático*⁸. Tomando en cuenta las características de ambos caben las siguientes observaciones:

- De los 48 titulares, únicamente diez –el 20.8%– tienen carácter informativo y se encuentran distribuidos de manera uniforme en los tres periódicos⁹. En *Cancha* son menos frecuentes sobre

⁷ 60% del total de titulares de *Marca*; 52.7% de *El Universal* y 35% de *Cancha*.

⁸ Según la autora el primero se caracteriza por su redacción fáctica, estructurada en un enunciado de sujeto y predicado. El dramático se salta la redacción clásica de las tres 'c' (clara, concisa, correcta), con omisiones de elementos sintácticos, exclamaciones e interrogaciones.

⁹ Cuatro en *Marca* (*México no sólo es Ochoa, Herrera no da pistas sobre el sustituto de Vázquez; Herrera no olvida a los árbitros; Miguel Herrera quiere escribir un libro del Mundial*); tres en *El Universal* (*'Piojo' defiende grito mexicano; Miguel Herrera olvida festejos y retoma*

todo si tomamos en cuenta el número de ítems que aporta al análisis. Los otros 38 son dramáticos y su peso, ahora sí, recae en *Cancha*, que aporta el 50% de los ítems¹⁰.

- Por lo que se refiere a *Marca*, doce de sus quince titulares se refieren directamente a “Herrera” (o Miguel Herrera); cinco de los doce de *El Universal* y cinco de los 21 de *Reforma* están en la misma situación. Los dos periódicos mexicanos se refieren al técnico más como ‘Piojo’ que por su nombre.
- Ocho de los once titulares dramáticos de *Marca* incluyen una frase de Herrera entrecomillada, la mayoría de las veces acompañada de su nombre¹¹. Cuatro de los nueve de *El Universal*¹² están en la misma situación, igual que tres en *Cancha*¹³. Los titulares restantes parecen jugar un papel similar al de las frases: **recuperar y/o encerrar en pocas palabras la declaración o el dato que da sentido tanto a la nota contextualizada en la jornada del día**¹⁴.

La presentación del personaje.

Dos variantes estuvieron presentes en los ítems seleccionados, aunque **cabe destacar que en los 108 ítems Herrera es el centro del relato**. Primera, el reportero entra de lleno a Herrera; segunda, lo introduce a través de las fuentes consultadas, con énfasis en los jugadores. En los dos casos el objetivo es muy claro: fijar la atención del lector en el protagonista. La información se clasificó en cuatro rubros: a) El Director técnico en el Mundial Brasil 2014; b) Sus declaraciones; c) El culto al ‘Piojo’; d) Después del juego con Holanda¹⁵. Para mayor detalle en el

ideas; Conforme sólo con siete juegos) tres en *Cancha* (Destaca entrega y coraje; Respeta al rival; Espera festejos).

¹⁰ Once en *Marca*; nueve en *El Universal*; 18 en *Cancha*.

¹¹ Herrera: ‘Estamos para jugar de tú a tú con cualquiera’; Herrera: es uno de los días más felices de mi vida’; Miguel Herrera: ‘Vamos a ganar a Holanda’; Herrera: ‘Vamos a hacer historia’; Herrera: ‘Espero que Proeca se vuelva a casa como nosotros’-

¹² “Triunfar es vital”; “El balón no se lo vamos a prestar”; “Regresamos tristes”

¹³ ‘El más importante’; ‘Nada de empate’; ‘Todos queremos hacer historia’; ‘Inventa un penal’.

¹⁴ ‘Del feo robo al hermoso gol’; Conquista que da serenidad al Tri (*El Universal*); ‘Con ideas muy claras’; ‘Le duele el arbitraje’; ‘Listo para Holanda’; ‘Gritos, festejos y reclamos’ (*Cancha*).

¹⁵ Esta última con el propósito de detectar si había un cambio en el tratamiento hacia Herrera.

análisis se seleccionaron 29 ítems distribuidos entre los cuatro temas¹⁶. La tabla 3 muestra la distribución de las notas seleccionadas:

Tabla 3.- Distribución de los ítems seleccionados para el análisis.

	Marca	Universal	Cancha	Total
El director técnico	2	5	4	11
Declaraciones	1	1	1	3
El culto al ‘Piojo’	1	3	3	7
Después del juego con Holanda	1	3	4	8
Total	5	12	12	29

Por lo que se refiere el trabajo de Herrera como **director técnico**, la diferencia más importante radica en la lógica de la narración. Mientras *Marca* va directo al acontecimiento, *El Universal* abunda en calificativos y elogios para el ‘Piojo’, mientras que la narración de Cancha va de lo anecdótico a las cualidades del ‘Piojo’. El corpus, el modelo y el análisis muestran que **esta lógica se debe al perfil de lector al que se dirigen los periódicos**. Mientras *Marca* se orienta a una audiencia más global, *Cancha* y *El Universal* contribuyen a la construcción de la imagen del director técnico de la Selección. La tabla 4 ilustra un ejemplo de esta tendencia:

¹⁶ Las decisiones metodológicas se tomaron a partir de: a) Una revisión de todo el corpus; b) De acuerdo con el material, su división en los rubros correspondientes; c) La selección de la información más relevante para la contribución del análisis. Adicionalmente, el rol de Director Técnico fue el que tuvo más importancia en el proceso de selección por ser el objetivo de este trabajo.

MARCA	UNIVERSAL	CANCHA
El seleccionador Miguel Herrera dijo hoy que sus mejores expectativas sobre el desempeño de México fueron rebasadas en el triunfo por 1-0 sobre Camerún en el cierre de la primera jornada del grupo A del Mundial. (...) Herrera apuntó que el siguiente partido comenzará ya mismo porque Brasil es favorito y todo se pondrá en contra de México, que no dejará de luchar por sumar puntos, anticipó ¹ .	El llanto fue inevitable. Néctar de la gloria probada por Miguel Herrera, quien descargó toda su frustración en unos cuantos segundos. Volvió a ser ‘El piojo’ que muta en un ser incontrolable bajo la lluvia. Hasta sus auxiliares sufrieron para abrazarlo. Quería gozar su momento ² .	Le inyectó a la escuadra confianza y rescató a jugadores que se habían perdido en el 2013. Les devolvió la estabilidad y los hizo creer en sus posibilidades, tanto a “europeos” como a los de la Liga local. ³

Tabla 4.- Herrera como director técnico: Ejemplos

La tendencia se modifica con **las frases del ‘Piojo’ en el contenido de la información**. La tabla 5 muestra tres ejemplos al respecto:

MARCA	UNIVERSAL	CANCHA
México debe mantener la línea que ha seguido hasta ahora. “Es a vida o muerte. No hay opción de especular nada ninguno de los dos equipos. Los dos lo tienen que sacar. Vamos a hacer igual que en los otros tres equipos. Respetando a los rivales pero ofendiéndoles en la cancha”, dijo Herrera ⁴ .	Y entonces sí, comenzar a modificar la historia. Frase que ha sido el estandarte de Miguel Herrera y sus hombres, quienes intentarán sanar la “malaria” que aqueja a los verdes de este lado del continente. (...) “Estamos enfocados en hacer historia, que este grupo avance hasta lo que no han superado otros”, sentencia Miguel Herrera ⁵ .	“Se refiere a que se entregó la gente en la tribuna, se hicieron sentir, a pesar de que fueron minoría, se hicieron sentir en la tribuna, a veces más fuerte que los brasileños. Y lo otro es lo que pusieron los muchachos dentro de la cancha para obtener el resultado”, sostuvo Herrera ⁶

Tabla 5.- Las frases de Herrera en el contenido de la información: Ejemplos

“No quiero que me vean como un ser problemático, que sale de la cancha y no modera su carácter, al que los árbitros estén cazando

porque saben que pierde la cabeza...¹⁷” “No me da miedo ofrecer disculpas, pero hay que ser medurado a la hora de responder a los cuestionamientos¹⁸”. Dos frases del ‘Piojo’ pronunciadas días después de que fuera confirmado como director técnico de la selección, que marcaban el inicio de una nueva era en su *fraseología*¹⁹. En esta ocasión, conforme avanzaba la cita en Brasil 2014, los medios incrementaron su tendencia de salpicar sus notas con declaraciones de Herrera. Una tendencia que va **de la mano del culto al ‘Piojo’**, como un mecanismo para reconocer su trabajo. Un mecanismo que contribuye a la construcción de su imagen. Los ejemplos seleccionados se presentan en la Tabla 6:

MARCA	UNIVERSAL	CANCHA
Su carácter es abierto, histriónico y exagerado. Lo-cuaz -se prodiga mucho en los medios-, su forma directa de expresarse pro-voca simpatía (o lo con-trario) en el país. No tiene término medio. Dice lo que piensa y lo expresa. En su juventud fue todo un latín lover. Eran los 90, tenía algo de pintita y se le veía siempre bien acompa-ñado ⁷ .	Los aires de la liberación mueven su dorada cabe-llera. El representativo llega al cuarto duelo justo como lo imaginaba, con-vencido de su capacidad y sin sentirse menos que su adversario. (...) ...Herrera tiene un as bajo la manga: él mismo. Convertido en la sensación de Brasil 2014 por sus peculiares celebra-ciones... ⁸	En un partido no apto para cardiacos, Miguel He-rrrera tuvo un papel prota-gónico. El técnico mexicano man-tuvo la pinta que se le co-noce desde sus tiempos como jugador. Vivió con intensidad y estuvo a pun-to de explotar con los re-mates del Tri al arco rival. (...) Herrera saltó en júbilo cuando el último silbatazo se escuchó en el estadio. No se le salieron los ojos porque no festejó un gol, pero estuvo a punto de que se le saliera el cora-zón ⁹ .

Tabla 6.- El culto al ‘Piojo’ Herrera: Ejemplos

A diferencia de los ejemplos previos, en los tres periódicos el elogio se entreteje como si fuera uno solo. Los tres son pródigos a la hora

¹⁷ Nota de Alejandra Benítez, *Cancha*, 15 de diciembre.
¹⁸ *El Universal*, 16 de diciembre.
¹⁹ Las etapas previas fueron al menos dos: como jugador y como director técnico

de ofrecer a sus lectores su propia construcción del técnico mexicano. Una construcción que en momentos parece truncarse **después del partido del domingo 29 de junio** contra Holanda, como lo muestran las citas recogidas en la tabla 7:

MARCA	UNIVERSAL	CANCHA
Porque en las buenas y en las malas un mexicano defiende a muerte a su equipo, a su país. (...). Todo iba perfecto hasta el gol de Gio... A partir de ahí se vio a un México nervioso, que retrasó su posición, y al que le perjudicó el ataque de entrenador que sufrió Miguel Herrera, quien descompensó al equipo cuando el partido entraba en su recta final. Viendo que su equipo se replegaba cada vez más, el técnico decidió defender con delanteros, (...) Si vas a jugar a defender el resultado, no cambies a Gio por Aquino y sobre todo no saques a Oribe por “Chicharito”. (...). Sólo la célebre frase de Boskov: “fútbol es fútbol” y algunas decisiones del “Piojo” Herrera pueden explicar la tragedia de lo sucedido en el estadio Castelao¹⁰.	‘El Piojo’ ‘prometió que no traicionaría sus principios. Lo cumplió... Hasta que visualizó la otra orilla. (...) Fue entonces que Giovanni Dos Santos y Oribe Peralta fueron retirados. El carismático entrenador decidió encerrar a su equipo para el tramo final. El titán anaranjado lo aprovechó. (...) Estaba consciente de que su ilusión dependía de un milagro. Tuvo uno en la primera mitad. Suficiente¹¹.	Como aconteció en Mundiales pasados, quizá con excepción de 2006, un movimiento desde el banco terminó con las intenciones mexicanas. Al entrar Javier Aquino por Giovanni dos Santos en la segunda mitad, Miguel Herrera destruyó toda la estrategia de tres partidos anteriores, y de este mismo al permitir el crecimiento holandés. La entrada de Aquino tiró al Tri hacia su cancha e invitó al ataque de un equipo tulipán que ya pedía el fin del juego ante el calor. Ahí estuvo el detalle de la caída azteca. El hombre que construyó a un Tri atrevido, ofensivo y dinámico, también lo mató al ir en contra de su esencia¹²

Tabla 7.- Miguel Herrera después del partido con Holanda

A diferencia de los ejemplos previos, en este caso las tres referencias corresponden a una misma situación: los últimos minutos del partido contra Holanda. Felipe Monforte de *Marva*, parece no tener inconveniente en un diagnóstico directo: se traicionó a sí mismo. Daniel Blumrosen Juárez de *El Universal* intenta amainar el escenario ante a sus lectores y Luis Homero Echeverría, de *Cancha*, reconoce que el ‘Piojo’ fue contra su esencia. Tres encuadres diferentes, tres perspectivas seleccionada para ofrecer al lector una perspectiva cabal de los sucesos.

Conclusiones.

La referencia sobre los estragos financieros que provocaría la ausencia de México en el Mundial no es gratuita. Conforme avanzaba la amenaza de que la Selección Nacional no estuviera presente en Brasil se avanzaba también en el análisis de los daño\$ colaterale\$ (sic), que generaron análisis, como los de Carazo, y preocupación, sobre todo entre patrocinadores y televisoras. De aquí que el marco general para el análisis de los encuadres a propósito del “Piojo” sea la celebración del Mundial Brasil 2014 de cara a un escenario adverso a la calificación, con énfasis en los daños colaterales. Pero también la prensa iba endureciendo su posición de cara al Tri: entre las primeras expectativas que se originaron el miércoles 6 de febrero a la frustración del jueves 16 de octubre, la cobertura pasó del optimismo y la complacencia al escepticismo, el coraje y la frustración.

Diez meses después, se lograba la calificación, y constituyen un tiempo de sobra para construir el primer encuadre, que se completa con los altibajos de una afición que tuvo pocas oportunidades para expresar su desesperación, su coraje y su esperanza más allá de los estadios. Pero que siempre fue utilizada como telón de fondo para la cobertura informativa. Éste es el primer encuadre de los medios: la primera perspectiva —muy pesimista— sobre el desempeño del Tri en Brasil, enmarcado en el Mundial Brasil 2014, la expectativa de la industria del deporte y el escepticismo de cara al desempeño del Tri, mismo que continuó alimentando la frustración durante el periplo en Estados Unidos. Un encuadre que, desde este escenario, cobró diversas dimensio-

nes: de **conflicto**²⁰, de **consecuencias económicas**²¹ y de **atribución de responsabilidad**²². A esto cabe añadir que las coberturas informativas a propósito del Chepo de la Torre, el Flaco Tena y Vucetich no se caracterizaron por transmitir emoción alguna a lectores y aficionados del fútbol.

¿Cómo procedieron los medios –la prensa- en la reconstrucción de este encuadre? En este proceso fue muy importante la caracterización del Mundial como un **evento clave** (*Key event*), tanto por su relevancia sociocultural como por la movilización de miles de personas y equipos con los consecuentes gastos. Pero, además, un evento que contó con un esquema informativo establecido, basado sobre todo en la narración del acontecimiento en los estadios, la recopilación de las experiencias de director técnico y jugadores y la eventual inclusión de la los sentimientos de la afición mientras transcurría el proceso eliminatorio hacia octavos de final y la búsqueda del ansiado quinto partido para el “Piojo”.

En suma, los medios nacionales –en especial la prensa, en este trabajo- tuvieron la misión de reconstruir estos encuadres conforme avanzaba el desempeño de la Selección ya en Brasil. Y –de cara a Brasil 2014- tuvieron también que construir la imagen del director técnico que llevó al Tri al Mundial. En sus inicios se trabajó **de lo general a lo particular**²³. **General** en el caso de *Marca*, como ya se destacó, un medio dirigido a audiencias globales; **Particular** en el caso de los periódicos mexicanos: *Cancha*, más centrado en el desarrollo de los partidos y en el desempeño del “Piojo” Herrera; *El Universal* más comprometido con la parte emotiva de los partidos. Los ejemplos citados en el marco de la presentación del personaje ilustran estos encuadres, ya ubicados en la figura de Miguel Herrera. **General**: el contexto de la gesta mun-

²⁰ Diferencias entre individuos, grupos e instituciones: La Federación, los directores técnicos, los dueños de clubes y los medios de comunicación.

²¹ Enmarca un acontecimiento subrayando las consecuencias económicas para un individuo, grupo, región o país: los patrocinadores, los medios de comunicación con énfasis en las televisoras.

²² Se atribuye responsabilidad por la causa o consecuencia del acontecimiento al gobierno, a un individuo, a un grupo. Los medios fueron transmitiendo el sentir de la afición y la responsabilidad de la Selección (no de la Federación, no de los directores técnicos) en el posible fracaso del Tri de cara al Mundial Brasil 2014 (para mayor detalle véase Sábaba, 2008:102).

²³ De acuerdo con Sábaba, la perspectiva General-Particular permite abordar todo tipo de acontecimiento.

dialista y el lugar ocupado por la Selección Mexicana. **Particular:** el desempeño del director técnico y sus jugadores.

El siguiente movimiento para el encuadre: modificar las perspectivas desde las que se había evaluado a la Selección y sus directores técnicos entre febrero y octubre de 2013, y concentrarse en Miguel Herrera.

De conflicto: sus reacciones en contra del arbitraje; **de atribución de responsabilidad,** en la conducción de la Selección hasta el cuarto partido, cuando la opinión pública se empeñaba en regresarlos tras la eliminatoria del Grupo A. Una atribución de responsabilidad que incluyó el “traicionarse a sí mismo” durante la última parte del partido contra Holanda, y que obligó al ‘Piojo’ a responder a Felipe Monforte, reportero de *Cancha*²⁴: uno de sus más severos críticos en ese momento. En mucho menor medida, el encuadre **Económico** se trasladó a Herrera en la medida en que su cuenta bancaria se incrementaba conforme mejoraba su desempeño en el Grupo A.

En resumidas cuentas, existen diferencias en las maneras en que *Marca*, *El Universal* y *Cancha* contribuyen a la construcción de la imagen del ‘Piojo’ Herrera. Quizá los aspectos más destacables en este proceso son su trabajo como director técnico y el culto a su personalidad. Las diferencias en el encuadre obedecen más a las características del medio y al perfil de su audiencia –sobre todo en el caso de *Marca*– y a las maneras en que cada reportero se ubica en la lógica del tratamiento informativo. En *El Universal* es mucho más notorio el encuadre de Herrera desde el culto a su personalidad, mientras que en *Marca* lo es su trabajo como director técnico, *Cancha* es una mezcla de los dos. Los motivos por los que no encontramos diferencias radicales se relacionan con la caracterización del Mundial como evento clave y, desde esta perspectiva, al uso preferencial de los encuadres que van de lo general a lo particular.

Una última reflexión se vincula al nexo afición-construcción de la imagen de Miguel Herrera. Ciertamente, el ‘Piojo’ contaba con un reconocimiento previo como jugador y con un prestigio como director

²⁴ 25 de julio de 2014 <http://www.marca.com/blogs/mexico-lindo/2014/07/25/miguel-herrera-me-traicione-pues-en-que.html>

técnico, sobre todo en sus dos últimas temporadas, en las que llevó al Monterrey y al América al campeonato de liga. De hecho, el miércoles 11 de septiembre de 2013 *El Universal* dio cuenta de la recomendación del ‘Piojo’ por parte de jugadores y aficionados, cuando se reanudase el hexagonal de la CONCACAF. Para otros, era necesario remontar el escepticismo y confiar nuevamente en el trabajo del director técnico con la Selección. Otros más se mantuvieron en el rechazo a Herrera —como una extensión al rechazo al América y a Televisa— aunque finalmente reconocieron su trabajo al frente del Tri.

Estos hechos dan cuenta del papel de los reporteros en el proceso descrito. Un proceso que, a diferencia de los jugadores²⁵, partió de que no había una construcción previa al respecto por parte de la prensa, salvo las críticas al *Chepo*, al *Flaco* y a *Vucetich*. La página estaba en blanco, pero, sin duda, a esta construcción contribuyó de manera definitiva el propio Herrera, con su presentación a la afición y a las audiencias mediante rasgos, ademanes y dichos que fueron actuando a su favor de cara a su propia construcción mediática.

Conclusiones.

Con sus adaptaciones a diversos escenarios comunicativos, el *framing* ha mostrado ser una metodología adecuada sobre todo para el análisis de asuntos político-electorales. María Teresa Sádaba va ejemplificando las diversas etapas de su construcción metodológica del encuadre a contenidos relacionados con el terrorismo. No he tenido referencias directas de que la propuesta se haya aplicado a temas relacionados con el deporte aunque no lo descarto. A lo largo de la exposición del trabajo, sobre todo en sus conclusiones, he mostrado su pertinencia, aunque cabe precisar la importancia de acoplar el *framing* al contexto sociocultural —al marco— en el que se insertan los acontecimientos. De ahí a la construcción del esquema y a la determinación de los encuadres hay un trecho importante en el proceso de investigación. Pero los

²⁵ Desde febrero de 2013 los medios comenzaron a construir la imagen de los seleccionados. A partir de entonces, una parte de las coberturas informativas del Tri se destinó a incluir en las notas la opinión de los jugadores, sobre todo a propósito de los resultados del partido. La tendencia se mantuvo, sobre todo entre el 12 y el 30 de junio, con énfasis en Paco Memo Ochoa, Rafa Márquez, Miguel Layún y Oribe Peralta.

resultados muestran su pertinencia en las agendas informativas sobre asuntos deportivos.

El reto más importante de la metodología del *framing* es dar cuenta de los procesos de selección, énfasis y exclusión en la construcción del acontecimiento informativo. Los objetivos y dimensiones de este trabajo permitieron únicamente soslayar estas características a partir de los encuadres desde los cuales se manejó la imagen de Miguel Herrera durante el Mundial Brasil 2014. En este contexto, como se advirtió al principio, otro de los puntos fuertes del *framing* es considerar en su propuesta metodológica el papel de los reporteros al encuadrar las situaciones de una u otra manera. Este aspecto también quedó cubierto durante el proceso de selección y análisis de la información contenida en los tres periódicos seleccionados.

Un último punto de reflexión se refiere a la manera en que la metodología del *framing* permite establecer los procesos de mediación del acontecimiento entre el periodista y sus lectores. Esta relación nos permite vincular el resultado de la mediación acontecimiento-lectores vía el reportero al papel que tienen los medios de comunicación en la construcción de los imaginarios sociales. De acuerdo con Eduardo Colombo (1993:17-18)

Nuestra aprehensión de la realidad no es nunca directa o inmediata, ella contiene siempre una parte de construcción, de interpretación, de selección. La mediación está dada por el signo significante o símbolo. El universo humano es de orden simbólico. A niveles diferentes el mito, la institución y el fantasma van a integrarse como formas particulares de lo simbólico. La concepción de un imaginario radical ligado constitutivamente a la función simbólica es el instrumento necesario a la reapropiación de ese excluido por la excelencia de la práctica colectiva que es el principio instituyente, inmanente a lo social, en una palabra, al Hombre mismo.

En este sentido, no es el propósito de este ensayo dar cuenta de la relevancia del fútbol en la sociedad contemporánea. Se trata de un

asunto comprobado desde aristas tan diversos como la filosofía, la economía, la antropología y la propia ciencia de la comunicación. Llegados a este punto, es pertinente al menos soslayar cómo el resultante del análisis de la mediación del reportero entre la audiencia y el acontecimiento es también parte de la construcción del imaginario social sobre el fútbol y sus derivados. Dicho de otra manera, el resultante del análisis del acontecimiento vía la metodología del *framing* contribuye de manera ulterior a una reflexión sobre México, el Mundial Brasil 2014 y Miguel Herrera desde la perspectiva de la construcción del imaginario social vía la mediación del periodista.

Visto de esta manera, es claro cómo uno de los hilos conductores de este ensayo fue el paso del imaginario de no ir al Mundial por el imaginario del quinto partido. Pero este análisis también se incorpora al imaginario local y global del fútbol que se ha venido construyendo de manera importante durante las dos últimas épocas, en la que los símbolos desempeñan un importante papel. El último punto de este recorrido nos lleva a la función de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad:

Un elemento a considerar para definir más articuladamente el proceso de construcción social de la realidad es que las representaciones difundidas por los media pueden (gracias a la naturaleza de los media) ser asumidas implícitamente como objeto de conocimiento recíproco, como base (en cierta medida) común, cuyo conocimiento se puede considerar obvio. El asumir —hasta demostrar lo contrario— que estas imágenes de la realidad constituyen un horizonte común de referencia y un recurso institucionalizado no es irrelevante: esta calidad específica de las representaciones sociales de realidad difundidas por los media hace que adquieran un “peso” adicional (Wolf, 1994:119-120).

Hasta este último eslabón de la cadena llega la importancia del *framing*. En el tema que nos ocupa, por esta vía hemos llegado al papel que tuvieron los medios de comunicación —la prensa, en particular— en

la construcción de la imagen del ‘Piojo’ Herrera. Pero también esta reflexión debe dar cuenta del peso que adquieren las imágenes difundidas por los medios de comunicación en contextos socioculturales de carácter global. Basta recordar las imágenes de la eliminación de España, Italia, Inglaterra y Francia no sólo para sus respectivas aficiones, sin para la afición global. Recordemos, finalmente, el énfasis de los medios en un Miguel Herrera tal como lo describen los fragmentos seleccionados para este análisis. Del encuadre, al imaginario, a la construcción social de la realidad. Sigamos investigando las coberturas informativas sobre el fútbol desde esta perspectiva.

Bibliografía

- Colombo, E. (1993). *El imaginario social*. Montevideo: Altamira.
- D’adamo, O., García, V. & Freidenberg, F. (2009). *Medios de comunicación y Opinión Pública*. México: McGraw Hill.
- Húghez, À., Dávila, E. & Zúñiga, I. (2014). *Sí se puede*. México: Ediciones México.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

CAPÍTULO 2.

El sol, la sombra y los espectros. La Copa Mundial FIFA 2014 y una América Latina imaginaria

Johanna Contreras Ángel Reyes
Universidad Iberoamericana, Ciudad de México
Johanna.angel@gmail.com

Mientras escribo estas breves líneas, recuerdo aquel año 2000 en el que Eduardo Galeano hacía parte de la mesa que se presentaba en el Auditorio León de Greiff de la Universidad Nacional de Colombia, ello en el marco de la primera “Bienal de Amor y Éxtasis” llevada a cabo en Bogotá. Frente a un recinto absolutamente lleno, el escritor comentaba algo así como “*A mí me invitaron a hablar de amor, pero como yo amo el fútbol, voy a hablar de fútbol...*”.

Comienzo con este comentario, en tanto a mí me han invitado a formar parte de este compilado, teniendo en cuenta que los editores conocen mi experiencia en el abordaje temas que tienen que ver con espectáculo, cultura y sociedad, pero cierta sonrisa inocultable que brota en mis labios mientras tecleo cada una de estas palabras, me obliga a hacer una confesión bastante temprana para este texto y en medio de este ataque de honestidad brutal, contarle a los lectores, que aquí sentada, repasando renglones, me cuesta más trabajo que nunca, dilucidar si me estoy dando a esta tarea como profesional o como perdida amante y aficionada del fenómeno que en este instante mantiene nuestra atención; tal como un capricho de esos que describiera Lord Henry en “El retrato de Dorian Gray”, de los que son más duraderos que las pasiones eternas.

Concluyo por ahora, que esa “baja pasión” que me inspira el fútbol, me mueve también para la apreciación de diversos factores y fenómenos desde una perspectiva crítica de la industria del entretenimiento y del espectáculo festivo como “dejo barroco”,²⁶ que pone cierto sello a nuestro *Sur*. En adelante, mi intención se centrará en establecer algunas características que nos permitirán pensar en términos de micropolítica, a la vez que se analicen las particularidades de este campeonato mundial edición 2014, su despliegue en Brasil junto con la “condición de sur”,²⁷ que media en muchas de las narrativas y fenómenos de allí desprendidos. Ello por supuesto, sin dejar de lado el cúmulo de emociones que genera ser fanática de esto que sucede “a sol y sombra” (Galeano, 1994).

Quizá uno de los factores que permitan hablar de la copa mundial de fútbol como un estadio de micropolítica, sea no el hecho de su carácter “mundial”, sino la manera en que la Federación se conformó desde un principio, a partir del surgimiento del “soccer”, el juego de la Asociación, como deporte en la escena universitaria inglesa y posteriormente, esta pretensión federativa de asociar a todas las ligas existentes, a fin de establecer reglas y normas comunes para la venidera disputa de campeonatos oficializados, haciendo su debut en los juegos olímpicos en 1908 (Elías, pp. 159).

A la par que su regulación, la industrialización del fútbol, es la resultante de una serie de factores que son analizables desde diferentes perspectivas. En este caso, la política y la económica, entretejidas con el factor cultural, generan un panorama susceptible de comparar con algunas situaciones “macro”, derivadas del orden de la “economía mundo”.

De esta manera, el país anfitrión de la Copa para 2014, se posicionaba como un escenario privilegiado para reflexiones (así como acusaciones) de cierto orden latente en diversas esferas del panorama mundial.

²⁶ Por “Dejo barroco” pretendo señalar, la necesidad de rellenar todo el espacio posible sin que emerja vacío alguno. Práctica que dará como resultado, vacío, de cualquier manera. Para mayores referencias, puede consultarse: Ángel, Johanna “Dejo barroco: el espectáculo masivo como política de representación” Universidad ARCIS. Santiago de Chile, 2013.

²⁷ Dicha condición implica, asumir el *Sur* como el intersticio mismo, desde donde la dislocación de narrativas erigidas con una base colonial, ceda lugar a la proposición de cartografías propias, conscientes de los procesos establecidos por las relaciones de dominación y postuladoras de subjetivaciones que parten desde el lenguaje mismo hacia una definición de circunstancias (des)-periféricas.

Bajo “historias de leyenda” referidas a que nunca un país europeo había llegado a ser campeón de la copa en territorio americano, quizá pretendíamos aminorar el efecto colonial reflejado incluso en la conformación del universo que hoy conocemos como “deporte”, coincidente con el orden establecido por la modernidad industrial desde medios del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. Lo cierto es que Brasil, el país dominante en cuanto a las economías del sur se refiere, se convirtió en noticia permanente, en tanto que los atrasos con la infraestructura y las inconsistencias entre las narrativas del capital, propiciadas por la industria del entretenimiento y el malestar de los ciudadanos, revelaban paradojas propias de esta misma modernidad que le dio tiempo y forma a uno de los espectáculos con mayor número de seguidores a nivel mundial. Bastaba con seguir los titulares en medios referentes a la planeación de la copa en su versión 2014, para darse cuenta de la posición, tanto de Brasil como del resto de países de la región, en la economía y la política global.

Un coloso que logró industrializarse y lograr un interesante crecimiento de su economía bajo un gobierno de corte populista desde su anterior presidente, cuya administración de la “riqueza” llevaba a construir magnos estadios en ciudades como Brasilia, que no cuentan con equipos de fútbol en primera división. Una serie de protestas, algunas gestadas al interior de organizaciones obreras locales y otras importadas por ya “profesionales” en el ámbito de la organización anti-dinámicas del capital, gritaban a voces la necesidad de contemplación del panorama completo, más allá de la derrama económica que beneficiaría a corto y mediano plazo, tanto al país anfitrión como a sus vecinos.

Junto con estas noticias llegadas del exótico sur, selvático, exuberante y colorido, se ponían en práctica todo tipo de exaltación de estereotipos sobre Brasil en los medios de comunicación. Miles de mensajes publicitarios que a ritmo de samba anunciaban sus promociones mundialistas, remitían hacia ese país que pareciera estar siempre de fiesta, siempre de carnaval, siempre con los papeles invertidos entre la realidad y el ensueño de ser-otro, a la manera de Segismundo, a la manera barroca del espectáculo sin fin.

Pero no era sólo la sede del campeonato quien hacía gala de sus icónicos atributos que le han asegurado un lugar en los imaginarios de nación. En algún momento, todos los fieles seguidores del fenómeno que se suscita ante la combinación de la pelota, las piernas, la perspicacia, las tácticas en la cancha y la genialidad de “cracks” que nos hacen saltar de la silla para seguir más de cerca y celebrar la culminación de sus peripecias en goles memorables, sucumbimos ante esos ya mencionados imaginarios de nación que por momentos, nos generan la ilusión de estar todos del mismo lado, de haber derribado cualquier tipo de desacuerdo y desigualdad, para ser uno bajo el manto de “la selección”. De esta manera, entre la compra y venta de camisetas, estampitas de los jugadores para completar el álbum oficial, planes con amigos y familia para no perderse ninguna de las fechas en que el equipo de preferencia jugaría, afloraba el “sentimiento de patria”, comparable con el que se nos ha inculcado a partir de los relatos de las gestas independentistas de los próceres-héroes de nuestras naciones.

Así, luego de dieciséis años sin asistir a la contienda futbolística más importante del orbe, la selección colombiana volvía a alzarse como favorita, un resurgir que a la par que el resurgir económico del país, alentaba a una generación entera que nunca antes vivió la participación de “su selección” en un mundial de fútbol, a manifestar de muy diversas maneras, el júbilo transmitido por estos héroes que, pese a la lesión que dejó fuera al “Tigre” Falcao, consolidó de manera histórica a este grupo de jóvenes como la mejor selección colombiana de todos los tiempos.

Un recibimiento “de leyenda”, tras ser eliminados por el equipo anfitrión en el sexto partido, hizo que los habitantes de mi natal Bogotá se lanzaran a las calles sin dudarlo, que vistieran la camiseta amarilla, que siguieran las indicaciones de civismo propuestas por el gobierno de la ciudad y los patrocinadores, entre las que se encontraba no usar camisetas que aludieran a ningún equipo de fútbol local, ello para evitar posibles desencuentros que desbarataran la ilusión de ciudadanía unida en torno a los hijos pródigos cuya estancia en el país, se limitaría a los pocos días resultantes entre su regreso de la gesta mundialista y la incorporación casi inmediata a las filas de los clubes, en su mayoría

europeos, que no querían resentir la ausencia de sus figuras, ahora con mayor valor en el mercado luego de tan colosal hazaña.

Además de la disposición de los colombianos y la exaltación de su orgullo patrio mediante el imaginario “selección”, el magno evento de recibimiento también hizo notoria, la exclusión de medios del recinto; todos aquellos que no estuvieran asociados con el grupo económico patrocinador oficial de este equipo de personajes, que en su calidad de próceres, parecían ajenos al conflicto de intereses, limitándose a “compartir” con los espectadores que colmaron el parque Simón Bolívar, como muestra de agradecimiento por la gesta librada en nombre de la nación.

El regocijo que traía consigo para América latina, el hecho de volver a ser sede mundialista, inspiró la fabricación de diversos productos, basados en los imaginarios tanto de nación, como de continente surgido de dinámicas de colonización que alguna vez, mediante la contienda futbolística, reivindicó su lugar en la historia, pese a la mirada de menosprecio de “los dueños del balón”.

Mientras en la señal de “Telesur”, transmitida tanto en vivo como en diferido por canales públicos de diferentes países latinoamericanos, Diego (Maradona) y Víctor Hugo (Morales) entrevistaban a algunas de las “glorias” del balompié, latinoamericano y europeo. Haciéndoles recordar sus propias gestas entre los años setentas y noventas, nos recordaban también aquel 22 de junio de 1986, en que quedó grabada en la impronta de los fanáticos, “La mano de Dios”. Tanto Diego como el Estadio Azteca, han inspirado desde letras de canciones (mi favorita es la de Calamaro-2007), hasta divergencias generacionales frente a la figura del astro que sigue generando la ilusión de lugar de resistencia, frente a la “máquina” en que han devenido las federaciones, tanto la argentina (AFA) como la internacional (FIFA).

Un personaje sin duda polémico, cuyas decisiones de vida nunca dejaron de situarlo en el ojo del huracán público, se alzaba como el embajador de un slogan tan impactante como desafiante: “De Zurda”. Valga decir en este punto, que Maradona y todo lo que envuelve su

figura, genera en mí sentimientos fanáticos, aún hoy. Aún después que varios otros jugadores superaron sus records, aún después de su debacle personal y de algunas desafortunadas declaraciones a la prensa. Ello no me impide, intentar al menos, develar las implicaciones de fabricaciones televisivas como esta en otras direcciones.

Todas las noches Diego, junto con la producción de “De zurda”, elegía tres ganadores que se harían acreedores a una fotografía firmada por él mismo. Por supuesto, no una fotografía reciente, sino una que retrataba sus mejores años en la escena deportiva. Al ritmo de una canción compuesta y producida por Gustavo Santaolalla, personaje reconocido en la escena latinoamericana de la música por su “feeling” con productos de gran aceptación en el mercado, basados en alegorías de lo popular; todas las tardes y noches involucradas en la duración del mundial de fútbol, tuvimos a estos personajes entablando fascinantes discusiones, basadas en comentarios, sin duda de expertos conocedores, de la escena del deporte predilecto de todos los aquí involucrados.

