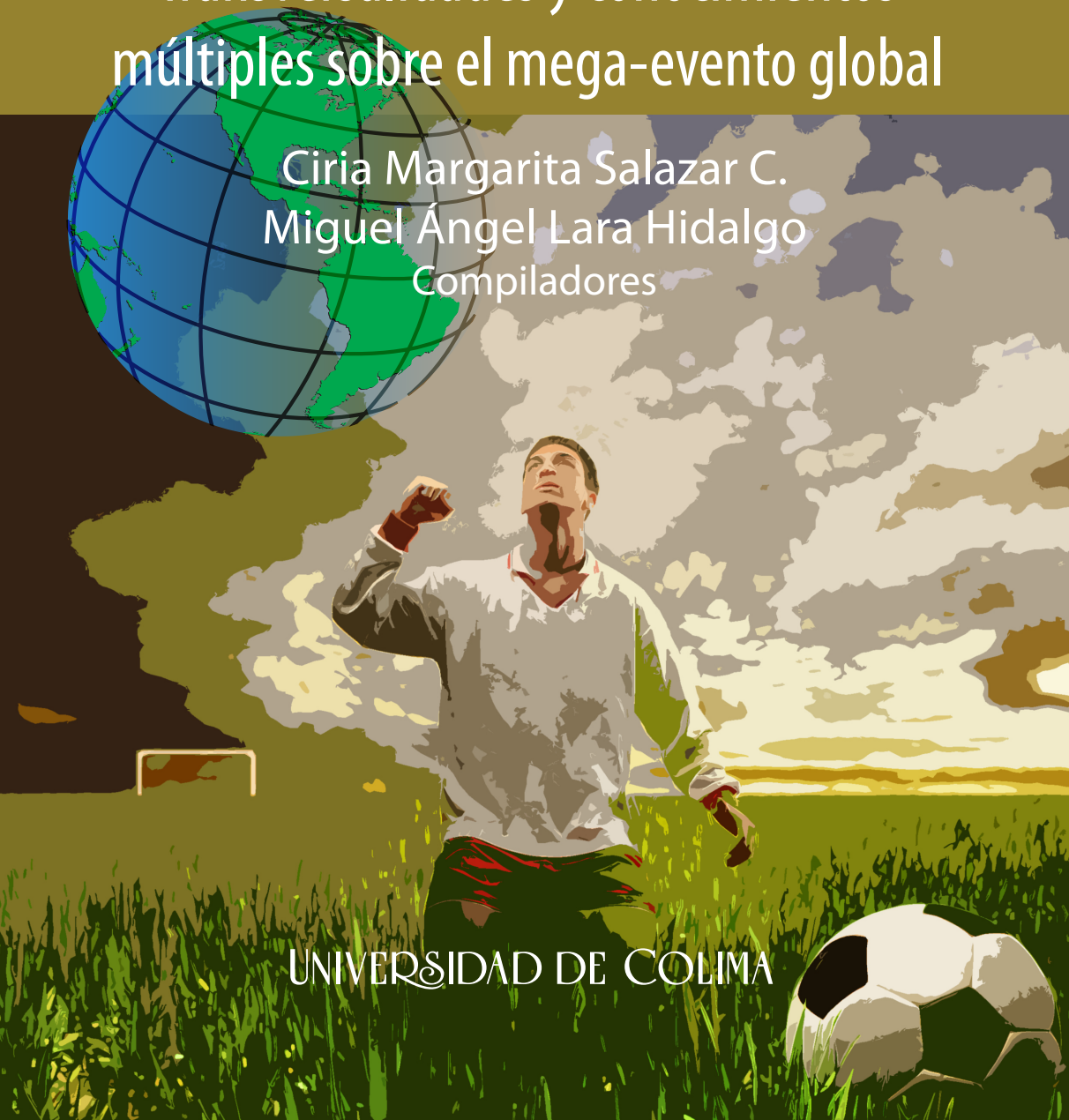


Mundial de futbol Brasil 2014

Transversalidades y conocimientos
múltiples sobre el mega-evento global

Ciria Margarita Salazar C.
Miguel Ángel Lara Hidalgo
Compiladores

UNIVERSIDAD DE COLIMA



Mundial de futbol Brasil 2014

Transversalidades y conocimientos
múltiples sobre el mega-evento global

enfoque académico

UNIVERSIDAD DE COLIMA

Mtro. José Eduardo Hernández Nava, Rector

Mtro. Christian Jorge Torres Ortiz Zermeño, Secretario General

Licda. Ma. Guadalupe Carrillo Cárdenas, Coordinadora General de Comunicación Social

Mtra. Gloria Guillermina Araiza Torres, Directora General de Publicaciones

Mundial de futbol Brasil 2014

Transversalidades y conocimientos
múltiples sobre el mega-evento global

Ciria Margarita Salazar C.
Miguel Ángel Lara Hidalgo

Compiladores



UNIVERSIDAD DE COLIMA

© UNIVERSIDAD DE COLIMA, 2015
Avenida Universidad 333
C.P. 28040, Colima, Colima, México
Dirección General de Publicaciones
Teléfonos: (312) 316 10 81 y 316 10 00, extensión 35004
Correo electrónico: publicaciones@ucol.mx
www.ucol.mx

ISBN: En trámite

Derechos reservados conforme a la ley
Impreso en México / *Printed in Mexico*

Proceso editorial certificado con normas ISO desde 2005
Dictaminación y edición registradas en el Sistema Editorial Electrónico PRED
Registro: LI-017-14
Recibido: Agosto de 2014
Publicado: Mayo de 2015

Índice

Introducción.....	7
Capítulo I	
Del alumbramiento a la pubertad: los estudios sociales del deporte en América Latina, en clave colombiana.....	15
Capítulo II	
Facebook, Twitter y el Mundial Brasil 2014.....	41
Capítulo III	
Lenguaje y control en narraciones de fútbol en el Mundial de Brasil 2014: contigüidades lingüísticas	55
Capítulo IV	
Predictores contextuales y personales de la motivación en futbolistas mexicanos.....	77
Capítulo V	
Fútbol y el sueño americano	93
Capítulo VI	
Inmunología en las ciencias aplicadas al deporte: recomendaciones para espectadores y viajeros al campeonato mundial de Fútbol, organizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), Brasil 2014.....	107

Capítulo VII	
Mundial Brasil 2014, observado desde la perspectiva de los universitarios veracruzanos	119
Capítulo VIII	
Los aspectos económicos de organizar una Copa Mundial de Futbol	131
Capítulo IX	
Brasil: futbol y literatura.....	139
Capítulo X	
Brasil 2014: el Mundial de los memes	145
Capítulo XI	
El juego del mercado más redondo y popular.....	157
Autores.....	169

Introducción

La vida social siempre ha sido constructiva; de lo que se trata ahora es que esas acciones sean más técnicas, montadas en una lógica de visión anticipada de los acontecimientos, a partir de una sistematización del pasado en conceptos y operaciones. El mundo social puede ser un escenario de acciones libres ejecutadas en un ambiente facilitado para su enriquecimiento, diseñado para optimizar la acción, configurado en forma estratégica para mejorar los vínculos que permiten la creatividad, promueven la afectividad y refuerzan la productividad.

Una perspectiva amplia que considera cualquier tipo de conocimiento social como utilizable para la construcción de relaciones entre los individuos y los grupos que buscan convivir en un mismo tiempo-espacio. Se complementa con la configuración de operaciones para formar, fomentar, evolucionar y enriquecer la vida en sociedad, en compañía. El énfasis radica en la relación entre el conocimiento social y las formas técnicas de construcción de la convivencia en sociedad.

Otra podría ser la aplicación de principios científicos al diseño y construcción de formas de asociación y comunidad en grupos organizados; lo cual implica la creación de formas de asociación, de seguimiento, de contacto, interacción, vínculo, conexión y comunicación entre las distintas necesidades que unen al ser humano y sus interacciones (ya sean simbólicas, prácticas y/o cognitivas). El fútbol es ese vínculo proactivo que motiva y activa la

mente, los sentidos, las pasiones, los cerebros, el vector humano que llena cualquier cantidad de espacios en donde las personas sean capaces de escribir, pensar y hasta pelear. Así que un mundial de futbol es el único evento de la humanidad capaz de lograr estos esfuerzos desde todos los ángulos, para poder plasmar un conocimiento multi-total que implica muchas disciplinas.

Desde hace ocho años la Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación, ha asumido con responsabilidad el análisis del mega-evento mundial (categoría otorgada tanto a mundiales de futbol, como a juegos olímpicos). Científicos sociales como Pablo Alabarces, Samuel Martínez, Jesús Galindo, Roger Magazine y Andrés Fábregas Puig,¹ pusieron a la orden del conocimiento los diversos ángulos de estudio que un acontecimiento de éstos puede traerle a la humanidad a través de la ciencia. Este cambio revolucionó el pensamiento científico-social que se tenía acerca del deporte en ese momento, al menos en México y muchos otros países de Latinoamérica.

Las posibilidades de desarrollo de la ciencia alrededor de estos eventos aumentan, la organización de sus datos es más compleja, el conocimiento es mucho más público y compartido, las condiciones de síntesis y difusión son de un metabolismo muy desarrollado.² A esto habrá que agregar una mejor infraestructura de información y comunicación con desarrollos en informática, telemática, computación, ingeniería de sistemas, comunicación estratégica, tecnología transversal, múltiples conocimientos sobre desarrollo global. El resultado es una sociedad en comunicación de alto desarrollo.

El deporte, el futbol —y, por supuesto, el mundial de futbol— son los estandartes de estos procesos humanos de conoci-

¹ Samuel Martínez, Jesús Galindo, Roger Magazine y Andrés Fábregas, son fundadores de la Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura y Sociedad; que, actualmente, se llama "Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación". onama Red de Investigadores sobrde Investigadores sobre Deporte, Cultura y Sociedad, que hoy se llama Red de Investigadores sobre Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación".

² Jesús Galindo, en su libro *Ingeniería en Comunicación Social y Deporte*, lo describe bien cuando habla de "posibilidades múltiples que van construyendo la ciencia a partir de integrar un conocimiento en ingeniería social".

miento. La imaginación de la ciencia alrededor del mega-evento mundial no tiene comparación. Las posibilidades del saber se abren, se gestionan, interactúan y se diversifican por multicanales y multilateralidades que crean aún más conocimiento. Una enorme cantidad de personas ve multiplicadas sus acciones gracias a que el fútbol es un vector de globalización para millones de aprendizajes. Hoy en día, el uso cotidiano de la tecnología ha permitido a millones de seres humanos en el planeta, entrar a Brasil 2014 de manera muy íntima, compartiendo, discutiendo, convocando así a que el pensamiento sea mucho más horizontal.

Además, tienen la opción de consumir una reflexión no tan inmediata y de ambiente periodístico de un aficionado al Mundial; su presencia y relevancia para la vida aparece con notas traídas de lo que ha leído, visto y escuchado en los medios de difusión masiva; y que, después, tal vez ha matizado, conversado, polemizado, en charlas con amigos y compañeros de ruta; inclusive, de manera posterior a sus aportaciones inmediatas al calor de una opinión muy *a bote pronto*, vía Twitter, Facebook, Instagram, Path, Pinterest, WhatsApp, YouTube y otras redes sociales.

El deporte del fútbol y, particularmente, un mundial de fútbol, es un asunto de la agenda de temas que la vida social propone como pertinentes e interesantes, incluso importantes.

Hablar del Mundial no es algo fortuito, extraño o emergente; es, por el contrario, parte de los contenidos discursivos que nos ocupan en el día a día, de escenario en escenario, de momento a momento. Cuando la mirada de un investigador científico se concentra en este tema, se ubica en un contexto inmenso de discursos y dichos que le dan sentido a una gran cantidad de multiplicidades de conocimiento. Es ahí donde la ciencia tiene que responder con rapidez y sentido, compartiendo con esas miles o millones de personas las aportaciones que puedan ser pertinentes para seguir mirando cualquier mundial de fútbol como un acto de conocimiento humano.³

³ Andrés Fábregas dice que el fútbol es tan importante que ya no se puede entender la vida social del ser humano y de las cosas, sin analizar este deporte que cruza por todas mentes de conocimiento posible. Lo mismo le gusta a un científico en astrofísica que a un carpintero.

Este libro es el resultado de una construcción teórica-práctica de un objeto llamado fútbol, insertado en un mega evento global, como el Mundial de Fútbol Brasil 2014. La base conceptual es concebida desde distintas mentes que ven cotidianamente al fútbol como cualquier aficionado/a, pero que son capaces de racionalizar esta afición para llevarlas a niveles de conocimiento reflexivo que permita ver a la Copa del Mundo desde todos los ángulos. Esta dimensión se organiza alrededor de que las distintas miradas del texto pueden comunicar. La configuración material puede ser ordenada en expresión; así, Brasil 2014 es estudiado en cuanto a los vehículos sociológicos, antropológicos, psicológicos, inmunológicos, literarios, periodísticos, etnográficos y económicos que portan el mensaje del mundial. Precisamente, esta es la primera tarea del libro: todo lo que implica su composición y construcción.

Estamos hablando de lo que hay en común, de la información de base, de su configuración.⁴ El catálogo de lo que se entiende por mundial de fútbol es un objetivo. El mapa de lo posible del fútbol es otro, pero que se despliega en los párrafos de cada uno de los textos.

Podemos encontrar conocimiento que se basa en los estudios culturales del deporte desde Colombia, que David Quitián —fundador de la Asociación Colombiana de Estudios Sociales en Deporte (ASCIENDE)— nos comparte y cómo el fútbol y el Mundial Brasil 2014, son ejes fundamentales para las múltiples posibilidades de estudio que se abren en Latinoamérica, donde ya se deja atrás el *gateo* y se pasa muy pronto a la pubertad de los estudios sociales sobre deporte en Colombia.

Es una mirada que, justamente, nos introduce al libro que más tarde nos muestra un salto cualitativo al análisis de las redes sociales en torno a la Copa del Mundo. Su proceder, sus infinitas posibilidades de interacción horizontal entre los *fans* y lo que ocurre en la cancha. Esto no los deja en claro Eduardo Portas, quien, desde hace tiempo ha puesto su mirada científica en el comportamiento humano y tecnológico del uso de Twitter, Face-

⁴ Jesús Galindo Cáceres así configuró, en sus primeros textos, el pensamiento acerca del deporte que se ha generado en México y Latinoamérica.

book, Instagram, así como de *blogs*, a partir de un capital social que ha construido a través del uso de las redes sociales y de sus alcances comunico-metodológicos. Este análisis es uno de los abordajes más completos y complejos que tiene el libro, el cual es explicado desde una simplicidad cotidiana: el uso de la redes sociales introyectadas en nuestras vidas.

Los textos se leen con facilidad. Así, navegando dentro del discurso nos encontramos con el análisis lingüístico de la narrativa mundialista que Alan Emmanuel Pérez Barajas, Aidée C. Arellano Ceballos y Mario Antonio Rodríguez Bautista construyen a profundidad.

El uso del lenguaje es un vector de comunicación para entender nuestras percepciones sobre el Mundial Brasil 2014. El texto explora, a partir de un *corpus* de aproximadamente 280 entradas, las interfaces léxico-sintácticas, metonimias, metáforas y procesos de re-lexicalización, desde las aproximaciones de la lingüística crítica de Fowler y Krees (2003) y la teoría de la metáfora, de Lakoff y Johnson (1986). Algunos de los hallazgos lingüísticos y discursivos van el sentido del control, manipulación de la audiencia y poder de parte de los narradores de los partidos de fútbol.

El libro serpentea entre metonimias, metáforas y sucesos lingüísticos, hasta un análisis transaccional de la actuación de la selección de Estados Unidos en la Copa del Mundo. Convertida en un fenómeno socio-mediático, apercebido de redes sociales y sus consanguíneos *memes*, el equipo de fútbol (dirigido por el alemán Jürgen Klinsmann) fue visto por millones de personas. En un país donde el fútbol es considerado un deporte menor (máxime que Estados Unidos ha construido gran parte de su identidad nacional a través del fútbol americano, el basquetbol, el hockey y principalmente el béisbol), el hecho de que se haya convertido en un metafenómeno en ese país, nos habla de las multiplicación de posibilidades que los atletas estadounidenses construyen para lograr una identidad ganadora.

Gerardo Cárdenas, periodista mexicano avecindado en Chicago y “enfermo del fútbol” a través de un nacionalismo que le ha proporcionado su amor por las Chivas Rayadas del Guadalajara (uno de los equipos más fuertes del fútbol mexicano), examina

—a partir de fuentes documentales— hechos recientes que apuntalan la teoría de que el fútbol en Estados Unidos se ha convertido en una nueva opción preferencial para jóvenes y adultos en un país que durante décadas estuvo dominado por otros deportes. El punto de partida es el Mundial de Brasil 2014.

Este libro es un ejercicio ecléctico serio; tanto, que sus posibilidades nos hacen ir de un lado a otro, tal como la propia Copa del Mundo nos hizo “viajar”, de un lado a otro, sin dejarnos respirar. Por eso, saltamos al capítulo donde nos percatamos que en las últimas décadas el estudio de la inmunología en las ciencias aplicadas al deporte ha sido creciente en cuanto a publicaciones; y que ha ayudado a un control del entrenamiento para prevenir infecciones oportunistas en atletas de alto rendimiento; los cuales, son susceptibles por la intensa de carga de trabajo físico. Así que esta área de estudio se ha extendido en espectadores y asistentes en los eventos deportivos, debido a los riesgos de adquisición de enfermedades que se encuentran en los sitios donde se desarrollan los eventos deportivos; o que pueden ser transmitidas por visitantes provenientes de otros países, o del interior. A partir de lo anterior, se realizó una revisión sistemática sobre la opinión de líderes expertos, para disminuir el riesgo de la adquisición de enfermedades infecciosas a los asistentes al campeonato mundial de fútbol FIFA Brasil 2014. Obviamente, el Mundial ya pasó; pero viene otro mega-evento mundial en ese mismo país: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016. Este texto será de gran utilidad para quienes piensen acudir a tal macro acontecimiento en Río.

El factor psicológico es un tema recurrente en esta necesidad laberíntica que tiene la cultura mexicana por sobresalir. Las múltiples posibilidades que destacan en el mexicano se convierten en un factor de desazón cuando de fútbol se trata. El muro de fracaso se convierte en un estado *cultural*, apercibido de factores políticos, de corrupción y de falta de *ganas* para dar el salto de calidad que requerimos. Por eso recogemos científicamente un análisis del comportamiento de los jugadores mexicanos en la Copa del Mundo; es un texto reflexivo, profundo y con bases científicas para entender cómo podemos multiplicar nuestras posibilidades culturales y futbolísticas.

El salto lo damos a un pequeño y cálido texto que nos lleva delicadamente a ver la Copa del Mundo desde la literatura y sus múltiples formas de creación. Las líneas trazadas nos invitan a ver el mega-evento desde la tersura de las ideas de Eduardo Galeano y otros autores que nos llevan a entender que la poesía, la prosa, el cuento y la novela, forman parte de la mirada total de Brasil 2014.

Cerramos con un cambio de juego, donde un evento de esta naturaleza nos invita a reflexionar desde la economía del fútbol. Ésta, es parte esencial para pensar el mundo y sus múltiples enfoques, por lo que también está presente en este texto que así concluye: con todo, como tratando de “irse sobre el rival” y ganar el partido decisivo, con valentía, utilizando todas sus posibilidades.

El Mundial Brasil 2014 permite mirar y entender más allá de lo evidente, como toda buena apuesta científica y de entretenimiento. Permite organizar aplicaciones constructivas, como toda ciencia al servicio de una buena ingeniería.⁵ Explorar la comunicación desde una perspectiva científica es posible, sus aplicaciones son numerosas. Y, en el caso del Mundial, es por demás evidente que una perspectiva múltiple y global permite visualizar situaciones y escenarios que otras perspectivas no podrían configurar.

Por tanto, parece que al mega-evento le beneficia una visión multi-científica, multi-social y multi-sistémica; y, por otra parte, tanto a la ciencia, el entretenimiento, la tecnología, como al propio conocimiento en general, también les favorece observar el mundo a través de la mirada del fútbol.

Los compiladores
Ciria Margarita Salazar C.
Miguel Ángel Lara Hidalgo

⁵ Jesús Galindo en *Ingeniería en Comunicación Social y Deporte*.