Quizá la situación de este programa, era tan similar a la situación misma del campeonato mundial, que su aceptación no se hizo esperar. Una figura que despertó las pasiones de los fanáticos y críticos alrededor del mundo durante varias décadas, una posición que al menos en su slogan, anunciaba ser inequívocamente contraria a la oficialista, la reminiscencia de una serie de fenómenos enclavados en las construcciones de nación y de latinoamericanismo de los espectadores, junto con la ilusión de tener a “Dios” al alcance de un correo electrónico. Si bien Diego ocupa un lugar demarcado por la resistencia, también ocupa uno, contradictoriamente, amparado por las dinámicas de mercado establecidas por la industrialización y espectacularización del deporte.

La reacción de diversos medios argentinos no se hizo esperar. Cuestionamientos que iban desde la cifra pagada por Telesur a Diego Maradona y a Víctor Hugo, hasta el hecho de favorecer a una Venezuela “desprestigiada” a partir de las acciones gubernamentales encabezadas por su presidente Nicolás Maduro, suscitaron serias discusiones que en particular desde el Río de la Plata, reclamaban a Canal 7, como figura

de la TV pública, aclarar a las audiencias si los contratos para estos dos personajes que se decían de índole millonaria (3 y 1.2 mmd. respectivamente), habían sido pagado con el dinero de los contribuyentes.²⁸

Lo cierto, es que ante millones de espectadores, presenciales y/o virtuales, el espectáculo festivo más grande del mundo y que tiene lugar cada cuatro años, transcurrió entre dichas y derrotas, entre pasiones, obsesiones, críticas y desborde de emociones.

Aunque se puede figurar esta cierta correspondencia entre lo micro y lo macro, entre lo molar y lo molecular como lo señalara Guattari (2006), es necesario repensar las dinámicas de construcción de identidad nacional y regional generadas mediante el deporte, para dar paso a una reflexión en torno a la posibilidad o imposibilidad de procesos de subjetividad y singularidad, desprendidos de la cuestión maquínica y allegados a una libre circulación del deseo.

La ilusión de emancipación producida a partir de diversas estrategias dentro del deporte y el espectáculo, junto con la persistencia en la memoria de esta América Latina imaginaria, plagada de glorias futbolísticas capaces de vencer cualquier desdicha, llegan a velar la posibilidad de mirada hacia agenciamientos de otro tipo, que tienen lugar en nuestras comunidades inmediatas y que podrían llegar a corresponderse con las fabricaciones de corte *slogan*, cuya producción aflora a partir de la unidad espectral producida por el fútbol.

De esta manera, todos nos pronunciábamos en contra de un arbitraje a todas luces parcializado, de penas aparentemente injustas impuestas por el comité disciplinario, del desborde de seguridad para no permitir siquiera un atisbo de manifestación en las sedes mundialistas distribuidas a lo largo y ancho del país anfitrión; ello al tiempo que hacíamos realidad el ciclo dinero-mercancía-dinero, mediante nuestro consumo incalculado de bienes y servicios en torno a nuestros respectivos gustos. Y es que difícilmente, alguno de los lectores de estas breves reflexiones, podría ser quien osara “tirar la primera piedra”, acusando

²⁸ Una referencia ampliada sobre este hecho, puede encontrarse en <http://www.lanacion.com.ar/1711973-polemica-por-el-contrato-de-de-zurda-con-telesur>. Consultada el 18 de septiembre de 2014.

haberse quedado fuera de cualquier tipo de consumo en torno a la Copa Mundial de Fútbol edición 2014.

Es imposible negar que nuestro amado balompié, devela además de nuestras dichas y frustraciones, nuestro sentido ritual y con él, una extraña generación de comunidad, sea en el estadio o en cualquier otro lugar donde pueda seguirse la transmisión de un encuentro, estamos sujetos a la reproducción de dinámicas de consumo que dan cuenta de nuestra sujeción al mercado, cuyos intereses pocas veces nos cuestionamos desde ámbitos políticos, académicos o domésticos.

Del mismo modo que existe y se deja aquí abierta la posibilidad de analizar estructuras del poder y de la ley mediante las micropolíticas establecidas por las formas en que procede la FIFA, de la mano con otros intereses estatales, se abre la necesidad acerca de un análisis que involucre diversos sectores, en torno al deporte y en particular al fútbol como industria del entretenimiento. Para ello es necesario desmitificar la condición otorgada desde diversos ámbitos, no necesariamente los populares, al hecho del deporte mismo, cuya génesis no podemos remontar en línea temporal a la antigüedad clásica. Hay que asumir un estadio del deporte como hijo de la modernidad industrial y con ello, a la obediencia de la creación de ligas y federaciones, hacia un control de mercados incipientes que se afianzarían con el devenir del siglo XX, como ya se mencionó al principio de estas páginas.

No hay que ignorar cuál es el punto de partida de grandes marcas de implementos deportivos como *Adidas* y *Puma*, hijas del fracaso de la modernidad: la guerra. Tampoco las modalidades en que se realizan las “transacciones” entre clubes, cuyos jugadores obedecen más un cierto status de mercancía, que al de personas con preocupaciones cotidianas y profesionales, además de las presiones incorporadas al hecho de ser figuras que un día, pueden estar en la cima de la fama y la fortuna y al otro, terminar “refundidos”, jugando en clubes cuyo prestigio no es tal. Y por último, pese al despliegue de emociones, discusiones y todas las demostraciones de afecto a nuestros clubes y selecciones como fanáticos y fanáticas de uno de los fenómenos con mayor número de segui-

dores alrededor del mundo, no podemos dejar de lado la observancia y crítica de nuestro deporte predilecto como dispositivo. Hacer realidad una condición de *Sur* escindida de los patrones coloniales, pasa también por la identificación de estos conjuntos heterogéneos, que tienen siempre una función estratégica concreta y que siempre está inscrita en una relación de poder (Agamben, 2011, p. 250).

En definitiva, necesitamos poner a disposición del fútbol como experiencia entrañable, una suerte de *alter ego*, que a la vez que nos sitúa gritando en los estadios, manteniendo acaloradas discusiones y vistiendo (en ocasiones) extraños colores y combinaciones, nos exige una mirada crítica a las estructuras de poder que se mantienen intactas, a la par que nuestros sueños de campeonato, mientras el balón siga rodando.

Bibliografía

- Agamben, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo?. *Revista Sociológica*, 26 (73), 249-264.
- Elías, Norbert. & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Galeano, E. (1994). *El fútbol a sol y sombra*. Montevideo: Siglo XXI de España Editores.
- Guattari, F. (2006). *Micropolítica: cartografías del deseo*. Madrid: Tráficantes de Sueños.

Negocio hasta en la repesca

Marco Antonio Núñez Yurén
Periodista Deportivo

Este es un relato hecho con base en entrevistas hechas en la labor periodística antes del mundial Brasil 2014.

Introducción

El mundial de fútbol, sin lugar a dudas, vive en su propio planeta. No hay ningún otro evento que cautive al mundo de la misma forma. Aficionados y no aficionados, en distintos niveles y estratos de la vida, están pendientes de todo lo que sucede dentro y fuera de un campo de fútbol durante 30 días.

Para 32 países llegar a la justa mundialista es garantía de triunfo económico, no sólo representa ser símbolo de una federación y fútbol de un país, sino que con el avance de la mercadotecnia deportiva, es ser parte de un negocio muy jugoso para todos los que integran el mundo del fútbol.

México es uno de los países. Desde hace 20 años asiste al mundial de fútbol de manera ininterrumpida y siempre da de que hablar en este torneo. Sin embargo en el otoño de 2013 una pesadilla casi se hizo realidad. Por dos meses, octubre y noviembre, los patrocinadores de la selección nacional tuvieron que esperar a que México calificara al mundial de Brasil, esa pausa costó 800 millones de dólares.

“The World Cup, no doubt, lives in its own planet. There is no other event that captivates the world in the same way. Fans and non-

fans, at different levels and walks of life, are pending of everything that's going on around a soccer field for 30 days”.

“For 32 countries reaching the World Cup is a guarantee of economic success, it is not only a symbol of representing a soccer federation and a country, but with the evolution of sports marketing, is also being part of a very lucrative business for those involved in the world of soccer”.

“Mexico is one of those countries. For the last 20 years, has attended the World Cup uninterrupted and always is the talk of town during the tournament. But in the Fall of 2013 a nightmare almost came true. For two months, October and November, the sponsors of the national team had to wait for Mexico to qualify World Brazil, that pause cost them US\$800 million”.

Carlos Olivos, director de patrocinios de Banamex, veía en la soledad de su hogar el último juego eliminatorio de México camino al mundial de Brasil. Así lo prefirió porque, a diferencia de miles de mexicanos que lo hacen en compañía de sus amigos en un bar o restaurante, Olivos se pone más nervioso y no puede gritar como lo hace en su casa.

Pero este no era un juego más de futbol. El boleto de la selección nacional mexicana para la máxima justa futbolística en Brasil el verano de 2014 estaba en riesgo. Una derrota de México combinada con una victoria de Panamá sobre Estados Unidos, dejaría fuera del mundial al equipo azteca por primera vez en 24 años. México hizo lo que muchos esperaban, perdió esa noche contra Costa Rica 2 goles a 1. La esposa de Olivos, seguramente ajena a lo que esto significaba, porque para ella era sólo un juego más, le dijo a su marido que no era para tanto.

Pero todos sabíamos que no era así. Era para mucho. Mientras millones de mexicanos digerían la derrota, en ese mismo momento también veían como Panamá anotó su segundo gol para ponerse al frente de Estados Unidos. La pesadilla se estaba haciendo realidad a las 10:19 de la noche del 15 de octubre de 2013. México estaba fuera del mundial. El grito de un país era de nervio y angustia mientras veían el juego de Panamá contra Estados Unidos. Rezaban y pedían por el milagro de

un gol de los estadounidenses para mantener a México con la esperanza de ir a tierras amazónicas en junio de 2014.

Estar fuera del mundial podía afectar seriamente el trabajo de Olivos. Banamex es uno de los principales patrocinadores de la selección nacional. Desde 2008 lleva invertidos cerca de 60 millones de dólares (MDD) en la selección mexicana, según datos de empresas como Dreammatch Solutions y Aegis Group. Quedarse a la orilla de Brasil significaría una pérdida monetaria muy fuerte para el banco.

Al igual que Banamex empresas como P&G, Telefónica Movistar, Gillette, Cervecería Modelo, Lala, Roshfrans, Coca Cola, Visa, Maseca, Ford, Comercial Mexicana, entre otras, vivieron lo mismo.

Se estima que la selección nacional recibe durante el mundial de fútbol por concepto de patrocinios y alianzas comerciales alrededor de 250 MDD, pero el negocio se puso en riesgo cuando la selección nacional debió irse a la reclasificación en noviembre contra Nueva Zelanda. “No calificar sería un golpe muy fuerte”, señala el jefe de mercadotecnia de Banamex, un mal resultado puede echar por la borda planes de mercadotecnia que por meses se planearon, asegura.

Por ocho minutos México estuvo fuera del mundial. Durante ese lapso la industria futbolística estuvo a punto del derrumbe. A lo largo de 480 segundos, la selección nacional obligó a las varias marcas a detener sus proyectos de comercialización para el mundial.

Comercial Mexicana evaluó patrocinar a la selección nacional desde 2012, explica Andrés Ehrli, Director de Mercadotecnia y Publicidad de Comercial Mexicana, pero no concretaron hacer un acuerdo con la Federación Mexicana de Fútbol (FMF) hasta tener el boleto a Brasil asegurado.

“Los procesos de calificación pueden ser atractivos, pero el mundial es otra cosa”, dice Ehrli. Para su alivio y el de todos los patrocinadores del equipo nacional, todo cambió cuando el estadounidense Graham Zusi anotó el gol del empate contra Jamaica en el minuto 92.

El delantero con el número 19, sin saberlo, a las 10:21 de la noche, no sólo salvó el destino de México y le devolvió la esperanza para asistir

a Brasil 2014 sino que rescató un negocio que pudo perder, en caso de no ir al Mundial, hasta 2,400 MDD, según estudios del Tec de Monterrey.

“Definitivamente, sí afectó al mercado la demora en la clasificación”, dice Juan Carlos Rivera, Director del Departamento de Administración, Mercadotecnia y Negocios Internacionales del Tecnológico de Monterrey Campus Santa Fe. Una muestra es el retraso en las campañas camino al mundial, con una potencial baja en las ventas de sus productos.

Roshfrans, la marca de aceites para autos, fue una de ellas pero vio de otra forma el mal paso de la selección. Para ellos no fue inconveniente no calificar en ese momento al mundial. Entre octubre y noviembre de 2013, aparecieron espectaculares promoviendo sus productos con frases como “¿Eliminados? Sólo estamos poniendo a prueba nuestros nervios” o “Entre mexicanos podremos criticarnos pero jamás dejaremos de apoyarnos”.

“En nuestros estudios de mercado hubo ocasiones que la gente ni quería saber de la selección”, dice Olivos de Banamex. Estos son los riesgos que se corren cuando haces un patrocinio deportivo, explica. “Nos abrochamos el cinturón”, dice el director de patrocinios de Banamex, porque en esa área se sentían con las manos atadas. Tenían promociones que estaban programadas para fin de año que no pudieron iniciar producto de no calificar al mundial en octubre.

“Cuando haces un patrocinio deportivo, la apuesta debe ser completa”, dice Fernando Álvarez, director de Millward Brown Optimor, una empresa consultora especializada en estudios para hacer crecer el valor que la marca y la mercadotecnia añaden al cliente. “Debes de aprovechar cada momento, bueno o malo, para anunciarte”, asegura.

La mercadotecnia deportiva se basa en la idealización de un equipo, explica Rivera del Tec de Monterrey. Esto tiene mucho que ver en cómo les está yendo para definir la participación de mercado. “Sí hubo un impacto a la baja con la participación de los patrocinadores”, afirma.

“La dirección general (de Banamex) nos pide resultados”, dice Olivos, cuyo departamento es el que recomienda hacer un patrocinio a las altas esferas ejecutivas. “Tenemos que llevar buenas nuevas para que podamos hacer nuestro trabajo”, apunta.

Según el académico del Tec de Monterrey, la demora de dos meses por calificar al mundial hizo a los patrocinadores, en algunos casos, esperar incluso hasta enero de 2014 para iniciar sus campañas. La razón, explica el director de mercadotecnia del Tec, es que entró el factor de las ventas decembrinas y era mejor esperar al 2014. “Esta demora pudo afectar un 35% de ingreso para las marcas”, dice.

Banamex tiene una métrica de medición por medio de encuestas para saber no sólo si un patrocinio recibe una buena respuesta, sino también para saber el momento adecuado hacer una promoción nueva con la selección. “Cuando las cosas van mal”, dice Olivos. “A veces nos las guardamos (las promociones), afirma.

De acuerdo a los análisis del Tec de Monterrey, la FMF entre octubre y diciembre dejó de facturar alrededor de 800 MDD, estima Rivera. “Es una responsabilidad asistir al mundial”, afirma Olivos. La preocupación del banco era tal que incluso estaban dispuestos a renegociar su contrato con la FMF en caso de no haber logrado el boleto mundialista. Pero pese al mal desempeño en el campo, el negocio alrededor de la selección nacional sigue siendo sólido.

“Está devaluado en lo deportivo, pero en lo comercial está más fuerte que nunca”, dice Miguel Ángel Lara, catedrático de la carrera de comunicación de la Universidad Iberoamericana y miembro de la Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación A.C. y del Instituto de Altos Estudios sobre Deporte, Cultura y Sociedad (INDECUS).

Entre 2006 y 2010, el equipo tricolor generó ingresos por 550 MDD, de los cuales 20% fue para los 18 equipos de la primera división, con lo cual cada equipo recibió más de 6 MDD, según datos de la Escuela de Estudios Universitarios Real Madrid-México.

Para el mundial 2014, la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) entregará a cada selección nacional nada más por asistir a la competencia futbolística 5.5 MDD y la suma aumenta conforme avancen en el torneo. En caso de México, recibieron 4.4 MDD adicionales por llegar a cuartos de final.

De esta cantidad, en México, los equipos recibirán una parte proporcional de acuerdo al número de jugadores que aporten a la selección nacional.

La selección nacional tiene virtudes que no tienen otras marcas y que garantiza ganancias, explica Rodrigo López, ex director de comercialización de la FMF y ahora director de Global W México, una empresa de mercadotecnia en deportes y espectáculos.

Las virtudes de esta marca van desde que no distingue clase, sexo, raza, o ideología, además unifica a todo un país, es un producto que no tiene memoria en la mente de sus seguidores y es un programa de televisión que todos quieren ver, explica López. “Por eso es la madre de todas las marcas en México”, afirma.

Adidas, la marca alemana de ropa deportiva, tiene la exclusividad para la fabricación de los uniformes de México en todos los niveles. Para el mundial de Sudáfrica en 2010, la firma alemana vendió 1.2 millones de camisetas de la selección nacional. El éxito se basó en que lanzó una playera negra —un color nunca utilizado para un uniforme en México— que fue la mejor vendida en ese momento.

Banamex aprovechó esa coyuntura ofreciendo esa camiseta oficial de la selección a los clientes que abrieran nuevas cuentas en el banco para el mundial de 2010. “Fue un éxito la promoción”, explica Olivos, quien agrega que la oferta estaba programada para agotarse en tres meses y sólo duró tres semanas. “Por eso se debe aprovechar el boom del mundial”, dice.

Adidas patrocinará a México hasta el 2014 con un contrato estimado en 80 MDD. Al igual que en el 2010, para el mundial 2014, la firma de ropa deportiva alemana presentará una nueva camiseta ahora en color naranja, con ello busca vender más de 1.5 millones de camisetas de

México y convertirla junto con las de España, el equipo anfitrión Brasil y potencias como Argentina y Alemania, durante el máximo evento futbolístico en las más vendidas.

“Para que un patrocinio sea exitoso debe devolverte tres veces lo que inviertes”, explica Rodrigo López. La selección nacional es una marca única muy atractiva para cualquier anunciante porque tiene tres cualidades: no distingue clases, es unisex y une a la gente, aunque depende de mucho de resultados, dice. “Pero el éxito comercial depende del anunciante, no del equipo”, afirma.

Comercial Mexicana nunca había participado directamente como socio comercial de la FMF, explica Andrés Ehrly, director de Mercadotecnia de Comercial Mexicana. Desde 2013 evaluaron la posibilidad del negocio con la selección nacional. “Pero se tomó la decisión de cerrarlo hasta que la selección calificará al mundial”, dice.

El mundial es un fuerte impulso para las tiendas departamentales que hoy experimentan una baja en ventas en México, explica Ehrly. Por eso, participar en el negocio del mundial era clave para la Comer y su preocupación creció cuando México estuvo por ocho minutos fuera del mundial.

“Llegué a pensar que nuestra promoción no se llegaría a realizar”, dice Ehrly quien reconoce que hubieran perdido una posibilidad importante de negocio para la empresa. Pero gracias a la victoria de Estados Unidos en Jamaica, Comercial Mexicana concretó un acuerdo con la FMF por lo que resta del 2014 para ser la “Tienda Oficial de la Selección Nacional de México” en la que ofreció llevar a 140 personas al mundial por medio de un sorteo que realizará entre clientes que consuman más de 300 pesos.

“Nuestra compra promedio es de 200 pesos, con eso ya podemos ver un aumento en ventas”, dice Ehrly. Sin embargo, Rodrigo López espera que México mantenga el superávit en ventas como en mundiales anteriores. “Después del mundial se verá el resultado del mal paso de la selección. Creo los patrocinadores revaloraran sus contratos y no pagaran igual”, afirma.

En cambio Juan Carlos Rivera del Tec de Monterrey no solo opina lo contrario sino que piensa que los contratos aumentarán. Al ser un mundial en el continente americano, explica el catedrático, esto le dará a las marcas una mayor presencia continental y mayores ingresos. “Pueden llegar a pedir hasta 50% más porque van a cubrir un mercado mayor”, dice.

Cinepolis, la cadena de cines más grande del país, en abril firmó un acuerdo con Televisa para transmitir 30 partidos del mundial en vivo con tecnología digital en 225 salas de 86 ciudades. Desde hace cinco años, esta empresa exhibe en sus salas programación alternativa que contiene conciertos que van desde música clásica y rock hasta la opera de Nueva York, la lucha libre de la WWF, los juegos de lunes por la noche de la NFL y la UEFA Champions League. “Tenemos una gran serie de contenidos para otros públicos”, dice Miguel Rivera, director de programación de Cinepolis. “Necesitamos construir nuevas audiencias”.

Por un mes, la atención del mundo estuvo enfocada en el máximo evento deportivo del planeta. “La audiencia, en cualquier lugar del mundo, está garantizada”, dice Isabel Blasco, directora de Interbrand, una consultora global evaluadora de marcas. “Por eso, para cualquier marca es relevante estar en el mundial”. El mundial estará en el centro de atención en todo el mundo”, apunta Rivera de Cinepolis. “Nos queremos subir en ese centro”.

Anunciarse o no en el mundial es el dilema de muchas marcas. Alrededor del mundial de Brasil muchas marcas invirtieron grandes cantidades para sacar ventaja de este evento y no necesariamente tener como retorno de inversión mayores ventas, sino nada más permanecer en la mente del consumidor, porque dejar pasar este tren las puede dejar varadas en el olvido.

Pareciera que en época del mundial se debe estar trepado en el evento, pero no necesariamente, dice Fernando Álvarez, de Millward Brown Optimor. Si la marca no tiene afinidad o no tiene nada relevante

que decir, explica Álvarez, “no tendría que necesariamente utilizarlo como tal”.

Por ejemplo, en el mundial 2010, Bimbo lanzó la campaña “Haz sándwich”. El objetivo era reactivar el consumo del pan de caja como principal ingrediente del sándwich. Realizó un comercial con integrantes de la selección nacional. El spot se reprodujo más de 400,000 veces en su página web y además, reunió más de 2,000 videos de sus seguidores. Tuvo más de dos millones de clics en internet y fue la campaña más vista en México en el mes de junio de ese año, el mes del mundial de Sudáfrica.

Es bueno participar en el mundial, dice Luis Rico, director del área de inteligencia mercadológica de Havas Media, una empresa dedicada a la investigación de marcas. “Pero hay que hacerlo con propuestas de valor y contenido”.

Hace cuatro años, Cinopolis—que no es una marca oficial de la FMF o patrocinador de la selección nacional— también se trepo al tren comercial del mundial y llevó a más de 100,000 personas a sus salas a ver todos los juegos de esa copa del mundo. Para este mundial, en abril firmaron un acuerdo con Televisa para transmitir 30 partidos de este torneo en 225 salas de 86 ciudades. El objetivo fue llevar a 500,000 personas a sus salas y aumentar en 5 puntos sus niveles de ocupación en los horarios de más baja asistencia, es decir, entre semana y los matutinos en fin de semana, explicó el director de programación de Cinopolis. Definitivamente es un tema de posicionamiento de marca y objetivos mercadológicos, explica el director de programación de Cinopolis, “pero también es tener la posibilidad de hacer negocio adicional con la exhibición”.

Es importante tu presencia para que la audiencia te vea asociada al evento, dice Álvarez, hay muchas que así lo hacen, que no son oficiales pero sí son afines al evento. “Se asumirá que eres grande, actual, importante y atraerás gente”.

Comercial Mexicana por 20 años ha llevado a más de 3,700 de sus clientes a los mundiales de fútbol. A Brasil llevó a 140 más por medio

de una promoción que busca generar un mayor tráfico de consumidores en todos los formatos de la cadena (Alprecio, Bodega, City Market, Comercial Mexicana, Fresko, Mega y Sumesa), e incentivar la compra y el consumo de los productos de sus socios comerciales. La campaña busca la participación de 500,000 personas y aumentar el ticket de venta de sus clientes de 200 a 300 pesos. “Ahí es donde hay un crecimiento natural”, dice Andrés Ehrli. “La venta inmediata sólo se consigue con promociones”, dice Álvarez, mientras que la construcción de marca dará ventas y crecimiento en el futuro. Para el director de Millward Brown Optimor, sólo los grandes emporios como Coca-Cola, gracias a que manejan grandes volúmenes pueden detectar un crecimiento en ventas de inmediato. “El 90% de las marcas ‘normales’ sólo lo podrá ver por medio de promociones”.

Banamex patrocina equipos de fútbol desde 1999 y a la selección nacional desde 2008. Desde el mundial pasado, a todos sus nuevos clientes por medio de un acuerdo con Adidas, les regalan la playera oficial de la selección nacional. “Lo hacemos cada cuatro años para aprovechar el boom del mundial”, dice Carlos Olivos. Ahora, aprovechando la coyuntura de su 130 aniversario, obsequiarán 130 viajes dobles al mundial para ver un juego de la selección en Brasil. El costo de la promoción tiene un valor aproximado de 1 MDD para el banco. Una marca debe valorar es si tiene o no las herramientas suficientes en su infraestructura para distinguirse en esta época mundialista, explica Rico. “Y que no necesariamente sean ventas”.

“Siempre hay que estar cercano al consumidor”, dice Blasco, y que el mensaje lo demuestre, se relacione a la marca y no sólo se hable del mundial. “Muchas (marcas) venden el mundial y no su producto, por eso hay que pensar bien la estrategia”. A nivel global se espera que en 2014 los ingresos publicitarios aumenten en un 6.5% alcanzando 521,000 MDD, el mayor crecimiento en este sector desde el año 2010, el año del mundial en Sudáfrica, de acuerdo al estudio de Magna Global, la división global de análisis y pronósticos de medios de IPG Mediabrands. El mundial en Brasil, señala el estudio, definitivamente

provocará un incremento del gasto por parte de los anunciantes nacionales e internacionales.

La televisión en particular crecerá un 13 % (en la televisión abierta), según Magna y la publicidad en los medios digitales se espera que aumente en un 20.1%. Para la publicidad OOH (en exteriores) se espera un crecimiento del 12%. En México, la inversión publicitaria en televisión, tanto abierta como de paga, generó ganancias por 1,400 MDD en el primer trimestre del año, de acuerdo a un informe de SpendCheck+, la herramienta de monitoreo de medios de DataCheck y se estima que en el segundo trimestre del año la inversión se incrementará entre 20% y 30%, impulsada en parte por la llegada del mundial Brasil 2014.

Para 2014, se espera la inversión publicitaria total crezca 5%, es decir, alrededor de 5,000 MDD más, según la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (amap) y de acuerdo a previsiones de Havas Media, sólo algunos anunciantes son los que aprovecharán el mundial para asociar sus marcas. Las que mejor aprovechan esto son las que tienen un posicionamiento y aprovechan la inmediatez de un evento como el mundial, explica Blasco, para poderse subir esta vorágine de publicidad teniendo cuidado con la comunicación que se quiera hacer

Cinepolis en su caso, está confiado de que su promoción va a funcionar porque aunque junio tradicionalmente es un mes de grandes películas, explica Rivera, este año no será así y sólo habrán algunas. “Hollywood se aleja del mundial”, dice. Comercial Mexicana en marzo anunció una alianza con la fmf para ser la “Tienda Oficial de la Selección Nacional de México”. La cadena de supermercados desde 1994 participa de alguna forma en promociones alrededor del mundial, pero hasta 2014 decidió aliarse con la FMF. En las estructuras comerciales de antes no teníamos una asociación formal con nadie en el fútbol, dice Ehrli. “Eso hace que la forma que actives un evento sea limitada”, dice.

Banamex en cambio, ve reflejado el éxito de sus promociones o patrocinios de dos formas, explica Olivós. Una es la opinión de la gente en general, esto les da un parámetro para saber si continúan o no con algún patrocinio o promoción. La otra es con sus propios clientes y la

respuesta que tienen sus promociones y como esto se traducen en la apertura de cuentas, transacciones o inversiones.

Un aspecto a considerar, dice Rico, es que el 60% de la inversión publicitaria en el mes de junio será de marcas no vinculadas al mundial, estima Havas Media. A esto se le conoce como ambush media, es decir, cuando marcas no tradicionales aparecen con motivo de un evento, explica Rico. Mucha gente asume que una marca es oficial del evento cuando no lo es, dice Rico. Esto se debe a que tienen un plan de comunicación bien definido que tiene claro como abordar su audiencia. “El reto de cada marca, es buscar opciones y estrategias para aprovechar un momento y diferenciarse de los demás”, explica.

Para Isabel Blasco, este año habrá una gran campaña en televisión abierta, donde habrá más interacción será en los medios digitales. Para este año, se estima la inversión publicitaria en internet crezca un 22%, según Signum Research, una empresa de análisis financiero y bursátil.

“Entre tanta publicidad se corre el riesgo de que las marcas se pierdan”, explica Rico, por lo que hay miles de marcas que nada tiene que ver con el fútbol y por no ser consistentes con sus mensajes y congruentes con sus audiencias nadie las recuerda. “Son pocas las que hacen una apuesta correcta”, dice. “Pero eso no quiere decir que se detone un crecimiento de algo, ya sea ventas o recordación”.

Conclusión

Al final de cuentas, el mundial fue un gran negocio para México. Esos dos meses de sufrimiento quedaron en el olvido gracias a una buena participación en el campo, horarios de juegos atractivos para el espectador y una impresionante campaña de publicidad. Según un estudio de la consultora de marcas y mercados, SmartAsset, México tuvo el segundo mejor retorno de la inversión en el mundial. “El Tricolor” celebró un gran torneo contra equipos como Brasil, Croacia, Camerún y Holanda, que tienen mucho mejores rankings de desempeño internacional. México incluso luchó contra Brasil (que fueron, durante gran parte del torneo, el equipo mejor clasificado en el mundo) y a pesar de que fueron

derrotados por Holanda, el retorno de inversión de la selección nacional como marca fue de 94.4 MDD. “Nunca habíamos celebrado tanto un gol de EU” dice Carlos Olivos de Banamex. “Saber que teníamos una segunda oportunidad, nos dio un gran respiro”, afirma.

Brasil 2014: El gigante se vió enano

Erasmus Zarazúa Juárez

Docente e investigador de la Universidad Iberoamericana

erazum@botmail.com

Introducción

El Mundial Brasil 2014 ha generado un gran malestar en la sociedad brasileña, en lugar de lo que casi siempre ocurre, que la población celebre con alegría el Mega-Evento y mostrarse al mundo. Las protestas sociales que se han estado llevando a cabo tienen su origen en los errores de planeación, inversión, gasto, las acusaciones de corrupción, etc. por parte del Estado brasileño.

La FIFA y sus protocolos, en parte son responsables de dicho escenario actual, por beneficiar y cuidar un lado del evento, se descuidó y perjudicó sin intención en la otra parte del evento. ¿Qué tan responsables son Brasil y la FIFA? los veremos a continuación.

En junio de 2011 publiqué que no se podía decir con certeza en que estadio se inauguraría el Mundial ya que el estadio que se tenía planeado construir en Sao Paulo, aun no tenía ni la primera piedra; en 2013 con la Copa de las Confederaciones en proceso, ese estadio aún no estaba terminado, es más, la FIFA emitió un ultimátum, sino se entregaba para diciembre de ese año, se le quitaría a la ciudad la sede del campeonato del mundo, así como perdió la sede de la Copa Confederaciones.

En 2014 continuaron los problemas, el estadio de la apertura aún no está terminado, según las declaraciones de la FIFA el estadio estaría listo días antes del arranque del mundial, debido a los atrasos de pla-

neación, a los accidentes, uno en noviembre de 2013, otros en marzo y mayo de ese año, donde perdieron la vida obreros. El estadio se inauguró simbólicamente pero no funcionó por completo durante el mundial, tuvo apenas lo básico; con un menor número de asientos al proyecto original y con algunas gradas provisionales, pero el gran fracaso fue el techo sin terminar, pero que supieron ocultar con “maquillaje” de construcción, además las tomas aéreas para la tv en este estadio no fueron usadas, tomas abiertas al público, es decir las gradas, tampoco, así como otros tantos trucos de la magia televisiva.

La infraestructura turística y de comunicaciones, como hoteles, carreteras, aeropuertos, se redujeron o se anularon, concentrándose en las instalaciones deportivas, el mayor fracaso fue la no construcción de la conexión vía tren de las sedes cercanas que se había prometido, en 2008 se llegó hablar incluso de contar con un tren rápido pero nada de esto estuvo en funcionamiento para el mundial. Sobre los aeropuertos, varios de ellos no estuvieron remodelados, lucieron el sobrecupo o para descender del avión se hizo en aeropuertos improvisados con lonas.

En ese mismo año 2011, según el Instituto Brasileño de Investigación Económica Aplicada (Ipea), nueve de los 13 aeropuertos no estarían listos (construidos o remodelados) para el 2014, incluso el cálculo era que se terminarían los trabajos hasta el 2017, y ni siquiera serían operacionales para los Juegos Olímpicos de Rio 2016, pues aún estaban en la fase de elaboración del proyecto en 2011.

Infraero (Veja, 2011), empresa pública encargada de la administración de los aeropuertos, utilizó solo el 44% de valor disponible para la inversión, entre 2003 y 2010, es decir el dinero estaba, pero no la organización, la lentitud de la macroempresa nacional fue obvia, la burocracia se hizo presente.

I Problema de origen

¿Cómo explicar este escenario? ¿Cómo inició todo esto? Para ello tendremos que hacer un poco de historia. Para que Sudáfrica obtuviera el mundial en 2010, Blatter, Presidente de la FIFA, estableció una ro-

tación continental de la sede del mundial, con esto pudo asegurar el mundial de 2010 para África y no se repitiera la fuga que fue Alemania 2006, el cual Blatter ya había prometido a los africanos, pero que en la elección quedo en segundo lugar por un voto, debido a la obtención del representante de Oceanía.

Para 2008 la rotación continental seguía como sistema en la elección de sede, el siguiente fue América en su región sur, todo se negoció y se arregló al interior de la región y no con el máximo organismo del futbol, por lo que Brasil quedo como candidato único, después de una efímera candidatura de Colombia. Brasil “concurrió por la sede” cumpliendo al mínimo los documentos para la candidatura, es decir no luchó, no se esforzó, no tuvo que convencer al mundo, no aseguró inversiones, ni tuvo desde antes un plan de acción o proyectos terminados y solo listos para arrancar con los trabajos ya aprobados por la FIFA, a la cual no le quedó ninguna opción más que elegir a Brasil.

II Se suman más problemas

Brasil festejo el haber obtenido la sede del mundial y puso sus ojos en los Juegos Olímpicos de 2016, y los trabajos para el mundial los dejó por un tiempo relegados. La FIFA muy preocupada de la situación, llamó la atención de Brasil, en varias ocasiones, porque no solo se tenía que estar listos para el año 2014, sino para la Copa Confederaciones de 2013, que se le otorga al país anfitrión del Mundial para que se hagan ensayos antes del Mega-Evento. Esto al parecer se les olvidó a los organizadores y autoridades brasileñas que apenas en mayo de 2011, se pusieron en contacto con Alemania para asesoramiento en cuestión de seguridad en este tipo de justas. Además de acelerar los trabajos para los estadios, los cuales lucieron apenas listo para la Confederaciones de 2013, las banquetas alrededor del Estadio Castelao donde se enfrentaron Brasil vs México, tenía apenas horas de que se había secado el cemento.

Brasil eligió como sedes provincias y estados no solo por ser lugares turísticos relevantes sino también aquellas regiones con menor desarrollo, no se eligieron algunos que más fácilmente podrían haber sido sede

principalmente en el sur de del país por su desarrollo sino que se guío por la idea de llevar “el progreso” a aquellos lugares marginados, para llevar empleos, inversiones e infraestructura, pero desgraciadamente no solo el construir un mega estadio en medio de la pobreza cambia la realidad económica y social del lugar, les faltó hacer verdaderos proyectos integrales, hacer crecer y desarrollar la zona, proyectos sociales aunados a los del mundial, futbol, alimentación, escuela, salud, etc. todo trabajando junto para el verdadero desarrollo. Esto trajo más problemas pues había que llevar todos los materiales de construcción a esos lugares que no tenían nada y que seguirán sin tenerlo, pues sólo se han hecho los estadios y la estructura para los mismos, solo en el estadio hay agua potable, luz, red de teléfono móvil, pavimento o drenaje, no para la ciudad entera, además no se construyó o termino la infraestructura turística, como hoteles, por eso los visitantes se quedaron a dormir en cruceros y fueron llevados a los partidos en buses con hasta de cinco horas de recorrido en carreteras no terminadas del todo. Cabe señalar que uno de los nuevos aeropuertos no fue utilizado por que el gobierno no construyó la carretera para enlazarlo con la ciudad.

El Estado Brasileño tuvo que permitir la entrada de las empresas privadas, a lo que se opuso (algunos dicen que falsamente) durante varios años, pero conforme fue pasando el tiempo, el Estado se percató que no podía en solitario con esta responsabilidad, sino lo hacía así no terminaría a tiempo los trabajos. La privatización no fue la solución absoluta pero si ayudo a terminar muchas de las instalaciones directamente relacionadas para no hacer el ridículo o el “Mundial de las improvisaciones” como lo llamaron algunos funcionarios brasileños.

La participación de las empresas privados hizo sospechar a algunos medios locales sobre corrupción, pues al acelerar los trabajos, se daría un alza impresionante en los costes por las horas extras de trabajo, lo que daría mayores ganancias a los responsables privados. Podemos deducir que esto presionaría a dar privatizaciones, concesiones o licitaciones a marchas forzadas, estas podrían hacerse a empresas familiares, fantasmas, amigos de funcionarios o allegados al poder, etc. todo por la premura del Mega-Evento. El ex futbolista Romario, diputado federal

(2013), declaró: “Los retrasos en las obras son premeditados porque en situaciones de emergencia las reglas de licitación son más flexibles. Ese es el momento preciso para que la gente robe, y mucho”.

III Las Protestas Sociales y aún más Problemas

Las críticas han sido y serán proporcionales de dónde provenía el dinero, de parte del Estado o las empresas privadas, además a donde se dirigieron y el cómo se manejaron, este es el punto de las manifestaciones y el malestar social que estallaron en 2013 antes y durante la Copa Confederaciones. El aumento de tarifas al transporte público, privatizado y monopólico, fue la gota que derramo la jarra, pero no solo eso, sino como se llevó a cabo el aumento. La población se sintió agredida de dos formas: 1) La gente sintió que el aumento fue para pagar los despilfarros y la corrupción, y lo peor, 2) El insulto a la inteligencia de la gente, el momento en que se hace el aumento de tarifa, como si estuvieran completamente distraídos por la Copa Confederaciones y su Selección Brasileña, y no se darían cuenta del aumento.

Semanas antes del arranque del mundial, la encuesta del Instituto Datafolha (El País, 2014) marco que el 55% de la población no aprobaba el mundial y solo el 36% tenía opiniones positivas, la sociedad en su mayoría no estaba de acuerdo con el Mega-Evento ni de cómo se llevó a cabo la preparación además de la lucha política de la Presidenta y su partido político, pero principalmente es cuestión de dinero.

Entendamos que esto último nos define si se está haciendo un gasto, coste o inversión, el gasto es aquello que se paga pero no se verán mayores beneficios, no es recuperable o multiplicable; el coste se refiere a lo que se paga y se obtiene un beneficio mayor o una ganancia inmediata y la inversión es la obtención de ganancias pero multiplicadas a lo largo del tiempo, casi infinitas.

Cabe destacar la diferencia entre impacto y legado, el impacto del mundial será todo aquello inmediato que causa el evento, el cual se estima tres veces mayor al de la Copa Confederaciones pero muy por debajo de lo proyectado en 2008 para el mundial. El legado de un mun-

dial es aquello que a largo plazo deja a la localidad o país, sabremos más datos en el futuro próximo pero por lo que se puede calcular no serán buenas noticias, ya que a finales de agosto de 2014 Brasil entro en recesión económica, la inyección masiva de capital principalmente turística durante el evento fue menor a la planeada, ni con ese “impacto” se logró que la economía creciera.

Es decir, en palabras del ministro de Economía, Guido Mantega (El País, 2014), que las ventajas que debería de haber traído el mundial (mayor movilidad, modernidad y crecimiento de la economía) se esfumaron. Brasil 2014, en lugar de beneficios, trajo, o al menos anticipó, el regalo envenenado de la recesión.

En Brasil lo que paso fue que con recursos públicos el Estado estuvo pagando la construcción o remodelación de estadios o instalaciones directamente relacionadas al Mundial, esta participación del Estado fue aproximadamente de 90%, fue dinero de impuestos, de las arcas nacionales, de bonos de deuda, que en lugar de destinarlo a educación o salud entre otras responsabilidades del Estado que se pueden entender como coste o inversión, se fueron destinando a lo que parece a todas luces un gasto. El Mundial Brasil 2014 costará más que el de Alemania 2006 y Sudáfrica 2010 juntos, es decir 2,700 millones de euros.

El golpe fue fuerte en las finanzas del Estado, el economista Edmar Bacha, (El País, 2014) crítico habitual del gobierno brasileño, afirma que, desde el punto de vista de política económica, Brasil está reproduciendo el mismo ciclo de aquel periodo de la dictadura en que hubo un gran intervencionismo del Estado y un bajo crecimiento.

Para la tercera remodelación del Maracaná (BBC, 2014), se gastó casi tres veces lo que fue construir el nuevo estadio de Múnich en el Mundial de Alemania 2006, aun si contáramos la inflación, la variación no debería ser tanta, pero como se realizó su remodelación con retrasos y prisas el monto final se disparó.

Por si esto no fuera poco, el Estado pretende ya construidos o remodelados los estadios o instalaciones, venderlas, algunas ya las vendió, y a un precio menor. El Maracaná ya fue entregado a Eike Batista,

magnate brasileño dueño de IMX que consiguió la licitación para los próximos 35 años. Los ganadores del legado no serán la sociedad ni el Estado, serían empresas privadas, además de grandes ganancias, por adquirir inmuebles a buen precio y casi de primera pero pagadas con recursos públicos, y claro, estos extraídos de alzas por parte del Estado en otros sectores como los impuestos y la disminución de inversiones para la sociedad, es decir reducción de gasto público.

Terminado el mundial algunos estadios ya son de privados otros provocaron los cuestionamientos sobre que hacer con ellos para que no fueran unos elefantes blancos, por ahora se han dado los siguientes planes: convertirlos en departamentos para familias de escasos recursos o incluso en una cárcel, pero entonces ¿dónde quedaron los proyectos de “llevar el progreso”? pues ya no se realizarán, así como otros tantos, en un principio se tenía planeado la construcción de estos y a su alrededor, edificios de departamentos, centros comerciales, otras instalaciones deportivas, comunicaciones por bus o metro, estaciones, áreas verdes, etc. los terrenos se expropiaron, las familias que fueron retiradas de esos terrenos aun no tienen lo que les prometió el Estado hogares dignos en otro lugar.

Esto genera más preguntas: ¿Por qué Brasil no dejó desde un principio a los privados construir estadios y demás instalaciones? ¿Por qué buscó hacer las cosas el Estado? ¿Por qué el Estado que quiso hacer todo no lo hizo con tiempo y planeación? ¿Por qué a final de cuentas el Estado busca vender los estadios para intentar sacar ganancias de un gasto? Brasil tiene fallas de origen, ha estado creciendo y rápido pero no supo manejar ese crecimiento y convertirlo en desarrollo, lo que ha provocado el malestar social, el Estado parece un *New Money* “nuevo rico”, no tiene experiencia como país potencia.

IV Mala imagen

Con las protestas en la Copa Confederaciones 2013 los patrocinadores cambiaron de estrategia y esperaron sus campañas publicitarias hasta ya casi iniciado el mundial, la población tenía tal grado de malestar por el mundial que las marcas no quisieron contagiarse de esa imagen negati-

va. A nivel mundial estos patrocinadores o mejor dicho marcas asociadas también contuvieron sus campañas pero no las cesaron como fue el caso de Brasil, los patrocinios locales en otros países actuaron como en otros campeonatos.

En cuanto a la venta de los artículos relacionados al mundial se pusieron a la venta hasta ya iniciado el campeonato, meses antes no se podía adquirir nada oficial, solo imitaciones, no había nada de decoración, nada indicaba que en Brasil habría un mundial, solo se podía sospechar que algo vendría por los trabajos de remodelación o construcción a marchas forzadas. Considero que hay dos explicaciones, es parte de lo mismo, todo se detuvo por la mala imagen que tenía el mundial y evitar problemas o bien no hubo la planeación debida y todo se atrasó, esta comparación la hago con Alemania 2006 y Beijing 2008 donde con meses de antelación ya se podía adquirir todo tipo de suvenir y se veía por todos lados que el evento estaba próximo.

Antes de la apertura y durante el campeonato las protestas continuaron, el día de la inauguración dos reporteros de CNN resultaron heridos en una de estas protestas ya que hubo choque con la policía. La ceremonia de arranque del mundial dejó mucho que desear, es sabido que estas ceremonias de mundial no son para nada comparables con las de los Juegos Olímpicos, son muy sencillas y rápidas, por el cuidado del pasto, ya que se efectúa el encuentro inaugural, pero aun con estas licencias la ceremonia no gusto, carente de concepto, de comunicación, de alegría, de brillo y un largo etc. que todo mundo esperaba una explosión del pueblo que ama el fútbol.

Se presentaron paros, huelgas, plantones, desde trabajadores de gobierno hasta de empresas privadas que buscan mejores condiciones de trabajo y/o alzas salariales. El autobús de la selección brasileña fue detenido por momentos y agredido por una protesta de profesores.

Varios turistas quedaron varados en el aeropuerto Sao Paulo por los retrasos y cancelaciones de vuelos, gracias a los paros y huelgas, muchos aficionados se quedaron sin poder llegar a los partidos y perdieron la oportunidad de ver a su selección.

No hubo el número suficiente de habitaciones de hotel, para algunos la opción fue quedarse en casas y departamentos que se pusieron en renta a precios estratosféricos, incluso en las favelas. Los visitantes se enfrentaron a trayectos largos y obstruidos para llegar a los estadios, el temor de bloqueos o protestas violentas era elevado pero conforme fueron pasando los días disminuyó, pero la revisión y demás cuestiones de seguridad no disminuyeron, el malestar fue creciendo, y más cuando los agentes no tenían nada de tacto ni educación para tratar con los visitantes, llegaron a faltar puestos de revisión lo que causo filas de espera que llegaban a tardar tanto que los aficionados perdían el arranque del partido, los estadios lucían sus gradas llenas hasta el minuto 20 o 30 del primer tiempo.

Las señales más contundentes de problemas en Brasil fueron las protagonizadas por la misma Presidenta Dilma Rousseff la cual no dio palabras de apertura del mundial, algo histórico, no quiso exponerse a la rechiflas e insultos por parte del público, algo que de todas maneras paso cuando aparecía en las pantallas gigantes, además se tuvo en duda hasta días antes que siempre si entregaría ella la Copa del Mundo en calidad de Jefa de Estado a la Selección Campeona del Mundial 2014, algo que hizo de pésima manera, su rostro lo decía todo, el malestar de ella, de su gobierno y del pueblo brasileño por lo mal del Mundial, y eso no era el que perdieran 7-1 o que la Campeona fuera Alemania, sino todo lo malo que paso, y pasara, por el mundial en lo económico, político y social.

V Explicaciones

En el ámbito de eventos internacionales Brasil fue sede de la Copa del Mundo de 1950, pero esta fue organizada por italianos y personal de la FIFA, la participación local fue poca, entonces Brasil no tenía experiencia y desgraciadamente nuevamente reacciono lento para pedir apoyo, aquel Mundial del 50 tuvo menos ciudades sedes, menos selecciones participantes y un muy reducido número de turistas, no fue para nada lo que es hoy un mundial, un mega-evento. La crisis mundial de 2008 afecto a los países llamados BRICS[1], del cual Brasil es parte, el mito

de seguir creciendo se lo creyó en mismo Estado, no vio que sus programas sociales no estaban funcionando del todo, que el Real comenzó a devaluarse, que la inflación seguía creciendo y que las inversiones extranjeras fueron disminuyendo, porque Brasil comenzó a verse menos atractivo, además de que la economía comenzaba una recesión, el Estado entonces empezó a tomar aun más el lugar de inversor sin medir las consecuencias.

Lula da Silva llevó al Estado a un mayor protagonismo económico, lo que resultó en una pérdida de eficiencia. “La política de control de precios de Petrobras, que importa combustible más caro de lo que luego se vende en gasolineras, es el ejemplo de que se está repitiendo aquello que fue un desastre en el pasado y generó resultados indeseados” nos comenta Bacha en el diario El País (2014).

La venta de los estadios o infraestructuras parecen realizarse para obtener algo de “ganancia” de lo gastado por parte del Estado, pero para la sociedad brasileña es corrupción pura, darle a empresarios a precio de amigo estadios pagados muy inflados con dinero público y contruidos o remodelados con empresas coludidas.

Los Mega-Eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos y los Mundiales, en sus inicios eran casi autofinanciados, con la venta de entradas, timbres, monedas, donativos, etc. dejaban muy pocas ganancias o nada y más que nada dejaban déficit pero manejable, conforme fueron evolucionando estos eventos los países anfitriones entraron con más apoyo público, pero aun con déficit, no había despilfarro o bien se conectaba a beneficios sociales, de crecimiento o desarrollo, hasta que llegó el punto de quiebre que fueron los Juegos Olímpicos de Montreal’76 y el cambio de sede del Mundial Colombia’86.

En los años 80 las nuevas tendencias económicas vendrían a cambiar las cosas y los patrocinadores absorbieron casi todo y estos eventos desde entonces generaban ganancias, principalmente a las empresas privadas y en un segundo plano a los Estados o gobiernos.

Los eventos deportivos han crecido tanto que se necesitan de ambos, el Estado y las Empresas, pero al parecer Brasil quiso hacer de lado

a las Empresas para que las ganancias fueran mayormente del Estado, o de los políticos, grave error pues el gobierno ni los funcionarios públicos pueden ni deben manejar al Estado como si fuera una empresa privada, he aquí lo que considero el grave error de Brasil. Vemos aquí una constante con Grecia y sus Olímpicos de Atenas 2004, donde es notoria la corrupción y la pésima actuación del Estado, que después fueron una de las causas de su crisis y la del Euro, repito una de las causas.

Los datos económicos más recientes (agosto 2014) nos hacen replantearnos las proyecciones de ganancias por turismo e inversión las cuales se han reduciendo a menos de la mitad, Brasil 2014 parece que será un “Maracanazo económico” una pésima imagen para el país anfitrión al mundo. Por ahora Brasil parece ser un país que organizo ya dos Mega-Eventos y que está por realizar otro, es decir, el mundial le costó el doble y aún le faltan los olímpicos, que como se ve no van bien planeados en gastos, tal vez se salga otra vez de la proyección y termine gastando de más, si es así Brasil sería el primer país en quedar en bancarrota por eventos deportivos y no por los eventos en sí, sino por su mal trabajo interno para celebrarlos.

VI Mala imagen local

Para Hans Morgenthau (1986), teórico de las Relaciones Internacionales, el Prestigio es la tercera manifestación básica de la lucha por el Poder en el escenario internacional. Los estudiosos del prestigio lo hacen principalmente en el ámbito militar, pero ¿Por qué no hacerlo también en el ámbito deportivo? Para Alexis Vásquez (1991) los eventos deportivos, en el plano internacional, se convirtieron en un excelente escenario para elevar el Prestigio y reafirmar el poderío de las grandes potencias en donde sus atletas se convierten en “soldados del deporte”.

Durante décadas la Selección Brasileña de futbol proyecta un país potencia, Brasil es el país con más campeonatos ganados y que su población no solo vive el futbol sino que es toda una pasión, por lo cual las expectativas del mundo al darle la sede fueron muy altas, sería el mejor mundial. Pero no fue así como lo hemos estado revisando, un mundial

que no pasa a la historia como los mejores. Brasil perdió sorprendentemente en el terreno deportivo con un 7-1 ante Alemania quien sería la Campeona, un reflejo en la cancha de lo que pasa en el terreno social, político y económico del “gigante-enano” país sudamericano.

La imagen de Brasil (marca-país) en el futuro inmediato y actual no es de las mejores a nivel global, por supuesto su Prestigio Internacional también está a la baja. Tal pareciera que Sudáfrica, también miembro de los BRICS y visto como el más débil, fue mejor que Brasil para organizarse y para manejar inversiones, costos y gastos. Había un gran temor en que un Mega-Evento se llevara a cabo en África y los resultados no fueron malos, ahora Brasil nos está mostrando que puede haber grandes fallas donde creíamos no podrían pasar, en la nación del futbol.

¿Por qué la FIFA no reaccionó mucho antes y comenzó a llamar más la atención? ¿Por qué no hizo algo parecido como con Colombia’86? Recordemos que en aquella ocasión había también retrasos, pocos patrocinadores y el Estado se encargaría de casi todo, Colombia terminó por renunciar a la sede, la diferencia es que el Estado colombiano no contaba con fondos como si los tuvo Brasil.

Por otro lado no hubo presión de países para cambiar la sede como hiciere EE.UU. en aquel entonces con Colombia, o como lo hizo España con Sudáfrica cuando se declaró más de una vez, lista por si se requería. La FIFA quedó atada de manos para hacer algún cambio, si es que hubiera querido, los candidatos “viabiles” eran Australia, que marca ya su interés por un mundial, y que tendría legitimidad pero que por el poco tiempo no estaría lista además del problema económico de la crisis mundial que también afectó a EE.UU. que podría haber sido la otra opción para el mundial del 2014.

Como nunca en un evento de esta magnitud hubo un gran temor a que en cualquier momento se diera un estallido social, la ciudad de Río tuvo unidades del ejército desplegadas en las favelas, las autoridades estaban más al pendiente de cuidarse de sus mismos ciudadanos que de amenazas externas como el terrorismo internacional. También hubo temor de apagones, la red eléctrica y sus generadores apenas estaban

terminándose, temor de que los trasportes públicos como metro, buses, aeropuertos, puertos y demás sufrieran colapsos por el número de turistas.

Los turistas tuvieron temor de ser víctimas de la delincuencia, ya sea por robo, secuestro exprés, prostitución, narcotráfico, etc. todo esto debido a la falta y/o fracaso de las políticas públicas en este sentido en los últimos años, Brasil no realizó con éxito programas integrales encaminados al mejoramiento del país, algo que si realizó en parte Sudáfrica.

VII Consecuencias para los Mega Eventos, la herencia de Brasil 2104.

Al ver los problemas que presentaba Brasil, Blatter nuevamente modifico los protocolos de elección de sede, pues entonces la rotación haría que todo se negociara al interior de cada Confederación y no con la FIFA, dándole tal vez la sede a un país no preparado, además alentaría una competencia global y no solo regional y que los proyectos fuesen sólidos ya que Brasil estaba demostrando todo lo contrario, esa es una de las herencias de Brasil 2014 a la historia de la Copas del Mundo. Los Mundiales que se llevarán en Rusia 2018 y Qatar 2022, son resultado de una feroz lucha entre diez candidaturas y tienen estándares mucho más altos y prometen con sólidos proyectos.

Rusia que ha estado trabajando en su Mundial, desde hace años, ha reduciendo gastos superfluos y ha reorganizando sus trabajos de construcción o remodelación para no caer en los problemas. Rusia, con dos compromisos, tanto el mundial como los olímpicos de invierno, entre otros eventos deportivos, lo que hicieron fue un gigantesco proyecto nacional y regional para llevar todo a cabo y conectarlos, para crecer y desarrollarse. Cabe mencionar que Rusia tiene instalaciones listas para su mundial desde 2013, algo que deja muy mal a Brasil pues mientras se celebraba el del 2014, la próxima sede ya estaba lista con tres estadios para realizarlo.

Para los olímpicos de Río 2016 existe más presión y vigilancia, ya que el Comité Olímpico Internacional (COI) ha expresado su preocupación y han comenzado a encender las alarmas con las llamadas “Demoras Crónicas.” El Presidente del COI, Bach, ha declarado que no se puede perder un solo día. Actualmente Río 2016 ya presentó una huelga de 2 mil obreros, la renuencia del alcalde de Río y miembros del Comité Organizador, que buscan puestos públicos en las elecciones de este año, además de un grave problema de contaminación de la Bahía Guanabara que si no se trabaja ahora no se resolverá para las pruebas náuticas. El COI está más atenta que la FIFA para que Brasil no deje de trabajar.

China y Sudáfrica fueron sede de olímpicos y mundial en la década pasada pero aunque eran países en vías de desarrollo o llamados países emergentes mostraron madurez, y lograron llevar a cabo sus eventos con éxito. Estos escenarios llevaron a las “autoridades mundiales del deporte” a que Brasil fuera medido igual y se le otorgó la sede de ambos Mega-Eventos seguidos, pero está dando una desagradable sorpresa, a consecuencia de ello, Estambul y Madrid, perdieron los olímpicos de 2020, España por sus fuertes problemas económicos y su gran malestar social, y Turquía que, aun siendo parte de los nuevos países emergentes llamados MINT[2], tenía problemas sociales que a la fecha han empeorado, el COI fue más estricto y no quiso esperar para ver si con el tiempo se resolvían, fueron a lo seguro: Tokyo.

Como consecuencia de la mala organización, planeación, falta de tiempo, torpe actuar del Estado, excesivo gasto se dio un enorme malestar social esto ha llevado a la FIFA y el Comité Olímpico Internacional a optar por sedes más “seguras”. Es muy probable se repitan sedes, se otorgan con mayor tiempo de preparación, con los suficientes recursos y con ello socialmente más estables, estas son las repercusiones y herencia de Brasil 2014.

Los olímpicos de invierno en Pyeongchang 2018, el mundial de Rusia 2018, los olímpicos de verano en Tokyo 2020 y el mundial para Qatar 2022[3] son ejemplos de estas nuevas medidas, podemos ver una

marcada presencia de Asia, un continente que ha estado creciendo política, cultural y económicamente, es el continente de la siguiente década, pero quiero resaltar que principalmente estos países son socialmente más estables, de alguna u otra manera. Además la misma sociedad busca o ve con buenos ojos ser parte de estos Mega-Eventos.

Canadá es oficialmente candidato para el Mundial de 2026, recordemos su crecimiento de los últimos años, aunque se pueda considerar un país emergente tiene un buen antecedente con los olímpicos de invierno de Vancouver 2010 además de ser socialmente estable. México se vislumbra como candidato[4] no solo para 2026 sino también para 2030, el Mundial del Centenario, pues América del norte desde 1994 no ha tenido la fiesta del fútbol, México tiene el antecedente del mundial sub17 de 2011 que maravillo a la FIFA.

México aunque se considere país emergente es socialmente estable y lo demostró en sus anteriores mundiales, además en el nuevo gobierno federal hay cambios, el país sin tener como objetivo un Mega Evento pareciera que lo busca, construirá aeropuertos, trenes, carreteras, complejos turísticos y comércies, a logrado captar inversión extranjera directa, etc. se estima que México será el único país de la región latinoamericana que crecerá en los próximos años lo que lo hace candidato.

Otros posibles candidatos son Uruguay, Argentina, Australia y China que han dado algunas señales de querer llevar el fútbol a su país, estos países deben pasar los nuevos estándares no escritos para otorgar la sede. Para los olímpicos ya suenan Doha, Roma, París, San Petersburgo y el siempre presente Estados Unidos, pero también ciudades de América Latina como Buenos Aires y Lima, además de metrópolis africanas como Durban, Nairobi y Casablanca.

En la década anterior había un tendencia a llevar tanto olímpicos como mundiales a lugares donde no se habían celebrado antes, para hacer realmente globales estos eventos deportivos, esto llevo a ser menos estrictos en los requerimientos, más tolerables y flexibles, pero Brasil 2014 ha cambiado esto y es muy posible que veamos los Mega-Eventos

en países que ya los han realizado o bien que cumplan los ahora más estrictos estándares y requisitos de la FIFA y el COI.

No podríamos generalizar entre países desarrollados o no, México en su tiempo fue una sede olímpica y de mundial, en su momento existían también muchas dudas, principalmente de países europeos, y han sido de los mejores eventos en la historia de cada fiesta deportiva. Sudáfrica levantó también muchas dudas pero con empeño y la ayuda de la FIFA, logro buenos resultados. Canadá que podríamos entender como país “rico” ha dado los peores olímpicos, los de Montreal ‘76 o el gran descalabro en seguridad que fue Múnich ‘72

Países desarrollados o emergentes se pueden ganar el evento siempre y cuando aseguren que podrán realizarlos sin contratiempos, no habiendo estos se puede garantizar aún más una estabilidad social, o bien las sedes deberán asegurar el apoyo social antes de ser candidatas, como lo hizo Múnich para su candidatura de Juegos Olímpicos de invierno al realizar un referéndum (2011) para buscar la sede de 2018. Al perder, la ciudad propuso postularse ahora para 2022, pero los votantes (2013) decidieron que no a esta nueva propuesta.

Las futuras sedes deberán cumplir los requisitos, que serán examinados estrictamente, para que la sede elegida no tenga problemas como los que han ocurrido con Brasil y estos a su vez no generen malestar social, que gracias a las nuevas herramientas tecnológicas así como las redes sociales posibilitan más y efectivas movilizaciones y organización.

[1] Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica.

[2] México, Indonesia, Nigeria y Turquía

[3] aunque este último está despertando nuevamente reclamos de cambio de sede, pues el clima no ayudara a la celebración del Campeonato.

[4] México retiró su candidatura para los mundiales de 2002, 2018 y 2022. Si logra un mundial sería el primer país en tener 3 veces la sede.

Bibliografía

- Adrenalina 360. (7 de abril de 2014). Preocupa al COI atraso en obras rumbo a Río 2016. *Excelsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/adrenalina/2014/04/07/952858>
- Arias, J. (1 de septiembre de 2014). No hubo Copa en Brasil. *El País*. Recuperado de http://internacional.elpais.com/internacional/2014/09/01/actualidad/1409524081_365779.html
- BBC Mundo. (1 de julio de 2013). Brasil: las muchas caras de las protestas a través del fútbol. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/video_fotos/2013/07/130701_video_brasil_futbol_violencia_manifestaciones_il.shtml
- BBC Mundo. (9 de mayo de 2013). El cuestionado magnate que se queda con el Maracanã. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/05/130509_brasil_eike_batista_maracana_licitacion_lav.shtml
- BBC Mundo. (21 de enero de 2014). Curitiba podría quedar fuera del Mundial: FIFA. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/ultimas_noticias/2014/01/140121_ult_not_ultimatum_fifa_curitiba_amv.shtml
- Ciriza, A. (20 de abril de 2014). El rechazo incandescente de Brasil. *El país*. Recuperado de http://deportes.elpais.com/deportes/2014/04/20/actualidad/1398022778_861497.html
- Cronista. (23 de junio de 2011). Suplemento Espacial. *Cronista.com*. Recuperado de <http://www.cronista.com/especiales/Por-el-Mundial-2014-Brasil-flexibiliza-licitaciones-de-obras-de-infraestructura-20110623-0017.html>
- Cullen, A. (11 de noviembre de 2013). Bavarians Reject Munich 2022 Winter Olympic Bid in Referendum. *Bloomberg Business*. Recuperado de <http://www.bloomberg.com/news/2013-11-11/bavarians-reject-munich-2022-winter-olympic-bid-in-referendum.html>

- La Republica. Pe. (13 de junio de 2011). Brasil no avanza obras para el Mundial 2014. *La republica.pe*. Recuperado de <http://www.larepublica.pe/13-06-2011/brasil-no-avanza-obras-para-el-mundial-2014>
- Lissardy, G. (16 de abril de 2012). ¿Quién gana con los atrasos del Mundial 2014 en Brasil?. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/04/120416_retrasos_mundial_brasil_bd.shtml
- Morgenthau, H. (1986). *Política entre las naciones: la lucha por el poder y la paz*. México: Grupo Editor Latinoamericano.
- Sánchez, V. (16 de febrero de 2013). Atrasos y corrupción en la construcción de los estadios para el Mundial de Brasil 2014. *Brasil más que fútbol*. Recuperado de <http://www.brasilmasquefutbol.com/2013/02/16/atrasos-y-presunta-corrupcion-en-la-construccion-de-los-estadios-para-el-mundial-de-brasil-2014/>
- Vanini, F. (4 de abril de 2014). El modelo económico de los militares sobrevive en Brasil. *El País*. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2014/04/03/actualidad/1396478785_713416.html
- Vásquez, A. (1991). *Deporte, política y comunicación*. México: Editorial Trillas.

Cinco momentos colombianos en la Copa Mundial Brasil 2014

Guillermo H. Montoya
Antropólogo de La Universidad de Los Andes
montoya.gb@hotmail.com

Introducción

En el siguiente escrito se recogen 5 momentos del pasado mundial de fútbol de la FIFA Brasil 2014 evento que se vivió con pasión, locura y desenfreno en el territorio colombiano²⁹, siempre desde un punto de vista personal, completamente subjetivo y sin intención de convertirse en objetivismo ni cientifismo social o futbolero. Y es que tal reacción social no podía ser para menos, ya que se volvió a una cita orbital luego de 16 años de ausencia y frustraciones. Y no solo se volvió a participar en un mundial, sino que la *tricolor* realizó la mejor campaña de una selección de mayores en nuestra historia balompédica, llegando por primera a la fase de cuartos de final; llevándose el título del máximo goleador del certamen en los pies de James Rodríguez; siendo una de las selecciones más goleadoras junto con la campeona Alemania y la 3ra Holanda, y siendo considerada por buena parte de la opinión especializada como la selección que mejor fútbol desplegó en canchas brasileiras. Más parcializado no podría estar, ¿verdad?

Es en este sentido como deben entenderse y recogerse las apreciaciones y reflexiones que aquí ofrezco, la mayoría determinadas por el

²⁹ Una buena forma de retratar y entender el frenesí generado por la actuación mundialista se puede apreciar en las narraciones radiales y televisivas de nuestros comentaristas futboleros, MUY recomendado oírlos. <https://www.youtube.com/watch?v=Gm4QW4J1KME>

calor de la inmediatez de los acontecimientos en transcurso, usualmente acompañados por faenas éticas propias de la apreciación futbolera y la conjunción familiar. En suma, lo que aquí encontrarán no son más que las opiniones de un furibundo hincha de la selección Colombia de fútbol, que vivió este mundial como ningún otro en su vida; que lloró de alegría – como muchos otros millones de colombianos – al volver a escuchar el himno de su nación en el certamen deportivo más importante del planeta³⁰; que celebró como niño los 12 golazos de *la amarilla y la roja*; y que lloró de tristeza – pero inflamado de orgullo patrio y patriotero – la eliminación frente a los dueños de casa.

Sobre la sanción a Luis Suarez

Luis Suarez es hoy por hoy parte del top3 de los mejores futbolistas del mundo; al nivel de Cristiano Ronaldo y en mejor forma que Messi; de ese tamaño es la relevancia de Suarez en el panorama del fútbol mundial. Mejor jugador de la Premier League Inglesa en la temporada 2013-2014 de lejos, ídolo de multitudes en Liverpool y en su natal Uruguay, la mejor forma de describirlo es como un delantero increíble. Personalmente, lo considero ídolo desde su auto-sacrificio en el mundial de Sudáfrica en cuartos de final contra Ghana; lo dio todo por su equipo a costa de sus posibilidades individuales.

Aun así, no es mi objetivo aquí defender lo indefendible. Morder a un rival en un terreno de juego no tiene presentación, es un acto por fuera de toda conducta deportiva y futbolística. Y peor aun cuando hay reincidencia; es la tercera vez que lo hace. La sanción se veía venir y con severidad.

Sin embargo, pienso en el doble racero, en la doble moralidad imperante - y rampante - en la FIFA que los lleva a posicionarse como los adalides de la moralidad, el buen comportamiento, el deportivismo y el respeto a las reglas de juego. Nada más alejado de todo esto que las

³⁰ Por estándares de la FIFA, en el protocolo de inicio de los partidos solo se permite reproducir 90 segundos del himno nacional de un país. En el debut colombiano frente a los griegos, la hinchada tricolor que colmó las graderías se saltó del protocolo y cantó a viva voz la primera estrofa completa de nuestro himno. Momento por lo demás emotivo. En este enlace se puede apreciar. https://www.youtube.com/watch?v=P8x9PDJnsPg&index=10&list=LLRqg4nB1UXVxuC_dNZ2kAjuw

prácticas corruptas y mafiosas observables al interior de la administración de la FIFA. ¿Cuál es el “Fair Play” exhibido por estos dirigentes cuando aceptan sobornos, coimas y usan todo tipo de corruptelas para su beneficio personal? ¿Acaso les duele desplazar a comunidades enteras de gente humilde solo para construir sus elefantes blancos y la infraestructura que nunca terminan cuando organizan sus eventos? No señor, a mí la FIFA no me convence, y no aceptaré que se use la figura de Luis Suarez como chivo expiatorio.

Asimismo, la sanción que se le impuso dejó atrás hace tiempo toda severidad y debe ser puesta bajo la lupa de la proporcionalidad. ¿9 fechas de sanción en partidos oficiales? ¿Expulsado de la concentración de su equipo? ¿4 meses sin poder trabajar? ¿100mil francos suizos? ¿Acaso estamos lidiando con un delincuente? Un test de proporcionalidad en el derecho difícilmente dejará pasar alguna de estas arbitrariedades.

A Lucho Suarez hay que ayudarlo, por su propio bien y por el bien de todos los aficionados del fútbol. Su conducta no puede ser tolerada, pero sí se debe tener claro el “por qué” de su forma de actuar; en dónde radican las causas de su comportamiento peculiar antes de salir a emparedarlo como si fuéramos los vicarios de la moralidad y las buenas costumbres. La historia de vida de este personaje es mucho más compleja de lo que se cree y antes de juzgar, se debe entender.

Pdta.: Así como Colombia no es solo Falcao, Uruguay no es solo Suarez. No se debe cometer el error de griegos, marfileños y japoneses de subestimar nuestro equipo solo porque faltaba una pieza... El sábado será a muerte!

Respetamos y admiramos a Brasil

Nuestro equipo ya hizo Historia.

Los nuestros, ya cumplieron con creces a toda una nación.

Ya logramos nuestra mejor presentación en los mundiales.

Ya le tapamos la boca a incrédulos y a todos aquellos que creían que nuestro equipo no era tal y dependía de un solo jugador.

Sin duda alguna esta presentación de “la tricolor” compone buena parte de la percepción de este mundial como el mejor que he visto en mi vida.

Nosotros ya no tenemos nada que perder.

Y es que el equipo de *Don José* le ha devuelto la esperanza, la alegría, la confianza y el orgullo a nuestra Colombia que tanto nos duele. La “*fiebre amarilla*” hace rato dejó de ser una cuestión que incumbe solo a los hinchas del fútbol y se enraizó en lo más profundo de la cimentación simbólica de los y las colombianas. Sí señor, la relevancia social de lo que está aconteciendo en este momento con nuestro equipo de fútbol es tal que atrás quedó la mera moda y el éxtasis del momento; para los partidos de la selección se venden más banderas de Colombia que para las fiestas patrias; el pabellón nacional se exhibe en casas, carros, motos, edificios y gente como en ninguna otra ocasión. La selección Colombia es muchísimo más que una mera marca registrada por la Federación Colombiana de Fútbol, es un patrimonio cultural nacional. Activa la identidad nacional, el sentido de pertenencia, la unión entre – ya ante – la diversidad - racial, de clase, geográfica, étnica - y realza de forma muy particular el uso y la adopción de los demás símbolos patrios (llámese bandera, himno, escudo). Muchos tachan esto como un espejismo, como una pantalla ideológica que funciona como cortina de humo, pero en últimas pasajera, efímera. Discrepo totalmente con estas apreciaciones cuando palpo, vivo, experimento la realidad de los acontecimientos. ¿Qué otro fenómeno en nuestro país logra generar todo esto? ¿Qué institución o acontecimiento?

Es en este contexto en el que se enmarca nuestro desafío de mañana. Brasil es un rival que admiramos y respetamos mucho; su selección se ha ganado el cariño y el gusto de todos los amantes del balompié. Quién no gozó viendo al gordo Ronaldo, a Ronaldinho, a Rivaldo, a Romario, a Roberto Carlos, a Cafú, y más atrás, gracias al testimonio audiovisual, a Sócrates, a Zico, a Rivelino, a Falcao, a Jairzinho, a Tostao, a Garrincha, a Didí, al mismísimo Pelé.... en fin. Lo respetamos sí, lo admiramos sí, PERO NO LE TENEMOS MIEDO!!! Ni a ellos ni al

poder que los soporta; el poder y el lobby que tienen ante la FIFA nadie lo niega, nadie lo puede esconder. Tampoco su localía.

Por eso, si Colombia llega a ganar mañana - como todos y todas lo queremos - debe ser una victoria sin atenuantes, con holgura, sin lugar a dudas; esto le cerrará la puerta a la maquinaria arbitral y del público que no tendrá más remedio que aceptar lo que a nivel deportivo se venga. De lo contrario, llegarán las ayudas, las presiones, los *piscinazos*, los distintos raceros para repartir amarillas y dar faltas; a la presión del público no hay que temerle.... si el partido va en contra de Brasil se volverá el harakiri de su selección. El susto de Thiago Silva en los penales contra Chile es una prueba de esto.

Por ende, mañana habrá que dedicarse a disfrutar del juego de nuestro equipo. No me tiembla el pulso para escribir que Colombia es la selección que mejor fútbol ha mostrado y desarrollado en esta copa del mundo. No es perfecto, hemos sufrido también en defensa en pasajes de distintos partidos, pero hemos salido avantes, hemos manejado y controlado los partidos y a los rivales. También es cierto que tenemos al goleador, al mejor del torneo y al líder en la tabla de asistencias.

Respetamos y admiramos a Brasil, pero el mundo debe estar seguro que nuestros muchachos harán mañana TODO TODO TODO lo posible por ganar. Todos tienen su historia. Nosotros también estamos construyendo la nuestra. Ansiamos hacer nuestro debut en los cuartos de final de una copa del mundo. Sabemos que podemos seguir adelante. YA NO TENEMOS NADA QUE PERDER.