Del alumbramiento a la pubertad: los estudios sociales del deporte en América Latina, en clave colombiana¹

David Leonardo Quitián Roldán²

De larva a crisálida

Los estudios socioculturales del deporte no tienen más de treinta años. Eso, en lenguaje de los demógrafos, tipificaría a un ser que todavía transita la juventud y va camino de la adultez. No obstante, en el título de este artículo prefiero hablar de *alumbramiento* y *pubertad*, quizá —como dicen los futbolistas— para “quitarle presión” a la responsabilidad que entraña analizar un conjunto de temas que cada vez cobran más importancia en la vida social, posi-

¹ Este texto es una versión corregida y aumentada del artículo-introducción publicado por el autor en la obra *Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas* (Kinesis, 2012).

² Sociólogo y *magister* en antropología de la Universidad Nacional de Colombia. Candidato a doctor en antropología, Universidad Federal Fluminense (Brasil). Profesor de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Fundador de la Asociación Colombiana de Investigación y Estudios Sociales del Deporte (ASCIENDE). Miembro del comité científico de la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del Deporte (ALESDE). Premio Nacional de Cultura 2013, en la categoría de narrativas populares de grupos de interés, con un trabajo de barras de fútbol. Investigador de los grupos “Lúdica, cuerpo y sociedad” (UPN), “Juego, cuerpo y motricidad” (Unillanos), “Cibercultura y territorio” (UNAD), Núcleo de Estudios e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade-NEPESS/UFF y del Laboratório da História do Esporte e do Lazer-UFRJ (Brasil). Autor de *Fútbol sin barrera* (2006); editor de *Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas* (2012) y de *Naciones en campo: fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina* (2014); amén de una veintena de textos científicos (artículos y capítulos de libro) en publicaciones nacionales y extranjeras, además de artículos de opinión (columnas y *posts de blogs*) en diferentes medios de comunicación de Colombia y el extranjero.

blemente para no parecer arrogante al presentar esta suerte de balance.

Alumbramiento es nacimiento, génesis, origen; mientras que pubertad es transición entre infancia y juventud. Entonces, lo que se pretende marcar es que estos estudios con perspectiva de ciencias humanas y sociales son muy recientes; y que, ahora mismo, están experimentando la explosiva irrupción de nuevos enfoques y la detección de temas que se anticipan como vitales para el desarrollo ya no de una corriente de estudiosos, sino —para decirlo bien— de “un campo” de estudios, en términos de Bourdieu (1995). La pubertad es estado de mutación, de cambios. De larva se pasa a mariposa. Se deja de ser telúrico para alzar el vuelo y, así, la mirada se optimiza y los alcances se potencian.

Y, precisamente, un ritual de paso propio de la pubertad académica es la iniciación en la publicación. La destreza para socializar intereses decantados en reflexiones intelectuales con metodología científica. El “publica y no perecerás” vindicado en el *Siglo de las Luces* y entronizado en la Revolución Francesa es fundamental en la *aldea académica*. Más aún: es el termómetro más usado para cuantificar y cualificar el desarrollo de un grupo específico de estudios. Eso lo sabemos quienes estamos en el medio: nuestras “hojas de vida”, para bien y para mal, se prestigian y desprestigian con relación directa a las publicaciones que realicemos y (un indicador menos asequible) con el impacto que ellas generen.

Abandonar el ganeo de la infancia y dar los primeros pasos por cuenta propia es atreverse a rotular un sector específico de temas de estudio. Este asunto es, a la vez, crucial y polémico (incluso, entre los mismos gestores del campo narrado en este libro). Para algunos, no existe sociología del trabajo, ni de la religión, ni del deporte, sino “sociología” y, por ello, cualquier *apellido* es espurio. La mirada disciplinar prescinde de linderos arbitrarios. Otra postura es la que apremia por esa demarcación: al fin y al cabo las disciplinas surgieron separándose en su objeto de estudio, método y enfoque de otras similares. El ejemplo más a la mano es el de la antropología emancipada de la sociología, o el de los estudios culturales de esta última. Pablo Alabarces sentencia: *no hago sociología del fútbol, más bien a través del fútbol realizo sociología* (Qui-

tián, 2007). Un juego de palabras inscrito en la tradición de Levy Strauss, que evidencia su posición en esta discusión sin invalidar la contraparte.

En último caso, más que decidir si es apropiado y necesario delimitar —y, en cierta medida, compartimentar— el objeto de interés, lo importante es señalar que ya existe en la corte académica un nicho de estudios con cierto reconocimiento en la sociedad cortesana de pares, en proceso de legitimación dentro de la realeza académica, que reclama para sí el título de “estudios socioculturales del deporte”. Y para decir algo más al respecto, resulta inexacto generalizar la producción textual sobre esta materia como “sociología del deporte”, “antropología del deporte” o marbetes afines. Basta echar una ojeada a los títulos de los trabajos existentes (o a la procedencia disciplinar de los asistentes a los eventos que sobre el campo ya se realizan), para darse cuenta del tratamiento inter, trans y supra-disciplinar que caracteriza ese universo de publicaciones.

Universo significativo, pero todavía modesto frente a la basiedad documental de temas como el Estado, la economía, la educación, el mundo laboral, para citar asuntos sociológicos; las relaciones de parentesco, los rituales mágico-religiosos, la cosmogonía totemica para mencionar los de resorte antropológico. Una “prueba reina” de la brevedad cronológica de este campo de escrutinio académico es que casi todos sus mentores están vivos y solemos encontrarnoslos en eventos realizados no solamente en América Latina, sino en el mundo entero. Así, escuchamos de viva voz sus relatos en donde la frase “prácticamente no había nada” es la marca indeleble de los pioneros.

Mito de creación

En su génesis, que también tuvo un porqué y que ha sido examinada por autores como Norbert Elias y Eric Dunning (1986, en inglés; 1992, en español) en Europa, y Eduardo Archetti (1985) con Pablo Alabarces (2002) en América Latina, los estudios socioculturales del deporte parecieron un brote espontáneo, casi caprichoso, producto de un rapto de locura de sociólogos (como Anthony Giddens) y antropólogos (como Roberto Da Matta) que publicaron

textos que gozaron de cierta euforia en la grey académica, pero no fueron seguidos inmediatamente por ella. Admiración, mas no imitación, es la característica básica de ese momento inaugural.

Claro que, con toda justicia, no puede pasarse por alto la revista *Partisans* “Deporte, cultura y represión”, editada por Jean-Marie Brohm (1972); y, en esa misma perspectiva crítico-marxista, la obra *El fútbol como ideología*, de Gerhard Vinnai (1974); y de manera contemporánea, los textos de Lüschen y Weis, con su *Sociología del deporte* (1976), y la de José María Cajigal, con *Deporte, espectáculo y acción* (1981).

El célebre Giddens —lo narran Elias y Dunning en *Deporte y ocio en el proceso de la civilización* (1992)— abandonó el tema (que fue su tesis de maestría en la London School of Economics, en 1961) y se encaminó por el ortodoxo —y seguro— sendero de la sociología política. Da Matta fue más persistente, pero sin un pelo de tonto: combinó sus análisis e interpretaciones con aristas más convencionales de la disciplina: los rituales, la religión, el folclor. Esa estrategia se evidencia en su obra *Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro* (1979), donde da las primeras pinceladas de la que sería una nueva perspectiva de estudios.

En términos generales, esos primeros años pueden caracterizarse como de “calma chicha” (como llamaban los marineros del Medioevo al mar en calma); sin embargo, pronto el objeto de estudio de este campo en emergencia exigió abordaje inmediato. La realidad golpeó la puerta de la universidad y ésta le abrió con cierta timidez.

¿A qué atiende esa reflexión? A la pertinencia o no de algunos nuevos temas (los antiguos ya no tiene caso discutirlos) y a las preguntas que ellos se formulan: ¿puede la civilización entenderse como un proceso de *fair play* deportivo?, ¿el origen del Estado está en el deporte?, ¿las identidades se consolidan a partir de prácticas corporales como la danza y el deporte?, ¿la patria puede descodificarse —y resignificarse— a través del fútbol?, ¿es posible explicar la nación como una fantasía potenciada por el proceso de afiliación a la Selección Nacional?... Son apenas unos ejemplos de los trabajos más significativos desarrollados, principalmente en los últimos veinte años.

Pero esas inquietudes no aparecieron de la nada. Ellas son la manifestación de una maduración que empezó con un mito fundacional. Narración que se encuentra en una decena de textos — generalmente prólogos o introducciones de obra— que agregan u omiten datos, pero que a fuerza de tanto coincidir han modelado una historia que reúne las cualidades básicas del relato romántico: idealizar como estrategia de comunicar y (sobre todo) de fijar. De inscribir.

Ese relato dice que fue en la alborada de la década de los ochentas (del siglo XX) cuando aparece el texto del brasileño Roberto Da Matta, *Esporte na sociedade: um ensaio sobre futebol brasileiro*: un brillante análisis de la sociedad carioca en clave futbolística. El artículo hace parte de una compilación —editada por el propio Da Matta— titulada *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira* (1982). La obra es considerada, hoy en día, un clásico del campo de estudios; y, quizás, la más citada dentro del mismo.

Una de las tesis desarrolladas en *Universo do futebol* es que existen ciertos elementos idiosincráticos y culturales, como el carnaval, la música, el baile y el fútbol que no sólo son símbolos metonímicos de la nación: también son lugares privilegiados para observar y comprender el entramado social del país (en este caso, de Brasil). Esa línea de pensamiento sería potenciada por otro célebre antropólogo, Gilberto Freyre, quien esbozó su programa filosófico de la identidad nacional a través de las virtudes positivas del mestizaje (que trataría a fondo en su obra *Casa Grande y Senzala*); en el prólogo de un texto que se constituyó en otro faro del naciente campo de los estudios socioculturales del deporte: *O negro no futebol brasileiro* (2010), escrito por el periodista Mario Filho (1947).

Regresando a Da Matta, podemos decir que concordaba con Clifford Geertz respecto de que la virtud de los antropólogos *es descubrir en lo minúsculo de la aldea, la clave de las instituciones mayúsculas* (Geertz, 1989).

Pero él no estuvo solo. Casi de forma simultánea otro autor surge en la escena: el argentino Eduardo Archetti, quien en *Fútbol y ethos* (1985) coincide con el planteamiento de *Esporte na sociedade*, al concebir al balompié como un espacio privilegiado de interacción y reelaboración simbólica.

El *ethos* el alma de la nación ¡podía sustentarse desde los códigos del fútbol! (después haría una interpretación similar con el polo y el tango)³. Significativo es que Archetti escribiera desde Oslo —en una especie de exilio académico— y consiguiese así un ambiente que es caro a los antropólogos: la exotización *del otro* o de *lo otro*. Con el alejamiento de ese entorno tan futbolero, logró la inspiración necesaria. Y quizá también se libró de otra molestia: el escepticismo activo de los colegas que veían el estudio del fútbol como un desgaste innecesario de energías, porque el fútbol encarnaba para los intelectuales de izquierda de América Latina (¿una expresión neocolonialista?) el nuevo “opio del pueblo” (Galeano, 1995; Sebrelli, 1998; Alabarces, 2002; Quitián, 2007).

No fue casualidad que estos textos fueran producidos por un brasileño y un argentino. Tampoco que un *best seller* a media agua entre la literatura, el periodismo y el ensayo sociológico “El fútbol a sol y sombra” fuera escrito por un uruguayo: Eduardo Galeano. Ahí está el ejemplo de lo que ya se dijo atrás: los estudios emergen ante la ebullición de la vida social. Casi nunca pasa al revés. Innegable el peso del balompié en las sociedades rioplatenses y brasileñas.

El mito finaliza con el paso de la antorcha a la primera generación de seguidores. Dos de ellos descuellan entre los demás: Simoni Lahud Guedes,⁴ la primera graduada en maestría (UFRJ) y luego en doctorado (UFF) de Latinoamérica, con una tesis de fútbol: *O futebol brasileiro: instituição zero* (1977) y *O Brasil no campo do futebol* (1998), respectivamente; y el porteño Pablo Alabarces, que se doctoró en Inglaterra (University of Brighton), pero tuvo como asunto de investigación los discursos de nación en Argentina, mediados por el fútbol. Una y otro, alumnos aventajados de Da Matta y Archetti, y hoy figuras visibles del campo en la región y maestros de decenas de estudiantes de posgrado que examinan una gran diversidad de temas, teniendo como eje central el fenómeno del deporte, con diferenciación de objetivos y enfoques.

³ Ver: *Masculinidades: fútbol, polo y tango en la Argentina* (2003).

⁴ Investigadora carioca que ideó una herramienta analítica para entender culturalmente este deporte, al equiparlo con una “*instituição zero*” (institución cero).

Os melhores do mundo: Brasil y Argentina

Es por ello que, al hablar del *canon* de ese campo de estudios en América Latina, hay que decir que él está dinamizado por obras emblemáticas como *Universo do futebol* (1982); *Masculinities, Football, Polo and the Tango in Argentina* (1999) y *Futebol y patria* (2002). Este último tiene un apreciable record de ventas (ya va por la quinta edición), envidiable para el medio académico y no es arriesgado pronosticar que emule parte del éxito editorial de títulos de culto intelectual como *La raza cósmica*, de José Vasconcelos; *7 ensayos de interpretación de la realidad peruana*, de José Mariátegui; y *La pedagogía del oprimido*, de Paulo Freire.

Otra fuente de verificación de esa influencia de los “padres” y “madre” del campo son los créditos (citas y referencias bibliográficas) que de ellos hacen en tesis y obras compilatorias. También un balance, por más rápido que sea, debe reconocer el crecimiento incuantificable de la producción brasilera. Textos como los de Luiz Henrique Toledo, Ronaldo Helal, José Sergio Leite Lopes, Bernardo Borges Buarque de Hollanda, Arlei Damo, Edison Gastaldo, Luiz Rojo, Martin Curi y Víctor Andrade de Melo, por citar unos pocos, hablan de una “escuela brasilera” que de a poco rompe la barrera del idioma (sobre todo, porque esos autores ya están traducidos o ellos mismos escriben en español) y que por estos días vive una explosión de estudios sobre el ramo a partir de la celebración en ese país de los dos mega-eventos deportivos por excelencia: el ya realizado Mundial FIFA de Fútbol en 2014, y los venideros Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, en 2016.

De Argentina es justo mencionar otros académicos de reconocida trayectoria (algunos) y de continua producción, como Juan José Sebreli, Amílcar Romero, María Graciela Rodríguez, Julio Frydenberg, José Garriga Zucal, María Verónica Moreira y Juan Bautista Branz. Estos tres últimos, compiladores de una obra que ilustra con suficiencia el campo de estudios en ese país: *Deporte y ciencias sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas* (2013).

México, Chile, Costa Rica, Ecuador y Uruguay en agenda

La mayor producción académica en este campo de estudios, lleva al fútbol como eje articulador (sea en el formato que sea: tesis, estudios, investigaciones). A la hora de escrutar los temas aparece el deporte rey en su lugar de privilegio; pero cruzado con preocupaciones que indagan sobre “lo nacional” y lo “identitario” (en especial, el análisis de las prácticas, los discursos y las narrativas) y sobre la “violencia” (las porras, hinchadas, barras y/o *barrasbravas*). Otros asuntos de menor frecuencia, pero que registran cierta presencia son el del “mercado y deporte” (economía, neoliberalismo, *marketing*, finanzas), la “comunicación y el deporte” (*massmedia*, periodismo, redes sociales); y, residualmente, la lingüística y la literatura (metalenguajes, para-literatura, estilos).

En Latinoamérica, como ya se indicó, Brasil y Argentina aportan la mayor porción de la producción. Chile: *Crónica de un encuentro: fútbol y cultura popular* (1991); Costa Rica: *Globalización, identidades nacionales y fútbol* (2003); Uruguay: *Los campeones del Centenario* (2003), y Ecuador: *Biblioteca del fútbol ecuatoriano* (2006), aparecieron en escena con trabajos peregrinos, pero de excelente factura. No obstante, esas publicaciones se deben más al tesón de los propios autores —como Eduardo Santa Cruz, Sergio Villena; Florencia Faccio, Andrés Morales, Gustavo Adamo y Fernando Carrión, respectivamente— que a la presencia de grupos estudio en ejercicio.

Mientras en México los avances en la materia se expresan con organizaciones como la Red de Investigadores sobre “Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación”. Este circuito académico fue fundado por Samuel Martínez López, y tuvo como coequiperos a Jesús Galindo, Miguel Ángel Lara y a su actual directora: Ciria Salazar. De esa agrupación surgió otra, que habla del dinamismo del campo en ese país: el Instituto de Altos Estudios sobre Deporte, Cultura y Sociedad (INDECUS).

Otros mexicanos destacados en la materia son: Roger Magazine (Universidad Iberoamericana) y Sergio Varela (UNAM) quienes, en compañía del citado Samuel Martínez (INDECUS), organi-

zaron una estupenda compilación de etnografías a acerca de barras de futbol: *Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo: una mirada nacional* (2012). La obra compite en rigor con el texto *Las barras bravas. Diagnóstico antropológico de las barras bravas y la violencia ligada al futbol* (1999), del chileno Andrés Recasens, y en exhaustividad con las reconocidas *Crónicas del aguante* (2004) e *Hinchadas* (2005), encabezadas por el argentino Pablo Alabarces. También figuran en la academia mexicana especialistas como el historiador César Federico Macías (Universidad de Guanajuato) y el antropólogo Andrés Fábregas (Unich); este último, autor del texto *Lo sagrado del rebaño* (2010).

La Red mexicana ya lleva varias ediciones (siempre en mayo) del encuentro de investigadores del ramo; asimismo, ha realizado seminarios internacionales (apoyados por INDECUS) sobre “Identidades, nacionalismos y futbol”; y, recientemente, un diplomado internacional sobre la Copa Brasil 2014, con participación de reconocidos expertos internacionales. La Red cuenta con un importante número de afiliados, amén de la confección de circuitos de socialización de las producciones gestadas en su seno: programas de radio, boletines informativos, cursos regulares y de extensión universitaria y obras compilatorias, como la de *Futbol-espectáculo, Cultura y Sociedad* (2010); amén de la presente obra, organizada por Miguel Ángel Lara y Ciria Salazar, la cual está animada por reflexiones en torno al Mundial de Brasil 2014.

Cruces y encuentros: entidades internacionales

Otra manera de advertir que hay un campo de estudios y que éste se está ampliando es la gestación de entidades académicas internacionales orientadas a su promoción y desarrollo. En el plano orbital hay al menos una decena de ellas; sin embargo, como suele ocurrir en el desarrollo de los estudios sociales del deporte en cada país, en un gran porcentaje, son organizaciones que privilegian el desarrollo de la educación física y la actividad física, combinando el activismo médico promocional (en campañas preventivas de salud, por ejemplo) con la investigación. Varias de ellas trabajan de la mano de la UNESCO, la Organización Mundial de la Salud y el Comité Olímpico Internacional. Las dos más reconocidas son

el *Consejo Internacional para la Salud, Educación Física, Recreación, Deporte y Danza* (ICHPER-SD, por sus siglas en inglés) y el *Consejo Internacional de Ciencias del Deporte y la Educación Física* (ICSSPE, por sus siglas en inglés).

Por ello, la Asociación Internacional de Sociología del Deporte (ISSA) es el referente internacional por antonomasia. Esa organización recientemente organizó su congreso número XVIII (en Yokohama, Japón), en el que hubo más de 400 investigadores inscritos; lo cual es un indicador fehaciente del creciente vigor de estos estudios y prueba de que el tránsito entre género menor y estudios con legitimidad en la ortodoxia académica se está dando. La otra asociación es la North American Society for the Sociology of Sport (NASSS), que agremia a investigadores de EU y Canadá.

En tanto que en América Latina, la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del Deporte (ALESDE) es la organización que aglutina a un número importante de investigadores interesados en el deporte como “hecho social total”, para decirlo en términos de Marcel Mauss (2003), y luego de Ignacio Ramonet (1999). ALESDE se gestó en el marco de los congresos de ALAS (Asociación Latinoamericana de Sociología) y tuvo réplicas que contribuyeron a su robustecimiento en los diversos eventos de la Reunión de Antropología del Mercosur (RAM): allí está la marca de origen sociológica y antropológica del campo de estudios. Ya ha habido cuatro encuentros de ALESDE: Curitiba (Brasil, 2008), Maracay (Venezuela, 2010), Concepción (Chile, 2012) y Bogotá (Colombia, 2014). La asociación es agenciada desde la Universidad Federal de Paraná (Brasil) y estuvo presidida, desde sus inicios, por el chileno Miguel Cornejo; y que, recientemente, fue sustituido por el brasileño Wanderley Marchi Jr.

Pero no solamente está ALESDE. Un escáner panorámico de la región detecta la existencia de líneas y grupos de investigación nacionales, inscritos bajo la sombra institucional de universidades. Se podría decir que en cada país hay varios de ellos, por lo que enlistarlos a todos se vuelve una tarea difícil. Por esa razón, me limitaré a destacar, por el tamaño de su producción, sólo a dos de ellos: “SPORT: Laboratório de História do Esporte e do Lazer”, del Programa de Pós-Graduação em História Comparada de la Uni-

versidad Federal de Río de Janeiro (integrada por investigadores como Victor Andrade de Melo, Maurício Drumond y Rafael Fortes); y el “Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade-NEPESS”, adscrito a la línea de investigación “Antropologia do Corpo e do Esporte”, del Programa de Pós-Graduação em Antropologia, de la Universidad Federal Fluminense, que cuenta con la participación de *pesquisadores* como Simoni Lahud Guedes, Marcos Alvito, Martin Curi y Luiz Rojo.

Asimismo, en Chile vale la pena destacar el “Núcleo de sociología del fútbol”, una iniciativa de jóvenes investigadores de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, alrededor de nombres como Rodrigo Soto y Carlos Vergara. En Uruguay, además de la senda abierta por Eduardo Galeano y su *El fútbol a sol y sombra* (1995), destacan los trabajos de los sociólogos Andrés Morales, Dante Steffano y Cristian Maneiro; en Perú sobresale Aldo Panfichi desde la Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP); en Venezuela, Rosa López de Dámico (ALGEDE-Universidad Pedagógica Experimental Libertador) y Alexander D'amico (Universidad de Carabobo); en Ecuador, todo está nucleado por Fernando Carrión Mena, a través de la FLACSO-Quito (ver todas las referencias en la bibliografía).

Colombia en el mapa

Dos son las obras pioneras de los estudios sociales del deporte en Colombia: *En cuerpo y alma: visiones del progreso y de la felicidad* (Pedraza, 1989) y *Ética, trabajo y productividad en Antioquia* (Mayor, 1985). La primera, de la antropóloga Zandra Pedraza, y la segunda, del sociólogo Alberto Mayor. Llama la atención que la autora sea de una institución “por fuera del circuito del deporte”, como lo es la Universidad de los Andes; entidad de origen privado, que fue fundada el mismo año en que empezara el fútbol profesional en Colombia, y en la misma fecha en que nacieran las emisoras comerciales RCN y Caracol, encargadas de difundirlo. La investigación de Pedraza está fuertemente influenciada por la corriente de estudios de la cultura, a partir de las historias íntimas y particulares, desde la cotidianidad. Del escrutinio de la cotidianidad y de temas poco explorados como las modas locales, la higiene, el

aseo personal y los manuales de conducta y de urbanidad; los hábitos instaurados, impuestos y regulados por la instrucción académica de los libros y cartillas escolares y los catecismos religiosos; del control social sobre los cuerpos, a partir de las costumbres sociales que son dictaminadas por la moral pública y privada.

En el país de la urbanidad de Carreño⁵ y del “Sagrado Corazón de Jesús”⁶ examinar la regulación de los placeres para construir los cuerpos de la patria parecía una asignatura de obligatorio cumplimiento, por parte de la academia; y el libro *En cuerpo y alma: visiones del progreso y de la felicidad* (1989), además de dar en el blanco en la comprensión de muchos procesos socio-culturales e históricos de la Colombia del siglo XX, fue la punta de lanza metodológica y teórica en temas “oscuros” como el deporte.

La obra de Alberto Mayor Mora es complementaria a la de Pedraza, pues en ella da cuenta del deporte, la recreación y la higiene como parte del control social para adiestrar a la emergente clase obrera del Valle del Cauca y de Antioquia en las exigencias industriales; y sublimar así la violencia que abatía al país en la segunda mitad del siglo XX; inclusive, logrando que desistieran de constituir sindicatos y renunciaran a las justas exigencias laborales reclamadas en otras zonas del país.

El valle del Cauca y, en particular, su capital, Cali, fueron consideradas (y quizá aún lo sean) como una región “modelo” en la práctica de los deportes. Que ello haya sido resultado de un proceso espontáneo o de un desarrollo planificado, de una parte, y que hubiese tenido alguna relación con su desarrollo económico y urbano de otra, es algo que debe ser investigado como temas colaterales de un problema más amplio; a saber, si la “magnificación”, por parte de Cali como la “capital deportiva de América”, fue fruto de un intento serio de pacificación, por parte de las clases altas de la región, de unas relaciones sociales caracterizadas por ciclos recurrentes

⁵ Manual que marcó historia en Colombia al ser de obligatoria observancia no sólo en el ambiente natural de la escuela, sino en el conjunto de la sociedad a lo largo de todo el siglo xx.

⁶ En la anterior Constitución Nacional (la del año 1886), la nación se encomendaba y erigía a esa estampa-figura religiosa de Jesucristo, mostrando su divino corazón ensangrentado.

de violencia o si fue el resultado de una inofensiva leyenda ideológica en términos de Elías (Mayor, 1984: 6).

El autor llama la atención de la coincidencia entre los juegos industriales departamentales y los ciclos de violencia política y agitación sindical; bajo datos empíricos, muestra cómo el deporte logra traspasar barreras entre sectores socialmente opuestos o usualmente distantes: población blanca y población negra, población urbana y migrantes, directivos y subalternos, empresarios y trabajadores; en donde, además, se evidencia un ejercicio de teorización desde Norbert Elías y su proceso civilizador; mientras que Zandra Pedraza contempla —de modo ejemplar— cómo los deportes en el primer cuarto de siglo son ejercicios de distinción de élite, en algunos casos con escenificaciones potentes (como lo que significaron, en su momento, las peleas de boxeo del colombiano Tanco con rivales extranjeros).

El congreso *fundante* y sus réplicas

El evento matriz fue el IX Congreso Nacional de Sociología, coordinado por el sociólogo Gabriel Restrepo, desarrollado en Bogotá, en la Universidad Nacional de Colombia (en diciembre de 2006). Este evento es recordado por dar albergue al maratónico y exitoso panel “Deporte y sociedad” realizado en la Hemeroteca Nacional, congregando a periodistas, árbitros, deportistas, estudiantes, profesores y académicos nacionales y extranjeros. Como presidente honorario de la mesa estuvo Pablo Alabarces. Fue la primera vez que el tema central era el deporte visto ya no exclusivamente por médicos, edufísicos y periodistas, sino también por profesionales de las ciencias sociales. La principal sorpresa fue observar la cantidad y calidad de trabajos, inconexos entre sí, adelantados por estudiantes y docentes de pregrado y posgrado (nivel de maestría) de distintas universidades públicas y privadas de Bogotá y del resto del país.

Tres eventos más fueron testigos de reuniones en donde hubo socializaciones de trabajos inéditos, peregrinamente adelantados por investigadores colombianos, en torno al deporte: el 12avo. Congreso de Antropología (en octubre de 2007), que tuvo el panel “Deporte, Cultura y Sociedad: la pertinencia del deporte como problema de investigación social”, que fue replicado en el

50avo. Congreso de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede Quito, en octubre del mismo año. Finalmente, el “II Encuentro de Estudios en Fiesta, Nación y Cultura”, desarrollado por el Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) e Intercultura y auspiciado por universidades como la Nacional, Distrital, UPTC, de Antioquia; el Ministerio de Cultura, el Museo Nacional, Colciencias, entre otras instituciones. Allí, en marzo de 2008, se presentó el panel “Ocio, Recreación y Deporte”.

Como resultado de ello, se logró consolidar una Red de Estudios en Deporte y Recreación (REDRE), con investigadores de la Universidad Nacional (UN), la Universidad Pedagógica (UPN), la Universidad de los Andes, la Javeriana, la Universidad Incca y la Universidad de los Llanos, y sociólogos que trabajan en políticas públicas de Bogotá. REDRE organizó en el segundo semestre de 2007 un curso electivo y de educación continuada (“Deporte, comunicación y cultura”) que hizo regresar la reflexión crítica sobre el deporte al “alma máter de los colombianos” (la Universidad Nacional) donde seis décadas atrás se “expulsó” al Instituto Nacional de Educación Física.

Los desarrollos de esta Red se consolidaron con la creación de la Asociación Colombiana de Investigación y Estudios Sociales del Deporte (ASCIENDE), que ha organizado varios eventos sobre el campo de estudios en Colombia; y que, frecuentemente, participa con sus investigadores en eventos del exterior, que ya ha publicado dos libros compilatorios: *Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas* (2012) y *Naciones en campo: fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina* (2014); además de coeditar varios números antológicos de boletines y revistas científicas, como OPCA (U. de los Andes, 2011), “Lúdica Pedagógica” (U. Pedagógica, 2011) e “Ímpetus” (U. de los Llanos, 2013) y que cuenta con canales de información como el programa radial “De... Porte Académico: un espacio de pensamiento crítico”, que se emite en la emisora 98.5 FM y en la página *web* de la Universidad Nacional de Colombia.

Entre las ejecutorias de REDRE-ASCIENDE se encuentra la realización de cuatro eventos en Bogotá: el “Encuentro nacional de estudios sociales del deporte”, que fue evento PRE-ALAS 2011; el

seminario “El balón es todo un mundo” (apoyado por la Embajada de Francia) en el marco del Mundial Sub 20-FIFA y el Seminario Internacional “Fútbol: identidades y nacionalismos” de 2013 (en asociación con la Red de México y ALESDE) y el Seminario Internacional “¿Después del Mundial qué? Lecturas de la Copa de Brasil. Una mirada desde América Latina”, en octubre de 2014 (con apoyo de la UNAD). Eso, además de su concurso en paneles temáticos en universidades como la Nacional, Pedagógica, Central, Santo Tomás, de Los Llanos y CUN, y su activismo en certámenes de carácter internacional, como las últimas tres ediciones tanto del congreso de ALAS, del RAM de Antropología del Mercosur (que han programado mesas dedicadas al campo) y los cuatro encuentros de ALESDE. Igualmente, su participación en otros eventos académicos en Brasil (organizados por el Laboratorio del Sport y del Núcleo NEPESS de Río de Janeiro), México (Diplomado sobre Brasil 2014), Venezuela (II ALESDE), Chile (III ALESDE), Argentina (9° y 10° Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias) y Cuba (Congreso de ISA), lo cual ha logrado que varios de sus integrantes sean invitados a publicar artículos en revistas y capítulos de libro editados en el extranjero, en los que REDRE y ASCIENDE son interlocutores válidos del campo en América.

Todo eso, sin desmedro de que otros académicos y grupos de investigación vinculados a universidades —principalmente de Bogotá, Medellín y Cali— hayan contribuido a vigorizar el campo y ensanchar sus fronteras con abordajes ya trabajados e inéditos. Basta echar una ojeada al cúmulo de cátedras, líneas de investigación y eventos de “sociología del deporte” que se programan en la cartelera académica del país para darse cuenta del dinamismo de este campo de estudios.

La producción y reproducción académica nacional

El investigador Alejandro Villanueva (2014), en un reciente estudio, pudo establecer que al menos existen 77 tesis de pregrado y 10 de posgrado acerca del campo de estudios. De ese universo, las disciplinas desde donde más se animan esas investigaciones son la psicología, el periodismo (comunicación social), la licenciatura en ciencias sociales, la antropología y la sociología. Como se verá

en la bibliografía, las palabras clave de los estudios sociales del deporte en Colombia son: nación, identidad, modernidad, análisis de narrativas, historia, violencia (que en Colombia se exagera con el narcotráfico y el conflicto interno) y barras de fútbol que son, con matices, los mismos temas de América Latina (Quitán, 2012, 2013 y 2014).

Los integrantes de REDRE-ASCIENDE han desarrollado investigaciones posgraduales sobre el campo, entre las que destacan las de Guillermo Montoya, Jorge Ruiz, Alejandro Villanueva, Alirio Amaya, Nelson Rodríguez Melendro y David Quitán, que han visto la luz de imprenta.⁷ Empero, otros estudiosos nacionales han logrado su título de pregrado con monografías meritorias y con tesis de maestría, objetivando al deporte: Harold Pardey (2001), Federico Bennighoff (2001), Omar Rivera (2001), Germán Gómez (2002), Samuel Ávila (2003), Juan Fernando Rivera (2003), César Mendoza (2004), Federico Medina (2005), Alexander Castro (2010), Andrés Hernández (2010), Gabriel Abello (2010), Julián Espinosa (2010), Manuel Morales Fontanilla (2011), Jairo Clavijo (2004) y el brasileño Eduardo de Souza Gomes, que examinó el periodo futbolístico colombiano conocido como “El Dorado” (2014).

Los números de la producción del campo de estudios en Colombia son mejor que modestos y se tornan mejores al efectuar un escáner de la aldea académica nacional; en la que se visualiza la próxima entrega de investigaciones, de nivel doctoral de, por lo menos, cinco compatriotas que se están formando en Brasil, México, Inglaterra, España y Estados Unidos. Esos estudios se sumarían a las dos tesis doctorales ya existentes en Colombia: las de Jairo Clavijo (2010) y John Jairo Londoño (2014), graduados en Francia y España, respectivamente. Queda como interrogante por qué estas tesis y las venideras que se detectaron fueron realizadas en academias extranjeras.

Otros esfuerzos, no necesariamente surgidos de trabajos de grado, que vale la pena reseñar son: *La nación bajo un uniforme* (2001), de Andrés Dávila Ladrón de Guevara y Catalina Londoño; *Detrás del balón. Historia del fútbol en Medellín 1910-1952*, de Lucía-

⁷ Ver bibliografía.

no López (2004); *Emoción, control e identidad: las barras de futbol en Bogotá*, de María Teresa Salcedo y Omar Rivera (2007), publicado por el Instituto Colombiano de Antropología e Historia; y los textos publicados por el Programa distrital “Goles en paz” (un caso relativamente exitoso de incidencia de la academia en política pública, ver bibliografía).

Asimismo, es imperativo mencionar las dos obras que son fruto de premios distritales y nacionales de investigación. La primera es *Futbol aficionado en Bogotá: de las memorias privadas a las memorias colectivas* (2012), de Guillermo Montoya y Daniel Chaparro, que obtuvo el 1er. puesto del Instituto de Patrimonio Cultural-IDPC de Bogotá. La segunda es *Mi segunda piel: memoria visual de los fanáticos del futbol capitalino entre 2003 y 2013* (2014), de Alejandro Villanueva y David Quitián, que fue reconocida con el Primer lugar del Premio Nacional de Cultura, versión 2013, en la categoría “nuevas narrativas culturales a grupos de interés, población jóvenes”. También son de considerar: la generosa producción ensayística de Gabriel Restrepo y los textos de Rafael Jaramillo, más los sorprendentes escritos de Beatriz Vélez (socióloga, radicada en Canadá), especialmente, *Futbol desde la tribuna: pasiones y fantasías* (2011). En una fase anterior, como ya lo he señalado en otros textos, deben reconocerse los trabajos de corte socio-antropológico publicados por diversos literatos (cronistas y periodistas) del talante de Álvaro Cepeda Samudio, Melanio Porto Ariza, Gonzalo Arango, Juan Gossain, Daniel Samper Pizano y Alberto Salcedo Ramos. Sin duda, ellos “calentaron el ambiente” para el arribo de obras de similar estética literaria, pero más elaboradas en lo académico, como las de David Quitián (2006 y 2009) y Luis Alejandro Díaz (2011), quien actualmente cursa un doctorado en Barcelona, en el que trabaja el tema de la estética del futbol como gimnasia y literatura.

El presente: perspectivas y desafíos

El principal reto es consolidar el despegue del campo de estudios; tarea que en lo nacional empezó en el Panel Deporte y Sociedad, realizado en el IX Congreso Nacional de Sociología, en 2006. Asimismo, se impone articular las investigaciones ofertadas por la

academia (particularmente, de las universidades) con la entidad que regula la ciencia y tecnología en el país: Colciencias. Además, se hace necesario concertar desarrollos con los organismos encargados de coordinar el diseño de la política pública y de administrar el deporte y la recreación en lo local (entes municipales), lo regional (secretarías de gobernaciones, organizaciones no gubernamentales; corporaciones de orden mixto) y del país, encabezado por Coldeportes, y los ministerios de Educación y Cultura.

Esa tarea ya se inició: el Ministerio del Interior (la cartera política del país) consideró el nombre de varios investigadores para adelantar un proceso de vinculación del fútbol con aspectos sensibles del momento histórico, como la búsqueda de la paz con las guerrillas y la intervención activa del sector (deporte-recreación) en un eventual posconflicto. En virtud de ello, se contrató una encuesta nacional, efectuada por el Centro Nacional de Consultoría, llamada “El poder del fútbol” (2013); y se llevaron a cabo varios encuentros locales por todo el país, con actores vivos del fútbol y los barristas organizados. Todo, facilitado por sociólogos, antropólogos, educadores expertos en el tema de la violencia asociada al fútbol. Fruto de ese proceso son las publicaciones: *Plan decenal de seguridad, comodidad y convivencia en el fútbol 2014- 2024* y *Barras construyendo país* (coordinada por la Fundación Juan Manuel Bermúdez), ambas de 2014.

Igualmente, la presencia del fútbol en la reciente campaña presidencial (que derivó en la reelección de Juan Manuel Santos) suscita inquietudes legítimas para su observación, análisis e interpretación: Santos optó por emplear un lenguaje *futbolizado* y por incorporar el balompié en sus metáforas retóricas como jefe de Estado desde su primera elección (se reconcilió con el vecindario regional por esa vía y aprovechó el clima optimista de las excelentes eliminatorias para la Copa Mundo de Brasil, para proponer los diálogos de La Habana).

El hecho de que la campaña presidencial de mayo y junio exacerbara aún más la polarización política (para las elecciones, el país se dividió numérica y geográficamente en dos bandos de posturas antagónicas) y que la Selección Colombia —de histórica participación en la Copa Mundo— diluyera ese clima de intoleran-

cia, haciéndonos pensar que “éramos un solo pueblo” (incluidas las manifestaciones de apoyo de las FARC), invita a la reflexión que trascienda análisis superficiales. A propósito de ese tema y del deporte como contribuyente de la paz y como protagonista del posconflicto, se impone presencia activa de la universidad. Ya se registran varios textos que trabajan ese particular (Qutián, 2014).

La actual etapa es la de superar los análisis realizados por profesionales de otros campos disciplinares, como el periodismo y la literatura; lecturas que, por atender a audiencias habidas de explicaciones inmediatistas, no han profundizado en algunas de las preguntas clave en el devenir colombiano: ¿cuáles son las consecuencias de haber creado, a las volandas, un torneo de fútbol cuatro meses después del magnicidio de Jorge Eliecer Gaitán, a mediados del siglo veinte?, ¿cómo incidió en el proyecto nacional la creación de la Vuelta a Colombia en 1951?, ¿debe el país embarcarse en empresas como la realización de mega-eventos deportivos en su territorio?

¿Por qué el narcotráfico y las mafias se han enseñoreado del fútbol en particular y de los deportes en general en Colombia?, ¿cuáles son las razones por las que el deporte y la recreación ahora sí sean consideradas como asuntos de Estado?, ¿por qué existe en Colombia la disyuntiva entre estudio y deporte?, ¿es pertinente la creación de un Ministerio del Deporte? Y, en general, aplicar estrategias heurísticas a la arena del deporte nacional con el propósito de intentar entender los complejos procesos socioculturales de nuestra sociedad.

Seguimos navegando. Ya superamos el naufragio inicial. Ahora, tenemos viento en popa. El tiempo dirá si tuvimos la fortaleza, calidad e inventiva para llegar a buen puerto.

Bibliografía

- Abello, G. (2010): *El juego de tejo, un símbolo nacional* (Recurso electrónico) *el proyecto inconcluso*. Trabajo de Maestría de la Maestría en Historia, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.
- Alabarces, P. (1998). *Lo que el estado no da, el fútbol no lo presta: los discursos nacionalistas deportivos en contextos de exclusión social* (Disponible en URL: <http://lasa.international.pitt.edu/LASA98/Alabarces.pdf>).