Colombia vs Brasil

¿Qué se puede decir del partido Colombia - Brasil? ¿Cómo entender lo que sucedió el viernes pasado? ¿Nos robaron el partido? ¿Nos asustamos? ¿Jugamos mal? ¿Brasil jugó mejor? ¿Se le puede creer a Neymar?

Ya varios días después de la eliminación colombiana del mundial y moderado por el tiempo que permite trascender el *guayabo*³¹ moral y

.....
³¹ Definición de la página web del canal de televisión institucional Señal Colombia. *Resaca y malestar debida a la ingesta de alcohol "No soporto la cabeza del guayabo, juro que no vuelvo a tomar".*

etílico, me dispongo a dar una visión enteramente personal y subjetiva de lo que vi en ese partido del viernes pasado.

1. Brasil nos tiró la camiseta en la cara y nos asustamos. Lo que personalmente creí que no podría ocurrir pues se superó con éxito la prueba de fuego mundialista de octavos de final: enfrentamos a los bicampeones mundiales charrúas, semifinalistas del mundial pasado, actuales campeones de América, en el estadio con mayor peso simbólico para el fútbol uruguayo, el Maracanã. Esto se esfumó y vimos a una tricolor - *roja-rojita* el viernes - errática, nerviosa, asustada por las patadas y la matonería brasilera. Brasil hizo valer su condición de pentacampeón, su localía, su lobby ante la FIFA, su experiencia futbolística.
2. Se podría decir que como resultado del primero, Colombia tuvo su peor primer tiempo del mundial. Ospina y Yepes fueron los salvadores y figuras de lo que podría haber sido una goleada “de camerino”. Las variantes del profe Pekerman lastimosamente no funcionaron y volvimos a extrañar a nuestro goleador, al Tigre Falcao. Para el segundo tiempo el equipo cambió radicalmente, jugó a la altura de unos cuartos de final de una copa del mundo y arrinconó a los *patas-bravas* (no, no era contra Paraguay, era contra Brasil), quienes terminaron pidiendo tiempo y tirando el balón a la tribuna. Sin embargo, el despertar fue tarde, esas ventajas no se pueden dar en un mundial y el partido ya estaba 2-0 en contra. Una lástima, pero perdimos con las botas puestas, luchándola, sudándola, metiéndole *güevas* como se dice dentro de una cancha.
3. Brasil superó a Colombia porque fue estratégicamente superior - ojo, no tácticamente - al imponer su propio *estilo* (no se le puede llamar “*estilo de juego*” porque ese equipo no juega, da patadas) y porque fue más eficaz y efectivo a la hora de marcar. Si bien el primer tiempo fue brasilero, en el segundo los locales solo nos llegaron una vez y fue el gol de David Luiz. Golazo, *pepinazo*, *pe-*

pazo, no se puede negar. De nuevo, regalar medio partido como lo hizo Colombia es imperdonable en términos futbolísticos.

4. ¿Cuál fue la incidencia arbitral en el trámite del partido? La estrategia brasilera radicó en gran parte en “*ablandar*” a patadas a los jugadores más talentosos de Colombia: entiéndase James, Cuadrado y Zúñiga. ¿Cómo se entiende que el partido con más faltas del mundial se ubique tan solo en la posición 21 en número de tarjetas? 4 amarillas en total, 2 para cada equipo. Solo por dar un ejemplo, a James lo pateaba Fernandinho; en la siguiente lo recibía Marcelo con una “*caricia*”, luego Paulinho lo esperaba, a veces los 3 al tiempo; y así se rotaban durante el partido. Esta es una estrategia clásica que usan los equipos pegadores para minar las posibilidades de los rivales talentosos. El “*ablandamiento*” en el fútbol no es más que un instrumento para mermar sustancialmente las capacidades físicas y mentales de los rivales y es DEBER del árbitro parar a tiempo este tipo de mañas que atentan contra el juego. ¿Cómo? fácil, aplicando el reglamento. El jugador talentoso debe protegerse de los jugadores limitados para que nuestro juego se siga llamando balompié y no karate o lucha libre. El árbitro debe corregir disciplinariamente este tipo de conductas utilizando las tarjetas. Evidentemente esto no sucedió en este partido. La cereza del helado la pone la FIFA al felicitar al árbitro Velasco Carballo por su actuación y poniéndolo en la baraja para pitar la final, junto con Nishimura - sí, el mismo del penal contra Croacia.
5. Zúñiga vs Neymar. Este es un tema que en lo personal me tiene bastante indignado. Indignado por el doble racero con el que buena parte del público brasilero se aproxima al tema. Tratan a Zúñiga de criminal por lesionar al único jugador de Brasil que intentaba jugar, pero se olvidan que su equipo recurre a la falta sistemática como estrategia. A Neymar le sucedió lo de la fábula del pastorcito mentiroso: es tan *piscinero*, tan *teatrero* que al final cuando se lesionó nadie le creyó. Para mí, un jugador que engaña *piscineando* es tan sucio y desleal como el que tira a romper

a los rivales. Son graves amenazas para el juego. Si Zúñiga tiró a romperlo, eso solo lo sabe él, pero me basta con creer en su versión y en la calidad de jugador que es. Neymar se lesiona - desafortunadamente - en una acción normal de juego y punto. Además, ¿qué más podrían esperar los brasileños si se dedican a amedrentar a patadas a los rivales? Nadie se alegra de una lesión tan grave a cualquier jugador, pero el matoneo mediático hacia Zúñiga es inaceptable. Se debe saber perder, pero también se debe saber ganar.

Recomiendo ver los dos videos que adjunto en este post...
<http://vimeo.com/99956968> [embed] https://www.youtube.com/watch?v=MBcQN_bQ8Fw[/embed]

Cuando el jogo bonito se convirtió en joga maluco

Antes de arrancar, debo aclarar que la acepción de maluco en español es diferente al portugués, por lo que no significa “loco” sino desagradable, feo, molesto, repugnante, repulsivo, odioso.... Eso es lo que despierta el Brasil de Scolari en este último mundial.

Son varios los interrogantes que genera esta versión de la *canarinha*. En mi opinión, habiendo iniciado a observar mundiales desde 1990, esta es la peor versión de una selección brasileira que haya visto, algunos colegas brasileños dicen que es tan mala como la de ese mundial. Sin embargo, si se acude a la memoria audiovisual, se podrá decir que son pocos los antecedentes de una *verde-amarella* tan mala como esta. Ni cómo comparar con la de los 80's con Zico, Sócrates, Falcao, Toninho Cerezo y demás, o la de los 70's con Pelé y Rivelino a la cabeza, o la de los 60's también con Pelé y Garrincha, o la de finales de los 50's con Didí, Djalma Santos y demás.... Pero, ¿cuándo Brasil dejó de jugar bonito? Algunos sitúan un punto de inflexión en la historia futbolística en la derrota en España 82 de la Brasil de Telé Santana ante el pragmatismo de la Italia de Bearzot; considerado por algunos como el mejor seleccionado brasileño de la historia, pero que se quedó en la puerta de la gloria, que no pudo ganar nada, al que se le quemó el pan en la puerta del horno. 12 años después de esta desazón apareció Parreira

con un estilo muy distinto al de Telé y levantó la copa de nuevo frente a los italianos. Muy cerca estuvieron en el 98 al quedarse en la final, y nuevamente la levantaron en el 2002 con Scolari. Sin embargo, es necesario establecer las diferencias entre estas *bandotas* y el equipo de Scolari en 2014. En el 94 Brasil tenía jugadores del talante del espectacular Romario, un súper complemento que era Bebeto, un organizador de juego en Raí, a Leonardo y Cafú abriendo las bandas, el liderazgo castrense de Dunga y la eficiencia talismánica de Taffarel en el arco. 4 años después vimos a estos mismos sin Romario, pero complementados por Ronaldo, Rivaldo, Denilson, Roberto Carlos... en fin... *bandola!* En el 2002 vimos el surgimiento de un joven Ronaldinho, complementado casi por los mismos del 98 y otros como Marcos, Kleber o Juninho, jugadorazos todos pero apenas alternativas en este *combaço*.

¿Hay puntos de comparación entre estos equipos y el que vimos este mes en el mundial? Difícilmente. Neymar está muy lejos de los mejores atacantes brasileiros de la historia, los laterales no son ni la sombra de lo que fueron y Fernandinho, Paulinho, Luiz Gustavo y compañía se dedicaron a dar patadas a los rivales. Una selección sin una idea clara de juego y totalmente alejada de la historia, de las raíces, del estilo, de la cultura futbolística brasileña.

Brasil-FIFA/FIFA-Brasil

Algunos dirán que llegar a semifinales del mundial es todo un logro y más aún con un equipo tan mediocre. Cabe preguntarse aquí si este equipo de Scolari habría llegado a donde llegó si el mundial no hubiese sido en Brasil. Personalmente, digo que NO. Aspectos políticos del gobierno y administración del fútbol junto con económicos y financieros por las altas sumas de dinero que están en juego en la realización de la Copa del Mundo, sumados a las presiones de política interna desde el gobierno de Rousseff, son todos determinantes a la hora de entender cómo es que este equipo llegó - o se le permitió - llegar tan lejos. Estas presiones o ayudas se entienden en la connivencia arbitral evidente en varios de los partidos de la canarinha; Nishimura inventando penales contra Croacia, Velasco Carballo y su descarada ayuda contra Colom-

bia, momentos claves del avance brasileiro en la copa. Resultado, una goleada 7-1 frente a Alemania, de esas raras que se ven por allá cada montón de años pero que desnudaron a un equipo que no se merecía llegar a estas instancias y pagó caro - muy caro - esta realidad. No todo fue ayuda, es cierto, pero esta ayuda fue fundamental para ver a este equipo en semifinales.

¿Por qué se celebró en Colombia la eliminación de Brasil?

Colombianos y colombianas celebraron la goleada a Brasil e incluso, algunos, llegaron al extremo de sentir como nuestra la victoria Alemana; mientras se jugaba el partido, llegaba a mi casa y caminando por mi barrio una señora desconocida de una edad aproximada a la de mi mamá me dice: “Eliminamos a Brasil!!!”. ¿En dónde radica esta erupción de alegría espontánea? ¿Acaso es un mero sentimiento de venganza, de revancha? ¿será, como dice el profesor Gabriel Restrepo, que es una muestra más que *la pasión* que mueve al pueblo colombiano es la mismísima *envidia*?

Revancha, sí, pero creo que la cosa va más allá. Los colombianos nos sentimos matoneados y maltratados por los brasileiros y concebimos como injusta la forma en la que fuimos eliminados. Cada patada artera que recibía James la sentimos en las canillas. Cada vez que el árbitro español dejaba de amonestar a los volantes *verde-amarelos* nos sentíamos despojados *de frente* y descaradamente. El peso del poder brasileiro en el orbe futbolístico se hizo sentir ante Colombia, una pequeña y advenediza nación en el concierto del fútbol internacional. De ahí que el 7-1 alemán se concibiera como justo y merecido.

Asimismo, el público futbolero colombiano ha sido históricamente seguidor del *jogo bonito*, del fútbol espectáculo brasileiro. Esto es tan cierto como que el estilo de juego colombiano halla sus bases en el buen trato de la pelota y buen juego característicos de los vecinos. Estas son razones de más para entender la forma y el fastidio que generó la derrota de 4tos de final. Brasil le ha ganado a Colombia cualquier cantidad de veces, pero esta es tal vez la menos merecida y peor ganada de todas.

Brasil debe reflexionar como nación futbolera que es en dónde radicó su fracaso. Es difícil pensar que los 23 convocados por Scolari son en realidad los mejores jugadores del gigante suramericano, y también es inconcebible pensar que la única alternativa de juego que tienen es la de salir a moler a patadas a los rivales. El sacudón debe venir, algunos se atreven a proponer un técnico extranjero... Independientemente del nombre de quién venga, Brasil debe re-pensar su fútbol y mirar un poco para atrás las hazañas de sus “próceres” futbolistas en aras de proyectarlas hacia el futuro.

¡¡Hala James!!

Como corolario de la actuación colombiana en Brasil debe ser entendido el multimillonario traspaso de nuestra estrella James Rodríguez del Mónaco de la liga francesa al todopoderoso Real Madrid. Este hecho ayudó a mantener la llamada *burbuja* nacionalista y patrioter que creó a partir de la actuación de nuestra selección en el mundial. La espectacularidad del cubrimiento de la presentación de James en el Santiago Bernabéu fue transmitida en vivo y en directo por nuestros canales de televisión y seguida por hinchas de todo calibre en el territorio nacional.

No soy híncha del Real Madrid

No soy híncha del Real Madrid.

No me gusta su estilo de juego.

No me gusta su pasado, tan ligado y representativo del Franquismo. Hacerle fuerza a este equipo es hacerle fuerza al *status quo*, a la maquinaria financiera, al sistema.

No me gustan los privilegios económicos del Madrid – iguales a los del Barça – en donde estos dos clubes negocian por aparte y se quedan con más de 2 terceras partes del dinero de la liga española, situación que tiene quebrados a la mayoría de clubes ibéricos y que rompió el balance competitivo del fútbol profesional español hace rato. Esto es lo que hace posible que el Madrid y el Barça contraten a Suarez y a James mientras que buena parte de los demás equipos se adscriban a planes de re-organización administrativa.

Aun así, la grandeza y los logros deportivos de este club no se pueden negar ni ocultar. Merecido tiene el título de mejor club del siglo XX, más sus 10 Champions Leagues, 32 Ligas de España, 19 Copas del Rey, 3 Copas Intercontinentales, 2 Copas UEFA, y un largo etcétera, son todos testimonios de la calidad y el hambre de triunfo que apuntalan la misión, la visión y los objetivos de este club. Más grande que el Madrid en el mundo del fútbol no hay. Punto. Cualquiera soñó de niño con jugar algún día en este club.... bien dicen en el fútbol que “El Madrid solo te busca una vez”.

Lo de James es un hito más en la historia del deporte colombiano - falta ver cómo será su rendimiento, pero en lo personal le deseo lo mejor, tanto para él, como en lo que atañe al fútbol colombiano. No es el primer compatriota que llega al Madrid - ya lo hicieron El Coloso de Buenaventura³² y el Odontólogo Congo³³ - pero las sensaciones que despierta su fichaje son distintas a las de los dos primeros colombianos que se vistieron de merengues. El mundo del fútbol ha cambiado drásticamente en el ámbito del marketing y de la exposición mediática en los últimos 20 años y esto juega a favor del ambiente de adaptabilidad para James en el entorno madridista. Es muy distinto el Madrid - y la España - que recibió a Rincón en el 95 y la que recibe ahora a James en el 2014. Asimismo, la preparación profesional, físico-atlética, personal e intelectual de James es superior a la de sus compatriotas antecesores: campeón en el fútbol argentino, múltiple campeón a nivel local e internacional con el Porto de Portugal; mundialista sub17, sub20, mayores y máximo goleador de la última cita ecuménica; estudiante de ingeniería de la UNAD - Universidad Nacional Abierta y a Distancia; casado, padre de familia, hombre centrado y muy profesional. Hizo su primaria futbolística en Colombia, su bachillerato en Argentina, su universidad en Portugal y Francia, su maestría en el mundial y ahora inicia su etapa doctoral en la élite del fútbol, del deporte y del espectáculo mundial. Semejantes logros son dignos de la presentación que presenciamos hoy por tv.

.....
³² Freddy Rincón a mediados de la década del 90.

³³ Edwin Congo, delantero y odontólogo bogotano, fue contratado por los merengues a principios de los 2000.

El Real Madrid es uno de los modelos de comercialización y de marketing en el mundo del fútbol y saben aprovechar todas las oportunidades que tienen para espectacularizar un evento que otrora aparecía como trivial: la llegada, presentación y firma de contrato de un nuevo jugador. Sin embargo, pensar que la trascendencia de este hecho se debe medir únicamente bajo el racero de la mercadotecnia es un análisis corto cuando se observa la reacción y el acompañamiento del público en el estadio Santiago Bernabéu. 46.000 espectadores se debe registrar como una de las mayores marcas de asistencia de público a la presentación de un futbolista. Esto nos dice que la figura de James representa mucho más que una personalidad deportiva y que se erige en el corazón de la diáspora colombiana en España en un elemento aglutinador, de unión, de añoranza, de representación positiva, de orgullo patrio si se quiere. El inmigrante colombiano donde quiera que vaya debe cargar con el lastre del pasado y del presente narcotraficante de nuestro país, fenómeno aunado por la desafortunada representación *mass mediática* de los canales RCN y Caracol con sus series televisivas de *paracos*, *narcos* y *prepagos*, todas sirvientes de apología a lo *traqueto*³⁴ que tanto daño nos ha hecho como nación.

Por ende, atestiguar un evento que sólo se reserva a los mejores del planeta es un motivo de orgullo y de unión que le permite a los colombianos de allá y a los que estamos acá de presentarnos en el escenario mundial de una forma positiva y diferente a la del estereotipo del *colombiano-coquero*³⁵-*periquero*³⁶. De ahí que buena parte de esos 46.000 espectadores presentes en el Bernabéu asistieran, no con la camiseta del Madrid ni con la de James, sino con la camiseta de la selección Colombia y con banderas tricolores. Esta capacidad que posee el deporte de unirnos como comunidad imaginada es un aspecto que han sabido leer muy bien desde el Gobierno nacional, empezando por el presidente Santos.

³⁴ Tomando y complementando una definición que aparece en la página web del canal institucional Señal Colombia, la palabra *traqueto* se define de la siguiente manera: Persona con formas dudosas o ilegales de conseguir dinero “Ese tipo tiene puro estilo de traqueto, mírele la ropa y el carro”, usualmente asociadas al tráfico de drogas ilegales y estupefacientes.

³⁵ *Coquero*: que trafica con cocaína.

³⁶ *Periquero*: que consume cocaína.

La primera sensación que me generó la presencia del embajador colombiano en España Fernando Carrillo fue la de un *lagarto*, la de una *payasada*. Sin embargo, al escuchar el mensaje-discurso que el embajador leyó a nombre del mandatario mi impresión cambió rápidamente hacia la instrumentalización del deporte - y sobre todo de sus victorias - como mecanismo discursivo que mejora la percepción de la realidad del país, y en general, con fines tanto políticos y electorales como también de unión nacional. Santos ha estado presente hasta en el mundial de *micro-fútbol*³⁷ - deporte que tal vez solo se practica en Colombia y por ahí en un par de países más y que explica porque somos campeones. El presidente ha sabido utilizar muy bien estos momentos del deporte para publicitar su gobierno y su *proceso de paz*. Es significativo entonces el uso que se hace del deporte desde la cabeza del gobierno, fenómeno digno de análisis y debate; es al mismo tiempo una payasada dada la precariedad del estado de nuestro fútbol profesional y de nuestro deporte en general...

Si bien los resultados deportivos de los últimos 3 años son halagadores y prometedores (olímpicos, giro y tour de Francia, mundial de fútbol), la capacidad, presupuesto y niveles de profesionalización y eficiencia de nuestras instituciones deportivas - llámese Coldeportes, Federaciones, Comité Olímpico, Clubes, etc. - está lejos de generar una verdadera estructura y política nacional del deporte en nuestro país. Las cosas han mejorado, es cierto, pero es muy poco lo que se ha hecho en favor del deporte desde estas instituciones dado el enorme potencial de cambio social que poseen las actividades deportivas en escenarios de postconflicto y construcción de paz.

Hala - o comoquiera que se diga, no me importa - James!! Aquí lo importante no es el Real Madrid, la verdad me importa poco lo que pase con este equipo, co-responsable de la crítica situación de la liga profesional de España; lo importante aquí es James y su poder como símbolo de un nuevo fútbol, de un nuevo deporte, de un nuevo país, de una nueva nación. Allí radica la importancia de este ídolo de multitudes.

³⁷ Micro-Fútbol o Fútbol de Salón, es una versión alternativa - y más antigua - al *futsal* cuya licencia es propiedad de la FIFA, cuyo mundial fue organizado y ganado por Colombia en el año 2011.

Del niño Dios futbolista a San Memo Ochoa: El Tri como dogma de fe en Brasil 2014 y otros mundiales.

Sergio Arturo Castillo Olivares

La Selección Mexicana de Fútbol constituye un fenómeno de trascendencia multitudinaria para la sociedad de éste país. Por estos alcances, el equipo merece ser estudiado de manera interdisciplinaria, tratando de solventar un análisis que no basta sólo con el trabajo periodístico que habitualmente se desarrolla en torno al fútbol. Si bien existen labores interdisciplinarias que han analizado al Tri como objeto deportivo, como aparador de negocios o como elemento de arraigado nacionalismo, nos preguntamos ¿alguna vez la Selección y sus jugadores han sido estudiados como formas sacralizadas?

Al respecto, existen trabajos de corte sociológico y/o antropológico que han tratado de entender al fútbol como deporte y a la vez como una novedosa religión secular del siglo XXI. En relación al fútbol como eje político o como elemento de identidad, nos encontramos con muchos ejercicios desarrollados principalmente en el extranjero, como los estudios de Pablo Alabarces y su grupo de colaboradores. En los últimos años, en México se ha tratado de explotar el rubro interdisciplinario en el deporte, sobre todo en el fútbol, y hoy en día hay varios especialistas que abordan la temática. También es posible que nos encontremos con algunos trabajos mediáticos, pero no siempre llegan a completar objetivos específicos. A diferencia de lo anterior, el siguiente trabajo tiene el propósito de desenmascarar un posible rostro

“sacro” que cubre una porción del tema social que rodea a la Selección, tomando como parámetro los fundamentos que puedan aportarnos la sociología, la antropología, la teología y la historia, desde autores como Emile Durkheim, Jean Meyer, Eduardo Galeano, Mircea Eliade, Daniel Gutiérrez, Fernando Carrión Mena y Bernardo Barranco, entre otros.

Introducción

El Tri³⁸, *per se*, desborda un cúmulo de adjetivos que nos permite entenderlo desde el espejo del que se mire. Si encerráramos dentro de un círculo la palabra Selección Mexicana de Fútbol y le agregáramos todos los conceptos y elementos que engloba como ritual ¿podríamos incluir el término *hibridación religiosa*? Es precisamente esta característica la que queremos descubrir en ésta investigación, es decir, buscamos comprobar si el equipo mexicano mantiene para la sociedad, un carácter de culto religioso, sacro y popular que no sólo constituye una forma de religión secular, sino que además, se apega a los valores católicos tradicionales de la sociedad mexicana. Esto lo veremos reflejado a través de la adoración de un particular santo “futbolista” que trasciende por varios años, hasta encumbrar la veneración de futbolistas “santos”, en un sentido equidistante entre el lenguaje y las imágenes. El trámite de este ejercicio consiste en difuminar, lo que parece un fenómeno de hibridación o de fusión entre fútbol y catolicismo, primordialmente desarrollado en el contexto de las Copas Mundiales desde hace unos 20 años, específicamente a partir del Mundial de Estados Unidos ‘94. En otras competencias, como la Copa América, o la Copa Oro, esta relevancia “sacra” es mucho menor o incluso nula, ya que el apoyo de la afición es mucho más limitado y no despierta las mismas pasiones que un Mundial. El pasado Brasil 2014, no ha quedado exento de este fenómeno de hibridación, y es por eso, que a partir de éste estudio, intentaremos ratificar la idea dogmática³⁹ que se tiene de la Selección Nacional

³⁸ Apócope de *Tricolor*

³⁹ El dogma de fe, proporciona un conocimiento cierto de la verdad revelada que expresa, aunque sea oscuro e imperfecto. Los dogmas necesitan interpretación para que la verdad que contienen se haga cada vez más clara y explícita a la Iglesia y a todos los creyentes. El dogma es un punto de llegada y de partida y se inserta en la Tradición que progresa, A la definición sigue entonces la recepción, es decir, la apropiación vital de ese dogma en la vida entera de la Iglesia y la penetración más profunda de la verdad que testimonia. C. Izquierdo, El dogma y su interpretación, pp. 893-920, en: Morales, José, *Introducción a la Teología*, p. 70.

de Fútbol, a partir de los elementos sacros creados por los aficionados alrededor de ella, y de sus principales actores (futbolistas y técnicos).

Religiosamente Tricolor

Para entender el sentir religioso que arraiga la Selección Nacional, es conveniente revisar brevemente la historia y mirar desde que momento va tomando forma esa suerte de amasiato entre el Tri y el culto católico.

En el México de los años 60, tanto en las zonas rurales, como en las metrópolis, se imponía la figura de Cristo o la Virgen Guadalupana por encima de otras religiones, como son las formas alternas del cristianismo: Pentecostales, evangelistas, Testigos de Jehová, etc. En esa misma década, las instituciones políticas oficialistas, las órdenes seglares y la sociedad en conjunto, se abrazaban al lema de ¡Cristianismo sí, Comunismo no! como un modo de combate anticomunista⁴⁰ que se agudizó hacia 1961. En la década del 70, la política y la religión maniataban las ideas, es por ello que los ciudadanos aún mantenían una apretada mordaza en la boca, es decir, la libertad de expresión era casi nula. Para muchos, una forma de liberación fue el deporte, y el fútbol, como un medio de disciplina, educación física o simple distracción, concentró parcialmente todas esas posibilidades.

La popularización del fútbol en México surgió por ahí de los años 60, pero se incrementó luego del primer Mundial celebrado en nuestro país, en un escenario coyuntural de represión estudiantil. Aquel Mundial del 70, es muy recordado por el Brasil de Pelé, Jairzinho, Tostao, Rivelino. Sin embargo, muchos se acuerdan más de la época por el magnífico regate de Pelé que no logró culminar en gol contra Uruguay, que por el “Halconazo”⁴¹ o la Guerra Sucia que azotaba la Sierra de Guerrero. Los años 80 parecían dejar muy atrás las glorias de Pelé y la problemática social derivada de los conflictos estudiantiles contra el Gobierno. Fue una década de aparente ensueño para el repunte depor-

⁴⁰ Se decía en aquellos años, que el comunismo incitaba a los jóvenes a volverse ateos, cosa que no gustó mucho a la Arquidiócesis Primada y a sus principales diócesis en el país. El gobierno, aprovechando esto, sabía que podía mantener quieto al pueblo arraigando aún más el catolicismo en sus ciudadanos, es decir, se puede interpretar al catolicismo de aquellos años como un arma para sembrar la ignorancia.

⁴¹ Refiérase a la represión estudiantil durante el jueves de *Corpus* en 1971 que derivó en muchos estudiantes muertos a manos del grupo paramilitar “Halcones”.

tivo y por esos mismos años, Hugo Sánchez llegó a España. Sus buenas actuaciones en el Real Madrid, despertaron la figura del gran ídolo⁴². La imagen del “Pichichi”, rebasó con creces las hazañas que la “Tota” Carbajal y Enrique Borja consiguieron unos años antes. De otros deportes, como el béisbol y el boxeo surgieron Fernando Valenzuela y Julio Cesar Chávez respectivamente, quienes junto con “Hugol” conformaron un tridente deportivo de sumo éxito en la década, llegando a ser los tres referentes históricos de sus disciplinas hasta el día de hoy. El Mundial del 86, fue un escenario que sembró con profundidad las esperanzas nacionalistas de los mexicanos a través del deporte. En ese Mundial, la selección de Bora Milutinovic tuvo una actuación plausible que no sobrepasó los cuartos de final. Muchos miembros de aquel equipo fueron fichados en el fútbol europeo luego de la justa y se llegó a pensar que el fútbol mexicano atravesaba por un *lapsus* de progreso, tal vez con la mala fortuna de verse opacado por la gran tragedia ocurrida un año antes y de la que el país no lograba reponerse⁴³. Dos años después del Mundial en México, el tema de los “Cachirules”, y la famosa sanción de la FIFA a la FEMEXFUT, suscitó un abandono relativo del fútbol por parte de los fanáticos, muchos de los cuales, con un dejo de desilusión, se refugiaron totalmente en los brazos de la lucha libre y el box⁴⁴. Así, J.C. Chávez, se convirtió en el gran ídolo nacional, y el fútbol cayó en un bache significativo por no asistir a Italia ’90. Este contexto es inherente a la creación, por así decirlo, del popular “Niño Dios Futbolista” de la Iglesia de San Gabriel, situada en el barrio de Tacuba, en el DF. Probablemente sea uno de los primeros hechos que mezclaron al fútbol de selección con la religión católica. La figura, que originalmente representa al “Niño de los Milagros”, fue creada en 1970 a petición del padre José Miguel Chaparro, quien por aquellos años 90 continuaba fungiendo como párroco del templo. Al padre se le conoce hasta hoy por su afición al balompié, mismo que practicó durante su juventud en

42 El ídolo en la actualidad, se entiende como un personaje que destaca en la sociedad por sus acciones positivas, cualesquiera que estas sean y sirve como ejemplo para las nuevas generaciones engendradas en las masas. Esta definición difiere del concepto de ídolo que se tenía en la época prehispánica. Sin embargo, la construcción de la idolatría, constituye un medio eficaz de control social. Idolatría y secularización, *Las fallas del modelo lacanianiano*, en: Bernard, Carmen, *De la Idolatría* p.101.

43 El terremoto del 19 de abril de 1985

44 Apócope de boxeo.

las inferiores del Atlante. La efigie del “Niño Futbolista” de casi medio metro de altura es muy reconocida y adorada por los “milagros” que les ha conferido a muchas mujeres que sufrieron embarazos riesgosos. Pero también se le reconoce por vestir el uniforme tricolor, previo y durante las Copas Mundiales, a partir de 1994. La idea de ataviarlo como futbolista, se dice, no fue del padre José Miguel, ni de algún miembro de la curia, sino de una mujer que administraba el templo⁴⁵. Este primer acercamiento comenzó en 1990, durante el Mundial de Italia, justo cuando el “Niño” fue disfrazado con el uniforme de la “Squadra Azzurra”⁴⁶. No obstante, la imagen se reivindicó a partir del Mundial de Estados Unidos, cuando se pensó en la idea de vestirlo con la casaca del Tri, aprovechando la euforia provocada por el retorno de México a los Mundiales.

Los cuatro años que antecedieron al Mundial de “Las Barras y las Estrellas”⁴⁷, representaron el renacer y la reflexión del fútbol mexicano, que por sí mismo, y a través de sus directivos, aprendió de sus errores “cachirulescos”. Con la llegada de César Luis Menotti a la Selección de México, se revirtieron los años de crisis y letargo. La continuidad que Miguel Mejía Barón le dio al sistema iniciado por el “Flaco”⁴⁸, casi alcanzó el clímax en la Copa América del 93, cuando se disputó la final contra Argentina. Pese a la desilusión por la derrota, las masas refrendaron la creencia al equipo verde sin renunciar a él. Los medios de comunicación y muchas empresas, invirtieron aún más en el crecimiento de la gran plataforma de negocios encarnada en el conjunto nacional e incrementaron el ultranacionalismo sobre un cuadro que almacenaba las esperanzas de millones de mexicanos.

Días previos a Estados Unidos ’94, se celebraron misas en diversas parroquias para pedir ayuda a Dios con tal de que iluminara a la Selección y les indicara a sus jugadores el camino del triunfo. Las peregrinaciones al templo del “Niño futbolista” fueron constantes, pero al

⁴⁵ Aguilar, Andro, *El Niño de los Milagros*, publicado en Reforma, 30 de mayo del 2014

⁴⁶ Selección Italiana

⁴⁷ Apodo que recibe Estados Unidos en referencia a la forma de su bandera.

⁴⁸ Apodo de Menotti

final, de poco sirvieron, ya que el equipo cayó derrotado ante Bulgaria y tristemente se regresó a la realidad.

Cuatro años después, antes del Mundial de Francia 98, se vivió un momento inédito: La Selección Nacional, concentrada en Europa, aprovechó su estancia para visitar la Basílica de San Pedro en Roma. Esto supuso el profundo sentir religioso de los miembros de la equipo, como integrantes de una gran sociedad arraigada de catolicismo y guadalupanismo, transmitido desde muchas generaciones atrás.

En el Mundial de Corea-Japón lo religioso se tradujo más en el éxodo de aficionados que viajaron miles de kilómetros para apoyar al Tri, pero tampoco estuvo exento de las plegarias y rezos de todos los que se quedaron acá. Una vez más, la afición puso el destino del equipo tricolor en manos de Dios.

Un punto medular que acentúa el fenómeno de hibridación que rodea al Tri como dogma de fe, surge en 2006, previo al Mundial de Alemania. Los aficionados comenzaron a atribuir formas sacras a los jugadores, lo cual no representó una novedad ya que algunos aficionados de clubes nacionales, adjudicaron a sus ídolos estas formas. Tal es el caso de Oswaldo Sánchez, quien fue bautizado por los aficionados del Guadalajara como *San Oswaldo*, gracias a que sus brillantes actuaciones salvaron en más de una ocasión de la derrota a las Chivas. El mismo Oswaldo Sánchez, representó una promesa para el equipo que disputó el Mundial de Alemania. Las esperanzas puestas por millones de aficionados en el Tri, adquirieron entonces, un cariz de devoción cuando comenzaron a retomar al San Oswaldo chiva, quien además sería apoyado por San Rafa Márquez, (que en aquel momento brillaba en Europa) y por San Omar Bravo (quien la “rompía” en Chivas). Ellos, se supone, tenían el don de poder hacer el “milagrito” que culminaría en un posible título mundial. Al final, el resultado fue adverso, pero quedaron como anécdotas las curiosas oraciones modificadas, que imploraban a estas nuevas formas “sacras” el deseo de hacer lo impensable gracias a sus cualidades “divinas”.

Cuatro años después se repitió el peregrinar, y decenas de miles de mexicanos viajaron a Sudáfrica, para ver lo que *San Cuau*⁴⁹ pudiera hacer para glorificar al Tri. Esto sólo lo lograría con la ayuda del *Niño Chicharito*⁵⁰, quien vislumbraba ser una especie de Mesías naciente que podía sacar a la Selección Mexicana de fútbol de un gran “purgatorio”; Quizá ese sería el “Santo Remedio” para comulgar la hostia del anhelado quinto partido.

Luego de un nuevo fracaso en Sudáfrica y las esperanzas venidas a menos, el histórico triunfo obtenido en los Juegos Olímpicos de Londres 2012, apuntaló las creencias que parecían amilanadas. El pueblo mexicano empezó a tener una fe enaltecida. La soberbia actuación del Tri bañó de oro las vitrinas de la Federación, transformándolas en una especie de altar. Ese triunfo provocó la “canonización” de un nuevo “santo”. Oribe Peralta tocó el cielo con sus goles, y fue calificado por muchos, como el hacedor del “milagro” que rompió esquemas y que cristalizó la victoria más preciada en toda la historia del fútbol mexicano.

Con un nuevo dejo de fe dogmática, precedido del “sí se puede”⁵¹, acrecentado y alentado por el oro olímpico de un par de años atrás, casi 40 mil fieles se lanzaron hacia un peregrinar por tierras brasileñas para ver ganar al equipo tricolor. En un éxodo que asemejó el camino de Santiago o las visitas a la Basílica de Guadalupe, los rostros de San Oribe, y San Piojo⁵², representaron un estandarte similar al utilizado por Miguel Hidalgo en la Guerra de Independencia, en sentido figurado. Ya durante la justa, un futbolista martirizado por muchos detractores (Sobre todo antiamericanistas), pero con la bendición de su técnico, alzó los brazos al cielo y llenó de gloria el arco nacional, erigiendo-

⁴⁹ Para los fanáticos del Club América, Cuauhtémoc Blanco sigue siendo una especie de “semidios” al que bautizaron como D10S CUAU, de forma similar a Diego Maradona. En la selección simplemente se conoce como *San Cuau*, que es representado gráficamente como San José, el carpintero, padre putativo de Jesucristo.

⁵⁰ Javier Hernández fue representado en una imagen como el Niño Jesús. Esta esperanza se centró al hecho de que previo al Mundial, fue fichado por el Manchester United, uno de los clubes más populares del mundo, por eso se pensó que haría diferencia en aquel equipo dirigido por Javier Aguirre.

⁵¹ Frase que saltó a la fama en la final del Verano '98 entre Toluca y Necaxa. El “sí se puede”, de los aficionados toluqueños, alentó a sus jugadores para sobreponerse al marcador adverso y así ganar el título de liga.

⁵² El técnico nacional Miguel Herrera, fue bautizado con el mote de “San Piojo”, gracias a la hazaña lograda por calificar a una selección que se encontraba casi desahuciada. Herrera, en dos partidos, logró el milagro y devolvió la fe perdida a muchos aficionados que pensaron que no había más esperanzas.

se como un redentor. Este discurso representa un símil⁵³ de lo que la prensa mencionó aquel 14 de Junio, día posterior a la gran actuación de Guillermo Ochoa frente a Brasil en Fortaleza. Aquel hecho, significó la canonización de “San Memo”⁵⁴. Pese a que otros futbolistas también desempeñaron un buen papel en el Mundial, para ser precisos, Héctor Herrera, Rafael Márquez y Andrés Guardado, fue Ochoa, quien se vistió de “héroe celestial”. En el partido de Octavos, frente a Holanda, aquel penal, injustamente marcado a Arjen Robben, lo pudo haber elevado a un grado aún más alto, de haberlo atajado⁵⁵.