- Alabarces, P. (2002). *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación Argentina*. Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Alabarces, P. (2004). *Crónicas del aguante. Fútbol, violencia y política*. Capital Intelectual, Buenos Aires, 127 pp.
- Alabarces, P. et al. (2005). *Hinchadas*. Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Alabarces, P. (2010). *Entre la banalidad y la crítica: perspectivas de las ciencias sociales sobre el deporte en América Latina*. En: Martínez, Samuel (Coord.), pp. 69-101. Afinita Editorial, México.
- Alabarces, P. (2012). *Veinte años de ciencias sociales y deportes, diez años después*. En: Quitián, D. (editor), pp. 119-127. Armenia: Kinesis (Disponible en URL: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/alesde/article/viewFile/22598/15148>).
- Archetti, E. (1985). *Fútbol y ethos*. FLACSO, Buenos Aires.
- Archetti, E. (1999). *Masculinities, Football, Polo and the Tango in Argentina*. Berg Londres. Edición en español: (2003). *Masculinidades, fútbol, tango y polo en la Argentina*. Antropofagia, Buenos Aires.
- Ávila, S. (2003). *El centro de la mirada*. Tesis de Maestría (inédita). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- 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. Bogotá.
- Branz, J.; Garriga, J. y Moreira, V. (2013). *Deporte y ciencias sociales: claves para entender las sociedades contemporáneas*. La Plata EDULP, Argentina.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Editorial Anagrama, España.
- Brohm, J. et al. [1972] (1978). *Deporte, cultura y represión*. Editorial Gustavo Gili, S. A. Barcelona.
- Castro, J. A. (2010). El carnaval y el combate hacen el aguante: algunas explicaciones. *Lecturas: Educación Física y Deportes*, 140, 1 (revista electrónica). En: www.efdeportes.com/efd140/el-carnaval-y-el-combate-hacen-el-aguante.htm (Consultado el 12 de febrero de 2010).
- Cajigal, J. (1981). *Deporte, espectáculo y acción*. Tomo 32. Editorial Salvat, Madrid.
- Carrión, F. (2006). Biblioteca del fútbol ecuatoriano, Quito: FLACSO, sede Ecuador: MDMQ: EMPAAP-Q: Diario *El Comercio*. 5 V. El jugador número 12: fútbol y sociedad.
- Clavijo, J. (2004). *Estudio de barras bravas de fútbol de Bogotá: Los comandos azules*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Clavijo, J. (2010). *Cantar bajo la anaconda. Un análisis sociocultural del barrismo en el fútbol*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Da Matta, R. (1983). [1979]. *Carnavais, malandros e heróis. Para uma sociologia do dilema brasileiro*. Zahar, Río de Janeiro.

- Da Matta, R. (Comp.) (1982). *O universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Pinakothek, Río de Janeiro.
- D'amico, A. (2014). La vinotinto: una mirada desde las representaciones sociales y la identidad nacional en la psicología del deporte. En: Quitián, D. *et al.* *Naciones en campo: futbol, identidades y nacionalismos en América Latina*, pp. 105-113. Armenia: Kinesis., Colombia.
- Dávila, A. y Londoño, C. (2003). La nación bajo un uniforme. En: Alabarces, P. *Futbologías: futbol, identidad y violencia en América Latina*. 123-143. CLACSO, Buenos Aires.
- Díaz, L. A. *et al.* (2011). *El futbol se lee*. Edición especial "Libro al viento". Bogotá: Alcaldía Mayor.
- Drumond, M. (2008). *Nações em jogo: esporte e propaganda política em Vargas e Perón.*, Apicuri, Río de Janeiro.
- Elias, N. y Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. FCE, México.
- Espinosa, J. (2010). *Deporte, ideología y hegemonía de la sociedad de control a la biosociedad*. Trabajo de Maestría. Pontificia Universidad Javeriana, Maestría en Estudios Políticos, Colombia.
- Faccio, F.; Morales, A. y Adamo, G. (2003). *Los campeones del Centenario*. Central de Impresiones, Montevideo.
- Fábregas, A. (2010). *Lo sagrado del rebaño. El futbol como integrador de identidades*. Colegio de Jalisco, México.
- Freyre, G. (1947). O negro no futebol brasileiro. En: Rodrigues Filho, M. (2010). *O negro no futebol brasileiro*. Prefacio a la 1ª. Edición, pp. 24-26. Pongetti: Brasil.
- Freyre, G. (1992). *Casa-Grande e Senzala*. Record, Río de Janeiro.
- Frydenberg, J. y Di Giano, R. (2000). El futbol en la Argentina. Aproximaciones desde las Ciencias Sociales (IV). Entrevista a Lucas Rubinich. Revista digital. Año 5, No. 24. Lecturas: Educación física y deportes, Argentina.
- Galeano, E. (1995). *El futbol a sol y sombra*. Catálogos, Buenos Aires.
- Garriga, J. y Moreira, V. (2006): El aguante. Hinchadas de futbol entre la pasión y la violencia, pp. 55-73. En: Míguez, D. y Semán, P. (Eds.): *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Editorial Biblos, Buenos Aires, 229 pp.
- Garriga, J. (2005). *Haciendo amigos a las piñas: violencia y redes sociales de una hinchada de futbol*. Tesis de maestría en Antropología Social IDES-IDAES, Universidad Nacional de San Martín, Argentina.
- Gómez, G. (2001). *La violencia en el futbol vista a través de las barras bravas*. Tesis de pregrado en sociología. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Gomes, E. de S. (2014). *El Dorado: os efeitos do profissionalismo no futebol colombiano (1948- 1951)*, Editora Multifoco, Río de Janeiro.

- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Norma, Bogotá.
- Helal, R. (1997). *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis, Vozes, Brasil.
- Helal, R.; Soares, A. J. y Lovisoló, H. (2001). *A invenção do país do futebol. Mídia, Raça e Idolatria*. Mauad, Río 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, Colombia.
- Holanda, B. B. (2004). *O descobrimento do futebol: modernismo, regionalismo e paixão esportiva em José Lins do Rego*. Edições Biblioteca Nacional, Rio de Janeiro.
- Jaramillo, R. (2009). *El futbol de El Dorado: El giro de tuerca que marcó la rápida evolución de la inocencia a la edad adulta*, Mimeo, Colombia.
- Lewis, Ó. (2004). *Antropología de la pobreza: cinco familias*. FCE, México.
- Londoño, J. J. (2008). *Barras bravas y violencia en el futbol colombiano*. Ibáñez, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Londoño, J. J. (2014). *Juventud sin oportunidades. El caso de la barra de futbol Comandos Azules de Bogotá*. Tesis para optar al título de doctor en sociología por la Universidad de Santiago de Compostela, España.
- López, L. (2004). *Detrás del balón. Historia del futbol en Medellín 1910-1952*. Medellín, La Carreta Editores, Colombia.
- Lüschen, G. y Weis, K. (1979). *Sociología del deporte*. Editorial Miñón, Valladolid.
- Magazine, R. (2008). *Azul y oro como mi corazón. Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*. AFITA-Universidad Iberoamericana, México.
- Magazine, R.; Martínez, S. y Varela, H. (2012). *Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo: una mirada nacional*. Universidad Iberoamericana, México.
- Martínez, S. (Comp.) (2010). *Futbol-espectáculo, cultura y sociedad*. Afinita Editorial. México.
- Maneiro, C. (2011). ¿Resurgir Celeste?: Mitos y representaciones colectivas en torno a la Selección uruguaya en Sudáfrica 2010. En: *Revista Encuentros Uruguayos* No. 4, 2011.
- Maneiro, C. (2014). De “uruguayos campeones” a “matemáticamente tenemos chance”: futbol y nacionalismo en el Uruguay contemporáneo. En: Quitián, D. *Naciones en campo: Futbol, identidades y nacionalismos en América Latina*, pp. 215-222.
- Mauss, M. (2003). *Sociologia e antropologia. São Paulo: Cosac Naify: 2003*. (Textos: Ensaio sobre a dádiva / Efeito físico da idéia de morte sugerida pela coletividade/ Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a noção de eu/ As técnicas do corpo), Brasil.

- Mayor, A. (1985). Ética, trabajo y productividad en Antioquia. Tercer Mundo, Bogotá.
- Medina, F. (2005). *Comunicación, deporte y ciudad*. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Melo, V. Andrade de (2010a). *Esporte e Lazer: conceitos-uma introdução histórica*. Apicuri, Río de Janeiro.
- Melo, V. Andrade de (2010b). *Os sports e a modernidade no Brasil da transição dos séculos XIX e XX*. Apicuri, Río de Janeiro.
- Melo, V. Andrade de y Bittencourt, M. (2013). Uma história do esporte para um país esportivo. *Revista Tempo*, Niterói-R.J., Vol. 17, No. 34, pp. 1-4, junio de 2013, Río de Janeiro.
- Mendoza, C. (2004). *Sin amarillo, azul y rojo. Construcción de identidad de las barras CADC Y LGARS*. Tesis de grado de Sociología (Inédita). Universidad Nacional, Bogotá.
- Montoya, G. (2009). *Come futbol, vive futbol, sueña futbol ¡pero no hagas más!: la formación futbolística como un proceso de subjetivación deshumanizante*. Maestría en Antropología. Universidad de los Andes, Bogotá.
- Montoya, G. y Chaparro, D. (2012). *Futbol aficionado en Bogotá: de las memorias privadas a las memorias colectivas*. Instituto Distrital de Patrimonio Cultural- IDPC. Alcaldía Mayor de Bogotá, Bogotá.
- Moreira, V. (2007). Etnografía sobre el honor y la violencia de una hinchada de futbol en Argentina. *Revista de Ciencias Sociales-UACH*, No. 3, pp.5-20, Argentina.
- Oliven, R. y Damo, A. (2001). *Futbol y cultura*. Editorial Norma, Bogotá.
- OPCA. Boletín 3 (2011). Los tejidos del balón. *El futbol como patrimonio cultural*. Marzo de 2011. Departamento de Antropología, Universidad de los Andes, Bogotá.
- Pardey, B. et al. (2001). *La ciudad de los fanáticos: aproximación al fenómeno de las barras de futbol locales Barón Rojo Sur y Frente Radical Verdiblanco entre los años 1999- 2001*. La Palabra, Cali.
- Panfichi, A. (1994). Futbol e identidad: esta urgencia de decir nosotros. En: *Futbol, identidad, violencia y racionalidad*. PUCP, Facultad de Ciencias Sociales, Lima.
- Panfichi, A. (2012). Soccer Clubs Kicking Off Democracy in Latin America. *Revista Harvard Review of Latin America*, Cambridge, USA.
- Pedraza, Z. (1989). En cuerpo y alma: visiones del progreso y de la felicidad. Universidad de los Andes, Bogotá.
- Quitíán, D. (2006). Futbol sin barrera: reseñas y semblanzas de protagonistas emblemáticos del balompié mundial. Editorial Kinesis. Armenia, Colombia.
- Quitíán, D. (2007). Fals Borda, los intelectuales y el futbol. En: *Revista Aque-larre*. No. 11, pp. 65-74.

- Quitíán, D. (2009). *La sobrecogedora experiencia de ser boxeador en Bogotá: un ejercicio etnográfico en el mundo de las narices chatas*. Maestría en Antropología. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Quitíán, D. (2012) (Editor y compilador). Estudios socioculturales del deporte en Colombia: desarrollos, tránsitos y miradas. *Memorias ampliadas del I Encuentro Nacional de Estudios Socioculturales del Deporte-Pre ALAS*. Editorial Kinesis, Bogotá.
- Quitíán, D. (2013a). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. En: *Revista Colombiana de Sociología*. Vol. 36, No. 1. Enero-junio, pp. 19- 42. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Quitíán, D. (2013b). La economía del fútbol colombiano: de la ilegalidad y el crimen al glamur globalizado. En: *Revista Polemika*. La crisis del fútbol ecuatoriano y mundial. Año 4, No. 10. Noviembre. pp., 60-65. Universidad de San Francisco, Quito, Ecuador.
- Quitíán, D.; Serna, E.; Montoya, G. y Villanueva, A. (2014) (Editores y compiladores). Naciones en campo: fútbol, identidades y nacionalismos. *Memorias ampliadas del Seminario Internacional de estudios en fútbol: identidades y nacionalismos en el fútbol*. Editorial Kinesis, Bogotá.
- Quitíán, D. (2014). Colombia en Brasil: cuando la ilusión fue posible (Disponible en el portal razonpublica.com: <http://razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/7734-colombia-en-brasil-cuando-la-ilusi%C3%B3n-fue-posible.html>).
- Quitíán, D. (2014). Lo bueno, lo malo y lo nuevo de Brasil 2014 (Disponible en el portal razonpublica.com: <http://razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/7753-lo-bueno,-lo-malo-y-lo-nuevo-de-brasil-2014.html?highlight=WYJkYXZpZCIsInF1aXRpXHUwMGUxb-iIsIm11bmRpYWwiLCJkYXZpZCBxdW10aVx1MDBlMW4iLCJkYXZpZCBxdW10aVx1MDBlMW4gbXVuZGlhbCIsInF1aXRpXHUwMGUxbi-BtdW5kaWFsIl0=>).
- Quitíán, D. (2014). Las elecciones, el espejismo de un solo pueblo y la Copa Mundo: apuntes desde Brasil sobre las campañas del gobierno Santos y de la Selección Colombia. En: Cuadernos del Mundial Brasil 2014, producido por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), No. 5, julio de 2014. Disponible en: <http://cuadernos-delmundial.clacso.org/opinion17.php> y PDF para descargar: http://cuadernosdelmundial.clacso.org/pdf/Cuadernos_Mundial_N5_CLACSO.pdf
- Ramonet, I. (1999). Un hecho social total. En: *Fútbol y pasiones políticas*, Ed. Temas Debate, Barcelona.
- Revista Lúdica Pedagógica (2011). Sección central: deporte, pedagogía y cultura. Vol. 2. No. 16. Editor invitado: David Quitíán. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.

- Revista Ímpetus (2013). Educación física, recreación y deporte. Sección central: estudios socioculturales del deporte. Vol. 7. Edición 8. Editor invitado: David Quitián. Villavicencio, Universidad de los Llanos.
- Rivera, J. F. (2003). *Gol eterno. El partido de fútbol: más que noventa minutos, toda una vida de pasión y etnografía*. Tesis de maestría en antropología. Medellín, Universidad de Antioquia, Colombia.
- Rivera, O. (2001). *Opio en las redes*. Tesis de maestría en Licenciatura en Ciencias Sociales. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.
- Rodrigues, M. (2010). *O negro no futebol brasileiro*. Mauad X, Río de Janeiro.
- Ruiz, J. (2010). *La política del sport: élites y deporte en la construcción de la nación colombiana, 1903-1925*. La Carreta Editores-Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Salcedo, M. T. y Rivera, O. (2007). *Emoción, control e identidad: las barras de fútbol en Bogotá*. ICANH, Bogotá.
- Sebreli, J. J. (1998). *La era del fútbol*. Sudamericana, Buenos Aires.
- Steffano, D. (2000). Relación entre deporte y políticas. En: *Efdeportes* (revista digital). Año 5, No. 26, octubre de 2000, Buenos Aires. Trabajo presentado en el III Encuentro Deporte y ciencias Sociales. 1as. Jornadas Interdisciplinarias sobre Deporte. UBA, 13 al 15 de octubre de 2000 (Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd26/purug.htm>).
- Toledo, L. H. de (1996). *Torcidas organizadas de fútbol*, ANPOCS, Campinas.
- Toledo, L. H. de (2002). *Logicas do futebol*, ANPOCS, Campinas.
- Guedes, S. L. (1998). *O Brasil no campo de futebol. Estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*. EDUFF, Río de Janeiro.
- Vélez, B. (2011). *Fútbol desde la tribuna: pasiones y fantasías*. Sílabas Editores, Medellín.
- Villanueva, A.; Amaya, A. y Rodríguez, N. (2011). *Hasta que el cuerpo aguante: un análisis de las barras de fútbol capitalinas*. Uniediciones, Bogotá.
- Villanueva, A.; Amaya, A. y Rodríguez, N. (2009). *Clásico local*. Alcaldía Mayor, Bogotá.
- Villanueva, A.; Rivera, J. y Rivera, O. (2014). *Entre el aguante, la convivencia y la academia futbolizada: estado del arte de la producción científica* (tesis, monografías e informes de práctica relacionadas con fútbol, violencia y "barras bravas" años 2003 a 2013. En: Plan Decenal del Fútbol en Colombia (Disponible en: [file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/8b68c-estado-del-arte-en-investigaciones-de-juventud,-futbol-y-convivencia%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Toshiba/Downloads/8b68c-estado-del-arte-en-investigaciones-de-juventud,-futbol-y-convivencia%20(2).pdf)).
- Villanueva, A. y Quitián, D. (2014). *Mi segunda piel: memoria visual de los fanáticos del fútbol capitalino entre 2003 y 2013*. Obra ganadora Premio Nacional de Cultura 2013. Fondo Editorial Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.

- Villena, S. (2003a). El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos. En: Alabarces, P. (Comp.). *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO, pp. 21-38, Buenos Aires.
- Villena, S. (2003b). Globalización, identidades nacionales y fútbol. En: Alabarces, P. (Comp.). *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO, pp. 257-271, Buenos Aires.
- Villena, S.; Antezana, L. y Dávila, A. (1996). *Fútbol e identidad nacional*. FLACSO, San José de Costa Rica.
- Vinnai, G. [1974] (2003). *El fútbol como ideología*. Siglo veintiuno editores, México.
- Zuluaga, G. (2005). *Empatamos 6 a 0, fútbol en Colombia 1900- 1948* (inédito). Medellín.

Facebook, Twitter y el Mundial Brasil 2014

Eduardo Portas Ruiz

Introducción

El Mundial efectuado en Brasil durante el verano de 2014 será recordado como el primer gran evento internacional que recibió el intercambio digital informativo de las redes sociales. Si bien es cierto que Sudáfrica 2010 se realizó cuando las principales redes sociales digitales ya existían, el acto realizado en el continente americano apenas cuatro años después, fue el primero en desarrollarse en la madurez plena de estos instrumentos comunicativos. A lo largo de este texto, se ofrecerá una visión de la importancia que revistió el fenómeno mundialista en Facebook y Twitter, posiblemente las dos redes sociales más populares del mundo, al lado de YouTube. Por falta de datos, no abordaré en este ensayo esa última plataforma, un híbrido de textualidad e información audiovisual; pero su importancia es tal que bien merece la pena realizar, en otro momento, un estudio que investigue el Mundial 2014 en esa red. También incluiré datos pertinentes a México en el apartado de Twitter. Por su naturaleza, esa red facilita el análisis de información delimitada por distintos filtros geográficos accesibles para el usuario. Desafortunadamente, lo mismo no es posible para Facebook.

Primera parte. El Mundial en Facebook

Brasil fue el evento más comentado en la historia de Facebook, de acuerdo con información difundida el 14 de julio de 2014 por esa misma empresa.¹ A continuación se enlistarán los hitos que alcanzó dicho acto en la red social más importante del mundo, la cual cuenta (al día de hoy) con unos 820 millones de usuarios activos cada día;² después, se interpretarán esos elementos desde un punto de vista sistémico, el cual más adelante se detallará:

- Del 12 de junio al 13 de julio, 350 millones de personas hablaron acerca del Mundial en Facebook; las cuales, a su vez, sumaron un total de tres mil millones de interacciones (*posts*, comentarios, *likes*) relacionados con la Copa Mundial.
- Tan sólo la final entre Alemania y Argentina detonó 280 millones de interacciones, evento que se convirtió en el suceso deportivo único más comentado en la historia de esa red social.
- La nación más “escandalosa” durante la justa —adjetivo usado por Facebook— fue Brasil. El 57% de todos los usuarios brasileños de Facebook hablaron sobre la Copa del Mundo en algún momento del evento, durante el lapso de tiempo antes referido. En Brasil hay unas 70 millones de cuentas en esa red.³
- Unos 15 millones de aficionados le dieron “me gusta” a la página del medio delantero Neymar Jr.; sin duda, el jugador más popular de este Mundial.
- Después de la final, los partidos más comentados fueron la sonada derrota de Brasil frente a Alemania (60 millones de personas platicaron sobre el hecho), Croacia-Brasil (58 millones), Argentina-Holanda (39 millones) y Chile-Brasil (31 millones).
- Si bien Neymar Jr. fue el jugador más popular del Mundial, aquellos que lograron un mayor incremento de *fans* en

¹ Fuente: <http://newsroom.fb.com/news/2014/07/world-cup-breaks-facebook-records/>

² Fuente: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

³ Fuente: <http://www.statista.com/statistics/244936/number-of-facebook-users-in-brazil/>

sus perfiles fueron el holandés Memphis Depay (678%), el portero estadounidense Tim Howard (334%), el suizo Ricardo Rodríguez (318%), el colombiano James Rodríguez (269%) y el bosnio Asmir Degovic (209%).

- En cifras absolutas, aquellos jugadores que ganaron más *likes* en su *fan page* fueron: Neymar (14 millones 933 mil), David Luiz (11 millones 58 mil), James Rodríguez (9 millones 18 mil), Cristiano Ronaldo (6 millones 432 mil), Messi (5 millones 836 mil) y Oscar (3 millones 119 mil).
- El gol más comentado no fue el de la final Alemania-Argentina, sino el 5-0 del histórico Alemania-Brasil, anotado por Sami Khedira.
- El momento más comentado, de forma poco sorpresiva, fue la victoria final de Alemania sobre Argentina.
- Venezuela fue el país con mayor extensión de mensajes colocados en esta red social después de que se hubiera anotado un gol. En promedio, cada mensaje fue de 21 caracteres.
- El 22% de todas aquellas personas que participaron en la conversación del Mundial en Facebook pertenecieron al rango de edad de 18 a 24 años, el que mayor porcentaje aglutinó la discusión sobre el tema.
- El *post* más compartido por un jugador fue una fotografía colocada el 21 de junio, en donde aparece Neymar junto con Thiago Silva, la cual tuvo 2.5 millones de interacciones. Después de esa imagen se ubican: una foto de Cristiano Ronaldo, en donde aparece posando junto a un melón con su efigie (21 de junio); una foto de Messi con Neymar, en donde le desea una pronta recuperación (4 de julio); un comentario de David Luiz, en donde le desea una pronta recuperación a Neymar (5 de julio); una foto de Messi, del vestidor argentino justo después de haber derrotado a Suiza en los octavos de final (1 de julio); otro comentario de David Luiz, en donde le desea a Neymar una pronta recuperación (7 de julio); un comentario de Messi lanzado durante su cumpleaños, en donde expresa que desea ganar la Copa del Mundo (24 de junio);

un comentario de Neymar, en donde agradece el apoyo a sus *fans* y compañeros de equipo (8 de julio); una *selfie* de Messi, en donde dice que la Copa realmente empieza a partir de los octavos de final (30 de junio); una foto del argentino Ezequiel Lavezzi junto con Messi y Ángel di María, tras haber vencido a Suiza (1 de julio).

- Sobre la final también hay datos interesantes: el grupo demográfico que más la comentó fue aquel de 18 a 24 años; Argentina fue el equipo más comentado durante el partido: en ese país, 7 millones de interacciones fueron generadas durante la final; el jugador más comentado fue Lionel Messi, con 4 millones de menciones; el país más “escandaloso” durante la final fue Estado Unidos, en donde 10.5 millones de personas hablaron del partido.
- Un dato más sobre la final: el partido rompió el récord del número de conversaciones en Facebook. El récord anterior le pertenecía al Súper Tazón XLVII del 3 de febrero del 2013 entre Baltimore y San Francisco.
- Los juegos más sociales, según el propio Facebook, clasificados a partir del número de personas que platicaron sobre el mismo, fueron: la final de Alemania-Argentina (88 millones de personas que generaron 280 millones de interacciones); Brasil-Alemania (66 millones de personas, 200 millones de interacciones); Brasil-Croacia (58 millones de personas, 140 millones de interacciones); Argentina-Holanda (39 millones de personas, 83 millones de interacciones) y Brasil-Chile (31 millones de personas, 75 millones de interacciones).
- Continuando con los momentos más sociales, después del gol de Khedira mencionado arriba, la victoria de Alemania en la final del Mundial y el gol de Toni Kroos para darle una ventaja de 4-0 a Alemania en la semifinal contra Brasil, fueron los actos más comentados. Le siguen el gol de Mario Götze durante el tiempo extra de la final mundialista y el primer gol de Brasil en el Mundial, anotado por Neymar contra Croacia, para igualar el marcador 1-1.

- Los jugadores más comentados en Facebook durante el Mundial fueron: Neymar (Brasil), Messi (Argentina), Cristiano Ronaldo (Portugal), Luis Suárez (Uruguay), David Luiz (Brasil), Julio César (Brasil), Thomas Müller (Alemania), Mesut Özil (Alemania), Hulk (Brasil) y Arjen Robben (Holanda).
- ¿Quién platicó más sobre el Mundial? Aunque Facebook sólo ofrece el porcentaje para el grupo mayoritario, los jóvenes, naturalmente, fueron los más activos: hombres de 18 a 24 años (generaron el 22% de todas las interacciones), le sigue el grupo hombres de 25 a 34 años, mujeres de 18 a 24 años, mujeres de 25 a 34 años y hombres de 35 a 44 años.
- En cuanto a las países con mayor interés en el Mundial, medidos en millones de usuarios de Facebook que hablaron sobre el mismo, primero está Brasil (55 millones), Estados Unidos (48 millones), México (19 millones), Indonesia (18 millones) y la India (14 millones).
- De la misma forma, el grueso de las interacciones se generaron desde Brasil (26% del total), seguido de Estados Unidos (10%), Indonesia (6%), México (5%) y Argentina (4%).

Si el lector se siente abrumado por el océano estadístico que acaba de leer es porque las nuevas compañías del mundo digital interconectado operan bajo la presión de los números. Es relativamente raro que una red social difunda con tal precisión cómo evolucionó un fenómeno tan masivo como el Mundial. La razón de la transparencia informativa, muy probablemente, obedezca a intereses comerciales, pero eso no debe hacernos perder el elemento central aquí expuesto: Facebook es una herramienta con la cual interactúan millones de personas todos los días. Esa interacción produjo mediaciones entre la plataforma y el acto físico que llamamos Mundial. Su importancia en la formación de la experiencia mundialista, a diferencia del pasado, no puede negarse. Esto se da tanto para el fanático promedio de una selección nacional, o, como lo acabamos de ver en los elementos citados líneas arriba, para los jugadores.

Los jugadores de fútbol aprovecharon la exposición en los medios masivos tradicionales y las posibilidades que ofrece Facebook para generar nuevos enlaces de conexión con el hincha mundialista. Vemos que a lo largo del Mundial, los jugadores realizaron un diálogo entre ellos mismos con la plataforma de Facebook de por medio, como si fuera un inmenso tablero de recados públicos. El tema más sonado, el que incitó al diálogo entre jugadores con mayor intensidad fue, sin duda, la lesión de Neymar, como vimos en la exposición de datos. Sin embargo, cientos de otros jugadores realizaron sus propios diálogos con sus compañeros de equipos, fanáticos y familiares o amigos, en sus propios muros, a lo largo de su participación en el Mundial. Estos personajes secundarios distan mucho del estrellato de un Messi, por ejemplo; pero la relativa anonimidad del jugador no importa cuando la plataforma ofrecida permite incrementar exponencialmente el número de conversaciones a partir de un buen partido, goles anotados o, en el peor de los casos, alguna sanción o falta cometida.

Facebook aplanar el terreno para los futbolistas que sepan usar, como una pinza, su talento frente a los medios tradicionales y su creatividad en el mundo virtual. La correcta utilización de ambos, tal como lo muestran los datos antes enumerados —en donde aparecen jugadores hasta hace poco desconocidos y hoy súper estrellas— revela que la posibilidad de acelerar la presencia de un individuo en las mentes de las audiencias está cada vez más atada al lenguaje visual del emisor del mensaje. Tanto en la televisión como en el mundo virtual, la moneda de cambio más usada es una robusta figura visual. Esta figura, gracias a la posibilidad que ofrecen los sistemas computacionales, adquiere una especie de halo omnipresente que permite al jugador estar al mismo tiempo en la televisión, la computadora portátil, el celular, la tableta e, incluso, cuando el partido ha acabado, en las redes sociales.

Facebook privilegia aquellos temas que han generado conversación entre nuestros conocidos. Es una especie de lugar en donde el tiempo pasa de forma asincrónica, en donde lo pasado lucha con los eventos del presente; siempre y cuando esos eventos del pasado haya generado el suficiente ruido como para el algoritmo de Facebook determine que yo deba saberlo. Es el *robotis-*

mo internacional del cual ya hablaba McLuhan en su Aldea Global: un mundo en donde los sistemas automatizados ofrecen, sin alma, aquellos bocados informativos que un sistema *piensa* que debemos conocer.

Los brasileños utilizaron Facebook extensamente a lo largo del Mundial. En ese país hay al menos 70 millones de cuentas en dicha red social,⁴ la cual pelea con Orkut, una red social lanzada originalmente creada por Google en 2004 que hundió las garras en esta tierra. Aunque el número total de usuarios brasileños en Facebook superó hace algunos años a esa otra red,⁵ su importancia no es menor. Para fines de este ensayo, sin embargo, sólo nos concentraremos en Facebook. De forma panorámica, es útil recordar que Brasil ocupa el tercer lugar en el número total de usuarios, sólo detrás de Estados Unidos (unos 146 millones) e India (114 millones, aproximadamente), según estadísticas recientes.⁶ A lo largo del Mundial, Brasil funcionó como una especie de corazón virtual cuyas arterias recibieron, y replicaron, los temas pertinentes para el país anfitrión. El protagonismo del país, sumado al de sus carismáticos jugadores, potenciaron la imagen y la presencia de ambos a través de las redes sociales y, muy en especial, por medio de la telaraña de conexiones entre amigos y conocidos que habilita Facebook.

Como observamos en el apartado de datos, Brasil fue un actor clave en la conversación mundialista. Tanto sus victorias como sus fracasos crearon ondas sísmicas en el mundo digital a través de hilos de conversación que se extendieron más allá del pitido final de un partido. Sin duda, la figura central de esa conversación es Neymar, pero el tema de la selección brasileña, en su conjunto, fue el aglutinante principal que unificó al mundo virtual. ¿Sucedía esto en otros Mundiales? Sin duda que sí. El juego desarrollado por Brasil, la magia de sus jugadores, ha sido el tema favorito de los medios masivos y las charlas informales desde hace décadas.

⁴ Fuente: <http://www.statista.com/statistics/244936/number-of-facebook-users-in-brazil/>

⁵ Fuente: http://www.forbes.com/fdc/welcome_mjx.shtml

⁶ Fuente: <http://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>

Ahora, además de constatar esa afirmación, podemos aventurarnos a decir que el tema más importante del Mundial es el mejor juego desarrollado. En esta Copa del Mundo lo vimos por espacios con el país anfitrión, pero, tal como lo vemos en las estadísticas ofrecidas anteriormente, las selecciones de Uruguay y Colombia, así como algunos de sus jugadores, lograron filtrarse en el listado de temas más importantes. La razón, parece, es la maestría futbolística que lograron dichos equipos. Alemania sólo aparece después de la paliza que le dio a Brasil y la victoria final contra Argentina, no necesariamente por el juego desarrollado a lo largo del Mundial.

México apareció como uno de los países más interesados en el Mundial, sólo después de Brasil y Estados Unidos. De hecho, los 44 millones de cuentas mexicanas en Facebook⁷ lo colocan como uno de los países más activos en esta red; sin duda, la más fuerte en nuestra nación. Aunque no existen datos que lo sustenten, podemos aventurarnos a decir que los mexicanos extendieron la conversación del Mundial a Facebook y que éste último juega un rol destacado en la confección de un diálogo que va mucho más allá de lo visto en los medios tradicionales. Las conversaciones sobre los partidos de México llegaron a convertirse en auténticos debates políticos, sociales, desbordando la razón deportiva inicial de los mismos. El mexicano no sólo espera, sino que encuentra placer en despatarrar vía Facebook el partido de su selección nacional. Un estudio más profundo se requiere, sin duda, para conocer la dinámica específica del comportamiento mexicano en las redes sociales. Si tomamos a Facebook como una ventana inicial para ese análisis de comportamiento, materializado en palabras, videos e imágenes, se podrán hacer inferencias muy interesantes.

Segunda parte. El Mundial en Twitter

La Copa del Mundo Brasil 2014 será recordada como el primer gran evento futbolístico que canalizó las inquietudes, opiniones y referencias populares en cientos de memes a través de las redes sociales. Un meme es un fragmento cultural que tiende a transmitirse

⁷ Fuente: <http://www.statista.com/statistics/282326/number-of-facebook-users-in-mexico/>

de persona a persona, de acuerdo con la definición original del biólogo Richard Dawkins (*The Selfish Gene*, 1976)⁸. Como nuestros genes, la carga cultural que va en un meme es mutable, y de hecho, ésta es una de sus características fundamentales, pues la cultura se modifica con el paso del tiempo.

El Mundial recién finalizado conjuntó, tal vez como ningún otro acto masivo hasta ahora, una realidad digital paralela que utilizó dichos fragmentos culturales para comunicar –de forma viral, instantánea y fácilmente decodificable– el sentir de millones de espectadores.

Debemos dejar en claro que un meme es mucho más que una imagen. Los memes han proliferado en las redes sociales porque el lenguaje privilegiado de dichas herramientas es lo visual. Esto se debe, en gran parte, a la naturaleza gráfica de las mismas, así como al grueso de personas jóvenes, entre 20 y 35 años, que las usa intensivamente todos los días.

Sin embargo, un fragmento cultural se puede transmitir de muchas otras maneras: a través del lenguaje escrito, el hablado, actitudes; e, incluso, sonidos no necesariamente ligados a nuestra lengua (piense el lector en un bosque templado por el suave sonido de pájaros y una cascada para comunicar lo que para una persona citadina sería la idea de tranquilidad).

Tras esta precisión, no cabe duda de que las redes sociales fueron el gran vehículo de este Mundial para diseminar ideas; en particular, aquellas robustecidas por elementos gráficos, que unificaron elaboraciones colectivas alrededor de un hecho.

El clímax de esta convergencia entre espectáculo-usuario fue el partido Brasil contra Alemania del 8 de julio, el cual detonó 35.6 millones de *tuits*, de acuerdo con el servicio TwitterCounter.⁹

La cifra lo dice todo. Este ha sido el evento más *tuiteado* en la historia de la plataforma. Tan sólo el séptimo gol de Alemania, ya hacia el final del encuentro, generó 394 mil mensajes en unos segundos, según esa misma fuente. En este caso, esa empresa uti-

⁸ Fuente: <https://www.goodreads.com/work/quotes/1746717-the-selfish-gene>

⁹ Fuente: http://twittercounter.com/blog/2014/07/brazil-germany-twitter-record/?utm_source=newsletter%2Bweek%2B28&utm_medium=email&utm_content=textlink&utm_campaign=Weekly%2Btwitter%2Bstats%2Bemail

lizó los *hashtags* genéricos #BRA o #GER para realizar el rastreo de mensajes; es decir, seguramente el volumen total fue mayor incluso a la astronómica cifra de 35.6 millones de *tuits*. En comparación, de acuerdo con Twitter, la semifinal Holanda-Argentina logró 14.2 millones de mensajes. Increíblemente, apenas el 28 de junio, el partido Brasil contra Chile (de octavos de final) había arrojado 16.4 millones de mensajes, otra cifra histórica.

La final de Argentina contra Alemania se quedó corta frente al morbo provocado por la hecatombe deportiva brasileña. El *blog* de Twitter informó que el partido sumó 32.1 millones de mensajes.¹⁰ Aunque Twitter no especificó el número total de *tuits* de cada uno, los tres jugadores más mencionados durante el partido fueron los siguientes; por Alemania: Mario Götze (autor del único gol), el portero Manuel Neuer y Christoph Kramer. Por Argentina: los delanteros Lionel Messi y Gonzalo Higuaín, seguidos de Javier Mascherano. Una *selfie* de los alemanes Lukas Podolski y Bastian Schweinsteiger logró 91 mil 400 *retuits*.

Los momentos más activos de la final, a su vez, fueron el pitido final del encuentro (618 mil *tuits* por minuto), la anotación de Götze (556 mil) y la entrega del Balón de Oro a Messi (395 mil). Otros datos interesantes de la final tienen que ver con la densidad de mensajes relativos a los dos finalistas. En los días previos a la final, prácticamente todo el orbe se volcó hacia el favorito, Alemania, con sólo algunos espacios dedicados a Argentina, reveló la compañía.

Los datos mencionados líneas antes nos sirven para entender la naturaleza digital de cada uno de los partidos del Mundial. Después de la final y la referida semifinal, el partido de octavos de final Brasil-Chile fue el más comentado, tal como se mencionó. En los cuartos de final, el Brasil-Colombia fue el más interesante para los *tuiteros*, pues aglutinó 12.4 millones de mensajes, según otra entrada del *blog* oficial de la plataforma.¹¹

La relación, entonces, es directa. A medida que aumenta la calidad y la importancia del juego, las redes, y Twitter en particu-

¹⁰ Fuente: <https://blog.twitter.com/2014/the-roar-of-the-crowd-for-the-worldcupfinal>

¹¹ Fuente: <https://www.facebook.com/pages/Memes-del-futbol-mundial/256719191169422>

lar, reciben un mayor torrente de información relacionada con el encuentro, tal como sucede en una plática de café, en donde se discuten los temas más actuales e interesantes para los comensales. De acuerdo con el propio Twitter, esa conversación sobre la Copa del Mundo generó 672 millones de mensajes en total. De nuevo, aunque Twitter no da cifras específicas, los jugadores más mencionados en esa charla masiva fueron: Neymar Jr., Lionel Messi, el mordelón Luis Suárez, Cristiano Ronaldo, Arjen Robben y Oscar, jugadores enfocados en la mitad ofensiva del fútbol.

De forma transversal a este tremendo despliegue informativo en Twitter mencionamos al vasto mundo de los memes. Si bien es imposible medir el número total de memes que fueron enviados durante el Mundial, cabe mencionar que en Facebook, por ejemplo, se encuentran cientos de páginas dedicadas a cierto rubro específico de la producción mimética (trabajo, deportes, estrellas de cine).

Sobre el Mundial 2014 hay una decena de constante actualización, en la que la mexicana “memes del fútbol mundial” es una de las más populares, con 33 mil 600 *likes*.¹² (Un estudio más detallado del tema requiere de muestreos tomados a partir del volumen total de *tuits* generados sobre un tema en particular para determinar cuántos de esos mensajes incluyen algún tipo de meme, gráfico o no. El análisis *tuitero* es más fácil, por ser Twitter una red abierta y no cerrada como lo es Facebook, en donde el grueso de los contenidos se encuentran vedados para aquellos que son “amigos” de otros usuarios.)

México, el Mundial y las redes sociales

A partir de la actividad en las redes alrededor de la Selección mexicana se puede extrapolar la importancia futbolística que cada sociedad le da a su selección nacional cuando juega en un Mundial. En la ronda clasificatoria, los partidos de México produjeron un marcado interés en Twitter.

Según el servicio Topsy, el encuentro México-Brasil cristalizó, al menos, un millón de mensajes, después el México-Croacia (800 mil), y en tercer lugar, el México-Camerún (500 mil). En to-

¹² <https://blog.twitter.com/2014/insights-into-the-worldcup-conversation-on-twitter>

dos los casos, la búsqueda se hizo sólo con el *hashflag* de cada país (#MEX, #BRA, #CRC, #CMR), un neo-anglicismo que combina el bien conocido *hashtag* con la palabra bandera.

El México-Holanda, partido de octavos, alcanzó poco más de 2 millones de *tuits*. Cabe mencionar que Topsy usa ciertos filtros para no contar mensajes *spam*, generando así cifras bastante conservadoras. Aunado a los partidos, el fenómeno #NoEraPenal y el grito de “puto”, también deben ser mencionados como dos intersecciones que definieron la participación de México en este Mundial. El primero, creado a partir del percibido injusto penalti provocado al jugador holandés Arjen Robben, que le costó a México el partido de octavos de final, ha generado más de 450 mil *tuits*.

Decimos *ha generado* porque el *hashtag* tiende a revivir cuando el *tuitero* mexicano se percata de alguna injusticia social. El ahora célebre exabrupto, a su vez, no pudo ser contabilizado con precisión en las redes sociales, aunque percolló con los *hashtags* #UnNuevoGritoParaMexico (47 mil *tuits*) y #TodosSomosPutos (43 mil). Las figuras mexicanas más utilizadas para hacer memes fueron el portero Guillermo Ochoa y el técnico Miguel Herrera. Las ideas que circularon con mayor regularidad fueron el sólido desempeño del guardameta, las facultades histriónicas del entrenador nacional y, de forma más importante, la generalizada creencia de que se jugó bien al fútbol pero el equipo fue eliminado, al final, por actores externos.

No dudamos que cada país viva la misma situación de México, con sus dramas, lenguajes y referencias culturales circunscritas a su realidad inmediata, las cuales se materializan en creativos memes. Sea como sea, lo cierto es que la red ha generado una nueva mentalidad colectiva que tiende a sintonizar a los usuarios de las redes sociales en lenguajes visuales sencillos y directos, *ad hoc* a la naturaleza de las mismas.

Tercera parte. Conclusiones

Facebook crea experiencias “meta-mediáticas” que tienden a enlazar a millones de personas alrededor de eventos masivos, tal como lo vimos en Brasil 2014. Esta comunión es facilitada por elementos sistémicos, artificiales, que ofrecen una realidad paralela, impulsa-

da por grupos de personas que conocen de alguna forma al usuario de esta red, en donde el evento del mundo real vive sin tiempo, hasta que es sustituido por un nuevo evento que cataliza nuevas e intensas conversaciones en las audiencias. El Mundial en la era de la digitalización informativa sólo puede ser entendido bajo los principios que ofrece esta interconexión permanente entre individuos alrededor de un hecho material; la cual se ha vuelto una especie de “excusa” para participar en los efectos intoxicantes —reconocimiento, compañía, entretenimiento— que ofrece Facebook.