Llama la atención que en los últimos tres mundiales, no fueron sólo los íconos tradicionales de la Iglesia (Cristo, Virgen María, diversos santos) los encargados de dotar de ayuda celestial al equipo, sino que algunos de esos “santos” emergieron desde el interior del mismo equipo, en una especie de “mitosis”.

Conclusión

De acuerdo con la experiencia vivida cada cuatro años y por simple muestreo, el fenómeno “Tri”, ha adquirido un significado social estratosférico. Es casi lógico que éste fenómeno se ha consolidado como el elemento de mayor cohesión social en el país. Resulta exagerado magnificarlo de esa forma, pero durante los mundiales se sitúa por encima de convocatorias políticas o incluso religiosas, aunque las estadísticas falseen los hechos. En los últimos seis mundiales, el número de tele-espectadores, y aficionados que ha viajado a las sedes mundialistas o que desde el televisor ha seguido al equipo nacional durante sus encuentros en las justas, quizá rebasa los índices de feligresía mariana que se concentran cada 12 de Diciembre, ya sea por el televisor, o en las fiestas

⁵³ Textualmente, las palabras de ese párrafo no son una cita periodística, tan sólo es un ejemplo de cómo se magnificó la actuación de Guillermo Ochoa, que si bien fue plausible, se exageró con gran exceso.

⁵⁴ Gráficamente es representado como San Judas Tadeo, el llamado “Patrón de las causas perdidas”. San Judas se ha popularizado en los últimos años en México, más como una especie de “moda” que de culto. Entre sus devotos, no solo destacan creyentes asiduos, sino también jóvenes pertenecientes a las tribus urbanas de “reggaetoneros”, quienes no sólo escuchan música puertorriqueña como forma de identidad, sino que también se identifican con acciones delincuenciales que ofrendan a dicho santo.

⁵⁵ Esto se menciona, porque seguramente Ochoa se habría convertido en una especie de “semidios” de haber atajado aquel penal a los holandeses. Esta especulación personal, ronda una idea hipotética: si en semanas, el famoso “No era penal” inundó las redes sociales, habría que especular, por puro sentido común lo que hubiese significado para la sociedad, otro acto “heroico” de Ochoa.

barriales y parroquiales, así como en los alrededores de la Basílica del Tepeyac para adorar a la Virgen de Guadalupe. Ignacio Manuel Altamirano, teórico liberal del S.XIX, afirmaba: “El día en que no se adore a la Virgen del Tepeyac en esta tierra, es seguro que habrá desaparecido, no solo la nacionalidad mexicana, sino hasta el recuerdo de los moradores del México actual”⁵⁶. Esta afirmación no significa que el culto a la Virgen Morena haya desaparecido. Pero tampoco es muy cierto que el fenómeno guadalupano siga siendo el núcleo duro que atrae al nacionalismo mexicano. Un hecho tangible que refuta esta postura consiste en mirar hacia las calles durante el desarrollo de un partido mundialista del Tri y observar lo vacías que lucen debido al alto porcentaje de ciudadanos que se concentran en casas, establecimientos, plazas públicas o centros de trabajo para ver los juegos por televisión.

Estos sentimientos nacionalistas reflejados en un sinnúmero de seguidores mexicanos durante los mundiales pueden exacerbar las emociones a un grado de catarsis. Los mexicanos tenemos (en un nosotros inclusivo) deseos y anhelos platónicos que se pueden magnificar a través de las emociones propias que nos produce el fútbol. Nuestro país ha sido, por así decirlo, una víctima más de la globalización que el fútbol ha alcanzado en todo el mundo, ya que como bien sabemos, la popularidad de este deporte ha permeado los cinco continentes. Países como Argentina o Brasil, evidencian la práctica del fútbol y sus logros en la materia como parte de su propia identidad nacional. En México, en cambio, nos encontramos deseosos de pertenecer a esa élite de potencias futbolísticas tratando de reivindicar el reconocimiento internacional a través de este deporte. Lo cierto es, que la nación azteca sigue siendo más reconocida en el extranjero por la profunda devoción a la Virgen de Guadalupe que por la pasión que los mexicanos vertemos al fútbol. Este desconocimiento internacional, parte del hecho que México no ha logrado los suficientes éxitos deportivos como para considerarlo parte de esa élite.

El fútbol proyecta la excitación de los sentidos; la pérdida del discernimiento de la realidad y el reencantamiento del mundo que cap-

⁵⁶ Jean Meyer, *La Virgen de Guadalupe y la identidad nacional de México*, en *Miradas Guadalupeñas*, CONACULTA, p. 33.

tura profundamente el interés de las masas, se debe a la simplicidad y eficacia de éste deporte. Esto supone el agrupamiento de las personas alrededor de los sentidos y la identificación del disfrute colectivo, que a diferencia de lo religioso, es un acto temporal de construcción social repleto de sensaciones y sentimientos. Para Emile Durkheim, la religión constituye un sistema de fuerzas que movilizan a las personas hasta llevarlas a la más alta exaltación⁵⁷, es por eso que entendemos el éxodo masivo de aficionados a territorios lejanos como Japón, Sudáfrica o Brasil, sin importar los gastos o endeudamientos que puedan generar un déficit en su economía. Dejando de lado la temporalidad, esta misma trascendencia la ha alcanzado el fútbol. El desborde de sentimientos insertos en su universo, lo ha encumbrado como un ritual de la sociedad posmoderna que fanatiza a los aficionados. Su influencia se ha dejado sentir en cualquier esfera de la vida social, al grado de paralizar la vida productiva de toda una nación durante 90 minutos, tal como lo mencionamos con antelación. Eduardo Galeano, lo ha interpretado así: “El fútbol es la única religión que no tiene ateos”⁵⁸. Esta postura la podemos sostener gracias a la interpretación de Mircea Eliade, quien define que la irreligiosidad no existe, aún en personas y sociedades altamente secularizadas⁵⁹. El universo de los tabúes, las supersticiones y las liturgias laicas, se enmascaran al orden laico, bajo aparentes significados desacralizados rituales seculares⁶⁰. Esto permite que los miembros de diversos credos e ideologías entiendan y se abracen a la doctrina del fútbol: Desde comunistas y ultraderechistas, hasta judíos, musulmanes o cristianos sin excepción.

Sin embargo, el fútbol deja de ser totalmente secular, cuando llega a insertar elementos rituales ajenos a la práctica deportiva que varían según la delimitación geopolítica o la liturgia que se profese. Lo que se mencionó líneas arriba en relación a los “santos” de la Selección, desde el “Niño Futbolista”, hasta “San Memo Ochoa”, constituyen prácticas, que por mínimas que parezcan, llegan a contagiar a las aficiones que se

⁵⁷ Leonardo Boff, *El fútbol como religión secular universal*, en www.servicioskonoinia.com.

⁵⁸ La Jornada, miércoles 9 de junio de 2010, en: Barranco, Bernardo, *El fútbol entre lo sagrado y lo profano*.

⁵⁹ Ibid, p. 2

⁶⁰ Ibidem, p. 2

abrazan a estilos dogmáticos específicos profesados por los ídolos del club o país al que representan. Francisco Alcaide señala que el fútbol puede tener una dimensión de evasión de la realidad, de embrutecimiento masivo y de enajenación funcional al *statu quo*. No obstante, esta dimensión de “opio” puede contrastarse con el lado lúdico, de exaltación y liberación de sentidos en tono festivo, lo que coadyuva a sobrellevar una realidad cotidiana llena de incertezas, inseguridades y opacidades. Siendo solo un juego de pelota, el fútbol influye en la vida misma⁶¹. Tanto así, que cada que el árbitro pita el inicio del encuentro, no solo entran en juego los intereses económicos y deportivos de los clubes, sino que se disputa el sentimiento de los aficionados hacia la defensa de sus colores, ya que la victoria representa o puede llegar a representar el triunfo personal de cada individuo que interactúa en el espectáculo. El fútbol representa un balde catártico, en que se vierten deseos esotéricos cargados de tintes de apelación a fuerzas suprahumanas, de ahí que los aficionados lleguen a sacralizar a sus futbolistas tanto en las imágenes como en el lenguaje. Entonces, si estamos seguros que el fútbol es un rito secular ¿en qué forma lo podemos definir cuándo imbrica aspectos sacros? La respuesta a esta pregunta se denomina *religiosidad popular*. A pesar de que las religiones son jerárquicamente sagradas, en las prácticas cotidianas los límites entre las diferentes esferas de actividades parecen disolverse, dando cuenta de las interfaces entre religión y fútbol, en su caso. Para definir la religiosidad popular, no basta con catalogarla por oposición u omisión a la Iglesia o a sus dogmas, primero se deben analizar las prácticas nativas o religiosas desde lugares empíricos específicos en torno a los flujos que integran la red de organización social. Así se permitirá dar cuenta de esos híbridos⁶², que pueden ser entre religión y política, religión y música, religión o género, o específicamente, religión y fútbol. Esto explica, por ejemplo, rezar a un santo para que el equipo gane, o que el jugador dedique el triunfo al santo al que encomendó sus plegarias.

.....
⁶¹ Op. Cit. p.2

⁶² E. Martín, *Prácticas de sacralización en sectores populares en Argentina*, en: Gutiérrez Martínez, Daniel, *Religiosidades y creencias contemporáneas*, p.355.

Lo sagrado, puede ser definido como una textura diferencial del mundo habitado que se activa en momentos diferenciales y en espacios determinados. Lejos de existir de manera abstracta, lo sagrado es reconocido y actuado por los nativos en situaciones tales como las interacciones cotidianas cargadas de acciones rituales. Así, podemos delimitar y entender la religiosidad popular como *práctica de sacralización*⁶³ entendida como un modo de hacer sagradas a personas, dentro de esa textura diferencial del mundo-habitado o profano. Lo sagrado lo podemos entender como algo que no ha sido afectado por el paradigma moderno de la secularización, ya que aún mantiene un carácter moralmente ambiguo. En pocas palabras, la definición ambivalente de sagrado/profano interpretada por Mircea Eliade, se puede entender como la manifestación de algo completamente diferente, es decir, una realidad que no pertenece a nuestro mundo y que se representa a través de objetos o personas tales como el “Niño Futbolista” (figura de yeso), o “San Memo Ochoa” (ser humano) que forman parte integrante del mundo natural o profano. A esta construcción dual sagrado/profano, Eliade decidió denominarla simplemente con el término *hierofanía*⁶⁴.

Ya para finalizar, podemos afirmar en buena medida, que esta investigación ha dado a entender y ha sabido explicar el argumento de su hipótesis. Lo que puede sonar simple y llano, es decir, el empleo del lenguaje e imágenes impregnadas de catolicismo para sembrar dosis de sacralización al fútbol, no es más que el resultado de prácticas nativas, derivada de casi 500 años de imposición e impregnación religiosa. Aunque no queramos, los mexicanos llevamos el catolicismo muy dentro de nuestros seres, pues en el lenguaje natural aparecen esos vestigios que califican los acontecimientos de la vida cotidiana, sobre todo, si se tratan de situaciones que deriven en la exteriorización de las emociones, sean estas buenas o malas. Hemos dejado de creer en Cristo, y ahora creemos en el fútbol, sin embargo, nos cuesta mucho trabajo llamar a las cosas o a las personas por su nombre, sobre todo cuando estas nos emocionan, tal como cuando le decimos “mamá” a la pareja.

.....
⁶³ Ibid, p. 357

⁶⁴ Ibidem, p. 358

Bibliografía

- Bernardo, B. (2010). *El fútbol, entre lo sagrado y lo profano*. Recuperado de <https://bernardobarranco.wordpress.com/2010/06/14/el-futbol-entre-lo-sagrado-y-lo-profano/>
- Bernardo Barranco Blog. (2014). *Fútbol y Religión I. Guillermo Ochoa, héroe redentor*. Recuperado de <https://bernardobarranco.wordpress.com/2014/06/28/futbol-y-religion-i-guillermo-ochoa-heroe-redentor/>
- Barranco, B. (2014). *Fútbol y Religión II. Religión y futbolización de la política*. Recuperado de <https://bernardobarranco.wordpress.com/2014/06/28/futbol-y-religion-ii-religion-y-futbolizacion-de-la-politica/>
- Bernand, C. & Gruzinski, S. (1992). *De la idolatría: Una arqueología de las ciencias religiosas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Boff, L. (2014). *El fútbol como religión secular universal*. Recuperado de <http://www.servicioskoinonia.org/boff/articulo.php?num=649>
- Carrión, F. (2010). *¿El fútbol se ha convertido en una religión?*. Recuperado de http://works.bepress.com/fernando_carrion/557/
- Martín, E. (2010). Prácticas de sacralización en sectores populares en Argentina. En Daniel, Gutiérrez, *Religiosidades y creencias contemporáneas, Diversidades de lo simbólico en el mundo actual* (337-359). México: El Colegio Mexiquense, A.C.
- Meyer, Jean. (2003). *La Virgen de Guadalupe y la identidad nacional de México*, en: *Miradas Guadalupeanas*, CONACULTA.
- Morales, J. (1999). *Introducción a la Teología*. España: Ediciones Universidad de Navarra.

Para las imágenes de la portada:

San Oswaldo en: 2.bip.blogspot.com

San Cuan en: padawans.blogspot.com

San Omar Bravo: lajornadajalisco.com.mx

San Memo Ochoa en: brasil2014.e-consulta.com/ingenio

San Oribe y San Piojo : caricaturistapacota.blogspot.com

CAPÍTULO 7.

Entre el aguante, la convivencia y la academia futbolizada.

Alejandro Villanueva Bustos, Juan Fernando Rivera y Omar Rivera

Introducción

Definido como el fenómeno social más importante del siglo XX, el fútbol es el deporte que cuenta con mayor número de adeptos. Su práctica no conoce fronteras. El globo se mueve al ritmo del balón, desde los patios de la elite, hasta las polvorientas calles de barrios marginales. Aquellos estudiantes del siglo XIX que unificaron las reglas de lo que consideraron un simple juego de pelota, nunca podrían llegar a imaginarse las dimensiones que adquiriría su iniciativa. Hoy para bien o para mal el fútbol es sinónimo de pasión, sentimiento, odio, lucha, negocio e incluso hasta vida. (W'hal; 1997)⁶⁵

Pensar el fútbol solo como el espectáculo deportivo que se práctica en todo el mundo cada vez que se programan desde los órganos oficiales fechas futboleras en los estadios de las ciudades no es una concepción errada, si lo miramos como la manifestación lúdica de miles de personas en los barrios, calles, playas, potreros, canchas y demás espacios improvisados especialmente los domingos y fines de semana es otra mirada aceptada socialmente relacionada como este deporte.

⁶⁵ WHAL, Alfred. *Historia del Fútbol, del Juego al Deporte*. Grupo Zeta. Barcelona, 1997.

Ahora bien, sin perder su esencia como juego y su transformación como el deporte mas practicado en el mundo entero, el fútbol ha tomado una nueva significación, éste se ha convertido en un hecho social de grandes proporciones, desbordando su concepción lúdica idealista para ser uno de los fenómenos sociales con mayor número de seguidores y practicantes alrededor del mundo, tocado aspectos propios de la vida cotidiana de todos los actores que giran alrededor de éste.

En Colombia la masificación del fenómeno del futbol, generada paralelamente con la masificación de los medios de comunicación en las últimas dos décadas del siglo XX, trajo consigo la posibilidad de mostrar a los miles de aficionados a este deporte las dinámicas individuales y colectivas que alrededor del espectáculo futbolístico se vivían en otras latitudes, dinámicas llenas de colorido, fiesta y carnaval, pero también de situaciones de violencia, vandalismo y actos contrarios a la filosofía lúdica del futbol como manifestación deportiva.

Resulta pues difícil pensar que un espectáculo deportivo y familiar como el fútbol se permeara por situaciones que nada tenían que ver con la esencia del juego como tradicionalmente se vivía en nuestro país hasta finales de los años 80, sin embargo las experiencias evidenciadas de otras latitudes cercanas y lejanas a nuestro contexto mostraban que éste deporte se utilizaba como vehículo para la expresión y manifestación de otro tipo de acciones y dinámicas, si bien algunas bastante reprochables, propias de la relación hasta ese entonces subvalorada del futbol la cultura y la sociedad.

Una de las principales nuevas dinámicas aprehendidas y permeada de otras latitudes a nuestro contexto, es la aparición de las denominadas “Barras Bravas” o como se han redefinido en los últimos años “Barras Populares”; esta manifestación nace en nuestro país a finales de los años 80, madura en la primera mitad de los años 90 y posteriormente toma su mayor auge desde la segunda mitad de los 90 hasta la actualidad donde se han convertido en grupos representativos del fútbol colombiano en su dinámica particular de vivir y sentir un partido de

fútbol y como agrupaciones reconocidas de las dinámicas contextuales de las ciudades donde se juega el torneo nacional y del territorio nacional conexas en el que el espectáculo deportivo ha traspasado la frontera entre lo lúdico y lo social.

Tal representatividad de estas agrupaciones ha llevado a convertirlas en una fuerza social importante en el contexto nacional, fuerza que ha protagonizado acciones beligerantes y violentas alrededor del espectáculo deportivo en gran parte de las ciudades y carreteras del país en sus confrontaciones directas o con la fuerza pública, pero también acciones de valor agregado y balance positivo para sus integrantes, sus ciudades y sus contextos particulares.

¿Por qué hacer un estado del arte?

El fenómeno del barrismo, ha sido abordado tradicionalmente desde diferentes perspectivas: academia, políticas públicas, seguridad y convivencia, entre otras; sin embargo se evidencia una tendencia más marcada hacia las acciones y manifestaciones asociadas a la violencia que desde una mirada integral del hecho futbolístico y del hecho barrístico. Los actos vandálicos y desmanes que se generan alrededor de los estadios con ocasión de los partidos de fútbol han sido el objetivo primario del acercamiento al análisis de la “problemática de las barras”, que desde una mirada integral es la “problemática del fútbol”, y si bien esto hace parte del análisis que debe hacerse del fenómeno a estudiar es una posición reduccionista pensar que es solo desde éste escenario desde el cual se deba abordar el estudio del hecho y manifestación social llamado fútbol, con todos sus tiempos, espacios y personajes involucrados.

Es conocido en el mundo académico que en los últimos años la producción científica alrededor del fútbol como hecho trascendental desde una perspectiva social ha aumentado de manera importante, los anaqueles de las bibliotecas universitarias de los claustros más importantes del país cuentan en la actualidad con investigaciones, artículos, libros y especialmente tesis y monografías de posgrado y posgrado que se han acercado al hecho futbolístico y al barrismo desde una perspectiva complementaria a la técnica y táctica del deporte, haciendo pro-

tagonistas a las ciencias sociales y humanas, el derecho, la economía y la comunicación social principalmente, áreas en las que los jóvenes investigadores han encontrado en el fútbol desde una mirada amplia e integral un tema apropiado para sus investigaciones.

Esta realidad se complementa con el hecho de saber que en gran medida los análisis validados desde la reflexión académica, han sido producidos en su mayoría por investigadores y profesionales que hacen parte, han hecho parte o se han acercado de manera directa y vivencial a las barras de fútbol y al hecho futbolístico en su real dimensión, la que combina el juego y el deporte con las realidades económicas, políticas, sociales y culturales que genera y dinamiza en nuestro contexto nacional, regional y local.

De acuerdo con lo anterior, y teniendo en cuenta la necesidad de validar desde la evidencia las acciones que desde las políticas públicas en sus diferentes niveles territoriales se delineen en torno al tema futbolístico, es importante hacer un balance y estado del arte de la producción científica que se ha generado en los últimos 10 años alrededor del tema en cuestión, está dinámica fundamentada en la academia permite no solo tener claridad sobre los conocimientos, reflexiones y análisis recientes del barrismo y el fútbol como hecho social que son fundamentales para la construcción de políticas públicas, sino también, permite identificar las debilidades y fortalezas que a nivel del sistema nacional de investigación se tengan para orientar líneas académicas alrededor de la temática desde los investigadores identificados y las instituciones responsables.

Marco Conceptual

Según María Eumelia Galeano y Olga Lucía Vélez (2000)⁶⁶: *“un estado del arte es una investigación documental a partir de la cual se recupera y trasciende reflexivamente el conocimiento acumulado sobre un determinado objeto de estudio”*, este acercamiento a las fuentes identificadas permite tener un panorama amplio sobre las dinámicas de tendencias a evaluar y analizar en la

.....
⁶⁶ GALEANO M. María Eumelia y VÉLEZ R. Olga Lucía. Estado del arte sobre fuentes documentales en investigación cualitativa. Universidad de Antioquia, Medellín. 2000.

lectura e interpretación de las mismas, las cuales pueden variar desde diferentes ángulos como áreas disciplinares, tipos de producción, tendencias por años, instituciones educativas, entre otros.

Para Sonia Mejía de Camargo (1997)⁶⁷, hacer un estado del arte *“implica aproximarse a través de fuentes documentales a un verdadero laberinto de perspectivas epistemológicas, posturas ideológicas y supuesto implícitos y explícitos. Así como a una variedad de metodologías descriptivas y analíticas, afirmaciones y propuestas fundadas e infundadas que oscurecen el campo de la investigación haciéndolo intangible a simple vista”*. Lo expresado por Mejía de Camargo, nos lleva a reflexionar sobre las posturas y particularidades que desde el ser del investigador se debe tener en cuenta frente a los títulos identificados para este estado del arte, si bien no en todos los casos es manifiesta la postura y filiación fáctica y emocional de los investigadores con el espectáculo del fútbol en general o por un equipo en particular al cual en ocasiones se le hace una carga emocional y racional clara en la monografía o tesis, es importante tener presente que en muchos casos estos títulos son producidos por profesionales que fueron activos o aún lo siguen siendo en el mundo futbolístico del país o de alguna barra en particular.

De igual manera, el posicionamiento externo al análisis del fenómeno del fútbol en nuestro país ha generado la reflexión de diversos profesionales que sin una afinidad definida por el fútbol o por alguna divisa del rentado nacional se han acercado de manera puntal al análisis e interpretación de las dinámicas que allí se suceden. Ambas posturas, cargadas de intenciones claras de objetividad, o mejor, alejándose lo más posible de una subjetividad obtusa son totalmente válidas y claves para el análisis de las tendencias y proyecciones investigativas que se puedan generar posteriores a este estudio.

Finalmente, es importante hacer claridad que un estado del arte parte pero no se existe solo con la ubicación y referencia de los títulos u obras listadas por título, autor y año, estas deben complementarse con información clave como tipo de tesis, monografía o informe de

⁶⁷ MEJÍA DE CAMARGO, Sonia (investigadora principal). Investigación sobre el maltrato infantil en Colombia 1985 – 1996. Estado del arte. ICFES – FES, 1997.

práctica, área disciplinar, ciudad, biblioteca en la que se ubica, abstracto o resumen, e idealmente la signatura topográfica de la obra; esto con el propósito de dar un panorama inicial de lo encontrado en el proceso de búsqueda virtual y física.

Ahora bien, tal identificación inicial se complementa con el análisis de 4 aspectos principales a abordar en los títulos⁶⁸:

1. Problema a tratar.
2. Metodología utilizada.
3. Marco teórico de referencia.
4. Principales hallazgos.

Es importante tener en cuenta que este es un primer punto de partida del cual posteriormente se podrán definir y hacer profundizaciones teóricas y metodológicas que se soporten en proyectos investigativos y operativos liderados por Universidades y diferentes entidades de los órdenes nacional, regional o local.

Metodología

Para la búsqueda y localización de los títulos que conforman el corpus de este estado del arte se definió entre las directivas del Plan Decenal de Seguridad, Comodidad y Convivencia en el fútbol y la coordinación del equipo académico 3 aspectos claves a tener en cuenta para el proceso de estado del arte:

1. Temporalidad: con el propósito de planear las acciones a 10 años (2014 – 2024) se definió hacer una retrospectiva en igual tiempo, por lo tanto los títulos de producción académica de pregrado y posgrado (tesis, monografías e informes de práctica) a buscar, localizar y analizar serían los comprendidos a la última década (2003 – 2013)
2. Áreas disciplinares: teniendo en cuenta que uno de los propósitos y reflexiones que se generan desde la construcción del Plan

⁶⁸ Para los propósitos iniciales de este estudio en el marco del Plan Decenal de Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol, se diseñó una matriz de identificación que contiene: Tipo de documento, Título del trabajo, Autor o autores, Lugar, Año, Área disciplinar, Ubicación y Resumen. Para el análisis de los títulos se hará una descripción general de los 4 aspectos citados: Problema, Metodología, Marco teórico y Hallazgos

Decenal es que el fenómeno del fútbol ha desbordado su esencia técnica y deportiva y se viene estableciendo como un fenómeno social con implicaciones varias en la sociedad, las disciplinas de las que emanan los títulos deben corresponderse con estos nuevos enfoques y miradas del fútbol.

3. De acuerdo con lo anterior se define centrar el estudio en las diferentes disciplinas de las ciencias sociales y humanas (antropología, filosofía, sicología, psicoanálisis, sociología y trabajo social), de igual manera se consideran los análisis que desde disciplinas como el derecho, la economía y la comunicación social se hayan producido en las fechas establecidas; sin embargo se deja abierta la puerta para la incorporación de otras disciplinas que de manera directa hagan reflexión desde lo social del fenómeno del fútbol y lo que relaciona la seguridad, comodidad y convivencia en el mismo.
4. Palabras clave: con el fin de limitar y filtrar la búsqueda de los títulos en las diferentes bibliotecas universitarias y en especial en las herramientas de catálogo en línea de las mismas, se definieron 5 palabras clave de búsqueda:
 - Barras Bravas
 - Barras de Aficionados
 - Fútbol y Aspectos Sociales
 - Violencia en el Fútbol
 - Fútbol y Sociedad

Para los propósitos iniciales de este estudio enmarcado en el Plan Decenal de Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol, se diseñó una matriz de identificación que contiene: tipo de documento, título del trabajo, autor o autores, lugar, año, área disciplinar, ubicación y resumen. Para el análisis de los títulos se hará una descripción general de los 4 aspectos citados anteriormente: problema, metodología, marco teórico y hallazgos.

Inicialmente, se filtró la información por cada una de las palabras clave definidas, identificando y clasificando la producción científica base de este estudio con la producción literaria existente en el tema, de igual manera se procedió con la clasificación temporal. Los datos encontrados en los catálogos en línea de las universidades se vació en la matriz destinada para ello, identificando los aspectos generales encontrados en las bases de datos de las bibliotecas, posterior a esto se hizo un acercamiento físico a los documentos con el propósito de identificar y recopilar aquellos que se encontraran en medio digital para acopiarlos y los de medio físico extraer la información clave requerida para el estudio tanto para la matriz como para el análisis, los textos en físico tuvieron que ser consultados in situ ya que hacen parte de los textos de circulación restringida.

Bases de datos consultadas

Luego de identificar las principales universidades e instituciones de educación superior de Antioquia, se hizo el ingreso a las bibliotecas de las mismas y a sus catálogos en línea para proceder a hacer la búsqueda de información. Algunas bases de datos arrojaron resultados según los criterios de información establecidos.

Catálogo en línea Bibliotecas Antioquia en las que se encontraron títulos según criterios:

Universidad de Antioquia: <http://opac.udea.edu.co/cgi-olib/>

Universidad Pontificia Bolivariana: http://editio.upb.edu.co/janium-bin/busqueda_rapida.pl?Id=20131015101337

Universidad San Buenaventura Sede Medellín: <http://ts.usbmed.edu.co/cgi-olib/>

Politécnico Jaime Isaza Cadavid: <http://200.38.75.90:8976/F/696RF68C8NEHTE1Y69UJ4M9RCF4X7R6524DUPAFJF7P7X6GEUC-30115> (se ingresa como invitado)

Institución Universitaria de Envigado: <http://biblioteca.iue.edu.co/biblioteca/consultaL.htm>

Universidad Autónoma Latinoamericana: <http://sai.unaula.edu.co/sinbad-ual/> (requiere usuario y contraseña)

Universidad Católica de Oriente: <http://app.uco.edu.co:8084/BibliotecaWebUco/index.jsp>

Fundación Universitaria Luis Amigó: <http://200.24.4.141/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=es&base=MARC>

Catálogo en línea Bibliotecas Antioquia consultadas sin resultados obtenidos según criterios:

Universidad Nacional Sede Medellín: <http://168.176.5.96/F?RN=911688705>

Universidad EAFIT: <http://bdigital.eafit.edu.co:8008/sinbad/>

Universidad de Medellín: <http://webapps.udem.edu.co:8080/bdng/query/index.html>

Corporación Universitaria Minuto de Dios Sede Medellín: http://200.38.75.90:8983/F/-/?func=file&file_name=login-session&local_base=unm01

Corporación Universitaria Lasallista Sede Medellín: <http://www.lasallista.edu.co/library/>

Universidad Santo Tomás Sede Medellín: <http://unicornio.usta.edu.co/uhtbin/cgisirsi/?ps=pmJsRmFipv/DB-USTA/116970051/60/1182/X>

Fundación Universitaria San Martín Sede Medellín: <http://www.sanmartin.edu.co/biblioteca/index.php>

Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia: http://colmayor.janium.net/janium-bin/busqueda_rapida.pl?Id=20131015152637

Instituto Tecnológico Metropolitano: <http://biblioteca.itm.edu.co/index.php/biblioteca-digital/catalogo-en-linea.html>

Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia: <http://sai.tdea.edu.co/catalogo-tdea/>

Universidad Cooperativa de Colombia: <http://www.ucc.edu.co/medellin/sede/Paginas/biblioteca.aspx>

Corporación Universitaria de Sabaneta J.E. Valderrama: <http://virtual.unisabaneta.edu.co:3129/biblioteca3/ConsultasLib.asp.htm>

Corporación Politécnico Marco Fidel Suarez: <http://www.pmfs.edu.co/index.php/servicios-biblioteca>

Corporación Universitaria Remington: <http://biblioteca.remington.edu.co/servicios/catalogo-en-linea>

Corporación Universitaria Adventista: <http://biblioteca.unac.edu.co/omegas.php> Fundación Universitaria Católica del Norte: <http://biblioteca.ucn.edu.co/Paginas/inicial3.aspx>

CESDE: <http://opaloconsultas.cesde.edu.co/ConsultasGenerales.aspx>

Institución Universitaria ESUMER: <http://esumer.tallerlibre.net/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=es&base=MARC>

CEIPA: http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/catalogo/catalogo.jsp

Institución Universitaria Salazar y Herrera: <http://ush2.tallerlibre.net/cgi-bin/wxis.exe/iah/scripts/?IsisScript=iah.xis&lang=es&base=MARC>

Universidad Antonio Nariño Sede Medellín: <http://www.uan.edu.co/biblioteca>

En Bogotá D.C.

Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá.

Universidad Pedagógica Nacional.

Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

Universidad de los Andes.

Universidad Externado de Colombia.

Fundación Universidad Autónoma.

Universidad Santo Tomás.
Universidad Antonio Nariño.
Universidad La Gran Colombia.
Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario.
Pontificia Universidad Javeriana.
Universidad de la Salle.
Fundación Universitaria Monserrate.
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales UDCA
Instituto Caro y Cuervo.
Instituto Colombiano de Antropología e Historia ICANH.
Universidad Sergio Arboleda.
Ministerio de Cultura de Colombia.
Personería de Bogotá.

Tabla de caracterización analítica de trabajos (monografías, tesis, artículos, libros) sobre fútbol, violencia y “barras bravas” del periodo 2003- 2013.

Tabla de caracterización analítica de trabajos (monografías, tesis, artículos, libros) sobre fútbol, violencia y “barras bravas” del periodo 2003- 2013						
Por entidades territoriales	Bogotá	Antioquia	Cali	Neiva	Pereira	Totales
U. Públicas	58	38	3	1	1	101
U. Privadas	31	13	2	1	1	48
	27	25	1	0	0	53
Por nivel académico	Pregrado					
	38	35	3	1	0	77
	Especialización					
	0	2	0	0	0	2
	Maestría					
	5	0	0	0	1	6
	Doctorado					
	3	0	0	0	0	3
	Otra institucional/ Libro independiente					
	5	1		0	0	6
Por disciplinas de conocimiento	Otros: Informe, ponencia, artículo, diplomado					
	7	0	0	0	0	7
	Antropología					
	3	2	0	0	0	5
	Ciencia Política- Politología					
	5	0	1	0	0	6
	Comunicación Social/Periodismo (audiovisuales)					
	10	14	1	0	0	25
	Educación (diplomado- pregrado- posgrado)					
	6	0	1	1	0	8
	Educación Física- Licenciatura en Deporte- Licenciatura en Recreación					
	5	2	0	0	0	7
	Gerencia de Mercadeo- Administración Deportiva					
	1	2	0	0	0	3
	Licenciatura en Ciencias Sociales/ Estudios Sociales					
	4	0	0	0	0	4
	Licenciatura en Lenguas, Lingüística y Filología					
	3	1	0	0	1	5
	Psicología					
	1	8	0	0	0	9
	Sociología					
	11	7	0	0	0	18
	Trabajo Social					
	2	1	0	0	0	3
	Otros (Artes, Derecho, Ingenierías)					
	4	1	0	0	0	5

Relación de trabajos/ No. de autores/ Género de los autores							
	No. de trabajos					Totales	
	Bogotá	Antioquia	Cali	Neiva	Pereira		
	58	38	3	1	1		
No. de autores	77	63	3	3	1	146	%
Hombres	57	39	3	3	1	103	66,7%
Mujeres	20	23	0	0	0	43	33,3%

Caracterización de la producción científica relacionada con fútbol, violencia y “barras bravas” años 2003 a 2013

En las siguientes líneas encontrarán un análisis detallado de la documentación bibliográfica, procurada en la ciudad de Bogotá y en el departamento de Antioquia. Apenas como un referente, habrá alusiones a tres trabajos emblemáticos de Cali, Pereira y Neiva; no obstante –y esa es una primera recomendación derivada del presente estudio- se precisa un mapa más exhaustivo del problema, un estado del arte que incluya ciudades del circuito académico nacional donde hayan examinado esa confluencia de fenómenos (fútbol, violencia, barras bravas) que, la experiencia empírica permite afirmarlo, caza como plantilla de zapato en el circuito nacional futbolero. En otras palabras: en aquellas poblaciones donde existen expresiones más vehementes de animación futbolera, también se han registrado estudios tendientes a describir y comprender esa manifestación que es casi una marca identitaria de las ciudades contemporáneas.

Que el fútbol llegó con la modernidad (Galvis, 2008) o que contribuyó a su implementación (Jaramillo 2009; Quitián, 2010) es una discusión aun no saldada, pero que es un fenómeno urbano y –por tanto- moderno no tiene discusión. Por ello es que se presenta coincidencia en su ejercicio profesional y en el escrutinio del que es objeto por parte

del estamento académico, especialmente de las universidades. Así, tenemos que es en las ciudades medianas y grandes dónde está la mejor oferta de fútbol profesional y de instituciones educativas (o gubernamentales) dispuestas a estudiarlo.

Esto se entiende mejor si consentimos en que el fútbol de élite en Colombia es concentrado: es fundamentalmente andino, siendo su principal foco las ciudades de cordillera como Bogotá, Tunja, Medellín, Manizales, Armenia, Pereira, Pasto que son, enfatizamos en ello, distrito y municipios de la región natural del país de mayor cantidad y densidad demográfica⁶⁹. Por esa razón, este primer avance de escáner documental en materia de producción científica sobre las barras futboleras, se focaliza en dos entidades territoriales de esta región, que son los de mayor poder económico, demográfico y político; la capital y el departamento de Antioquia.

Dos entidades circunscritas a dos ciudades: Bogotá y Medellín (con sus áreas metropolitanas). Primera y segunda capital nacional. Dos metrópolis que cuentan con cuatro de los equipos emblemáticos del balompié patrio: Millonarios, Santa Fe, Nacional y Medellín. Clubes fundadores de la División Mayor de Fútbol Colombiano-Dimayor y que cosechan un porcentaje importante de títulos y –quizá por ello- suman un número tal de seguidores que no sería descabellado caracterizarlos como “naciones de hinchas” (Buarque de Holanda, 2010).

No está demás dejar la nota aclaratoria que el circuito futbolero colombiano se completa con los dos litorales: el Pacífico (fundamentalmente, la ciudad de Cali) y el Caribe (con Barranquilla a la cabeza); amén del Oriente con Cúcuta más Bucaramanga y el “Tolima grande” con Ibagué y Neiva como principales exponentes. Así las cosas, una de las tareas urgentes para tener un mapa más cierto del fútbol en su forma de expresión social y de las pasiones que desencadena es completar con exhaustividad el presente estado del arte que aquí apenas inauguramos. Y hacerlo no sólo con foco en el llamado fútbol de primera y segunda división (la A y la B); sino también con especial atención a la Categoría “C” y torneos aficionados de tradición como –por ejemplo-

⁶⁹ Ver Censo 2006 de la región andina en contraste con el país.