De forma general, podemos decir que los usuarios de las redes sociales responden con intensidad a eventos que visualizan a través de sus pantallas y les crean emociones, primordialmente la televisión. El deporte, en ese entendido, es expresión relevante para una cultura sólo cuando es televisado. En segunda instancia, podemos decir que los memes han fijado un lugar en la cultura popular como vehículos que sintetizan y se alimentan de la producción de esa misma cultura de masas. Brasil 2014 fue el parteaguas para que dichas expresiones, aisladas durante años en el internet a causa de su naturaleza provocativa, irrumpieran en canales mediáticos establecidos, gracias a su enorme popularidad con grupos jóvenes de la población. Como fenómeno de masas, el Mundial fue el escenario perfecto para catapultar la ideas mimetizadas del usuario mexicano de las redes sociales.

Lenguaje y control en narraciones de futbol en el Mundial de Brasil 2014: contigüidades lingüísticas

Alan Emmanuel Pérez Barajas

Aidée C. Arellano Ceballos

Mario Antonio Rodríguez Bautista

*La calma social, sin embargo, no siempre es el fin.
Uno de los mecanismos de control social que se ejercen
a través del juego es justamente lo contrario:
la confrontación física y verbal.
Los estadios de futbol son ahora espacios propicios
para la confrontación y pueden ser vistos
como "termómetros del nivel de violencia social"*
Layla Sánchez

A manera de introducción

El futbol y el Mundial en Brasil 2014

El presente capítulo tiene como finalidad mostrar —desde la lingüística cognitiva y crítica— el uso y significado de frases y figuras retóricas en la pasada justa deportiva mundialista de Brasil 2014. En este sentido, este texto rescata un corpus de entradas y razonamientos léxicos; también metáforas y metonimias que, en determinadas secuencias narrativas, son expresadas por los relatores o comentaristas de partidos de futbol en su tarea como portavoces de referentes y esquemas compartidos: afición, identidad, ideología, cultura, etcétera.

La XX edición de la Copa Mundial de Futbol en Brasil, coincidió con inestabilidades sociales y económicas del país sede. Cientos de habitantes en favelas y barrios marginales expresaron su in-

conformidad ante el inminente gasto social que implicó la construcción de espacios deportivos, así como la rehabilitación de otros escenarios que demandaban ser aprovechados en el marco de una política social justa a favor de los que menos tienen.¹ Se exigía, entonces, voltear a ver otros rostros y otras voces: las manifestaciones y protestas —en ocasiones, socavadas por la policía federal de Brasil— terminaron desdibujándose de la escena televisiva y cobrando facturas no sólo a la sociedad civil brasileña sino a organizaciones que, como el Movimiento Social sin Tierra (MST, por sus siglas en portugués), apoyaron en muchas de las manifestaciones en São Paulo, Minas Gerais, Río de Janeiro y Brasília.

En este marco tan polarizado, la actividad futbolera tuvo particular importancia como fenómeno social, toda vez que desveló mecanismos de control como la manipulación, la persuasión, las cortinas de humo, las válvulas de escape e, incluso, la confrontación. Invariablemente, éstos se ejercen desde el poder y se dirigen a un público masivo; de preferencia, a las clases populares.

El doctor en antropología e investigador de la Universidad Iberoamericana, Roger Magazine (2011), considera que la manipulación no es tan obvia como para que las personas puedan resistirse o quejarse. Puede pasar casi por imperceptible: “Mucha gente diría: *si esto es manipulación, no está mal. Me gusta ver el fútbol por televisión*”, indica el autor del libro *Azul y oro como mi corazón: masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM* (2008).

Desde allí se puede observar que, “El entretenimiento es la técnica persuasiva básica”, tal como también lo explica Jaime Viaña, psicoanalista y académico en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quien señala que el mejor ejemplo de ello son las cam-

1 El informe Nacional de Desarrollo Humano hace notar que Brasil, junto con Bolivia, es uno de los países con más índice de desigualdad económica y social. El ingreso medio del percentil 90, que contiene al 10 de la población con mayores ingresos, es 15 veces más grande que el ingreso del 10% de la población más pobre y el grado de desigualdad medio por el coeficiente de Gini, del ingreso *per cápita* es de 0.56. Se trata del país más desigual en la región, teniendo un ingreso *per cápita* tres y medio veces inferior (Información disponible en el Programa para el Desarrollo Humano de las Naciones Unidas, 2004).

pañas de Paul Joseph Goebbels, ministro de propaganda en el gobierno de Hitler y responsable de la popularidad del régimen fascista nazi. Viaña señala que el considerable espacio asignado a la sección deportiva en los medios de comunicación cumple con una función ideológica. Se trata de la antigua receta romana: “Al pueblo, pan y circo”. Desde aquí hay un juego metafórico propio de la retórica en el discurso con relación al poder. Recordemos que, a través de la historia han existido diversas formas de ejercer el control, manipular, vigilar y castigar (Cfr. Michel Foucault en *Microfísica del poder*, 1978). Este artículo se enfoca, entonces, del análisis de los fenómenos discursivos verbalizados en tres partidos de fútbol en el Mundial de Brasil 2014. Apostamos al estudio del lenguaje y sus expresiones lingüísticas [no sólo] como una capacidad para contener y expresar puntos de vista sobre la realidad, sino como evidencias socioculturales de esquemas compartidos; y, finalmente, como parte del proceso social en su conjunto, y no como un mero fenómeno aislado sin contigüidades.

Además de esta introducción, integran este texto cinco apartados más. El primero, se denomina *Los enfoques teóricos* y da cuenta de los conceptos fundamentales para entender la verbalización de frases, expresiones, metonimias y metáforas verbalizadas por los narradores en los partidos de fútbol, enmarcadas en la propuesta de las reglas y regulaciones en los actos verbales de Fowler y Kress (2003). El siguiente, es el *Metodológico* y allí se informa acerca de los criterios de selección considerados como punto de partida para la conformación del corpus y el análisis de los datos obtenidos. En el capítulo de *Presentación y discusión de resultados*, se comparte un análisis detallado de los principales hallazgos y su interpretación en el marco de la lingüística cognitiva y la lingüística crítica. Finalmente, se presenta un apartado breve de *Conclusión general* y la *Bibliografía*.

Los enfoques teóricos

De la lingüística crítica a la teoría de la metáfora

Es bien sabido que las formas lingüísticas del habla dan cuenta de las circunstancias sociales en que se produce el lenguaje. Las relaciones múltiples entre el estilo, la traslación del código y situación,

son precisas y funcionales; de modo que un análisis de las estructuras lingüísticas llega a revelar los contextos del lenguaje con una considerable precisión.

Según Fowler y Kress (2003) [...] “Los sociolingüistas tratan en general la variación lingüística como un índice de la estructura social, porque es producto de las circunstancias sociales; por ejemplo, de la naturaleza de los grupos o clase social así como de las interacciones personales...” Esto nos lleva a considerar que las formas del lenguaje usadas son parte y consecuencia de ciertos procesos sociales.

En los partidos de fútbol el uso del lenguaje es un instrumento por el que la gente maneja su propio comportamiento e influye en el de las otras personas; también es el mecanismo por medio del cual las agrupaciones sociales se organizan y el significado de que esos grupos disponen queda determinado por rasgos y elementos *morfofonéticos*, *lexicosemánticos* y, en general, *discursivos*. Este proceso se denomina como *variacionismo lingüístico*.

Para poder entender cómo la lingüística crítica enmarca los valores sociales del habla, a través de las narraciones de partidos de fútbol en los medios, consideramos precisar que, los narradores o comentaristas de discursos mediáticos son conceptualizados por Villena (2012) como “[...] transmisores y vehículos de un capital simbólico que, en el acto narrativo *mass-media*, elaboran y transmiten aspectos relacionales, situacionales y culturales, englobados en fórmulas lingüísticas particulares...”

Lo anterior, lo podemos interpretar como la representación de lo simbólico y sociocultural que los narradores y comentaristas de partidos de fútbol hacen al momento no sólo de transmitir el mensaje al público aficionado, sino como mediadores intencionados de un discurso; toda vez que, sus declaraciones sirven como un mecanismo funcional para manejar positiva o negativamente la integración simbólica de las comunidades nacionales (espectadores y escuchas). Esto, toda vez que son llamados a participar de manera activa y apasionada, como si se tratara de un emotivo deber cívico y de lealtad a la nación representada.

Así, la lingüística crítica parte de postulados y premisas sumamente aplicadas tanto como sólidas para entender las conexio-

nes entre la estructura lingüística y la estructura social. Estos vínculos van, en importancia y en poder de provocación, mucho más allá de las correlaciones existentes entre los agrupamientos sociales en el interior de una población y los estilos de habla que se han descrito en la sociolingüística tradicional (Cfr. Peter Trudgill, *Sociolinguistics*, Harmondsworth, Penguin, 1974; en: Fowler y Kress, 2003).

En el caso de nuestro objeto de estudio (lenguaje y control en narraciones de partidos de fútbol en Brasil 2014) parte de conceptos como el de *relexicalización*, *metonimia*, *metáfora*, *acto ilocutorio*, *verbo modal*, *oraciones pasivas y declarativas*. Todos estos elementos vistos como y desde diversos aspectos del uso del lenguaje para controlar el comportamiento de otras personas. Todo ello implica que se reflexione acerca de la capacidad del lenguaje como instrumento para modificar determinada percepción sobre un objeto de referencia; o bien, es visto como parte del proceso mediante el cual se utiliza el lenguaje para ejercer control. Este ejercicio requiere un conocimiento de la semántica del grupo social interesado. (Esto es, esencialmente, el argumento acerca de que la estructura de las variedades sociales interesadas requiere que el individuo aprenda conceptos exclusivos que son peculiares al grupo o conocidos por él).

A continuación ofrecemos dos ejemplos que trasladan a un caso concreto lo antes enunciado. Los ejemplos que se brindan evidencian cómo es que un narrador busca dirigir “hipotéticamente” el comportamiento específico de los miembros televidentes o aficionados que siguen un partido de fútbol. Se trata de un acto ilocutivo² que cae dentro de la categoría general de orden o mandato, considerando que pueden ser diversos y de múltiples formas sintácticas.

² Un acto *ilocutivo* supone su realización a través de un enunciado, que es una unidad lingüística, la cual está contextualmente determinada. Muchas veces se dice que los enunciados son “oraciones puestas en uso”; es decir, puestas en un contexto determinado. La emisión del enunciado puede realizarse de forma oral o escrita, siempre y cuando se lleve a cabo la realización de una acción mediante palabras.

1.a Nuestros aficionados mexicanos *deben* estar siguiendo, con el corazón en la mano, los últimos momentos de este partido.

1.b *Se pide* a nuestros compatriotas televidentes y fieles seguidores no abandonar a nuestra selección en estos últimos minutos y *estar* con ellos en todo momento.

En el caso de la primera oración, se trata de una declarativa; mientras que la segunda es una imperativa con dos cláusulas. Ambas oraciones expresan la relación entre el hablante y el oyente (Eo / H) de múltiples formas: los papeles ilocutivos asignados en un caso son “dador de información” y “receptor de información”; en el otro, son “ordenador” y “ordenado”.

Es claro que las dos formas son apropiadas para dos clases diferentes de relación de poder: el imperativo para una que implica una diferencial de poder considerable, donde el control puede ejercerse mediante la afirmación directa de los apeles de ordenador-ordenado. La declarativa, por otra parte, no hace aparentemente ninguna reivindicación en cuanto a relaciones de poder: el acto de dar información parece un acto neutral. (De hecho no hay tal: el dador de información tiene el papel de hablante, y hay convenciones en cuanto a quién puede y quién no puede ser hablante en toda situación dada: por ejemplo, los niños deben ser vistos y no escuchados; y todo el mundo nota cuando alguien habla “cuando no le toca”. Asimismo, un dador de información es un sabedor de la información, y el saber es una base de poder). La “orden” en las declarativas no se manifiesta directamente a través de los papeles ilocutivos, sino de manera modal, mediante el uso del verbo modal “deber” (Fowler y Kress, 2003:41).

Como principio general, se propone que, cuando mayor es el poder diferencial entre las partes en un acto ilocutivo de orden, más “directa” es la forma sintáctica —por ejemplo, imperativa— que puede escogerse. Alguien que goce de poder absoluto puede permitirse ser abrupto. Cuanto menos sea la distancia de poder, mayor será la cantidad de esfuerzo lingüístico, de circunlocución (declarativas, especialmente impersonales; o pasivas, por ejemplo: reglas).

En este sentido, se supondría que todas las órdenes requieren que los siguientes elementos de significado estén presentes en la estructura subyacente de los enunciados que las expresan:

- Emisor de la orden, que es también hablante (Eo/H)
- Receptor de la orden, que es también oyente (Ro/o)
- Verbo de orden
- Agente de la acción, que debe llevarse a cabo, que es la misma persona que Ro/Q
- Proposición, que se refiere a la acción que debe realizarse (P)
- Desplazamiento del tiempo de la acción a un punto posterior al tiempo de la emisión

En la cláusula imperativa *Estar con ellos en todo momento* es una manera de expresar el siguiente acto ilocutivo:

Yo	ordeno a ti	que tú	(en el futuro inmediato)	estés	con ellos (los jugadores)
Eo/H	Vo	Ro/O	A	W	P

Ésta, que es la menos cortés de las estructuras de mando, proporciona derivaciones mediante la aplicación masiva de transformaciones de supresión: Eo/H, Vo, Ro/O, A y W desaparecerán. A pesar de las supresiones, los imperativos son perfectamente comprensibles. El oyente suple los elementos suprimidos con su conocimiento del contexto no lingüístico en el que ocurre el acto ilocutivo. Esta dependencia lingüística del contexto hace que la situación misma resalte notoriamente y sea muy palpable. En efecto, el emisor de la orden fuerza al receptor a tomar conocimiento directo de aquellos aspectos del contexto social que hacen válido al acto ilocutivo; específicamente, el emisor de la orden declina manifestar que él tiene la autoridad sobre el receptor que recibe la orden (las manifestaciones alientan las contramanifestaciones y, así, facilitan la insubordinación), pero fuerza al receptor a reconocer su poder.

En otro plano ya no sintáctico sino a nivel de interfase léxico-sintáctica donde coexisten mecanismos de reducción, la supresión de agentes está generalizada y la reducción sintáctica que la

acompañada como resultado cierto número de nuevos compuestos de apariencia nominal: 1.a “aficionados mexicanos”, 1.b “compatriotas televidentes” han sido comentados ya en el contexto de la supresión de agentes. Estos pasivos reducidos, y otras estructuras de oración, se encuentran comprimidos en frases nominales (“nominalizados”); de modo que pueden ocurrir en posiciones de la estructura sintáctica que podrían estar ocupadas igualmente por simples especímenes léxicos como “aficionados” o “compatriotas”. Este proceso de codificación de la experiencia en nuevos modos mediante la invención de especímenes léxicos, se conocen como relexicalización.³

Por su parte, la metáfora y metonimia para la lingüística cognitiva poseen dos funciones particulares: la primera, de comprensión, y la segunda, de referencia. George Lakoff, afirma que la metáfora impregna todo el lenguaje y el pensamiento, evidencia un significado particular y está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana (Lakoff y Johnson, 1986:33); para entender su función en el fútbol podemos decir que abona en un mejor entendimiento de lo que queremos expresar. La metáfora surge cuando se inserta en algún contexto de una palabra (s) o frase, otra palabra (s) o frase proveniente de otro contexto. Pensamos y actuamos de manera automática; entonces, es de naturaleza metafórica nuestro sistema conceptual diario. Según los citados autores, existen tres tipos de metáforas: *estructural, de orientación y ontológica*. A los conceptos metafóricos que estructuran un concepto en términos de otro se les llama metáforas estructurales. Corresponden a formas de interacción centrales a nuestra cultura, en nuestro entorno político, social o cultural. Por ejemplo: “La discusión es una guerra”.

Las metáforas orientacionales son aquellas que organizan conceptos con relación a otros y, como su nombre lo indica, nos orientan en todos sus ejes: arriba-abajo, dentro-fuera, delante-atrás, profundo-superficial, central-periférico. Estas metáforas se forman a partir de nuestra experiencia física, en virtud de que nuestro cuerpo está ubicado en un espacio y reacciona de acuer-

³ Véase a Halliday, M. A. K. (1976). Anti languages, UEA papers. En: *Linguistic*, Vol. I, abril de 1976, pp. 15-45.

do al lugar donde se encuentre situado. Por ejemplo: “El equipo estaba arriba al final del partido” o “Mi equipo se vino abajo al final del encuentro”.

Las metáforas ontológicas son muy parecidas a las orientacionales, porque nos permiten crear nuevos conceptos de nuestras experiencias con objetos físicos, basándose en la orientación humana. Estas metáforas son entidades y sustancias que hacen considerar acontecimientos, actividades, ideas, emociones, entre otros aspectos y fenómenos. Lakoff y Johnson (1986) las clasifican de la siguiente manera:

- Para referirse: *El honor de nuestro equipo* está en tela de juicio
- Para cuantificar: Hay *mucho valor* dentro de ti
- Identificar aspectos: Jamás tuve una *sensación de victoria* dentro del partido
- Para identificar causas: Las *diferencias internas* les costó el Mundial
- Para establecer metas y motivaciones: Se fue a EU *en busca de fama y fortuna*

En muchos casos, como los revisados arriba, la personificación es una categoría general que cubre a una amplia gama de metáforas; cada una de las cuales, recoge aspectos diferentes de una persona o formas de mirar o apreciar a otra apersona (Lakoff y Johnson, 1986: 74).

Por el contrario, la metonimia consiste en utilizar una entidad para referirnos a otra que está relacionada con ella. Esta figura tiene una función netamente referencial, es decir, permite utilizar una entidad por otra.

Aunque no únicamente es un procedimiento referencial, sino que desempeña la función de proporcionar una mejor comprensión de un hecho, situación o fenómeno. Como ejemplo de ésta, se puede destacar *el todo por una parte*. Existen rasgos de objetos, personas, entre otras, que se pueden llegar a destacar y representar por el todo; por ejemplo: “Todo el mundo está viendo el partido de fútbol en este momento” (Cfr. Lakoff y Johnson, 1986). Las metonimias más empleadas, aunque no las únicas, son las siguientes:

La parte por el todo
El todo por la parte
El objeto usado por el usuario
El producto por el productor
El controlador por lo controlado
La institución por la gente responsable
El lugar por la institución
El lugar por el acontecimiento

Como bien se puede apreciar, metáfora y metonimia son muy similares pero sus funciones y significados divergen. Al igual que la metáfora, la metonimia estructura nuestro lenguaje, pensamientos, actitudes y acciones. Una de las diferencias fundamentales entre una y otra es que la base de los conceptos metonímicos es más obvia, porque suelen conllevar asociaciones directas, físicas o causales.

Las metáforas y metonimias representan, también —por capacidad de recepción en los interlocutores de las narraciones de fútbol— una oportunidad siempre abierta de influir y manipular más fácil, en aras de modificar una conducta. La clave para su éxito radica en su gran capacidad de conceptualizar en el público receptivo conceptos sistemáticos al igual que metafóricos relacionando una cosa con otra.

Metodología. Obtención y conformación del corpus

La ruta metodológica en el presente artículo se generó a partir de la *elicitación* de tres partidos en la emisión mundialista de Brasil 2014. Cuando en la investigación lingüística se utiliza el término *elicitación*, se refiere a la forma de obtención de datos lingüísticos para comprender un fenómeno lingüístico particular (Himmelman, 1998). Esta técnica nace en el siglo diecinueve, debido a la conciencia que tuvo entre los científicos del lenguaje la pérdida global de la diversidad lingüística, el reconocimiento de la tipología lingüística del mundo, y los avances tecnológicos como herramienta en la documentación de lenguas en peligro de extinción en el trabajo de campo (Cfr. Himmelman, 1998; Austin, 2003; Gippert, Himmelman y Mosel, 2006).