“El Hexagonal del Olaya”, Tabora y Servitá (en Bogotá), así como el Pony Fútbol en Medellín, los campeonatos del Barrio Pescaíto en Santa Marta y la Copa La Patria en Manizales.

Fútbol, medios y política

Por esa presencia demográfica tan notoria y por la conquista que el fútbol y dentro de él las barras futboleras hicieron de la massmedia, resulta inevitable que ese ámbito no se convierta en un tema de agenda pública: tema noticioso y de discursividad política. Periodistas y políticos han sido caja de resonancia del fútbol y las barras. Unas veces para explotar la retórica de la pasión que es susceptible de ser narrada con suceso y en otras ocasiones para demonizar electoralmente o para exprimir con réditos de rating, los actos violentos que frecuentemente se presentan. Pasión y violencia (Villanueva, Amaya, Rodríguez, 2011) y “carnaval y combate” (Castro, 2013) son elementos de tanta potencia retórica, que la lógica de los medios de comunicación y la élite política no dudan en aprovechar.

Convengamos, entonces, que el fútbol es un asunto de alta susceptibilidad pública; de hecho investigadores como David Quitián y Miguel Cornejo (2013) han señalado con suficiencia que es un asunto de Estado. Por ello la academia y otros entes de investigación en ciencias sociales han detenido su mirada en el fútbol como práctica y discurso social; no obstante es el zoom en las barras futboleras (conocidas mediáticamente como barras bravas) el que más ha llamado la atención en la comunidad. Allí están los dos tópicos que más han interesado a investigadores internacionales y colombianos: el fútbol, las identidades y nacionalismos y el asunto de las barras bravas (Alabarces, 2012; Martínez, 2012, Quitián, 2012). De hecho, puede decirse que “el campo de estudios” —en términos de Pierre Bordieu (2009)— se crea a partir de estas dos preocupaciones. Genéricamente ese campo es llamado de “estudios socioculturales del deporte” y, más específicamente, del fútbol.

Una aclaración necesaria es la que advierte que el rótulo de “barras bravas” es una expresión nativa propia de la Argentina, que fue replicada por los medios de comunicación colombianos (y latinoamericana-

nos), convirtiéndose en una marca registrada de uso social para toda la región. Aquí la empleamos en ese sentido (para denominarla) y no en el del estigma social que tiende a su estigmatización y a la redundancia obtusa del estereotipo.

El “aguante” es otra categoría nativa exitosa en el medio barrista argentino: fue dada a conocer por autores como Pablo Alabarces y José Garriga Zucal (ver bibliografía) y acogida por la massmedia latinoamericana. Su aceptación radica en la precisión con que describe el “ethos” del ‘barrabrava’: el no doblarse ante la autoridad, la sociedad, ni el adversario en el propósito de seguir al equipo a donde fuere. Sinónimo mexicano es “el desmadre” y colombiano “la berraquera”.

El fútbol entra en campo académico

Ese campo de estudios, tuvo que luchar contra la resistencia de los intelectuales de izquierda a ver el fútbol como un fenómeno digno de estudiarse. Guiados por la tendencia marxista europea, germinada en los sindicatos y potenciada por el comunismo y sus vertientes socialistas de las décadas del 60 y 70, el fútbol —especialmente— fue satanizado y autores como Gerhard Vinnai (cita) y Jean Marie Brohm fueron artífices del traslapamiento de *la religión como opio del pueblo* (Marx, cita) por la del “fútbol como opio del pueblo”. Esa corriente impactó exitosamente en América Latina, con sociólogos como Juan José Sebreli (1996) y con prestigiosos pensadores como Jorge Luis Borges que decía que “el fútbol es tan universal como la estupidez”, que la región vivió una especie de Medioevo investigativo, en dónde se “presumía de buen tono intelectual el desconocer de fútbol” (Galeano, 2007).

Ese divorcio del fútbol con la intelectualidad es patentizado con ironía por uno de los baluartes en la superación de esa resistencia: Eduardo Galeano, autor del célebre “El fútbol a sol y sombra” (2006). Considerado como un progresista y un símbolo de la izquierda latinoamericana, este uruguayo preguntaba con mordacidad “¿en qué se parecen el fútbol y Dios? En que ambos son populares y negados por los intelectuales”. Sin embargo antes de él, deben ser nombrados como fundacionales los trabajos de Roberto Da Matta (1982) y de Eduardo

Archetti (1985). No podía ser de otra manera: las consideradas patrias del fútbol (Argentina, Brasil y Uruguay) fueron, también, las pioneras de la región en la ruptura del celofán de los estudios socioculturales sobre ese ramo.

Origen e irrupción de los estudios sobre barras

Ese cambio diametral de la concepción del fútbol de ser un elemento de alienación (en clave marxista) a ser “una arena privilegiada de escrutinio social”, ya había presentado avances significativos en Europa, con autoridades de la sociología como Giddens (cita), Bourdieu (citas) y Elias & Dunning (2002). Mudanza que tardó años en ser asimilada en Colombia, donde instituciones de relieve académico como la Universidad Nacional (y su Departamento de Sociología) seguía cautiva de la visión del “pan y circo para el pueblo” como se puede cotejar en el relato que hace Quitián (2008) de los disturbios estudiantiles que hubo en la universidad, luego de la presentación del libro de fútbol de Eduardo Galeano que hace Orlando Fals Borda en el año 2006.

Ese mismo 2006, se celebró en la Universidad Nacional, en Bogotá, el IX Congreso Nacional de Sociología y como logro se programa un panel de “Deporte y sociedad” que tuvo nutrida participación y que podría considerarse el evento fundacional del campo (de allí nacieron entidades como Redre y Asciende)⁷⁰; con todo y que antes de ese congreso ya había trabajos como los de la antropóloga Zandra Pedraza (cita), el sociólogo Alberto Mayor (cita) y el del estudiante de sociología Germán Gómez Eslava (2002) que es el primero en trabajar el tema de barras en el país.

De allá para acá el campo se ha ido ensanchando en número de interesados y en estudios realizados. No ha pasado lo mismo con los deportes examinados: en Colombia el fútbol es hegemónico como práctica y por ello mismo en investigaciones sobre el mismo. Pero la arista de mayor magnetismo para los estudiosos ha sido la del barrismo y sus conexiones con la violencia. Tenemos, entonces, un grueso de produc-

⁷⁰ REDRE es la Red de Estudios en Deporte y Recreación de la que surgió la actual ASCIENDE (Asociación Colombiana de Investigación en Estudios Sociales del deporte).

tos académicos (que han derivado en programas de reconocido impacto social como el bogotano “Goles en paz”) que amén de indagar sobre el “ethos” de los barristas (el ‘aguante’ que es una expresión nativa acuñada en Argentina y acogida en el país), también pregunta sobre las condiciones contextuales de su expresión: la pobreza, la marginación y las posibilidades de la violencia para contrarrestarlas e interpelarlas (Alabarces, 2008 Garriga, 2009; Moreira, 2009).

La apertura se puede leer en el marco de la globalización: la endogamia de nuestra academia nacional (que bebía de manera atrasada de la fuente europea y luego también de la estadounidense) fue permeada gracias a la revolución telemática y de las comunicaciones; permitiéndonos conocer no sólo autores de África y Asia, sino también de América Latina e –incluso– pensadores y teorías alternativas de la metrópoli misma. Del parroquialismo, entramos en un proceso de interconexión con otros “mercados académicos”. La paradoja del mercado liberal (que produce excesos como el neoliberalismo que privilegia monopolios) es que vehicula resistencias como el decolonialismo de pensamiento.

Lo mismo pasó con el fútbol que en virtud de su expedita oferta por la inaugurada televisión por cable (y después por la satelital) fue llamado por el ecuatoriano Fernando Carrión como la “*Fxbolización*” (cita) y por el boliviano- costarricense Sergio Villena (cita) como la “*Golbalización*”.

Pasamos así del exotismo, la precariedad y la timidez a la explosión de un tema de alta presencia social (Quitíán, 2012). De ser un tema “simpático, pero oscuro al boom de un objeto de estudios con potencial” (Alabarces, 2012).

Ábrete césamo académico: usos y formas, textos y contextos

Fue la Educación física y afines (Cultura física, administración deportiva) la primera disciplina que –saliéndose del cauce ortodoxo de la pedagogía y la fisiología– propuso análisis de preocupación sociológica del deporte (Quitíán, Hoyos, Chavarro, 2009). Ese camino no es nue-

vo: el mismo fundador de los Juegos Olímpicos de la modernidad, el barón Pierre Fredy de Coubertin, había transitado ese camino con su manifiesto “Pedagogía Esportiva” (cita). Gran parte de ese caudal de publicaciones de licenciados en educación física recreación y deportes, puede encontrarse en la Revista Kinesis, surgida a finales de la década de 1980 y que hoy día es una editorial; la única especializada en el campo.

Otra fuente son las propias publicaciones internas (en revistas de programa y/o estudiantiles) de sociología, antropología, licenciatura en ciencias sociales, psicología y comunicación social- periodismo dónde se hallan textos que tangencialmente trataron el fútbol y distintas expresiones del mismo como la animación social de barristas.

Sin embargo, es desde el 2003 cuándo el tema dejó de ser periférico y exótico e ingresó en el listado de los aceptables tanto por las instituciones (universidades, centros de estudio), como por sus agentes (directivas académicas, profesorado, estudiantes). Por ello el presente recorte documental lo hacemos desde ese año que –lo dicen los datos- es el de incremento significativo en tesis de pregrado en las dos regiones examinadas.

Vemos como de uno o dos trabajos en 2002, se pasa a 18 trabajos en 2003 (ver tabla de datos) y de ahí la cuota se ha mantenido al alza hasta el año 2013. Puede haber otro elemento para ese abrazo del tema, además de la globalización y la derrota de la resistencia de la ortodoxia académica, y ese es el de ser un tema cercano a los investigadores. Especialmente a los jóvenes graduandos de pregrado que –especulamos con cierta convicción- han vivido dentro de una sociedad mediáticamente futbolizada, que aumentó su oferta con el fútbol internacional (ligas inglesa, italiana y española; más la argentina) a través de la modalidad P.P.V (Pague por ver).

Ese condicionante idiosincrático: de ser antes de un equipo, que de un partido político (como ocurría antes) o de una religión, deriva en trabajos estudiantiles que –desde una lectura psico- antropológica- tienen mucho de biográfico y auto-etnográfico. Varios de ellos, escritos

con un lenguaje intimista y descriptivo que relata el entorno natural, inmediato, que han experimentado como escenario cotidiano de sus vidas.

El universo de textos hallado (se entenderá que la *forma escrita* ha sido desde la Edad Media el medio privilegiado por la comunidad académica) está integrado por tesis- monografías para optar al título disciplinar/ profesional, por artículos de investigación, por obras temáticas (compilaciones), por proyectos escritos con intencionalidad de oferta académica (como diplomados y cursos libres) y por obras institucionales (para el caso, de carácter gubernamental). Ese universo de Bogotá, Medellín y los cinco casos citados de Cali (3), Pereira (1) y Neiva (1), suma 101 productos.

Un rasgo llamativo de este punto es la relativa paridad entre estudios de la empresa privada y la pública. La primera registra una oferta de 53% y la otra del 47%. Como hecho contrastante de da el caso de que en Bogotá la batuta la han llevado universidades estatales como la Nacional, la Distrital y Pedagógica; mientras que en Medellín la única pública que aparece con fortaleza es la de Antioquia, acompañada en la oferta con privadas como la Fundación Luis Amigó, la Universidad Pontificia Bolivariana, la Institución Universitaria de Envigado y el Politécnico Jaime Isaza Cadavid.

El poder histórico del pregrado en Colombia

Tenemos así, en la última década, una centena de esfuerzos individuales e institucionales de examinar una realidad concreta. Eso da un promedio de 10 textos por año. Todavía sigue siendo –en términos estadísticos- una “desviación estándar” (tal como acontece con el número de posgraduados en el país) el número de trabajos de especialización (2), maestría (5) y de doctorado (3 casos).

Son en total setenta y siete (77) tesis de pregrado; distribuidas así: 38 en Bogotá, 35 en Medellín, 3 en Cali y una en Neiva. Más 10 posgraduados en las que las de maestría y doctorado son de Bogotá. A esos hallazgos bibliográficos, habría que agregarle las producciones

institucionales (6) y los textos académicos que dieron origen a la oferta académica -especialmente de diplomados- (7), para un subtotal de 13. Números que pueden leerse con estos porcentajes: 77% de trabajos de pregrado, 10% de posgrado y un 13% de otras expresiones.

De hecho, al momento de contrastar el desarrollo de este sub-campo en Colombia con el vecindario continental, ratificamos una característica nuestra: la preponderancia del pregrado. Esto se comprueba al ver como en academias como la argentina y la brasilera el grueso de trabajos al respecto se halla en el nivel de las maestrías y doctorados que son escenarios estrictamente para la investigación.

Una conclusión que salta a la vista es que el campo “se comporta” como lo hace el país: es centralista y su concentración es en el primer peldaño de educación superior: el pregradual.

Metodología, disciplinas y temas

¿Dónde buscar los trabajos existentes? ¿Cómo rastrear los textos publicados? ¿Qué criterio emplear para el tamiz de los que serían considerados? Como ya se explicó al comienzo de este estado del arte, se usaron como carnada unas palabras clave (unos descriptores) y se lanzó el anzuelo en las bases de datos “on line” de las universidades de Antioquia y –para el caso de Bogotá- se consultó en las bases de datos de la Biblioteca Luis Ángel Arango, la Biblioteca Nacional, la Red de Bibliotecas Distritales (Bibliored) y Universidades como la Nacional, Pedagógica, Andes, Javeriana y Externado. No obstante –para el caso de la Capital- dado lo pequeño del campo, gran parte de los hallazgos no eran más que la corroboración de la noticia que ya se tenía del trabajo y posterior presentación del mismo ante jurados académicos y su inserción a las bibliotecas universitarias y públicas de la ciudad.

Por ello, todos los textos relacionados son productos terminados y con certificada validez académica; al fin y al cabo –para el medio universitario- toda tesis de pregrado que se lleve a la biblioteca es porque ya aprobó los requisitos mínimos de formalidad y fondo para ser socializada. Lo mismo acontece con las obras institucionales o los textos de

proyecto de diplomado: ya cuentan con avales de expertos que viabilizan su publicación y despliegue.

Ese nicho académico revela otros detalles: la juventud de los investigadores y el alcance de sus estudios. La mayoría de los trabajos de tesis no sobrepasan las 100 páginas (especialmente desde la reforma educativa de 2005 en el que las universidades pasaron al sistema de créditos), siendo su carácter más descriptivo, más panorámico y apenas propositivo, lo que no invalida sus observaciones. Esto se explica también por la poca experiencia investigativa de sus autores, que recién se enfrentan a un desafío de envergadura como requisito para recibirse profesionalmente.

Un detalle que resulta sintomático del pregrado es que esta puede ser una obra en colaboración (a varios manos/ de varios autores); lo mismo pasa con la obras gubernamentales que contratan un coordinador- editor, pero en la que participan varios autores- investigadores. Tenemos así 101 obras, para un total de 143 autores; casi $1\frac{1}{2}$ por texto. Lo otro es la predominancia de género. Así como socialmente el fútbol fue un espacio de socialización masculina y de reafirmación de la virilidad, de igual manera es –aun- un campo de investigación masculina: “machos investigando machos” como dice Zambaglione (2011). El porcentaje es de dos hombres (66,7%) por cada mujer (33.3%) que acomete una tarea en este sector. Sin embargo, esa tendencia está dejando de serlo y la participación femenina va en ascenso; pero se registra en ambientes esencialmente colonizados por la mujer como la psicología.

Otras características de los hallazgos documentales es la preponderancia de dos ámbitos disciplinares: la comunicación social/periodismo y la sociología y afines (antropología, licenciatura en sociales, politología y trabajo social). Entre ambos suman el 62% de la oferta académica disponible. Una conclusión a priori se halla en el ascendiente público del fútbol y de las barras: es un tema que siempre está expuesto, en la vitrina del día a día. Un tema susceptible de volverse noticioso y de objetivarse como tema de estudio por su fuerte presencia en las agendas vitales de las personas.

Los estudiosos sociales produjeron en Bogotá y Antioquia 37 trabajos (37%) y los comunicadores sociales- periodistas 25 trabajos (25%) del total. Le siguen los estudios de educación física y afines (gerencia y administración deportiva) con 10%; los de la psique (9%), de educación (8%) y lingüística (5%). Campos que se antojan complementarios y pertenecientes a un espectro natural del deporte porque entrañan sus rutas de aprendizaje, socialización y asimilación.

Se extraña sí, la presencia de la antropología que se advierte en Argentina y Brasil. Las etnografías de aquí no tienen la fortaleza numérica ni hermenéutica de las de allá. Un intento de explicación es el interés tardío por el tema (acompañado de las dificultades propias del campo en hacerse un espacio dentro de la “tradición” de las disciplinas) y la obsesión de los antropólogos del país por los asuntos indígenas que sólo en los últimos años ha cedido lugar a otros abordajes menos ortodoxos.

Fútbol, barras; convivencia y posconflicto

¿Puede el fútbol promover procesos de reconciliación y sana convivencia? Ejemplos históricos (nacionales e internacionales) permiten responder afirmativamente la pregunta. No hay que olvidar que los Juegos Olímpicos de la Antigüedad demandaban de todo el mundo griego el cese de hostilidades, conocido como tregua sagrada (la etchekaira): lo que hoy conocemos como deporte deriva de un intento de pacificación y en su expresión moderna —con todas las imperfecciones que entraña— es un esfuerzo de hermandad internacional. Fruto de ello, la historia reciente cuenta con muchos ejemplos en los que el deporte ha jugado un papel preponderante en eventos de aclimatación de animosidades y guerras; citemos dos africanos: la suspensión bélica de dos tribus subsaharianas (en los 80's) producido por la presencia de Pelé y la célebre iniciativa de Mandela (a través del rugby) en la reconciliación de Sudáfrica, que estaba presa del odio y la violencia entre blancos y negros por causa del Apartheid.

También se dirá que el deporte ha sido excusas de sucesos teñidos de sangre: la Guerra del fútbol entre El Salvador y Honduras en 1969

(magistralmente documentada por Kapushinski) y en virtud de su manifestación más reciente: la violencia entre hinchas. Eso nos lleva a considerar que la actividad *per se* no es causa de los excesos y más bien hace parte de un contexto que, al ser comprendido, da mejores luces de los orígenes y motivaciones que inducen los hechos violentos.

Una posible línea de abordaje hermenéutico de la violencia dentro del fútbol es la propuesta por la antropóloga brasileira Simoni Lahud Guedes quien en su tesis de maestría (1979), propone que el fútbol es “institución cero”, eso quiere decir que tiene la capacidad de vaciarse de contenido y ser nuevamente llenado por cosmogonías, ideologías, políticas por más opuestas que ellas sean. Así, el fútbol puede servir (y ha servido) para regímenes de extrema derecha (dictaduras europeas y sudamericanas) e izquierda (comunismos soviético). En otras palabras y –parafraseando a Tolstoi- para la guerra y la paz. Es un vehículo; un medio y no un fin.

Primeras conclusiones y recomendaciones

Un examen minucioso de la bibliografía encontrada y consultada (como se ve, la metodología de este estado del arte prevé la elaboración de una ficha técnica de cada obra relacionada), arrojó las siguientes consideraciones:

1. Aunque significativo, el estado del arte actual es incompleto, porque el circuito futbolero (y por extensión de las barras) se completa y complementa con las otras ciudades andinas de tradición clubística (como el eje cafetero); además de las regiones Caribe, Pacífica, del Oriente y del Tolima Grande; sin desmedro de atención en categorías diferentes a la primera división (la A), como la B y C y de torneos aficionados como el Olaya, Tabora y Servitá (Bogotá), el PonyFútbol (Medellín), del barrio Pescaito (Santa Marta) y de la Copa La Patria (Manizales).
2. El fútbol es un fenómeno moderno y urbano y las barras son una expresión posmoderna de la contemporaneidad citadina, que tienen un sustrato común: la espectacularización de la so-

ciudad y la injusticia social (exclusión, pobreza, marginalidad) propia de la crisis del modelo económico.

3. Por su alta sensibilidad pública y su fuerte presencia en la agenda vital de las personas, el fútbol y las barras bravas son objeto de interés de dos ámbitos: el de los estudios sociales (sociología, antropología, licenciatura en sociales, trabajo social) y el de la comunicación social/ periodismo.
4. El rótulo de “barras bravas” es una expresión nativa propia de la Argentina, que fue replicada por los medios de comunicación colombianos (y latinoamericanos), convirtiéndose en una marca registrada de uso social. Aquí la empleamos en ese sentido (para denominarla) y no en el del estigma social que tiende a su estigmatización y a la redundancia obtusa del estereotipo.
5. El “aguante” es otra categoría nativa exitosa en el medio barrista argentino: fue dada a conocer por autores como Pablo Alabarces y José Garriga Zucal (ver bibliografía) y acogida por la massmedia latinoamericana. Su aceptación radica en la precisión con que describe el “ethos” del ‘barrabrava’: el no doblarse ante la autoridad, la sociedad, ni el adversario en el propósito de seguir al equipo a donde fuere. Sinónimo mexicano es “el desmadre” y colombiano “la berraquera”.
6. El fútbol (como el barrismo) es coto femenino. Es espacio privilegiado para la masculinidad. Eduardo Archetti es su texto celebre de “Masculinidades. Tango polo y fútbol en la Argentina” (2004), hizo el mejor retrato de ese escenario de transacción simbólica y real de la virilidad. Eso se expresa social y académicamente: todavía la mayoría de los que lo juegan y estudian son hombres. Dos tercios de los estudios son hechos por hombres y el crecimiento de la presencia femenina es en áreas de tradición de la mujer como la psicología y el trabajo social.
7. Los equipos más estudiados son, también, los más populares que actúan en las principales ciudades. Y las barras más examinadas, así mismo, son las más grandes y de mayor tradición para

- el aguante, en clave de “barra brava”: las de clubes como Millonarios, Santa Fe; Nacional, Medellín; América y Cali.
8. El mayor porcentaje (77%) de los trabajos encontrados en el presente estado del arte corresponden al pregrado y sólo el 10% al posgrado (de hecho, dos de los tres doctorados fueron hechos en el exterior); esto marca un contraste con América Latina (Argentina, Brasil y México), donde la fuerza de las producciones se halla en el posgrado (maestrías y doctorados) lo que habla de un nivel de mayor profundidad en la investigación que trasciende el nivel descriptivo de los trabajos del país.
 9. En ese sentido, se extraña en Colombia –en contraste con la dinámica del campo en las naciones señaladas- la presencia de la antropología; más específicamente de la etnografía de las barras que han sido un insumo preponderante para entender el universo de códigos que constituyen en acervo de las barras bravas.
 10. El campo en el país, de manera tardía, superó el estigma marxista que los intelectuales de izquierda (como una herencia europea) habían tendido en torno al fútbol “como opio del pueblo”. Esa aparición del fútbol como tema de estudio se dio a principios de los 90’s con los trabajos de Zandra Pedraza y Alberto Mayor, pero fue desde el primer trabajo en pregrado en Sociología (de Germán Gómez) en 2002, que el tema se disparó en las universidades colombianas.
 11. La oferta de trabajos entre universidad pública y privada es de 47% para la primera y 53% para la segunda. En Bogotá predomina lo público (en U’s como la Nacional, Distrital y Pedagógica); mientras que en Antioquia además de la U del mismo nombre están las privadas (Luis Amigó, Pontificia Bolivariana, Institución Universitaria de Envigado, Politécnico Jaime Isaza Cadavid).
 12. En ese orden de ideas, de florecimiento del campo y de necesidad de estudios que lo complejicen (profundizándolo) se hace plausible que ofertas como las del diplomado de barras que ac-

tualmente se efectúan en la Universidad Pedagógica Nacional y la Universidad Antonio Nariño, se extienda no sólo a otras universidades, sino también regiones del país.

13. Como “Institución cero” el fútbol puede ser contributivo de políticas, programas, planes e iniciativas tendientes a buscar la paz, promover la reconciliación y optimizar la sana convivencia. Existen registros documentales en Colombia y el mundo que atestiguan su poder de convocatoria y persuasión. Es una metáfora (un discurso) y una práctica que puede ser elemento importante para el pos-conflicto.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo (2002). *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación Argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Alabarces, P. (2011). Veinte años de ciencias sociales y deportes, diez años después. en Revista da Alesde, Vol. 1, No 1, 2011. También disponible en D, Quitián: “Estudios socioculturales del deporte” (2012), Armenia, Kinesis, pps 160-175.
- Archetti, E. (1985) *Fútbol y ethos*. Buenos Aires: FLACSO.
- Archetti, E. (2003). *Masculinidades. Fútbol, tango y polo en la Argentina*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Amaya, A., Villanueva A. & Rodríguez N. (2009). *Goles en paz. Crónica de una década*. Bogotá: Alcaldía Mayor.
- Ávila, S. (2003). *El centro de la mirada*. (Tesis de Maestría inédita). Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- Bennighoff, F. (2001). ¿Cuánta tierra civilizada hay en Colombia? Guerras, fútbol y élites en Bogotá, 1850-1910. (Trabajo de grado). Universidad Nacional de Colombia, Departamento de Historia.

- Brohm, Jean *et al* [1972] (1978) *Deporte, Cultura y Represión*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SA.
- Castro, John Alexander. (2010). “El carnaval y el combate hacen el aguante: algunas explicaciones” [revista electrónica]. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 140, 1. Consultado el 12 de febrero de 2010 en www.efdeportes.com/efd140/el-carnaval-y-el-combate-hacen-el-aguante.htm
- Cajigal, J. (1981). *Deporte, espectáculo y acción*. Tomo 32. Madrid: Editorial Salvat.
- Clavijo, J. (2004). *Estudio de barras bravas de fútbol de Bogotá: Los comandos azules*. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- Clavijo, J. (2010) Cantar bajo la anaconda. Un análisis sociocultural del barrismo en el fútbol. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Da Matta, R.(1983) [1979]. *Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro*. Zahar: Rio de Janeiro.
- Da Matta, R. (1982). *O universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakothke.
- Dávila, A; Londoño, C. (2003): “*La nación bajo un uniforme*”, en P. Alabarces, *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*: 123-143. Buenos Aires: Clacso.
- Díaz, L. *et al* (2011) . El fútbol se lee. Bogotá: Alcaldía Mayor.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: FCE.
- Espinosa, J. (2010): “Deporte, ideología y hegemonía de la sociedad de control a la Biosociedad”. (Trabajo de Maestría) , Pontifica Universidad Javeriana.
- Fabregas, A. (2010). *Lo sagrado del rebaño. El fútbol como integrador de identidades*. México: Colegio de Jalisco.
- Galeano, E. (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Buenos Aires: Catálogos.

- Geertz, C. (1989). “Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura”, en: *La interpretación de las culturas*, pp. 19-40. Barcelona: Gedisa.
- Gómez, G. (2001). *La violencia en el fútbol vista a través de las barras bravas*. (Tesis pregrado sociología). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Guber, R. (2001). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- Helal, R. (1997). *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes.
- Helal, R., Soares, A., & Lovisolo, H. (2001). *A invenção do país do futebol. Mídia, Raça e Idolatria*. Mauad: Rio de Janeiro.
- Hernández, A. (2010). “Deporte y política: Berlín 1936, la primera participación de Colombia en una Olimpiada”. (Trabajo de Grado). Universidad Nacional de Colombia, Departamento de Historia.
- Jaramillo, R. (2009). *El fútbol de El Dorado: El giro de tuerca que marcó la rápida evolución de la inocencia a la edad adulta*. Mimeo.
- Lewis, Ó. (2004). *Antropología de la pobreza: cinco familias*. México: FCE.
- Londoño, J. (2008). *Barras bravas y violencia en el fútbol colombiano*. Bogotá: Ibañez/Universidad Nacional de Colombia.
- López, L. (2004). *Detrás del balón. Historia del fútbol en Medellín 1910-1952*. Medellín: La Carreta Editores.
- Lüschen & Weis. (1979). *Sociología del deporte*. Valladolid, Editorial Miñón.
- Magazine, R., Martínez, S. & Varela, S. (2012). *Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo: una mirada nacional*. México: Universidad Iberoamericana.
- Mayor, A. (1985) *Ética, trabajo y productividad en Antioquia*. Bogotá, Tercer Mundo.

- Martínez, S. (2010). *Fútbol-espectáculo, Cultura y Sociedad*. México: Afinita Editorial.
- Medina, F. (2005). *Comunicación, deporte y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Mendoza, C. (2004). *Sin amarillo, azul y rojo. Construcción de identidad de las barras CADC Y LGARS*. (Tesis de grado de Sociología). Universidad Nacional, Bogotá.
- Mills, W. (1979). *La imaginación sociológica*. México: FCE.
- Montoya, G. (2009). Come fútbol, vive fútbol, sueña fútbol ¡pero no hagas más!: la formación futbolística como un proceso de subjetivación deshumanizante. (Maestría en Antropología). Universidad de los Andes, Bogotá.
- Oliven, R. & Damo, A. (2001). *Fútbol y cultura*. Bogotá: Editorial Norma.
- Pardey et al. (2001). *La ciudad de los fanáticos: aproximación al fenómeno de las barras de fútbol locales Barón Rojo Sur y Frente Radical Verdiblanco entre los años 1999- 2001*. Cali, La Palabra.
- Pedraza, Z. (1989). *En cuerpo y alma: visiones del progreso y de la felicidad*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Quitián, D. (2006). *Fútbol sin barrera: reseñas y semblanzas de protagonistas emblemáticos del balompié mundial*. Armenia, Editorial Kinesis.
- Quitián, D. (2007) “Fals Borda, los intelectuales y el fútbol”. *En: Revista Aquelarre*. No. 11, p. 65-74.
- Quitián, D. (2009). *La sobrecogedora experiencia de ser boxeador en Bogotá: un ejercicio etnográfico en el mundo de las narices chatas*. Maestría en Antropología. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- Quitián, D. (2012). *Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas*. Armenia: Kinesis.
- Rivera, J. (2003). *Gol eterno. El partido de fútbol: más que noventa minutos, toda una vida de pasión y etnografía* (tesis de maestría en antropología). Universidad de Antioquia, Medellín.

- Rivera, O.(2001). *Opio en las redes*. (tesis de Licenciatura en Ciencias Sociales). Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Ruiz, J. (2010). *La política del sport: élites y deporte en la construcción de la nación colombiana, 1903-1925*. Bogotá: La Carreta Editores/ Editorial Pontifica Universidad Javeriana.
- Salcedo, M. & Rivera, O. (2007). *Emoción, Control e identidad: las barras de fútbol en Bogotá*. Bogotá: ICANH.
- Sebreli, J. (1998). *La era del fútbol*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Toledo, L. (1996). *Torcidas organizadas de futebol*. Brasil: ANPOCS.
- Toledo, L. (2002). *Logicas do futebol*, Brasil: ANPOCS.
- Guedes, S. (1998). *O Brasil no campo de futebol*. Estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro, EDUFF, Rio de Janeiro.
- Vélez, B. (2011). “*Fútbol desde la tribuna: pasiones y fantasías*”. Medellín: Sílabas Editores.
- Villanueva, A., Amaya, A. (2010). *Los Hinchas de la Hinchada. Un Acercamiento social, histórico y educativo a la barra de futbol Comandos Azules*. (Tesis de Maestría). Universidad Pedagógica Nacional.
- Villanueva, A., Amaya, A. & Rodríguez, N. (2011). *Hasta que el cuerpo aguante: un análisis de las barras de fútbol capitalinas*. Bogotá: Uniediciones.
- Villanueva, A., Amaya, A. & Rodríguez, N. (2009). *Clásico local*. Bogotá: Alcaldía Mayor.
- Villena, Sergio (2003). “*El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos*”. en Alabarces, Pablo (comp) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires:Clacso. Pp. 21-38
- Villena, S. (2003). “Globalización, identidades nacionales y fútbol” en Alabarces, Pablo (comp) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires: Clacso, pp. 257-271.

- Villena, S., Antezana, L. & Dávila, A. (1996). Fútbol e identidad nacional, FLACSO, San José de Costa Rica.
- Vinnai, G. [1974] (2003). *El fútbol como ideología*. México: siglo veintiuno editores.
- Alabarces, P. (1998). “*Lo que el estado no da, el fútbol no lo presta: los discursos nacionalistas deportivos en contextos de exclusión social*”. Recuperado de <http://lasa.international.pitt.edu/LASA98/Alabarces.pdf>
- Alabarces, P. (1998). ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?. *Revista Nueva Sociedad*, Marzo- Abril. No. 154, pp. 74- 86.
- Alabarces, P. (2008). *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación argentina*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Anderson, B. (2007). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE.
- Archetti, E. (1995). Estilo y virtudes masculinas en *EL Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino. *Desarrollo económico*, vol. 35, no 139. Buenos Aires: IDES, octubre- diciembre, 1995.
- Arboleda, H. (1907). Educación física y social. Bogotá: imprenta eléctrica.
- Assa, J. (1961) *Art et technique du chronométrage sportif*. Viena: Omega.
- Benninghoff, F. (2001) ¿Cuánta tierra civilizada hay en Colombia? Guerras, fútbol y élites en Bogotá 1850- 1910 [Trabajo de Grado], Bogotá, Universidad Nacional de Colombia. Departamento de Historia.
- Blanchard, K. y Cheska, A. (1986). *Antropología del deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- Bejarano, J. (1987). *Ensayos de historia agraria colombiana*. Bogotá: CEREC.

- Bilisnki, B. (1964). El antiguo hoplita corredor de maratón. *Citius, Altius, Fortius*, Madrid, DND, t. VI, fasc. I, págs. 5- 42.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Cagigal, J. (1981). *Deporte: espectáculo y acción*. Barcelona: Salvat.
- Caillois, R. (1997). *Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo*. Bogotá: FCE.
- García- Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Giddens, A. (2008). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Carravetta, E. (1997). *O Esporte Olímpico*. Porto Alegre: Editora da Universidade.
- Chomsky, N. (1997). *El nuevo Orden mundial (y el viejo)*. Barcelona: Crítica.
- CONMEBOL. Boletín de prensa del 20/03/2001. Publicado en www.conmebol.com. Consultado el 20/04/2003.
- Corredor, C. (1992). *Los límites de la modernización*. Bogotá: CINEP-Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, junio de 1992.
- Deas, M. (2006). *Del poder y la gramática. Y otros ensayos sobre historia, política y literatura colombianas*. Bogotá: Taurus.
- Diem, K. (1996). *Historia de los deportes*, 2 tomos. Barcelona: Luis de Caralt.
- Durantez, C. (2002). *Historia y filosofía del olimpismo*. Madrid: Asociación Iberoamericana de Academias Olímpicas.
- Elias, N. (1987). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: FCE.
- Galvis, A. (2008). *100 años de fútbol en Colombia*. Bogotá: Planeta.

- García, P. (1915). *Tratado elemental de higiene y nociones de fisiología para la enseñanza de estas materias en escuelas y colegios de Colombia*. Bogotá: Arboleda y Valencia.
- Gillet, B. (1971). *Historia del deporte*. Barcelona: Oikos- Tau, ediciones.
- Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. México: Ediciones G. Gili S.A.
- Hobsbawm, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Grjalbo.
- Huizinga, J. (1972). *Homo ludens*. Madrid: Alianza.
- Jaramillo, R. (2010). *El surgimiento del fútbol en Colombia. Aspectos fundacionales*. Bogotá [en imprenta].
- Jaramillo, R. (1998). *Colombia: la modernidad postergada*. Bogotá. Siglo del Hombre.
- López, L. (2004). *Detrás del balón. Historia del fútbol en Medellín, 1910-1952*. Medellín: La Carreta.
- Londoño, P. Londoño, S. (1989). Vida diaria en las ciudades colombianas. *Nueva Historia de Colombia*, t. IV. Bogotá: Planeta Colombiana Editorial, S.A.
- Mandell, R. (1986). *Historia cultural del deporte*. Barcelona: Bellaterra.
- Mayor, A. (1985). *Ética, trabajo y productividad en Antioquia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Mauss, M. (2003). Ensayo sobre el don. *Sociología e Antropología*. Cosacnaify.
- Oliven, R. y Damo, A. (2001). *Fútbol y cultura*. Bogotá: Norma.
- Ortiz, I. (2009). “El sur, el juego y los íconos de identidad local”, en Periódico Ciudad Viva, edición de enero de 2009, pp. 10-12. Bogotá: Alcaldía Mayor.