Los criterios para la *elicitación* de la conformación del corpus fueron los siguientes:

Como punto de inicio, el partido final, mismo que se celebró el domingo 13 de julio de 2014. Partiendo del juego final, se optó por analizar un partido de las fases anteriores a la final (cuartos de final y semifinal), seleccionando un encuentro disputado por alguno de los finalistas; así, entonces:

Semifinal: Brasil vs. Alemania

Cuartos de final: Argentina vs. Bélgica

Entonces, los partidos analizados fueron:

Final: Alemania vs. Argentina (celebrado el 13 de julio de 2014)

Semifinal: Brasil vs. Alemania (8 de julio de 2014; el otro juego fue: Países Bajos vs. Argentina, disputado el 9 de julio de 2014)

Cuartos de final: Argentina vs. Bélgica (5 de julio de 2014; los otros partidos fueron: Francia vs. Alemania y Brasil vs. Colombia, jugado el 4 de julio de 2014; y Países Bajos vs. Costa Rica, celebrado el 5 de julio de 2014)

El análisis de los partidos se llevó a cabo del 12 al 16 de agosto de 2014, observando la repetición en línea de los partidos en el sitio de “Televisa deportes” (<http://televisadeportes.esmas.com/copa-mundial-fifa-brasil-2014/player/>).

Por cuestiones relacionadas a derechos de emisión, no todos los partidos del Mundial fueron transmitidos por televisión abierta; por ende, no se encuentra disponible la repetición de algunos partidos, lo cual redujo las opciones de análisis de siete a cinco juegos.

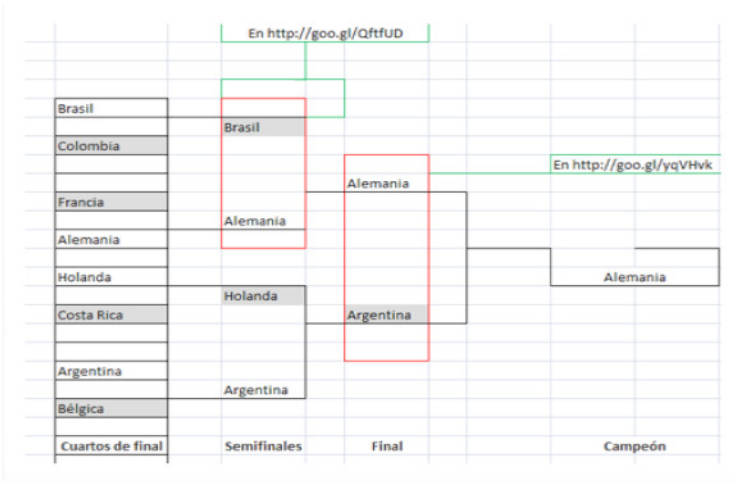
Final: Alemania vs. Argentina (transmitido)

Semifinales: Brasil vs. Alemania, Países Bajos vs. Argentina (ambos transmitidos)

Cuartos de final: Francia vs. Alemania, Países Bajos vs. Costa Rica (no transmitidos), Brasil vs. Colombia y Argentina vs. Bélgica (ambos transmitidos)

El esquema siguiente muestra, gráficamente, la ruta para la documentación lingüística del corpus:

Figura 1
Ruta de conformación del corpus



Fuente: elaboración propia.

Se consideró como punto de partida el encuentro final. Partiendo de aquí, se tomó a uno de los finalistas para recopilación de datos en la fase de semifinal; mientras que para el segundo, se tomó en cuenta la etapa de cuartos de final. Se marcan en rojo los juegos estudiados y con verde, en los extremos, las direcciones electrónicas de donde fueron elicitados.

Después de haber conformado el corpus, se procedió a la sistematización de la información en un hoja de cálculo *Excel 2010*®, creando un conjunto operativo de categorías clasificatorias para metáforas y metonimias, con un mismo número para cada conjunto (columna A). Las metáforas y metonimias, junto con las relexicalizaciones y otras construcciones sintácticas, fueron agrupadas y subclasificadas de acuerdo a su temática, dentro de la misma conceptualización metafórica y por referencia, para el caso de las metonimias (columna B). También aparecen, a la derecha (sombreadas con color) la nomenclatura asignada al partido donde se verbaliza cada figura retórica (columna C).

A continuación se muestra la gráfica que simplifica una ventana clasificatoria de las metáforas y sus temas (marcados con color naranja tenue).

Figura 2
Sistematización y clasificación de las categorías para grupos de metáforas y metonimias

F17		
A	B	C
2	LAS JUGADAS SON SERVICIOS	
2	Willian a servir	SF:BRAvsAL
2	Viene Bernard para meter el servicio	SF:BRAvsAL
2	Va para Basanta en posición de servicio	CF:ARGvsBE
2	Servicio lateral para De Breyne	CF:ARGvsBE
2	La sirve así en el apoyo	CF:ARGvsBE
2	El servicio es bastante malo	GF:ALEvsAR
2	El servicio a segundo palo	GF:ALEvsAR
2	Di María intentaba servir a Zabaleta	CF:ARGvsBE
2	Ahí va el servicio largo para Chema Basanta	CF:ARGvsBE
3	LA DERROTA ES MUERTE, LA VICTORIA ES VIDA	
3	Unos errores que están sepultando toda ilusión brasileña	SF:BRAvsAL
3	Un silencio sepulcral en el Mineirao	SF:BRAvsAL
3	No se ha jugado la vida en la gran final	GF:ALEvsAR
4	LOS FUTBOLISTAS SON MÁQUINAS	
4	Vean cómo mete el freno de mano	GF:ALEvsAR
4	Una aplanadora en Belo Horizonte	SF:BRAvsAL
4	La jugada de fábrica	GF:ALEvsAR
4	La carrocería es valiente	GF:ALEvsAR
4	Cuidan todo detalle para seguir siendo la aplanadora que son	SF:BRAvsAL
4	Como buen coche alemán. Argentina alineada. balanceada y carburando	GF:ALEvsAR

Fuente: elaboración propia.

Para clasificar metáforas y metonimias fue necesario subdividirlas primero por grupos, respectivamente, y después se marcan sus temas junto con el número que les corresponde; así, por ejemplo, el primer tema clasificado que se muestra es el de “las jugadas son servicios”, marcado con el número (2) y a todo su grupo de 9 metáforas les corresponde el mismo número. También se incluye una nomenclatura al extremo derecho de cada metáfora o metonimia, que indica (por colores) la clasificación del partido y los países contendientes.

Presentación y discusión de resultados

En este apartado se abordan los principales hallazgos de los tres partidos de fútbol explorados. Lo que se presenta, en primera instancia, consiste en ejemplificar las formas léxico-sintácticas de las

relexicalizaciones que se encontraron en una gran cantidad de las expresiones y frases proferidas por los narradores de los partidos de fútbol. En primer lugar, recuérdese que la función comunicativa de los narradores y comentaristas no se limita al acto mismo de narrar o comentar, sino que influye en la conducta deportiva de quienes fungen como espectadores. Si bien el control y poder en los actos ilocutivos discursivos no están siendo reproducidos directamente por la coincidencia física y proxemia entre interlocutores, también es cierto que ~~como~~ se señaló en el apartado introductorio—la participación de los narradores puede llegar a ejercer cierto control para persuadir, disuadir o apelar a determinada acción, ya sea de manera tanto positiva como negativa.

Se trata pues, de un discurso referido y representado donde el narrador/comentarista de un partido de fútbol, es el portavoz y sentir de la afición. Precizado lo anterior, se refiere ahora el análisis de relexicalizaciones y expresiones verbalizadas, donde pareciera que los narradores tienen la encomienda de convencer a la afición de que las selecciones nacionales y sus integrantes son una promesa mayor; y, por tanto, son un ente “todopoderoso” cargado de armas, disparos y con el poder de matar. Después, se explicará el papel y función de control en las metáforas y metonimias. Finalmente, se mostrarán los grupos metafóricos y metonímicos que fueron configurados.

Uno de los mecanismos de control social que se ejerce a través del juego es justamente lo contrario: la confrontación física y verbal. Los estadios de fútbol son ahora espacios propicios para la confrontación y pueden ser vistos como “termómetros del nivel de violencia social”. Es el “divide y vencerás”. Por ello, se utiliza un lenguaje marcial: los comentaristas narran, con exacerbado nacionalismo, las “batallas” deportivas. En lugar de ver futbolistas, vemos a soldados que van a pelear por un país. Observemos los siguientes ejemplos relexicalizados donde el elemento [agente suprimido aparece entre corchetes]:

1.a Ya no ha podido hacer daño [el equipo alemán]
GF:ALEvsARG

1.b Un rematador letal [el defensa del equipo argentino]
GF:ALEvsARG

1.c Tiene que ir a muerte con el esfuerzo [el equipo alemán] GF:ALEvsARG

1.d Tiene que ir a matar o morir [Argentina] GF:ALEvsARG

1.e El jugador al que más disparos han bloqueado [Higuaín] CF:ARGvsBEL

En el ejercicio del poder y del control, el lenguaje metafórico resulta un ingrediente importante para quienes trabajan o tienen la encomienda de trabajar y manipular a las audiencias. Ernesto Priani (2003), estudioso de las relaciones de poder que se dan en la cancha, explica que “los medios de comunicación, los grandes inversores y el poder político aprovechan el fenómeno del fútbol y lo ocupan para favorecer sus propios intereses” (p. 34). De este modo, la metáfora resulta un instrumento no sólo lingüístico, sino de poder discursivo para el involucramiento de las masas por parte de un narrador de partidos, que tiene la encomienda de transmitir elementos ideológicos determinados (según convenga o no, a la empresa informativa para la que trabaje).

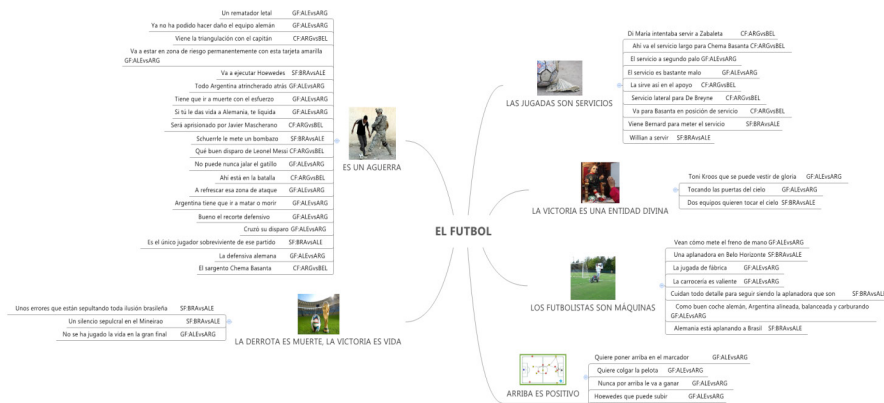
Digamos que, un ejemplo práctico y simplista podría ser “La idea es: si yo logro convencerte a ti de que la Selección es una promesa mayor de lo que realmente es, voy a lograr que compres cosas, veas mis programas y disfrutes de la ‘calma social’”. Para este caso, la metáfora es un elemento propicio para lograr dicho cometido, ya que el lenguaje figurado ayuda a estructurar de una manera más clara las ideas y expresiones de una manera natural y puede ser entendido por cualquier espectador; en ese tono, Lakoff y Johnson (1986), reflexionan sobre el acceso discursivo que tiene la metáfora como mecanismo de poder y dominación en los eventos comunicativos dirigidos a las masas. Se considera, en ese sentido, que las narraciones de fútbol forman parte de un recurso y estrategia ideológica de quienes tienen el poder para dirigirse a las clases populares y diversos estratos sociales, porque comparten un gusto por él. Se trata de futbolización de la sociedad, dado que no hay manera de escapar de la euforia futbolera.

A diferencia de otros deportes y entretenimientos, el fútbol ocupa siempre un lugar destacado en la vida de una enorme cantidad de personas, atrae la atención de núcleos importantes de la población y ejerce considerable influencia sobre las clases populares.

Enseguida, como parte del análisis realizado minuciosamente, se presentan expresiones metafóricas. Se mencionan seis de los grupos metafóricos donde:

El futbol es una guerra, Las jugadas son servicios, La derrota es muerte, La victoria es vida, Los futbolistas son máquinas, El futbol es un juicio y la cancha es un juzgado, El gol es honor, Arriba es positivo, El balón es una posesión valiosa, Las jugadas son peligro, El futbol es una pelea, Las jugadas son estructuras materiales, La victoria es una entidad divina, Solo es positivo, El futbol es una ciencia, El futbol es un arte, El futbol es trabajo, Las jugadas son labores domésticas.⁴

Figura 3
Representación gráfica de seis grupos metafóricos en los partidos de futbol analizados



Fuente: elaboración propia.

⁴ Para conocer el corpus completo de los grupos metafóricos se solicita a los interesados(as) ponerse en contacto con los autores; en virtud de que, por cuestiones de economía editorial, sería sumamente complicado compartirlos en este espacio. No duden en hacerlo y con agrado les enviaremos esa información.

El tema central de la metáfora es el fútbol; también podemos decir que forma parte del dominio-fuente; mientras que los dominios-meta, constituyen representaciones de manifestación verbalizada por los narradores y hablantes quienes, como aficionados y hablantes con similares referentes, entienden y comparten asociaciones de significados comunes.

Respecto de la metonimia, si bien tiene una función similar a la metáfora, por ser ambas figuras cognitivas, su principal intención como elemento semántico es fungir como referente para la configuración de significados compartidos. De ese modo, una metonimia verbalizada en las narraciones es compartida y entendida por los seguidores, a razón de un esquema representado simbólicamente como referente en el habla (Lakoff y Johnson, 1986: 105-108). La metonimia, junto con la metáfora, son elementos lingüísticos que también son empleados como parte de las estrategias de persuasión.

En síntesis se puede decir que, la metonimia empleada como estrategia discursiva, provee de un sentido por analogía (Cfr. Gentner, 1983:3-10); lo particulariza como el mecanismo responsable por la exclusión de aspectos semánticos de la estructura fuente; es, como ya se dijo, la proyección parcial al *blend*. La parcialidad de la proyección es un aspecto recurrente, constitutivo de todo proceso de *blending* y puede representar también, adecuadamente, como simplificación de entender un significado complejo a partir de sus elementos más simples. Veamos los siguientes ejemplos de metonimias encontradas en este análisis proyectivo de significados relacionados con *La parte por el todo y el todo por las partes*:

Figuras 4 y 5

Representación gráfica de dos grupos metonímicos relacionados

El todo por la parte	
Toda la banca de Alemania levantada	GF:ALEvsARG
Se mete toda Alemania en su área	GF:ALEvsARG
No hay piedad a Brasil por los alemanes	SF:BRAvsALE
Nicola Rizzoli le ha pitado dos veces a Argentina	GF:ALEvsARG
Intenta pegar Alemania	SF:BRAvsALE
Este mundial empezó esperando a Messi	GF:ALEvsARG
El Maracaná tiembla	GF:ALEvsARG
Argentina va a tratar de arrebatar el control	GF:ALEvsARG
Argentina se ve mejor y se siente mejor	GF:ALEvsARG
Argentina quiere romper el maleficio	CF:ARGvsBEL
Alemania ya pegó primero	SF:BRAvsALE

La parte por el todo	
Se vieron las caras en semifinales	CF:ARGvsBEL
Le regala movimiento de manos	GF:ALEvsARG
Las caras tristes, largas, derrotadas	SF:BRAvsALE
Hay movimiento de manos	GF:ALEvsARG
Está moviendo las piernas argentinas	GF:ALEvsARG
El balón sigue siendo alemán	GF:ALEvsARG
De tacón, lo acaba reventando como puede	GF:ALEvsARG
Atrás de taquito	SF:BRAvsALE
Acaba en los pies del central	GF:ALEvsARG
Acaba en las piernas de Sergio Romero	GF:ALEvsARG
Uno por cero la albiceleste	CF:ARGvsBEL
Un balón dividido	GF:ALEvsARG
Messi intenta pegarle al poste de Courtois	CF:ARGvsBEL
Los líderes del vestuario albiceleste	GF:ALEvsARG
Estas pelotas no se van a presentar con frecuencia	GF:ALEvsARG

Fuente: elaboración propia.

En la primera columna se enlista la metonimia completa, tal cual fue verbalizada por los narradores del partido en cuestión. Considérese que también prevalecen algunas figuras como metáforas visuales y de imagen, pero que para este trabajo, no tienen un análisis exhaustivo ni particular. En la columna derecha, la clave que le corresponde, de acuerdo a la nomenclatura ya antes explicada, para identificar cada partido.

Conclusión general

Los trabajos que desde la lingüística cognoscitiva se han efectuado, en gran medida han podido brindar marcos y aproximaciones importantes para el estudio de las estrategias discursivas de persuasión y manipulación en públicos que comparten los mismos intereses y aficiones: el fútbol es uno de ellos. Mueve a las masas, *futboliza* al Estado mismo y entretiene al igual que distrae desde la lingüística, crítica de Fowler y Kress (2003), y algunos conceptos de la teoría de la metáfora cognitiva propuesta por Lakoff y Johnson (1986).

El modesto acercamiento que se ha presentado en este trabajo brinda la posibilidad de acercarnos a los estudios del deporte y el comportamiento de las audiencias desde una perspectiva transdisciplinaria. Particularmente, se pudo constatar en este breve recorrido que el conocimiento lingüístico (consciente o inconsciente) también puede llegar a constituir poder. Las declaraciones ilocutorias, relexicalizaciones, metáforas y metonimias constituyen un claro ejemplo de ello. De ahí que presuponen al narrador de partidos de fútbol como un conocedor del comportamiento de las audiencias, que necesita transmitir determinado mensaje o intención a alguien (público y seguidores aficionados).

Se observó también que, la aplicación del poder verbal para controlar y/o persuadir es unidireccional; no hay rastro de una negociación en torno al control. Esa superioridad, según lo examinamos con la sintaxis de las oraciones pasivas y declarativas, muestran el mando y control de quien profiere el acto mismo verbalizado; es decir, se trata de un acto unilateral sin posibilidad de negociación o consenso, discursivamente hablando.

También es notorio el hecho de que los medios de comunicación contribuyen a la conformación de una cultura y una identidad nacionales, mediante la elección y el tratamiento del lenguaje transmitido, es decir, mediante la producción de sentido. Según determinados criterios técnicos económicos, ideológicos y políticos, los medios escogen e, incluso, producen los hechos a los que prestan cobertura cargándolos de significados e intenciones. Sin embargo, el mensaje depende no sólo de los contenidos, sino también del tratamiento formal de los mismos, tanto en términos técnicos

como ideológicos y lingüísticos; por lo que, trabajos como éste, representan una amplia posibilidad para un análisis exhaustivo de la identidad lingüística desde una perspectiva sociocultural del comportamiento de las masas.

Se concluye, entonces, señalando que, el fútbol es un fenómeno masivo que moviliza o paraliza a la estructura social, quienes fungen como intermediarios entre el acto mismo del juego y la audiencia como receptores de mensajes (narradores) deberán ser sensibles y saber manejar los elementos lingüísticos de los que echan mano; ya que, como parte de la densidad simbólica que manejan a través del lenguaje, no sólo es un acontecimiento mediático masivo, también es el medio propicio para la manifestación de otros comportamientos verbales sujetos a regulaciones de conducta.

Basta con recordar la rápida apropiación y eco que tuvo la expresión ¡Eeeeeeeh *putoooo!* [e e e 'e e pwu to 'o o] en el pasado mundial de Brasil 2014, donde aun cuando no participaba la selección mexicana, la expresión había dejado de ser exclusiva de la afición mexicana que la profería en aparentes momentos de desventaja para la selección nacional cuando despejaba el portero contrario, sino que ya había sido adoptada por otros aficionados, encontrando buen puerto.

Lo anterior demuestra la erosión lingüística de una expresión verbal que, al ser compartida, forma parte de las muchas aristas que trae consigo una especie de control de situaciones a través del lenguaje; y que, además, trae consigo otro tipo de conductas paraverbales, que además de ser polémicas por tener muchos defensores u opositores (como la misma FIFA),⁵ son dignas de estudiarse en aras de un mejor entendimiento y comprensión global del fenómeno y sus contigüidades lingüísticas.

⁵ Federación Internacional de Fútbol, por sus siglas en inglés.