- Ospina, W. (1996). Colombia: El proyecto nacional y la franja amarilla. *Revista Número*. No. 9., pp 23-29, 1996. Bogotá.
- Palacios, M. & Safford, F. (2002). *Colombia: país fragmentado, sociedad dividida, su historia*. Traducción de Ángela García. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Pecaut, D. (1990) Modernidad, modernización y cultura. *Revista Gacela*. No. 8, agosto- septiembre. pp. 25- 45. Bogotá: Colcultura.
- Pérez, W. (2010). “Inglaterra: Cuna de la revolución industrial, del deporte y otras violencias”. [Tesis grado] Bogotá: Universidad Nacional.
- Popplow, U. (1959). Las épocas del deporte griego. *Citius, Altius, fortius*, Madrid: Comité Olímpico Español, t, I, facs. 2, pp.- 129- 164.
- Porto, R. (2008). *El deporte en Cartagena de indias*. Cartagena, Editorial universitaria.
- Quitán, David. (2005). *Deporte moderno: del ideal aristocrático al espectáculo de masas* [Tesis de grado] Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Quitán, D. (2005). *Deporte moderno: del ideal aristocrático al espectáculo de masas* [Tesis de grado] Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Quitán, D. (2009) Gaitán, el fútbol y la Universidad Nacional en *Documentos sobre Cátedra Gaitán*. Bogotá: archivo particular ASCIENDE, 2-15.
- Quitán, D. *et al.* (2009). L’analyse du sport comme un art cache en Colombie ou le sport comme une question d’ordre national traitée “sportivement” par les sciences sociales à l’université, en *Revista Staps*, no. 85. Bruselas: De Boeck. 57-69.
- Quitán, D. (2010). Afrocolombiano no esporte: o paradoxo de ser herói discriminado”. En Andrade, V. *et al* (orgs.), *Mais do*

- que um jogo: o esporte e o continente africano*. Río de Janeiro: Apicuri. 279-304.
- Quitián, D. (2012). *Estudios Socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas*. Armenia: Kinesis.
- Restrepo, G. (2010). “Una historia vista con nueva luz en el revelado del deporte” [Prólogo], en *La política del sport. Élités y deporte en la construcción de la nación colombiana, 1903- 1925*, pp. 13- 18. Bogotá: La Carreta Editores.
- Ruiz, J. (2010). *La política del sport. Élités y deporte en la construcción de la nación colombiana, 1903- 1925*. Bogotá: La Carreta Editores.
- Salvador, J. (2004). *El deporte en Occidente: historia, cultura y política*. Madrid: Cátedra.
- Salcedo, A. (2005). *El oro y la oscuridad: la vida gloriosa y trágica de Kid Pambelé*. Bogotá: debate.
- Sennet, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Madrid.
- Rodríguez, J. (2008). *Historia del deporte*. Barcelona: INDE, Publicaciones.
- Tirado, Á. (1987). *Introducción a la historia económica de Colombia*. Bogotá: Ancora Editores.
- Ullman, J. (1965). *De la gymnastique aux sports modernes*. París: PUF.
- Uribe, M. (2004). *Antropología de la inhumanidad: un ensayo interpretativo sobre el terror en Colombia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Urrego, M. (2002). *Intelectuales, estado y nación en Colombia: de la guerra de los mil días a la constitución de 1991*. Bogotá: Universidad Central: Siglo del Hombre Editores.
- Vigarello, G. (1988). *Une histoire culturelle du sport. Techniques d’hier... et d’aujourd’hui*. París: Robert Laffont.
- Villegas, A. (2005). Raza y nación en el pensamiento de Luis López de Mesa: Colombia 1920- 1940. *Estudios Políticos*, 29. p. 209-232.

Weber, M. (1997). *Economía y sociedad*. Bogotá: FCE.

Weber, M. (1998). La política como vocación. *El político y el científico*. Madrid: Alianza editorial.

Lo que dejó la copa del Mundo Brasil 2014

Florencia Faccio

Reflexiones desde Uruguay

Da la sensación la Copa del Mundo se vive cada vez más intensamente, sin duda que los medios de comunicación contribuyen a ello, ya que no solamente tienen voz los actores directos del evento sino también cada seguidor (y seguidora) anónimo a través de las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook.

Es así que asistimos a comentarios, sentimientos, sensaciones de sujetos que experimentan situaciones relacionadas al espectáculo sintiéndose parte de los mismos y no simplemente meros espectadores.

Uruguay no fue la excepción, nunca lo es. Su tradición futbolística sumada a la buena actuación de la selección en el Mundial de Sudáfrica 2010, colaboró con que el público siguiera los partidos y el país se paralizara cada vez que jugaba “la celeste”.

Sin lugar a dudas en Uruguay la expectativa de todos estaba puesta en Luis Suárez, el jugador icónico de la selección. ¿Por qué? A continuación lo detallaré.

Luis Suárez es icónico por su antagonismo...

Los no uruguayos lo ven de manera negativa: conflictivo, agresivo, sucio al jugar.

Los uruguayos lo ven de manera positiva: tiene todas las características de los jugadores-tipo de todas las épocas.

En mi tesis de Maestría en Antropología de la Cuenca del Plata (FHUCE UdelaR) titulada “*Soy celeste. El fútbol como espacio de producción de identidad*” detallo en base a respuestas de los entrevistados generadas a partir de un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas, las características de los “buenos jugadores” uruguayos.

El mundial de Luisito

Este iba a ser el mundial para “Luisito”, venía de una muy buena actuación en Liverpool, ganando el premio Jugador del Año de la Premier League (por primera vez otorgado por un extranjero), compartiendo el Botín de Oro con Cristiano Ronaldo y consolidado como goleador histórico de la selección nacional. Anotó 30 goles en 31 partidos jugados colaborando a que su equipo encabezara la tabla de posiciones, y la prensa uruguaya lo apuntaba como la figura de Brasil.

El sentía lo mismo; en su mejor momento se preparaba para su mejor mundial, con la esperanza de los aficionados con que ganara el premio al mejor jugador del mundial, como Diego Forlán en el 2010.

Su llegada a Montevideo fue el 20 de mayo y, a pesar que tenía la jornada libre para descansar, se fue al Complejo Celeste (concentración de la selección) para ver a sus compañeros. La ansiedad no le podía hacer perder un solo día para comenzar su entrenamiento.

Sin embargo, al segundo día de práctica acusó un dolor en su rodilla izquierda que resultó ser una lesión de meniscos. El mundo se venía abajo... para el jugador y para cada uno de los uruguayos que había puesto sus esperanzas en un digno y meritorio mundial para Uruguay. Faltaban tres semanas para el comienzo del evento.

A partir de ese momento se sucedieron comentarios, especulaciones, y hasta culpabilidades acerca del hecho, como expresar que el galés Paul Dummett había tenido la intención de lastimarlo en el partido del 11 de mayo disputado entre Liverpool y Newcastle.

Después de la operación el jugador expresó a un periódico nacional “Muchas gracias por el apoyo. Tranquilos que voy a llegar y trabajar muy duro estos días para estar 100% para ayudar a mis compañeros”.



Saliendo del Hospital

No hay milagros, el jugador uruguayo es así

Y comenzó el mundial...

El primer partido de Uruguay frente a Costa Rica terminó en derrota para el primero. Para el siguiente contra Inglaterra la esperanza era Suárez, el personaje épico de la selección que hacía 28 días había sido operado de rotura de meniscos. Y terminó con victoria sobre los fabricantes del fútbol gracias a dos goles de Luis que, para adicionar dramatismo, hacía veinte minutos que estaba acalambrado.

Según su médico, no existe magia. “Es una cuestión de ciencia y biología”. Según Diego Lugano (capitán del equipo), “no hay milagros,

el jugador uruguayo es así. De pronto un europeo dura tres meses en recuperarse de una lesión y el uruguayo 28 días”.

Para el siguiente partido (a disputar con Italia), el capitán publicó una carta dirigida “a todos los uruguayos” de la que extraigo algunas expresiones significativas al momento de reflexionar acerca de lo que nos dejó esta copa del mundo:

“Cada Copa del Mundo nos sirve para redescubrir que los uruguayos no somos como los argentinos, los alemanes, brasileños o españoles. Los uruguayos somos bien uruguayos y nos parecemos solo a nosotros mismos [...] Nosotros no nacimos para las fáciles, nacimos para las difíciles, y ésta es una difícil”.

Y llegó el partido con Italia, el último integrante del denominado “grupo de la muerte”, que Uruguay ganó con gol de cabeza de Diego Godín en el minuto 80. Un minuto antes, Suárez dio un mordisco a Giorgio Chiellini, incidencia que el árbitro no vio.

Y empezó todo...

La FIFA actuó de oficio ante el mordisco propinado por Suárez sancionando al jugador con suspensión por nueve partidos oficiales de la selección nacional, prohibición de ejercer durante cuatro meses cualquier tipo de actividad relacionada con el fútbol, prohibición de entrar a recintos del estadio en donde juegue la selección uruguaya y multa pecuniaria. Asimismo fue expulsado inmediatamente de la concentración en Brasil. Ya contaba con antecedentes de este tipo, además de sanciones por racismo en Inglaterra.

A partir de ese momento se suscitaron teorías de complot internacional abonadas por algunos dirigentes de la Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF), el secretario general Alejandro Balbi llegó a expresar: “El delantero Luis Suárez fue víctima de la conspiración anglo-italiana en la Copa del Mundo Brasil 2014”, y destacadas también por el Presidente de la República José Mujica “La sanción a Suárez es agresión contra los pibes del pueblo uruguayo [...] que nacen en las entrañas del pobrerío” “Él no fue a la universidad [...] lleva naturalmente la rebeldía

y los dolores de los que vienen de abajo” , entre otros personajes del acontecer nacional.

Ríos de tinta corrieron sobre el hecho y la sanción que no vienen al caso describir en profundidad (que si morder es o no conducta a sancionar, que la sanción es moral y no disciplinaria, que el presidente de la FIFA Joseph Blatter no simpatiza con Suárez o que el vicepresidente de la CONMEBOL, el uruguayo Eugenio Figueredo, fue quien se encargó de herir de muerte a Uruguay vengándose de rencillas de caseras, etc, etc).

Lo cierto es que el hecho suscitó a nivel de los hinchas uruguayos sentimientos de indignación y solidaridad con el jugador. De forma espontánea por las redes sociales surgió la idea de ir a esperarlo al aeropuerto; en una noche gélida de junio centenares de personas de todas las edades se agolparon por horas en la puerta VIP de la terminal, otras muchas esperaban en los autos para comenzar una caravana hasta su casa en señal de apoyo. Hasta el presidente Mujica fue a esperarlo para darle un abrazo. Pero el avión privado se retrasó hasta las cinco de la mañana y lentamente los hinchas se fueron retirando.

Por una semana la principal noticia en los medios de comunicación fue la sanción del jugador, comentarios sobre su situación anímica, y su reclusión en su casa frente a la playa donde vecinos e hinchas se acercaban a corear cánticos en apoyo. El salía al balcón y saludaba en agradecimiento; un niño escribió en la pared “Luis portate bien”.





Esperando en el Aeropuerto Internacional de Carrasco



En el balcón de su casa

¿Por qué Luis Suárez es icónico en su antagonismo?

Los no uruguayos lo ven de manera negativa: conflictivo, agresivo, sucio al jugar.

Los uruguayos lo ven de manera positiva: Luis Suárez tiene todas las características de los “buenos jugadores” de todas las épocas.

¿Por qué?

En mi tesis de Maestría en Antropología de la Cuenca del Plata (FHU-CE UdelaR) titulada “*Soy celeste. El fútbol como espacio de producción de identidad*” detallo en base a respuestas de los entrevistados generadas a partir

de un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas, las características de los “buenos jugadores” uruguayos.

Con respecto a los entrevistados y el método de selección utilizado en esta investigación etnográfica, el criterio general de la selección fue considerar a los simpatizantes de un club de fútbol y seguidores de la selección nacional.

Se realizaron entrevistas semi-estructuradas, siguiendo un patrón de preguntas base, con la posibilidad de agregar otras en el transcurso de la conversación que ayudaran a profundizar sobre un tema de interés para la investigación, en el sentido que la libre asociación del informante permite que el entrevistador introduzca temas desde la perspectiva del entrevistado. Este modo de operar deriva en una “asimetría parlante” (Guber, 2001) con largas exposiciones del entrevistado y mínimas intervenciones del entrevistador, pues en “la entrevista etnográfica el investigador formula preguntas cuyas respuestas se convierten en nuevas preguntas” (ibid: 85).

La mayoría de los entrevistados logró desdoblarse reflexionando acerca de los temas tratados en la pauta de entrevista. Si se consideraban necesarias e importantes las reflexiones que el sujeto lograba transmitir se agendaba otra entrevista. Sucediendo los encuentros se iba llegando a la saturación de la información.

En total se realizaron entrevistas a 48 varones y 20 mujeres residentes en Montevideo. Las edades comprendían desde los 20 años hasta más de 60 años. Se seleccionaron personas mayores de 20 años considerando que a partir de esa edad se tiene un concepto definido con respecto al fútbol como productor de identidad.

Se realizaron, también, entrevistas espontáneas con hinchas ya que de las mismas se pudieron sacar interesantes observaciones. Como explican Hammersly y Atkinson (1983,1994), las entrevistas en la investigación etnográfica también abarcan conversaciones caracterizadas por la espontaneidad y la informalidad contraponiéndose con las entrevistas formales, casi artificiales, las cuales son realizadas en un lugar previamente seleccionado. Las entrevistas espontáneas no deben verse

como contrapuestas a las entrevistas formales sino más bien como un recurso, pues “existen ventajas positivas en someter a la gente a estímulos verbales diferentes de los que prevalecen en los ambientes a los que están acostumbrados” (ibid: 157). Las mismas se calculan en 30, que se dividen en 25 varones y 5 mujeres. Si se suman a las entrevistas semiestructuradas, el total es de 98 entrevistados. Por lo que la tabla final de entrevistados es la siguiente:

Tabla final con total de entrevistados en entrevistas semiestructuradas y espontáneas

Edad	Sexo	Entrevistas semiestructuradas	Entrevistas espontáneas
20 a 30 años	Masculino	8	0
	Femenino	2	0
31 a 40 años	Masculino	9	11
	Femenino	7	5
41 a 50 años	Masculino	8	6
	Femenino	2	0
51 a 60 años	Masculino	8	0
	Femenino	6	0
Más de 60 años	Masculino	15	8
	Femenino	3	0
Total		68	30

Ante la pregunta ¿Qué características tienen los “buenos jugadores”?, las respuestas fueron las siguientes: El porcentaje mayor de respuesta fue que **juegan por la camiseta** (36.73%), 28 entrevistados (28.57%) dicen que es su **temperamento**, le sigue su **vehemencia** (26.53%), y por último su clase (4.08%) y su característica de **sanguíneos** (4.08%).

Es así que los “buenos” jugadores juegan por la camiseta, dejando de lado intereses personales; los “buenos” jugadores tienen temperamento y tienen un estilo de juego propio en el que se conjuga la capacidad técnica con la clase, el coraje y la lucha.

Mucho se ha escrito sobre que la imagen de la nación es una imagen para los propios sujetos que la integran pero también para los demás, para los compatriotas pero también para los que no lo son. La nación

existe si y sólo si los sujetos comparten sus símbolos y lo que estos representan, comparten prácticas culturales y sus códigos. Para muchos uruguayos, que comparten ciertas características, una de esas prácticas culturales es el fútbol como deporte que los identifica. Es así que los discursos en torno al fútbol pueden revelar parte del imaginario social. Cuando la selección de fútbol nacional juega se pone en escena la metáfora de la nación, la cual debe corresponder con la imagen que el uruguayo tiene de sí mismo. Según la investigación: vehemente, luchador, padeciendo sufrimiento para lograr el objetivo, con garra. Luis Suárez exactamente condensa y resume esas características.

Un rápido relevamiento de las narrativas de los hinchas de fútbol y de los periódicos nacionales en los dos últimos mundiales muestra que el hincapié en esta selección está puesta en:

1. **Jugadores emblemáticos:** Diego Lugano (un defensa recio), Diego Forlán (un habilidoso del balón), Luis Suárez (vehemente, luchador e imprevisible).



Diego Lugano (Uruguay-Francia, Sudáfrica 2010)



Diego Forlán (Sudáfrica 2010)



Luis Suárez (Uruguay-Inglaterra, Brasil 2014)

2. Características espirituales de los jugadores: conforman un grupo unido dejando de lado las individualidades, son humildes, juegan por la camiseta, arriesgan su físico para defender la patria.



Caída de Jorge Fucile (Uruguay- Ghana, Sudáfrica 2010)



Caída de "Palito" Pereira (Uruguay- Inglaterra, Brasil 2014)

3. **Estilo de juego:** los jugadores poseen la capacidad técnica, que es amalgamada con su lucha, su coraje y su temperamento. La viveza criolla (conducta que se aplica para lograr un resultado positivo) se pone en juego.



Luis Suárez (Uruguay- Ghana, Sudáfrica 2010)



Luis Suárez (Uruguay- Italia, Brasil 2014)

4. **El sacrificio para llegar a la meta planteada:** El director técnico O.W. Tabárez expresaba el 13 de julio de 2010 en los festejos en honor a la selección nacional frente al Palacio Legislativo:

“El éxito no son sólo los resultados, sino las dificultades que se pasan para obtenerlos, la lucha permanente y el espíritu de plantearse desafíos, y también la valentía para superarlos. El camino es la recompensa”.

En estas palabras también está resumido “Luisito”.

Bibliografía utilizada

- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Candeau, J. (2001) *Memoria e identidad*. Buenos Aires: Ediciones Del Sol. (Trad. de Eduardo Rinesi) 2002 *Antropología de la memoria*. Buenos Aires: Nueva Visión. (Trad. de Paula Mahler)
- Fain, R. (28 de abril de 2014). Suárez de ogro a héroe. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/blogs/2014/04/140428_blog_lalo_suarez_de_ogro_a_heroe.shtml
- Fort, L. (27 de junio de 2014). Mujica: sanción a Suárez es agresión contra los pibes del pueblo uruguayo. *El Diario*. Recuperado de <http://eldiario.com.uy/2014/06/27/mujica-sancion-suarez-es-agresion-contra-los-pibes-del-pueblo-uruguayo/>
- Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Norma.
- Hammersley, M. & Atkinson P. 1994 (1983) *Etnografía*. Barcelona: Paidós. (Trad. De Mikel Aramburu Otazu)
- Jenkins, R. (1996). *Social Identity*. London: Routledge, Key Ideas.
- Lissardy, G. (27 de junio de 2014). El otro lado de Luis Suárez. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/06/140627_wc2014_suarez_personalidad_gl.shtml
- Ruocco, A. (27 de junio de 2014). Chiellini, los ingleses, la FIFA y el enano molesto. *El Observador*. Recuperado de <http://www.elobservador.com.uy/noticia/281962/chiellini-los-ingleses-la-fifa-y-el-enano-molesto/>

Periódicos consultados

- Agencia AFP. (20 de mayo de 2014). Luis Suárez sobre Costa Rica: “Sufrimos hace cuatro años”. *Agencia AFP*. Recuperado

- de <http://www.teletica.com/m/Deportes/53929-Luis-Suarez-sobre-Costa-Rica-Sufrimos-hace-cuatro-anos.note.aspx>
- BBC Mundo. (22 de mayo de 2014). Luis Suárez sufre lesión a tres semanas del mundial. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/05/140522_suarez_lesion_am.shtml
- Lissardy, G. (20 de junio de 2014). Cómo Luis Suárez logró anotar dos goles tras ser operado. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/06/140620_wc2014_brasil2014_uruguay_suarez_retorno_gl.shtml
- El Observador. (22 de mayo de 2014). Suárez se lesionó los meniscos y será operado. *El observador*. Recuperado <http://www.elobservador.com.uy/noticia/279098/suarez-se-lesiono-los-meniscos-y-sera-operado/>
- El Observador. (20 de agosto de 2014). La catarsis de Luis. *El observador*. Recuperado de <http://www.elobservador.com.uy/noticia/285891/la-catarsis-de-luis/>
- El Universal. (19 de junio de 2014). Suárez es la esperanza de Uruguay. *El universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com/deportes/brasil-2014/140619/suarez-es-la-esperanza-de-uruguay>
- GOAL. (27 de junio de 2014). Mujica abrazó a Suárez en nombre de todo el pueblo uruguayo. *GOAL*. Recuperado de <http://www.goal.com/es-ar/news/4755/uruguay/2014/06/27/4919550/mujica-abraz%C3%B3-a-luis-su%C3%A1rez-en-nombre-del-pueblo-uruguayo>
- LA POSTA. (23 de junio de 2014). La carta del Capitán para todos los uruguayos. *LA POSTA*. Recuperado de <http://lapostanoticias.com.uy/deportes/mundial/la-carta-del-capitan-para-todos-los-uruguayos/>
- LA POSTA. (24 de junio de 2014). A LO CAMPEÓN. Uruguay le ganó a Italia y pasó a Octavos. *LA POSTA*. Recuperado

- de <http://lapostanoticias.com.uy/deportes/mundial/lo-campeon-uruguay-le-gano-italia-y-paso-octavos/>
- República. (26 de junio de 2014). AUF informó que no está prevista la hora de llegada de Suárez a Carrasco. *República*. Recuperado de <http://www.republica.com.uy/auf-llegada-suarez-carrasco/>.
- RFI. (26 de junio de 2014). Los uruguayos hacen barrera para defender a Suárez. *RFI*. Recuperado de <http://www.espanol.rfi.fr/americas/20140626-los-uruguayos-hacen-barrera-para-defender-suarez>
- Ovación digital. (22 de mayo de 2014). La falta que le lesionó la rodilla a Luis Suárez. *Ovación digital*. Recuperado de www.ovaciondigital.com.uy/mundial/falta-suarez-que-le-lesiono.html
- Ovación digital. (22 de mayo de 2014). Paul Dummet ya es tendencia. *Ovación digital*. Recuperado de <http://www.ovaciondigital.com.uy/mundial/paul-dummett-ya-tendencia.html>
- Ovación digital. (22 de mayo de 2014). Medios británicos denuncian amenazas de uruguayos a Dummet. *Ovación digital*. Recuperado de <http://www.ovaciondigital.com.uy/futbol/medios-britanicos-denuncian-amenazas-hinchas.html>
- Ovación digital. (22 de mayo de 2014). Suarez al quirófano. *Ovación digital*. Recuperado de <http://www.ovaciondigital.com.uy/futbol/luis-suarez-lesion.html>
- Ovación digital. (22 de mayo de 2014). “Tranquilos, voy a llegar”. *Ovación digital*. Recuperado de <http://www.ovaciondigital.com.uy/mundial/tranquilos-llegar.html>
- Aldea, G. & Malek, M. (28 de junio de 2014). Suárez saluda a Uruguay. *Ovación digital*. Recuperado de <http://www.ovaciondigital.com.uy/mundial/luis-suarez-salio-agradecer-apoyo.html>

CAPÍTULO 9.

Una mirada reflexiva a las emociones y ecos extracancha del Mundial Brasil 2014

Gilda Mobeno Gurza

“Así pues, la psicología colectiva considera al individuo como miembro de una tribu, de un pueblo, de una casta, de una clase social o de una institución, o como elemento de una multitud humana, que en un momento dado y con un determinado fin se organiza en una masa o colectividad.”

Sigmund Freud (1921)

Introducción

Actualmente el fútbol-espectáculo es abordado de forma multidisciplinaria desde diferentes miradas que lo analizan con base en una amplia gama de implicaciones socioculturales, políticas, mercadológicas, estéticas, etc., inherentes a este deporte, popular a nivel mundial, más allá de lo deportivo y técnico-táctico.

Galán (2013) cita a Hargreaves, quien atribuyó seis características al deporte en la actualidad: 1 Es un juego; 2 Es una actividad altamente reglamentada; 3 Lo incierto de su resultado le hace crear una creciente tensión que lleva a una intensidad emocional única; 4 Se vuelve un tópico “dramático” de la vida pública; 5 Configura un mundo simbó-

lico valoral ritual; 6 Exalta al cuerpo, el cual es núcleo de la actividad deportiva.

Desde una perspectiva filosófica, el juego humano viene de dos fuentes: la *paidia*, principio de movimiento, derroche, exuberancia, que el hombre comparte con algunos animales; y el *ludus*, principio de reglamentación inteligente. Parafraseando al autor se puede resumir que los juegos se dividen en cuatro tipos: 1) competencia (*Agón*) en los que el sentido de las reglas es delimitar quién es el mejor, el más fuerte; 2) juegos de suerte (*Alea*), en los que el jugador no cuenta con él mismo sino que es pasivo respecto a sus capacidades en la espera del resultado; 3) juego de animación mimética (*Mimicry*): jugar a las muñecas, los vaqueros o los monstruos; 4) juegos de vértigo (*Ilínx*): dar vueltas hasta caer, romper platos o vidrios. El vértigo es una transgresión de los límites de la realidad cotidiana incluso hasta el peligro. En el juego se juega la identidad. En el *Agón* se exalta la identidad individual o colectiva por la propia virtud. En la *Alea* es el destino (*Moirá*) el que dice quién es uno, si uno es el favorecido de los dioses, por eso se aguarda intensamente (en tensión) la revelación.

El Dr. Galán explica cómo el deporte contemporáneo surge de la combinación entre el *Agón-Mimicry* y la *Alea*, y aunque comenzó a gestarse de esta forma en el siglo XX se convierte en gran espectáculo conforme se desarrolló la comunicación masiva. Siguiendo su interesante reflexión, afirma que “el deporte en tanto juego suspende lo cotidiano, pero en tanto espectáculo instaura el evento, la tensión máxima”. De este modo, el espectador se encuentra en el deporte “perdido con una intensidad concentrada”.

La dimensión social del deporte conlleva su planeación y control desde la autoridad que lo reglamenta. Por ende, la *Mimicry* apunta a la esencia y la pureza del fenómeno lúdico. Lo institucional reglamenta la competencia con fines de que resulte equitativa. Galán (2013) la define como la liturgia deportiva que se agenda en el calendario cotidiano permitiendo que la vida pública cotidiana pueda experimentar esas

emociones de tensión. A pesar de que el evento deportivo es único, es reproducible.

En suma, más allá de la cancha, de lo deportivo, de las reglas del juego, del talento de los futbolistas y de la emoción que despierta un partido en los aficionados, el Fútbol; convertido en la actualidad en espectáculo masivo.

Desde una perspectiva reflexiva acerca del fútbol como juego, se identifica que y 3 formas de hablar del deporte : a) como actividad escolar; b) como deporte para todos, y c) como competición espectáculo. Resulta significativa la aportación de Galeano (1995), a través de la manera humorística y sarcástica con que suele expresarse y apuntar hacia la creciente tecnologización y comercialización en el fútbol hoy en día, donde se observa, que hay factores más allá del disfrute emocional del público, desde el momento en que los clubes son marcas; por lo tanto, los futbolistas se convierten en productos o mercancías intercambiables hasta su fecha de caducidad, cuando se vuelven desechables.

“El juego se ha convertido en espectáculo, con pocos protagonistas y muchos espectadores, fútbol para mirar, y el espectáculo se ha convertido en uno de los negocios más lucrativos del mundo, que no se organiza para jugar sino para impedir que se juegue. La tecnocracia del deporte profesional ha ido imponiendo un fútbol de pura velocidad y mucha fuerza, que renuncia a la alegría, atrofia la fantasía y prohíbe la osadía.”

El poder de la FIFA se muestra en la imposición de un calendario global, al margen de su influencia en gobiernos y empresas, revistiendo al campeonato Mundial de fútbol en un Mega-Evento; característica determinante también en el gigantismo que permea en Juegos Olímpicos de la era posmoderna.

Elementos tales como la familia, el público, la prensa, las instituciones deportivas y las directivas integran el contexto social y político en que se halla circunscrito el fútbol; los cuales inciden en la formación y

el desarrollo de los futbolistas, como actores principales de ese entorno sociocultural.

Para Aragón (2006) un punto de partida esencial se da conforme la urbanización de las grandes ciudades y su paralela industrialización, permeando la conceptualización de la infancia y la familia; institución que ha evolucionado a lo largo de un proceso incesante de adaptación y readaptación, conforme a las condiciones de la sociedad postmoderna.

En la vida futbolística la presencia de la familia es significativa, transcurriendo dentro de diversas circunstancias e interrelaciones, que a la larga influyen tanto favorable como desfavorablemente en el rendimiento de los jugadores.

Según Parra (2007) en Latinoamérica el futbol se consolidó por la transversalidad que se observa en el fenómeno social ocasionado por la migración del campo hacia las ciudades. A través de estos asentamientos los migrantes entraron en contacto con un contexto urbano industrializador; principalmente debido al intercambio mercantil que se generaba en los diversos puertos latinoamericanos. El surgimiento del futbol desde finales del siglo XIX, se desarrolla a la par de la identidad nacional, y se le expone al uso político, económico, y para amortiguación de severas crisis sociales.

Por su parte, Magazine y Martínez (2009) expresan : “Convencidos de que el futbol-espectáculo es hoy un espacio clave para observar y reflexionar la dinámica cultural de algunos países latinoamericanos (...) proponemos expandir la unidad de análisis a un nivel más amplio para tomar en cuenta los equipos, las diferentes áreas urbanas o regiones y las rivalidades entre ellos (...) a nivel nacional.”

A manera de aportación teórico-metodológica el Dr. Jesús Galindo (2013) formula la conceptualización de tecnología social sintetizada, referente al origen del futbol para formar ciudadanos en Inglaterra en el siglo XVIII, dentro de lo que se conoce como *cultura cortés*. “El proceso de civilización llevó a los guerreros a convertirse en ciudadanos parlamentarios.” Entre sus principales planteamientos el autor expresa que: “El deporte no es pan y circo. Es alta tecnología de sintetización

del proceso civilizatorio. El deporte es parte de la distensión y tensión social.”

Desde la perspectiva de Galindo, la ingeniería social tiene la capacidad para diagnosticar las distintas situaciones de confrontación o colaboración en la sociedad. Considera que el fútbol puede sobrevivir la enorme presión de la comercialización y transformarse en una palanca para el desarrollo social y comunitario, conservando su esencia de espectáculo.

Una apreciación reflexiva surge ante el planteamiento de la mercadotecnia que el deporte moderno requiere para subsistir acorde a las reglas de la competitividad actual. Desde el ámbito profesional del Marketing Deportivo “lo único que no se vende son triunfos”; toda vez que no es factible garantizar ni controlar dicho resultado. De ahí que las marcas procuran no depender estratégicamente de ellos, sino de transmitir símbolos, rituales, emociones, etc., que las posicionen en el consumo deportivo. Es decir, que se concluye que “el poder lo obtiene aquél que domina el intercambio simbólico.”

La cotización del precio de un futbolista se calcula más allá del horizonte de sus capacidades físico-atléticas y de su talento técnico en la cancha. Su nacionalidad, imagen personal, edad, seguidores que alcance en las redes sociales, la cantidad de goles anotados por partido, así como las asistencias que brinde para las anotaciones de sus compañeros de equipo, etc., son indicadores que rankean al jugador, incrementando su prestigio y valor monetario, todo lo cual se “oficializa” al grado de aparecer publicado en la Revista Forbes, lo que reproduce una especie de círculo virtuoso siempre y cuando el futbolista esté vigente dentro del club que lo haya adquirido.

El deporte va más allá del negocio, emocionalmente es válvula de escape social. La industria del entretenimiento se rige bajo la lógica del negocio. La pauta para publicitarlo se marca desde esta óptica. Por lo tanto, el marketing deportivo es una herramienta neutral en sí; lo positivo o negativo que resulte de su intervención se deberá al uso que se le dé.

De acuerdo con Parma Aragón (2006) la dinámica derivada por parte de los medios de comunicación masiva, la prensa crítica, la influencia de la radio, la penetración de la televisión en las temáticas deportivas, etc., han trastocado de forma sustancial las modalidades de organización propias del futbol, presentándolo crecientemente de modo diferente a sus orígenes; toda vez que se responde a los intereses comerciales de las instituciones y directivas, -como organización moderna, ante la necesidad social y comercial de vender imágenes y/o “estrellas”. Dicho “periodismo de las estrellas” se encamina rumbo a la elaboración de imágenes publicitarias, presentando a los futbolistas como ídolos, y/o empleándolos como vehículos de promoción mercadológica. Entonces, se instaura lo que la autora denomina “tríada inseparable”, conformada por la Prensa Deportiva, la comercialización y el futbol profesional, cuyo propósito es, en última instancia, conservar la pasividad de los aficionados inmersos en el consumismo de esas imágenes de deportistas exitosos (en este caso, futbolistas triunfadores).

Aunada a la telecracia, se considera a la comunicación como gestión de imagen y de marca, desde el punto de vista del binomio futbol y gestión. Así como desde el panorama del periodismo deportivo moderno. “El periodista es un contador de historias” que busca tocar las emociones del espectador. La fortaleza del periodismo de especialización radica en que privilegia el rigor de la información; en cambio, el periodismo generalista se ubica en la inmediatez. Se concluye entre las apreciaciones de los participantes en esta temática que la historia deportiva mexicana no podría entenderse sin el papel fundamental del periodista que la hizo saber a la comunidad.

Resalta la existencia de la contradicción implícita que sigue apareciendo mediante la constante representación de los anteriores modelos del futbol de antaño, que afirmaba que se jugaba por “amor a la camiseta”. Asimismo, se enfatizaba cómo los grandes jugadores de aquella época “embelesaban al público con sus lances siempre ofensivos hacia la portería rival” (Aragón, 2006).

Al respecto, Villoro (2014) puntualiza la dificultad emocional que puede implicar tanto para el espectador como para el propio futbolista el asimilar un sentido de pertenencia a su equipo, simbolizado en el amor a la camiseta, cuando ésta se ha convertido en un anuncio comercial ambulante.

Por otra parte, cabe hacer mención que, -partiendo de la perspectiva reflexiva acerca de la identidad y la emocionalidad-, la noción del futbolista como ser humano es indispensable para entender que le afecta psicológicamente el temor al abandono de su deporte a causa de lesiones físicas que lo incapaciten como deportista.

Desde la perspectiva de la estética estudiada por Katya Mandoki (2011) más que “embelesar” al público, es éste quien dota de cualidades estéticas al objeto; por lo que esta autora establece el término *bellar*: “expandir nuestra percepción al apreciar algo y hallar perfección a través de él”. Al tratarse de una *sensopercepción* el sujeto es al mismo tiempo *bellado* en esa experiencia estética que está vivenciando. El Mtro. Samuel Martínez expone en el binomio *Arte y Fútbol* que “La estética es culturalmente impuesta en sus señalamientos de lo que se considera arte. La belleza es una cualidad del sujeto, no del objeto. Es una interpretación.” El novedoso concepto de *estésis* se refiere a la capacidad del ser humano para abrirse al entorno. La receptividad a los estímulos le alienta y le permite atribuir belleza a lo percibido, haciéndolo con base en su historia. Por lo tanto, es menester asimilar que el primer presupuesto falso es relacionar arte con belleza. La *cavilación* es muy gratificante al manifestarse, puesto que la vivencia resulta al enfrentar una situación; después se transforma en experiencia cuando se reflexiona y se comunica a otros. Las expresiones literarias, las artes plásticas, musicales, arquitectónicas, el fútbol mismo, son elementos de cohesión estética. El beneficio que brinda el acercar el arte a quienes gustan del fútbol es de gran valor emocional para la cohesión y el goce al crear *estésis*.

“El fútbol es la condensación y simbolización de la vida estética de un pueblo” afirma Restrepo (2011). En sus *Memorias de las esferas*:

de los pies a la cabeza y de la cabeza a los pies este renombrado autor relata: “Frente a una idea de nación anclada en el panteón heroico de las familias patricias y en la tradición hispánica, el fútbol reponía una nación representada en sujetos populares. Frente a un arquetipo gauchesco construido sobre las clases populares suprimidas por la organización económica agropecuaria, los héroes nacionales que los intelectuales orgánicos del fútbol propusieron eran miembros de las clases populares realmente existentes, urbanizadas, alfabetizadas recientemente.”

Los deportes colectivos pueden explotar el -nosotros-, a diferencia de los deportes individuales. Cuando se enfrentan dos selecciones, se enfrentan dos maneras de ver la realidad, dos proyectos políticos. Según Angelotti (2010) el fútbol suele ser considerado como un ritual de la comunidad. Por su parte, el Dr. Andrés Fábregas (2013) establece que:

“El deporte y el fútbol es un tema simbólico para que una nación recupere su autoestima. Como todo hecho cultural, la Selección Nacional de Fútbol no es una esencia sino un símbolo que depende de la historicidad misma de la sociedad y la cultura concretas en las que opera. Es revelador que el análisis antropológico de la Selección Nacional de Fútbol revela que más allá de su popularidad puramente deportiva, su arraigo en los sectores populares del país se debe a que simboliza aspectos claves de la vida mexicana. Desde el nacionalismo que porta una población con un pasado de colonialismo hasta las actitudes culturales de ayuda mutua, de tradiciones comunitarias o de entereza ante el esfuerzo desmedido por ganarse la vida, el fútbol es un articulador popular del constante bregar por un país posible.”

Siguiendo a Fábregas (2013) es indudable que los deportes ofrecen la oportunidad para conocer aspectos sustantivos de la vida de una sociedad, principalmente porque generan espacios de interacción social, de contacto, de conflicto, de enfrentamiento entre quienes ejercen estas prácticas y entre quienes los observan. El fútbol se ha convertido en

una actividad de primordial importancia para la comunidad en general ya que representa una de las fuentes de mayores emociones y pasiones para los aficionados.

Implicaciones de los mega eventos deportivos

Etimológicamente “la palabra megaevento es un neologismo formado por el prefijo griego *mega*, que significa grande, y por la palabra latina *eventus*, que significa acontecimiento. El uso de ese término se ha extendido en los últimos años desde el inglés a otros idiomas, incluso ha llegado al español, que ha traducido *mega-event* por megaevento.” (Goig, 2012, citado en Saboya, 2013).

Collado (2012) menciona un término para este tipo de eventos, como la Copa Mundial de la FIFA, que puede ser más apropiado en Español : gran acontecimiento, aportado por Roche (2000, citado en Collado, 2012) : “*gran acontecimiento (mega event)*, que se define como: “eventos culturales de gran escala (incluyendo eventos comerciales y deportivos), que tienen un carácter dramático, atractivos a la masa popular y de una significación internacional. Normalmente están organizados por combinaciones variables de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales nacionales e internacionales.”

Llopis (2012) menciona el constructo *potlatch*, vocablo chinook (utilizados por pueblos nativos de América del Norte) y que significa *don*, por medio del cual se designa a aquel intercambio de bienes materiales e inmateriales entre sociedades. Con límites difusos, este intercambio condicionaba lo material al ámbito competitivo en un marco de honor y prestigio, donde se consideraba de mayor valor el intercambio de bienes simbólicos. A nivel deporte competitivo el potlatch es observable en los rituales y negocios que rodean a los mega eventos. El citado autor afirma que en el Mundial asistimos a un intercambio donde los jerarcas gubernamentales y los de la FIFA “utilizan la riqueza del país sede a cambio de participar en un juego de estatus.”

De igual manera, García (2007) coincide en que para el país sede, además de los beneficios monetarios que pueda obtener por las inver-

siones y negocios que se concertarían por el certamen deportivo, “el ser anfitrión le proporcionará influencia simbólica a nivel internacional, lo cual puede no ser un factor determinante, pero sí de mucha ayuda para proyectar la imagen del país universalmente y aumentar su popularidad.”

Desde una perspectiva antropológica puede considerarse el sentido agonista de los encuentros deportivos. Montoya (2008) plantea que tanto los Mundiales de fútbol, como los Juegos Olímpicos, -en el fútbol americano, el evento del Super Tazón-, cumplen en la actualidad el rol que antiguamente se escenificaba en las tragedias griegas; en representaciones teatrales al aire libre en los atrios de las iglesias y las catedrales durante la Edad Media; en la tradición cultural que se hereda en América Latina a lo largo de la dominación española. “Son, en sentido antropológico, los rituales contemporáneos colectivos por excelencia y que se ven re-significados y actualizados a la contemporaneidad globalizada.”

En la época actual los mega eventos proporcionan a la sociedad un tiempo y espacio de espectáculo, cuyo atractivo reside en la novedad; es decir, aporta un momento distinto a la rutina diaria, siendo el deporte la vía que logra convocar a la población a nivel masivo, coadyuvando al sentimiento de pertenencia e identidad. “Los *eventos* en general como “fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas.” (Shone, 2001, citado por Collado, 2012).

La revisión de las implicaciones inherentes a la realización de un mega evento indica que debe tomarse en consideración que éstas tienen un efecto global, el cual conlleva aspectos tanto negativos como positivos (Murúa, 2013). Dentro de los impactos positivos se encuentra la inversión en infraestructura, la visibilidad turística, la atracción de capitales o el gasto público que generan (Cortés, 2011). Un elemento controversial que constantemente fue informado a la opinión pública

destacando el manejo indebido de los recursos económicos que se invirtieron en Brasil.

Las implicaciones económicas positivas derivadas del desarrollo del Mundial de Fútbol pueden ser calculadas desde el punto de vista de los ingresos percibidos en el país sede por conducto de la derrama generada por el turismo deportivo. Con base en la evaluación de resultados llevada a cabo por la FIFA, el Mundial de Alemania 2006 ha sido el legado más exitoso de la historia de la Copa, tanto en lo económico como en imagen social y valores del pueblo alemán. (Collado, 2012; Formaggio, 2012). Asimismo, la perspectiva de los estudios económicos llevados a cabo acerca de la derrama financiera en torno a los Mundiales de la FIFA señala que :

“El flujo económico continúa con los impuestos pagados en las embajadas y consulados por las personas que desean asistir al evento; las reglas migratorias son adaptadas a los fines de que más personas puedan acceder al país anfitrión. La imagen atractiva del país sede, su localización, la situación económica mundial, son algunos de los factores que más influyen en la variación de este número de visitantes extranjeros que acuden a la fiesta Mundial del Fútbol. Los visitantes extranjeros durante la competición suelen gastarse entre 700 y 1300 dólares aproximadamente en hospedaje, transporte, comida, impuestos, souvenirs, traductores para quienes no hablan el idioma del país sede, taquillas en los juegos, tours turísticos e inversiones comerciales a corto y largo plazo.” (Formaggio, 2012).

Por su parte, Collado (2012) apunta que las implicaciones generales en el rubro psicosocial se observan en el impacto emocional en las personas, ya que se agrega un valor de autoestima sobre la población, por la imagen externa que se proyecta ante los demás países.

En este punto habría que mencionar a manera de reflexión, las hipótesis de investigación que posibilitarían qué impacto e implicaciones surgieron en los brasileños toda vez que su Selección Nacional no sólo no obtuvo su 6ª Copa del Mundo, sino que sufrió una desastrosa derro-

ta deportiva y emocional sorprendente. Dicha investigación plantearía la posibilidad de intervenir a nivel deportivo y psicológico ante el legado de consecuencias emocionales notables por la idiosincracia característica de los aficionados brasileños en general. Así como la deseable intervención psicodeportiva con los propios jugadores de Brasil, cuya búsqueda del éxito y la excelencia deportiva como deportistas de la élite competitiva, incrementa las probabilidades de llegar a tener manifestaciones de tipo físico, psicológico y social, afectando su rendimiento y produciendo crisis emocionales, tanto a nivel individual como colectivo, (Sánchez, et al., 2013).

A partir de una perspectiva reflexiva del contenido emocional de la victoria en el futbol-espectáculo, Goldblatt (2008) afirma que : “Ninguna victoria, a pesar de su amplitud comprehensiva, puede alterar el balance real del poder. Ni cambiar la distribución presente de la riqueza y el poder.”

La creencia extendida entre la población y manejada en el discurso político de que ser elegido como sede del Mundial es un honor y una fabulosa oportunidad de crecimiento socioeconómico resulta errónea cuando se analizan las implicaciones que conlleva organizar, hospedar y evaluar un mega evento como la XX Copa Mundial de Futbol. De ahí que siguiendo a Llopis-Goig (2013) sea primordial que durante las 3 fases que conforman a un megaevento (preparación, impacto y legado) se tomen en cuenta las percepciones y forma en que los habitantes interpretan la organización del mega evento, tanto en la etapa previa, como durante el desarrollo del torneo, y en su etapa posterior.

Como país anfitrión, Brasil ha asumido en un lapso muy corto (2014 y 2016, Mundial de Futbol y Juegos Olímpicos, respectivamente), la organización de competiciones deportivas mundiales de gran envergadura, cuya derrama económica será en beneficio sólo de cierto sector empresarial, coludido con mandos gubernamentales, y controlados férreamente por la FIFA. “Un factor determinante en el futuro impacto económico que recibe un país o una ciudad por organizar uno de estos mega eventos, es su incremento del turismo durante el periodo

de preparación y celebración, y sobre todo en el periodo posterior a la celebración del mega-evento.” (Collado, 2012).

En contraparte, existe el factor de la *gentrificación*: proceso de transformación urbana en el que la población original de un sector o barrio deteriorado y con pauperismo es progresivamente desplazada por otra de un mayor nivel adquisitivo a la vez que se renueva (Murúa, 2013). En la fase de preparación de la Copa Brasil 2014 se publicaron gran cantidad de reportes acerca del impacto negativo de este mega evento en amplios sectores de la población brasileña.

“Escudándose en la realización de la Copa y de las Olimpiadas, las autoridades esperan aplicar una serie de remociones y reasentamientos forzados de comunidades pobres, violando uno de los derechos más básicos del ser humano, con el agravante de la falta de información para las familias afectadas.” (Cortés, 2011). Este autor puntualiza que “el problema no es que los mega-eventos deportivos sean un gran negocio, sino que potencialmente pueden ser grandes negocios corruptos.”

Una vez que la euforia y la parafernalia concluyen es menester efectuar la evaluación y el análisis post evento, es decir, el legado que pudiera existir. Esta trascendental consecuencia es a veces hecha a un lado indebidamente. Saboya (2013) plantea que el legado social se manifiesta en el incremento del nivel de autoestima de las personas, los beneficios de la educación y la formación técnica que el evento haya aportado; así como” los puestos de trabajo temporales, las mejoras obtenidas en el bienestar, como consecuencia de las inversiones realizadas y de la generación de ingresos devenida por la mayor actividad económica.”

Este autor apunta que existe el indicador que se refiere al legado institucional, el cual es proporcionado por “la experiencia que conlleva dirigir un evento internacional con plazos estrictos, la participación de varias entidades y organismos gubernamentales y del sector privado, con la necesidad de planificarse y ejecutar proyectos complicados que requieren una articulación extremadamente compleja, además de ofrecerse productos y servicios que tengan calidad y padrón internacional.”

Por lo tanto, llevar a cabo un mega evento de índole única como lo es la Copa del Mundo de la FIFA implica realizar inversiones de grandes capitales económicos en un destino elegido, al cual acudirá un flujo altamente numeroso de visitantes, ocasionado importantes impactos y legados socioeconómico, medioambiental, político y emocional. (Formaggio, 2012).

Luego entonces, el futbol sirve para analizar y entender la realidad, con sus implicaciones emocionales, antropológicas, políticas, estéticas, jurídicas y socioculturales. En general, puede afirmarse que los fenómenos deportivos contribuyen a comprender procesos más profundos de la sociedad.

Ahondar en el análisis exhaustivo del futbol-espectáculo necesariamente requiere que incluya una perspectiva multidisciplinaria, con reflexión crítica y propositiva, así como con la divulgación de investigaciones académicas serias, que aportan propuestas y resultados de provecho al deporte y a la difusión científica de forma accesible para la sociedad.

A manera de corolario, es posible afirmar que aún resuenan los ecos desde las canchas de Brasil 2014, y también desde ángulos extra-cancha. El estudio de los mega eventos deportivos debe profundizar más allá de la cancha y del entorno de las ciencias del deporte; analizando su contexto cultural, político y económico, sus conflictos psicosociales, puesto que se trata de acontecimientos contenidos simbólicos.

Conclusiones

Los mega eventos impactan en los ámbitos de lo emocional, lo económico, lo político, lo social, lo cultural del país al cual se le haya otorgado la sede para llevarlos a cabo. Favoreciendo la visibilización de las dimensiones emocionales y multidisciplinarias que constituyen a los grandes acontecimientos deportivos.

La investigación académica seria y ética fundamentada desde las Ciencias Sociales toma elementos de los mega eventos como objeto de estudio, contribuyendo a su mejor comprensión y ampliando su difu-

sión. Las coincidencias interdisciplinarias fortalecen la divulgación de un deporte más integral.

Las implicaciones inherentes a los mega eventos deportivos incluyen las 3 fases de su existir: organización, impacto y legado. Éste último suele ser pasado por algo por los evaluadores post evento, desaprovechando así el cúmulo de experiencias susceptibles de aplicación a futuro.

Desde una dimensión prospectiva puede vislumbrarse que esta dinámica permeará muy probablemente en los siguientes Torneos de la FIFA, dado que el contexto neoliberal, la tecnología, los medios de comunicación masiva y las intervenciones gubernamentales forman parte cada vez de forma más marcada en el costo y viabilidad de un gran acontecimiento de este calibre.

El futbol está lleno de capitales simbólicos que impiden un desarrollo total de este deporte en México.

El deporte nos ayuda a construir ciudadanía donde la aceptación de la diferencia es muy importante; así como facilita la concientización de responsabilidad social.

La ingeniería social permite diagnosticar qué está tensionando al sistema social. El deporte juega un papel primordial para identificar las tendencias que favorecen o no los escenarios de la sociedad.

Bibliografía

- Angelotti, G. (2010). El estudio del futbol. ¿Un ámbito periférico para la Antropología en México?. *Revista de Antropología Experimental*. 10(12), 211-222 , 2010. Recuperado de <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/1949/1698>

- Aragón, P. (2006). Manual de Psicopedagogía. Escuela Nacional de Directores Técnicos. Sistema Nacional de Capacitación. Federación Mexicana de Fútbol Asociación, A.C. México. pp. 62-74.
- Collado, J. (2012). *Impacto socioeconómico de los grandes eventos. El caso de Brasil*. (Tesina). Universidad Politécnica de Cataluña. Mayo 2012. Pp. 3-4. Recuperado de: <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/15738/1/TESINA.pdf>
- Cortés, A. (2011). El capitalismo de los mega eventos deportivos. *Revista de Actualidad Política, Social y Cultural*. Abril 2011. Recuperado de <http://www.redseca.cl/?p=1776>
- Fábregas, A. (2013). La Selección Mexicana de Fútbol : una mirada antropológica. [Lectura 2013, sesión 5. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- Freud, S. (1921). Psicología de las masas y análisis del Yo. CXIII, Obras Completas. Tomo III. Edit. Biblioteca Nueva. Madrid. pp. 2563-2564.
- Formaggio, R. (2012). La preparación de un mega evento. El Mundial de Fútbol FIFA 2014 en Brasil. Universidad de Girona. Recuperado de: <http://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/8868/Raquel%20Formaggio%20Patricio.pdf?sequence=1>
- Galán, F. (2013). De la filosofía del juego a la del deporte. [Lectura # 2, sesión 8 y 9. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- Galeano, E. (1995). El fútbol a sol y sombra. Siglo XXI. México. p.5 [Lectura # 21, sesión 8 y 9. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- Galindo, J. (s.f.) Apuntes de Ingeniería Social. Explorando un espacio de posibilidades constructivas. [Lectura # 1, sesión 3. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- García, K. (2007). Olimpíadas y Copa Mundial de Fútbol: ¿competencias deportivas o instrumentos políticos? *Revista Digital*

- CONfines. Agosto-diciembre 2007. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Campus Monterrey. Disponible en : <http://confines.mty.itesm.mx/articulos6/GarciaK.pdf>
- Goldblatt, D. (2008). *The Ball is round. A global History of Soccer*. Riverhead Books. Penguin Group USA. New York. P. xvi. Recuperado de http://www.amazon.com/The-Ball-Round-Global-History/dp/1594482969#reader_1594482969
- Llopis-Goig, R. (2013). Etnoargumentos y discursos comunes en torno a un megaevento deportivo. La 32° America's Cup vista por la sociedad anfitriona. *Scielo*, 19(40), 231-252. Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ha/v19n40/a09v19n40.pdf>
- Magazine, R., y Martínez, S. (2009). El sistema de rivalidades futbolísticas en México. Reflexiones en torno al Proyecto: "Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis comparativo multi-regional". *Razón y palabra "Deporte, Cultura y Comunicación"*. Número 69. Julio-agosto-septiembre 2009. p.2. <http://ww35.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>
- Mandoki, K. (2011). Bellar. La epifanía del bellamiento. [Lectura # 1, sesión2. DiploFut2014].
- Montoya, G. (2008, noviembre). Entendiendo el futbol como parte de lo que somos. Encuentro de la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del Deporte. Brasil. Recuperado de <http://www.alesde.ufpr.br/encontro/trabalhos/59.pdf>
- Murúa, J. (2013). *Los límites del turismo deportivo para el desarrollo local*. Recuperado de <http://economiaenchandal.com/2013/09/09/los-limites-del-turismo-deportivo-para-el-desarrollo-local/>
- Parra, A. (2007). *Sociología del futbol. Desarrollo de una pasión ecuménica. Si el mundo es redondo hagámoles un gol al arco iris*. (Tesis de licenciatura, Universidad central de chile). Recuperado de

http://www.academia.edu/1388463/SOCIOLOGIA_DEL_FUTBOL

- Restrepo, G. (2011). Memorias de las esferas: de los pies a la cabeza y de la cabeza a los pies. Boletín 3 OPCA. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. p. 51. [Lectura # 2, sesión 6. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- Sánchez, B., Ureña, P., y Calleja, J. (2013). Niveles subjetivos de estrés-recuperación en deportistas costarricenses de alto rendimiento. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, vol. 14, 1, 103-108. Recuperado de <http://revistas.um.es/cpd/article/view/191011/157731>
- (s.a.) (s.f.) Citas-ideas de Katya Mandoki sobre Estética y Estésis. [Lectura # 1, sesión 8 y 9. DiploFut2014, INDECUS, A.C. México].
- Saboya, A. (2013). *El legado de los mega eventos deportivos. El caso de la Copa del Mundo 2014*. Recuperado de http://www.sextocongresocud.es/wpcontent/uploads/2013/03/vicongresocud2013_submission_49.pdf
- Villoro, J. (2014). Balón dividido. Planeta. México.

Del Mundial de puertas abiertas a los torneos locales de fronteras cerradas

Alirio Amaya

Inicialmente, en cortas pero sentidas palabras, quiero agradecer a Ciria Salazar y al Gran Miguel Ángel Lara por la posibilidad que me brindan al participar en el segundo tomo “Mundial de Brasil 2014” Transversalidades y conocimientos múltiples sobre el mega-evento global. De igual manera, a todos los amigos que integran la Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación, que en este año 2015 tuve la fortuna compartir y participar en el IX Congreso realizado en Ciudad Juárez.

Afirmo de forma categórica que la Red cumple su objetivo al integrarnos cada vez más, posibilitando desde el encuentro (cara a cara) compartir experiencias que pasan de la teoría a la práctica, evidenciando que los dos aspectos son necesarios, tal como sucede en el fútbol con “la técnica y la táctica”, permitiendo obtener mejores resultados. Parafraseando a Pablo Alabarces en su texto “La violencia, la academia, y el fracaso”: seguimos convencidos de que nuestro trabajo tiene sentido solo en la posibilidad de, como decía Marx, no solo interpretar el mundo sino transformarlo.

Entrando en el terreno del Mundial, hago memoria del cántico “Brasil: decime que se siente tener en casa, no a tu papá sino a miles de extranjeros” (versión ajustada). ¡Sí!, y de todas las latitudes del mundo llenaron playas, bares, restaurantes, apartamentos y hasta las favelas promocionadas como sitios exóticos a visitar. Ni qué decir de los estadios, siempre con la boletería agotada, garantizando a los organiza-

dores un éxito total, lo que no significa que al país sede le otorgue los mismos resultados. No es mi intención centrarme en este tema pero, a manera de provocación, este sería un punto para discutir la forma como se financia la realización de este megaevento. Mi primera consideración es que los países sedes de los mundiales de fútbol no pueden seguir haciendo fila ante su majestad la FIFA para garantizarle a un “negocio privado” (algo que exclaman constantemente los directivos), los mejores resultados económicos sin que se refleje en el cobro de impuestos ese capital que recibe. No voy más allá, porque sería imposible proponer la cofinanciación de las obras para la construcción de los estadios, las cuales, por lo general, terminan en escándalos para los Gobiernos de turno.

Por citar un ejemplo, Colombia tuvo la experiencia de organizar el Mundial Sub 20 en el año 2011 y las cuentas nunca cuadraron, ni siquiera en el tema hotelero, donde no hubo la ola de turistas que se proyectó en la etapa previa. El músculo financiero para la inversión de los estadios solo lo movió el Estado, eso sí, sin reforma tributaria alguna, pues fueron los recursos del sector deporte los que soportaron toda la carga. Así, otros proyectos diferentes al fútbol no contaron con financiación, ya que la priorización era la adecuación de estadios para el Mundial, lo cual tuvo un seguimiento riguroso de la FIFA, ente que realizó visitas constantes con un grupo de expertos en cada tema para que se cumplieran sus exigencias al pie de la letra. ¡Ellos sí saben con claridad cómo cuidar su marca!

Durante el mes del Mundial gobierna la FIFA, los contratos que firman las ciudades sede son de excepcionalidad jurídica frente a los requerimientos normales para los torneos locales. Dos ejemplos concretos son la venta de cerveza en los estadios y el consumo exclusivo de ciertos productos. En resumen, es un gana-gana para la organización y un saldo en rojo para los gobiernos. Aunque nadie está obligado a firmar ese tipo de contratos, incluso hay países dispuestos a ofrecer dinero a los directivos de FIFA para que les asignen la sede —advertí desde un comienzo no centrarme en este tema, pero el teclado se dis- para cuando escribo la palabra FIFA—.

Volvamos a las calles de Copacabana, donde tuve la posibilidad junto a David “Maracaná” Quitián y Alejandro Villanueva, miembros de la RED, de observar todo lo que acontecía dentro y fuera de los estadios. Camisetas de las 32 selecciones y de países que no participaban del Mundial de Fútbol desfilaban por un corredor de más de cuatro kilómetros. El intercambio de camisetas era un ritual espontáneo (trocar era la palabra más popular). Destaco esta acción como una expresión de convivencia maravillosa pues, aunque muchos no hablaran el idioma, solo con un gesto se daba el intercambio, que terminaba con un abrazo fraterno.

Barras de tribunas populares (las que algunos denominan barras bravas) se concentraban en diferentes puntos de Río de Janeiro para vivir el Mundial, asumiendo una postura de respeto con quienes en torneos locales sostienen rivalidad. Los espacios modifican los comportamientos de las personas y los barristas también entraron en la onda del “trocar”.

“El Brasil decime que se siente” lo escuché de un grupo de aproximadamente cien argentinos que lo entonaban con mucha fuerza en las playas de Copacabana, sin que ello fuera una provocación para los brasileños. Para los aficionados de otros países era un ritmo pegajoso. Fue el cantico del Mundial que a medida que fue transcurriendo el campeonato tomó fuerza con la eliminación de la selección brasileira y el paso de Argentina a la final. Para los locales ya no era gracioso escucharlo, pero sonaba con más fuerza por la afición albiceleste que, sin duda, quería ganar el Mundial, ojalá jugando la final con Brasil para darle más sentido a la canción.

Durante el transcurso del Mundial el fútbol fue fiesta y espacio de encuentro de muchas culturales del planeta. En cuanto a los dispositivos de seguridad, según mi percepción, las medidas que adoptaron las autoridades competentes tuvieron un menor rigor, en comparación con lo que experimentan los aficionados en los torneos locales. Sin duda, la disposición de la policía y la logística fue diferente. Las requisas de ingreso a los estadios evidenciaban que nadie era sospechoso,

por el contrario, merecía la mejor atención. Una estrategia exitosa fue la presencia de policía de los países participantes. “Cuadrante Brasil” fue la estrategia que adelantó la Policía Colombiana con oficiales que vienen trabajando desde hace más de una década con las barras en los barrios de las diferentes ciudades del país. Así como suena: ¡desde los barrios!, porque parte del proceso adelantado permitió reconocer que hace tiempo el estadio dejó de ser el único espacio de trabajo, siendo necesario proyectar un acompañamiento integral a los aficionados en los territorios. El Mayor Richard Mejía, en compañía del “Niche” Valencia y Asprilla estuvieron siempre atentos de los compatriotas que acompañaron a la Selección Colombia en Brasil. En este sentido, surge una pregunta clave, ¿qué se debe proyectar de la organización de los mundiales de fútbol para los torneos, campeonatos o ligas locales?

Un panorama general de los campeonatos locales es que se han constituido en un completo dolor de cabeza para las autoridades de los diferentes países. Carencia de estrategias preventivas y cero diagnósticos son la constante. Retomando el texto de Alabarces “La violencia, la academia y el fracaso”, menciona de forma asertiva lo siguiente:

La violencia en el fútbol produce discursos periodísticos que exigen soluciones a los discursos políticos, y discursos políticos que prometen esas soluciones coincidiendo con las descripciones, los diagnósticos y las demandas que producen los discursos periodísticos (porque los discursos políticos prescinden de descripciones y demandas propias).

La realidad es que no hay descripciones y demandas propias de las autoridades competentes, son las opiniones las que definen el camino a seguir. No existe diálogo con todos los que hacen posible la realización de los eventos futboleros. Si alguien se siente excluido, simplemente se abre la posibilidad de la inconformidad. Ante cualquier alteración de orden público abundan las medidas de carácter restrictivo, las cuales, en últimas, no tratan el problema a fondo, pues a falta de estudio no han podido identificar alguno. Así, lo que suelen hacer es reaccionar para complacer a los medios de comunicación, en lo que he denominado “la justicia mediática”.

Pronunciamientos acelerados sin análisis jurídico evidencian desconocimiento de las normas nacionales. Con facilidad se habla de sanciones de por vida en países que no tienen sistemas de acceso inteligentes en los estadios, terminando este tipo de pronunciamientos en un saludo a la bandera y a la formulación de mayores cuestionamientos de los medios de comunicación.

Donde no hay un contacto directo con las barras surge la pregunta: ¿cómo los van a identificar para las sanciones colectivas que anuncian? Lo que presume ser la solución es en la realidad un problema por la dificultad de aplicar en esas condiciones un derecho de admisión. De hecho, de hacerlo, pueden estar vulnerando los derechos humanos. Por ejemplo, algunos “expertos” suponen que mediante tatuajes se identifique al barrista que los porta y así se aplique el derecho de admisión.

Incluso, se omite con frecuencia uno de los principios del Derecho, a saber: “la individualización de las conductas”, que es lo que menos se hace con los hechos que pasan en los estadios. Inversiones millonarias en circuitos cerrados de televisión deben ser justificadas cuando ocurren alteraciones del orden público, para que las autoridades competentes realicen los procesos de individualización. En lugar de adoptar medidas restrictivas de manera generalizada, la sociedad espera que los causantes de los problemas sean sancionados conforme a las normas, y más con hechos que están tipificados en legislaciones vigentes. Aquí suele presentarse otro error en el discurso de las autoridades al decir que “no tenemos herramientas”, pero si se revisa cada caso, resulta que todo está tipificado, pero por desconocimiento o desidia de las autoridades no se aplican las normas.

Otra de las políticas de “normalización” en los torneos locales es la restricción para el ingreso de barras visitantes, decisión que ha tomado fuerza en Latinoamérica, y que de alguna manera evidencia el fracaso de todos: barras, autoridades y clubes de fútbol. También es un tema interesante para una investigación sobre los efectos que en el presente y futuro provoca esta medida restrictiva en los aficionados y barristas. Arriesgo un poco al afirmar que, sin duda, aumenta la intolerancia en-

tre barras, negando cualquier ejercicio de convivencia. En Colombia, a partir de un proceso adelantado con 386 barristas de 14 ciudades donde hay fútbol profesional, la principal inconformidad expuesta fue la relacionada con la restricción de ingreso de visitantes, o el mal llamado “cierre de fronteras”, al considerar que viola los Derechos Fundamentales inmersos en la Constitución, como lo es el de la libre circulación. El efecto es negativo, al ampliar discursos radicales de odio entre jóvenes de una y otra región; así, no es gratuito que en torno de las barras de fútbol ya se esté hablando de regionalismo.

A propósito, aún está fresco el polémico caso en la Copa Libertadores en el clásico Boca-River, donde los jugadores visitantes fueron afectados con gas pimienta en el túnel de acceso a la gramilla, al parecer rociado por un integrante de la barra La 12, de Boca Juniors. Pese a las connotaciones de las barras, rivalidades y situaciones particulares de la dinámica de este fenómeno en Argentina, sin duda algún efecto están generando los partidos sin seguidores visitantes. Y aunque las autoridades afirman que aquella política ha tenido resultados positivos, mi punto de vista es diferente: al tener a las dos barras en el estadio lo que se impulsa es que estas se focalicen en la competencia desde la tribuna, organizando una salida para los equipos (con bombos, festones, papel picado, etc.) y alentando durante todo el partido. Eso sí que permite medir de forma positiva el aguante. Pero si el problema son las barras visitantes, como lo quieren hacer ver, entonces, ¿por qué sucedió aquello?

En últimas, la preocupación no ha estado centrada en cómo tener eventos de fútbol más seguros, garantizando procesos de convivencia a partir de la diferencia, sino en ver que aquella congregación es un peligro latente. Entonces, a partir de esta miopía se toman decisiones que poco o nada tienen de efectivas, como lo han sido clausurar estadios, establecer multas económicas a los clubes, descontar puntos a los equipos de las barras que se portan mal, jugar partidos a puerta cerrada, restringir a los visitantes, montar sistemas de cámaras que no individualizan a nadie... mientras tanto, se le sigue dando la espalda a los estudios académicos que siguen arrojando luces para que los que

hoy tienen la responsabilidad tomen decisiones sensatas, pero aquellos siguen sintiéndose los dueños de la razón, mientras las cifras de problemas y pérdidas de vidas aumentan. Como asegura José Garriga Zucal: las medidas adoptadas no han logrado transformar nada.

Los mundiales son otra historia: están hechos para otra gente, aquella que tiene posibilidad de pagar; son clientes apetecidos por la organización, pues no forman problemas y consumen fútbol en toda su extensión. La crisis locales deben volverse en una oportunidad para afianzar políticas que permitan mantener la hospitalidad a los aficionados locales y visitantes, brindar la seguridad a todos y recrear espacios en los campeonatos locales, promocionando la convivencia entre pares. Existen muchas propuestas sustentadas con estudios y experiencias de campo que han demostrado que es posible. Lo cierto es que debe existir una línea de encuentro para que dos eventos organizados dentro de una misma familia llamada FIFA y la otra denominada Federaciones Asociadas no sea tan distante, generando medidas completamente opuestas. En las dos instancias hay elementos significativos para aprovecharlos en favor de la convivencia, buscando que los que pagan una boleta disfruten independiente si optan por ver los partidos sentados o de pie. En Brasil esperaban que los alemanes vieran los partidos sentados y no fue así, pero las historias que Latinoamérica quiere reproducir como recetarios de cocina son aquellas relacionadas con el mito de la extinción de los hooligans.

Políticas a corto, mediano y largo plazos, inmersas en los planes de los gobiernos nacionales y territoriales, deben construirse de forma articulada. Los mundiales (exceptuando las desproporciones de los réditos económicos) dan muestra de la unidad de criterios; una de las ausencias en los torneos locales. No es el propósito hacer un listado de lo negativo, es recalcar la necesidad que existe de abordar el tema con integralidad y conocimiento suficiente. En un asunto donde todos tienen un poco la razón, se requiere lo que la academia ha denominado como Diálogo de Saberes, un encuentro donde se escuchen todas las voces, sin discriminación alguna.



Bibliografía:

GARRIGA ZUCAL, José. Violencia en el Fútbol: investigaciones sociales y fracasos políticos. – 1ª ed.- Buenos Aires: EGo-dot, 2013.

Fichas de autores

Claudia Benassini. Profesora Investigadora, Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación, Universidad La Salle, Ciudad de México (claudia.benassini@ulsa.mx)

Guillermo: Candidato a MBA en Football Industries de la Universidad de Liverpool, Reino Unido. Magister en Antropología de la Universidad de Los Andes, Bogotá Y Miembro fundador de ASCIENDE – Asociación Colombiana de Investigación y Estudios Sociales del Deporte.

Gilda Moheno Gurza. Docente en la Licenciatura en Psicología y en la Licenciatura en Entrenamiento Deportivo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Integrante del Cuerpo Académico 74 Disciplinas del Movimiento Humano. Líneas de Investigación : Psicología del Deporte y la Actividad Física. *Abordaje psicodeportivo en Alto Rendimiento. Doctorado en Psicología, por la Atlantic International University, USA, Campus Virtual Miami.

Johanna Consuelo Ángel Reyes. Investigadora, docente y escritora. Nació en Bogotá Colombia y radica en Ciudad de México desde 2003. Ha trabajado como coordinadora de proyectos curatoriales en colaboración con museos e instituciones académicas nacionales e internacionales. Se ha especializado en estudios de lo popular, con particular énfasis en dicha noción y sus narrativas en el arte y la cultura. Es miembro fundadora de Acacia Arte y cultura 360°, plataforma de gestión, promoción, investigación y capacitación, que realiza proyectos en México y el extranjero.

Florencia Faccio. Magister en Ciencias Humanas (FHUCE-UdelaR). Doctorante en Historia (Freie Universität Berlin).

Marco Antonio Núñez Yurén. Periodista especializado en temas de negocio, empresa y deportes, manejo de oficinas de prensa, generación de contenidos y consultor en comunicación e imagen. Director general de NY Consulting, egresado de la Universidad de Periodismo y Arte en Radio y Televisión (CEU-PART). Posgrado en Periodismo y Comunicación de Masas, especializado en Producción de TV y noticiarios por la U. de Nueva York (NYU). Diplomado en Imagen Política por el Colegio de Consultores en Imagen Pública. Jefe de Información del Centro Oficial de Noticias de la Convención Marco de Naciones Unidas para el Cambio Climático COP16/CMP6. Oficial de comunicación del Programa Agua de WWF-México. Agregado de Prensa en los Consulados Generales de México en NY ('93-'02), y en Houston, TX ('02-'05). Expositor en la Expo Futbol 2007, el ITESM, UIA y UVM. Titular de la materia de Periodismo Económico, Opinión Pública y Relaciones Públicas de las licenciaturas de periodismo y publicidad del CEU-PART. Socio fundador del semanario mexicano en Nueva York "Águila o Sol". Becario en la redacción de deportes de El Diario/La Prensa de Nueva York. En televisión, colaborador en HBO Tropix-ESPN para la producción del noticiario "Sportscenter" y traductor de libretos para los sistemas de audio alterno (SAP) en español de los programas de HBO "Inside the NFL" y "Real Sports con Bryan Gumbel". Asistente de producción para las transmisiones en español de los juegos de los Yankees de Nueva York en Telemundo NY. Autor del libro "Apuestas por Internet" (Editorial Alfa Omega, Betapsi. ISBN 978-970-15-1441-2). Articulista en "Expansión", "Latin Trade", "Record", "Excelsior", "Semana de Negocios y Economía". En radio, locutor para la división provincia del Núcleo Radio Mil, Radio Única (Hoy Univisión Radio).

Erasmio Zarazúa Juárez. Docente e investigador de la Universidad Iberoamericana. Colaborador con temas internacionales, educativos, deportivos y cultura en general: NOTIMEX, IMER, Radio Fórmula, IMAGEN radio, IBERO 90.9, Tele Formula, Canal 11, Canal 22, Foro TV, Capital 21, Canal 34 Mexiquense, NTN24, El Financiero Bloom-

berg TV, Univision, Telemundo, Universia, El Economista, Excélsior, Pulso, El Financiero, La Razón (España), Reporte Indigo, Milenio Semanal, Medio Tiempo, Contra Línea, El Internacionalista, Blue Report, Publimetro y Animal Político. erazzmo@hotmail.com

Guillermo H. Montoya V. Antropólogo de La Universidad de Los Andes, Candidato a Magister en Antropología Social de la Universidad de Los Andes, Investigador de IECO (Instituto de estudios en Comunicación y Cultura) de la Universidad Nacional de Colombia. montoya.gh@hotmail.com

Contenido

Introducción	7
Capítulo 1.	
Comenzar a modificar la historia. La imagen del ‘Piojo’ Herrera en tres periódicos.	9
Capítulo 2.	
El sol, la sombra y los espectros. La Copa Mundial FIFA 2014 y una América Latina imaginaria	27
Capítulo 3.	
Negocio hasta en la repesca	37
Capítulo 4.	
Brasil 2014: El gigante se vió enano	51
Capítulo 5.	
Cinco momentos colombianos en la Copa Mundial Brasil 2014	69
Capítulo 6.	
Del niño Dios futbolista a San Memo Ochoa: El Tri como dogma de fe en Brasil 2014 y otros mundiales.	83
Capítulo 7.	
Entre el aguante, la convivencia y la academia futbolizada.	97
Capítulo 8.	
Lo que dejó la copa del Mundo Brasil 2014	135
Capítulo 9.	
Una mirada reflexiva a las emociones y ecos extracancha del Mundial Brasil 2014.....	151
Capítulo 10.	
Del Mundial de puertas abiertas a los torneos locales de fronteras cerradas.....	169
Fichas de autores	177

Mundial de Fútbol Brasil 2014. Transversalidades y conocimientos múltiples sobre el mega-evento global de Miguel Ángel Lara Hidalgo y Ciria Margarita Salazar C., fue impreso en Sericolor Diseñadores e Impresores, S.A. de C.V., Ma. Refugio Morales 583, Col. El Porvenir, Colima, Colima, México, en agosto de 2015, el tiraje consta de ??? ejemplares sobre papel Bond ahuesado de 90 g para interiores y cartulina sulfatada de 12 puntos para la portada.