Bibliografía

- Foucault, M. (1978). *Microfísica del poder*, GRAÓ, Madrid, España.
- Fowler, R. y Kress, G. (2003). *Lenguaje y control*. En la colección de Lengua y Estudios Literarios del Fondo de Cultura Económica, México.
- Gentner, D. (1983). *Structure-Mapping: A Theoretical Framework for Analogy*. En: Gippert, J.; Himmelmann, N. y Mosel, U. (2006). *Essentials of language documentation*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Halliday, M. (1976). Languages Structure and Language Function. En: J. Lyons (Comp.) *New Horizons in Linguistics*, Harmondsworth, Penguin.
- Himmelmann, N. (1998). Documentary and descriptive linguistics, *Linguistics* 36, 161-195. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1986). *Metaphor we live by*. University of Chicago Press. U. S. A.
- Magazine, R. (2011). *En conferencia plenaria*. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, D. F.
- Magazine, R. (2008). *Azul y oro como mi corazón: masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*. UNAM, México.
- Priani, E. (2010). *Fútbol, mecanismo de control social*. En la Revista *Contralínea*. Disponible en: <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2010/06/06/futbol-mecanismo-de-control-social/> (Consultada el 20 de agosto de 2014).
- Televisa deportes <<http://televisadeportes.esmas.com/copa-mundial-fifa-brasil-2014/player/>>.
- Trudgill, P. (1974). *The social differentiation of English in Norwich*, Cambridge University Press, UK.
- Viaña, J. (2010). *Fútbol, mecanismo de control social*. En la Revista *Contralínea*. Disponible en: <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2010/06/06/futbol-mecanismo-de-control-social/> (Consultada el 20 de agosto de 2014).
- Villena, S. (2012). *Futopías: cuaderno de Ciencias Sociales 160*. EDERE: Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, México.

Predictores contextuales y personales de la motivación en futbolistas mexicanos

Jeanette M. Lopez-Walle
José L. Tristán Rodríguez
Jorge I. Zamarripa Rivera
Rosa María Ríos Escobedo
Octavio Álvarez Solves

Introducción

El comportamiento y el estilo interpersonal del entrenador pueden desempeñar un papel trascendental en la formación del rendimiento de los atletas y en las experiencias psicológicas que se derivan de su participación en el deporte (Vallerand y Losier, 1999). Asimismo, las variaciones en el entorno psicológico creado por los entrenadores y su impacto en los procesos motivacionales de los deportistas son factores determinantes de la calidad del compromiso deportivo, lo que nos permite conocer si la participación conduce a resultados positivos y/o mal adaptativos (Balaguer *et al.*, 2012).

Actualmente, una de las teorías motivacionales que está contribuyendo a la comprensión del desarrollo del bienestar o del malestar en los contextos sociales es la Teoría de la Auto-Determinación (*Self-Determination Theory*, SDT; Deci y Ryan, 1985, 2000); y, más concretamente, la Teoría de las Necesidades Básicas (*Basic Needs Theory*, BNT), una de las mini-teorías de la SDT (Ryan y Deci, 2002). La BNT asume la existencia de tres necesidades psicológicas básicas, que son: competencia, autonomía y relación.

La *competencia* se refiere al grado en que los individuos se sienten eficaces en sus interacciones en el entorno social y oportunidades de experiencia en el que expresan sus capacidades. La necesidad de *autonomía* se refiere al grado en que los individuos se sienten que son la fuente de su propia acción. Por último, la necesidad de *relación* se define como el grado en que los individuos sienten una seguridad de pertenencia y conexión con otras personas de su entorno social. Esta teoría asume que la satisfacción de estas necesidades psicológicas básicas mejora el bienestar psicológico y físico (Deci y Ryan, 2000); mientras que cuando las necesidades psicológicas se frustran, ocurre el malestar (Ryan y Deci, 2000).

La STD propone que el desarrollo del bienestar o del malestar está en función del contexto social y de su potencial para la satisfacción de las necesidades psicológicas básicas (Deci y Ryan, 2000; Ryan y Deci, 2000, 2002). En el ámbito deportivo, donde el entrenador puede considerarse como la figura de autoridad para todos los deportistas de un equipo (Ryan y Deci, 2007), cuando predomina el estilo interpersonal de apoyo a la autonomía al colaborar activamente en las iniciativas de los deportistas y crear condiciones para que experimenten un sentido de volición, elección y desarrollo personal, se favorecerá la satisfacción de las necesidades y el bienestar psicológico. Sin embargo, cuando los deportistas perciben que sus entrenadores involucraban comportamientos limitados de apoyo a la autonomía, los atletas tienden a sentirse que la satisfacción de sus necesidades se veían obstaculizadas (Balaguer *et al.*, 2012); mientras que cuando establezcan un estilo controlador al actuar de manera coercitiva y autoritaria, para imponer a los deportistas su forma de pensar y actuar, se facilitará la frustración de las necesidades y se propiciará el malestar (Bartholomew, Ntoumanis y Thøgersen-Ntoumani, 2010; Tristán *et al.*, 2014).

Por otra parte, la SDT realiza una distinción entre la motivación autónoma y controlada. Señala que cuando las personas están motivadas de forma autónoma experimentan la volición, o un auto-reconocimiento de sus acciones. Mientras que, cuando están controladas, las personas experimentan presión para pensar, sentir o comportarse de un modo determinado. Por su parte, Deci y

Ryan (1991) señalan que cuando en el contexto social se promueven los sentimientos de control, se socava la motivación intrínseca de las personas. Por eso, es importante que los entrenadores comprendan la necesidad de disminuir la utilización del estilo controlador para que los atletas no se alejen de la práctica deportiva del fútbol *soccer* (Balaguer *et al.*, 2012).

Hasta la fecha, la investigación en el contexto deportivo se ha centrado predominantemente en estudiar la percepción del estilo interpersonal controlador, la frustración de las necesidades; y de éstas últimas sobre el malestar psicológico (Balaguer *et al.*, 2012; Bartholomew *et al.*, 2010; Castillo, González, Fabra, Mercé y Balaguer, 2012; Tristán *et al.*, 2014).

En las investigaciones realizadas en el deporte con el estilo controlador, han estudiado las relaciones entre estilo controlador, frustración de las necesidades psicológicas y el *burnout* (manifestación de malestar en el deporte). A nivel transversal, Bartholomew, Ntoumanis, Ryan, Bosch y Thøgersen-Ntoumani (2011), encontraron que la frustración de las necesidades psicológicas actuaron como un predictor negativo y significativo de las emociones y el agotamiento físico; mientras que en el segundo estudio, al evaluar el *burnout* de forma global, la relación de la frustración de las necesidades básicas se relacionó positivamente con el *burnout*; mientras que la satisfacción de las necesidades se asoció negativamente con el *burnout*.

También, señalan que si el estrés que genera a los jóvenes deportistas la participación en el deporte de alto nivel competitivo se mantiene a un nivel elevado durante un periodo prolongado, los atletas pueden llegar a presentar *burnout* y perder el interés de continuar en el deporte. Asimismo, el *burnout* está más relacionado con la presencia de la frustración de las necesidades que la ausencia de satisfacción de las necesidades psicológicas básicas.

Por su parte, Castillo *et al.* (2012), estudiaron a nivel independiente la frustración de cada una de las necesidades psicológicas básicas en jóvenes futbolistas. Ellos encontraron que el estilo controlador del entrenador fue un predictor significativo sobre la frustración de las tres necesidades; y que cada una de éstas, a su vez, actuaba como predictor positivo del *burnout*.

En un estudio longitudinal con jóvenes futbolistas, Balaguer *et al.* (2012) encontraron que, un aumento del estilo controlador del entrenador y la frustración de las necesidades estaban asociados con un incremento en el *burnout* durante la temporada. También, encontraron que cuando los entrenadores de fútbol se comportan de manera coercitiva y autocrática, presionando, los jugadores son más propensos a sentirse oprimidos, inadecuados y/o rechazados. Asimismo, que en un ambiente de control, los jugadores serían propensos a sentir que sus necesidades psicológicas básicas están siendo obstruidas activamente en lugar de ser satisfechas; e, incluso, señalan que cuando estos jóvenes deportistas percibían que sus entrenadores involucraban comportamientos limitados de apoyo a la autonomía, los atletas tendían a sentirse que la satisfacción de sus necesidades se veían obstaculizadas. Finalmente, que la frustración de las necesidades básicas y el *burnout* global tienen una relación más fuerte que la satisfacción de las necesidades y los síntomas reportados del *burnout*.

En otro estudio, Tristán *et al.* (2014) analizaron la relación entre el estilo controlador, la frustración de las necesidades psicológicas básicas y los efectos negativos experimentados durante la última semana en deportistas mexicanos universitarios. Encontraron que el estilo controlador tiene un poder predictivo positivo y significativo sobre la frustración de las necesidades psicológicas básicas en atletas mexicanos universitarios de diferentes deportes; y que éstas, a su vez, actúan como predictor positivo de los efectos negativos en la participación de los deportistas en las últimas semanas.

Para Bartholomew *et al.* (2011) es necesario incrementar la cantidad de investigaciones que analicen la interacción dinámica entre los constructos motivacionales examinados en los estudios actuales (por ejemplo, la autonomía-apoyo / control, satisfacción de necesidades / frustración de las necesidades) junto con otros aspectos dentro del marco de la SDT (por ejemplo, regulaciones motivacionales). Por lo anterior, y porque en la actualidad poco se conoce sobre las relaciones entre el control interpersonal, la frustración de las necesidades psicológicas y los antecedentes de la motivación, el objetivo del presente estudio es poner a prueba

un modelo que evalúe los antecedentes de la motivación, mediante la percepción del estilo controlador por parte del entrenador y la frustración de las necesidades psicológicas básicas de los atletas y en el que se defienden las siguientes hipótesis: 1) La percepción del estilo controlador ofrecido por el entrenador actuará como predictor positivo de la frustración de las necesidades psicológicas básicas; 2) La frustración de las necesidades psicológicas básicas actuará como predictor positivo de la no motivación y negativo sobre la motivación autónoma; y por último, 3) el estilo controlador actuará como predictor positivo de la no motivación en contra o viceversa de la motivación autónoma.

Método

Participantes

La muestra total de 534 futbolistas fue obtenida durante tres Universiadas Nacionales (U2012 = 171, U2013 = 171, y U2014 = 211); de los cuales, 300 practicaban fútbol rápido (155 hombres y 136 mujeres) y 253 fútbol *soccer* (124 hombres y 119 mujeres); todos ellos pertenecientes a equipos representativos de universidades de los diferentes estados de la República Mexicana. La edad de los deportistas de las tres universiadas estaba comprendida entre 17 y 31 años ($M = 21.44$, $DT = 2.02$). Los atletas realizaban sesiones de entrenamiento superiores a dos horas diarias ($DT = 0.67$), con una antigüedad promedio, con su mismo entrenador, de 3 años ($DT = 1.41$).

Instrumentos

Estilo controlador por parte del entrenador

La percepción del estilo controlador por parte del entrenador se evaluó con la versión española (Castillo *et al.*, 2014) de la Escala de Conductas Controladoras del Entrenador (CCBS, Bartholomew *et al.*, 2010), compuesta por 15 ítems, divididos en cuatro subescalas (uso controlador de recompensas, atención condicional negativa, intimidación, y excesivo control personal). Cada ítem se inicia con la frase: “En mi equipo...” y las respuestas se recogen en una

escala tipo *Likert*, que oscila desde *totalmente en desacuerdo* (1), a *totalmente de acuerdo* (7). Investigaciones previas han confirmado la fiabilidad de este instrumento (Castillo *et al.*, 2010; Balaguer *et al.*, 2012; Castillo *et al.*, 2012; Torregrosa, Belando y Moreno-Murcia, 2014). Para el presente estudio se utilizó la puntuación media en la escala total.

Frustración de las necesidades psicológicas básicas

La *frustración de las necesidades psicológicas básicas* se evaluó mediante la Escala de Frustración de las Necesidades Psicológicas (PNTS; Bartholomew, Ntoumanis, Ryan y Thøgersen-Ntoumani, 2011) en su versión en español (Balaguer *et al.*, 2010; Castillo *et al.*, 2012) utilizada y validada en el contexto mexicano (López-Walle, Tristán, Cantú-Berrueto, Zamarripa y Cocca, 2013). La escala tiene 12 ítems agrupados en tres subescalas que evalúan el grado en el que los deportistas perciben que se frustran sus necesidades de competencia, de autonomía y de relación. Cada ítem se inicia de la siguiente forma: “En mi equipo deportivo...”. Las respuestas se recogen en una escala tipo *Likert* de 7 puntos, con un rango que oscila desde *totalmente en desacuerdo* (1) a *totalmente de acuerdo* (7). A partir de las puntuaciones en las tres subescalas, se obtuvo una puntuación global de los deportistas de frustración de las necesidades psicológicas básicas.

En el contexto mexicano, la escala ha presentado adecuadas propiedades psicométricas (Cantú-Berrueto, 2013) al evaluar la frustración de las necesidad básicas con una puntuación global. Estudios previos respaldan la validez y fiabilidad de la escala en el deporte (Balaguer *et al.*, 2012; Castillo *et al.*, 2012), el ejercicio físico (Sicilia, Ferriz y Sáenz-Álvarez, 2013) y con profesores de educación física (Bartholomew, Ntoumanis, Cuevas y Lonsdale, 2014).

Motivación autónoma y no motivación

Las variables referentes a la motivación y no motivación se evaluaron mediante la versión castellana (Balaguer, Castillo y Duda, 2007) utilizada en el contexto mexicano (López-Walle, Balaguer, Castillo y Tristán, 2011) de la Escala de Motivación Deportiva (SMS; Pelletier, Fortier, Vallerand, Tuson, Briere y Blais, 1995), la cual consta de 28 ítems, que pueden ser agrupados en cinco factores

(véase Balaguer *et al.*, 2007). Al inicio del cuestionario se les plantea a los deportistas una pregunta: ¿Por qué participas en tu deporte? Ejemplos de ítems para cada uno de los factores considerados son los siguientes: “Por la emoción que siento cuando estoy totalmente inmerso/a en mi ejecución deportiva” (Motivación intrínseca). “Porque es una de las mejores formas que tengo para desarrollar otros aspectos de mí mismo/a” (Regulación Identificada). “Porque debo participar para sentirme bien conmigo mismo/a” (regulación introyectada). “Por el prestigio de ser un/a deportista” (Regulación Externa). Y, “No lo sé, siento que no soy capaz de tener éxito en este deporte” (No motivación). Las respuestas están en una escala tipo *Likert* de siete puntos que oscilaba desde (1) nada tiene que ver conmigo a (7) se ajusta totalmente a mí.

Para este trabajo, la *motivación autónoma* fue calculada con el promedio de la motivación intrínseca y regulación identificada; cabe destacar que la regulación integrada no fue incluida debido a que este instrumento no cuenta con tal factor.

Procedimiento

Se solicitó permiso a los diferentes directores generales de cada Universiada Nacional (2012, 2013 y 2014), así como a los entrenadores de cada equipo de fútbol. Las aplicaciones fueron realizadas de forma individual y grupal, según se lo determinara su entrenador y/o responsable. Las aplicaciones se realizaron en los hoteles para alejarlos de cualquier distracción. Los deportistas participaron voluntaria y anónimamente, tardando un promedio de 30 minutos en contestar los instrumentos de medición.

Resultados

Estadísticos descriptivos, correlaciones y fiabilidad

En primera instancia, se calculó la media y desviación típica de cada una de las variables del estudio, así como la relación que había entre ellas. Las correlaciones mostraron que todas las variables se correlacionan entre sí de forma significativa ($p < .01$). La fiabilidad de cada una de las variables fue analizada a través del coeficiente alfa (Cronbach, 1951). Las características de los ítems que

conforman cada una de las escalas que miden las variables del estudio fueron analizadas comprobando si el alfa de la escala aumentaba con la eliminación de algún ítem. Los resultados indicaron una adecuada consistencia interna sin la necesidad de eliminar ningún ítem, por lo que la consistencia interna de cada una de las variables del estudio fue satisfactoria.

Tabla 1

Estadísticos descriptivos, consistencia interna y correlaciones bivariadas de las variables

Variable	M	DT	α	1	2	3
1. Estilo controlador	2.86	1.57	.96			
2. Frustración de las necesidades básicas	2.97	1.53	.96	.542		
3. Motivación Autónoma	6.21	.86	.95	-.197	-.197	
4. No Motivación	3.59	2.19	.94	.284	.307	-.092

Nota: Todas la correlaciones son significativas ($p < .001$).

Estadística inferencial

El siguiente análisis se realizó mediante la prueba T para muestras independientes; se observa (en la Tabla 2), que cada una de las variables difiere significativamente ($p < .05$) entre las dos modalidades de futbol, excepto en la no motivación. Cabe destacar que el futbol *soccer* presenta los promedios más altos en todas las variables.

Tabla 2

Estadísticos descriptivos e inferenciales por variable, según el deporte

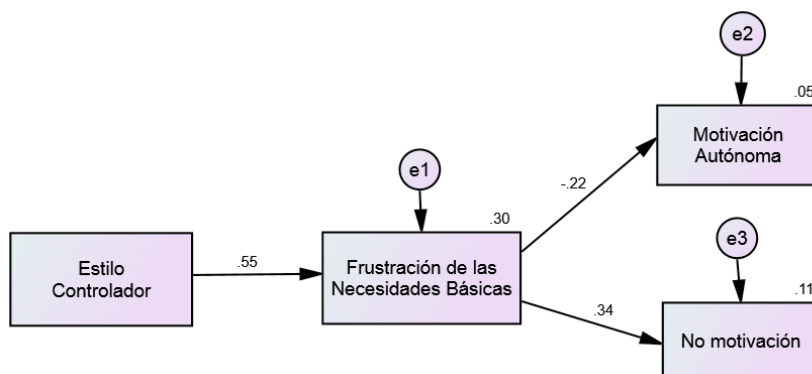
Variable	Deporte	Descriptivos		Prueba T		
		M	DT	t	gl	Sig.
Estilo controlador	Futbol rápido	2.66	1.50617	-3.192	547	.001
	Futbol <i>soccer</i>	3.09	1.62006			
Frustración de las necesidades básicas	Futbol rápido	2.84	1.43793	-2.095	501.533	.037
	Futbol <i>soccer</i>	3.12	1.63949			
Motivación autónoma	Futbol rápido	6.10	.95658	-2.643	340	.009
	Futbol <i>soccer</i>	6.35	.71980			
No Motivación	Futbol rápido	3.38	2.05716	-1.842	316.234	.066
	Futbol <i>soccer</i>	3.82	2.32339			

Modelo de ecuaciones estructurales

Para dar respuesta al objetivo del estudio, se usó el *software* AMOS v. 22, utilizando el método de máxima verosimilitud. Un método para mejorar la normalidad y fiabilidad de los datos consiste en realizar agrupaciones de ítems (indicadores), lo cual reduce el número de variables observadas del modelo (p. e., Marsh, Richards, Johnson, Roche y Tremayne, 1994). El modelo puesto a prueba mostró adecuados índices de ajuste: $\chi^2 = 12.035$, $gl = 3$, $p < .01$, $\chi^2/gl = 4.01$, RMSEA = .07, CFI = .96, NNFI = .96.

Figura 1

Solución estandarizada del modelo de los antecedentes de la motivación y no motivación en futbolistas universitarios



NOTA: Todos los coeficientes son significativos.

Además de los efectos directos mostrados en el modelo (figura 1) también existieron efectos indirectos estandarizados del estilo controlador sobre la motivación autónoma ($\beta = -.12$, $p < .01$) y la no motivación ($\beta = .19$, $p < .01$). Es decir, cuando el estilo controlador por parte del entrenador se incrementa una desviación estándar, la no motivación sube 0.19 desviaciones estándar; de lo contrario, la motivación autónoma desciende 0.12 desviaciones estándar. En concreto, el estilo controlador posee efectos indirectos significativos y negativos sobre la motivación autónoma, y positivos sobre la no motivación a través de la frustración de las necesidades básicas.

Considerando que las medias de las variables del estudio presentaron diferencias significativas entre el fútbol rápido y el fútbol *soccer*, se probó el modelo con cada una de los deportes. Ambos modelos presentan adecuados índices de ajuste: $\chi^2 = 12.035$, $gl = 3$, $p < .01$, $\chi^2/gl = 2.15$, RMSEA = .06, CFI = .95, NNFI = .96 (fútbol rápido), y $\chi^2 = 7.372$, $gl = 3$, $p < .01$, $\chi^2/gl = 2.45$, RMSEA = .07, CFI = .97, NNFI = .97 (fútbol *soccer*). Por tal motivo, los resultados obtenidos en los modelos muestran que la percepción de un estilo controlador por parte del entrenador predice de forma positiva la frustración de las necesidades básicas; y éstas, a su vez, predicen positivamente la no motivación y de forma negativa la motivación autónoma.

Discusiones

En el presente estudio, se puso a prueba –en el contexto deportivo mexicano– un modelo (véase figura 1) basado en los postulados de la BPNT (Deci y Ryan, 2000) en el que se analizó el poder predictivo de la percepción del estilo controlador del entrenador sobre la frustración de las necesidades psicológicas básicas; y de éstas últimas sobre las regulaciones motivacionales.

Por lo tanto, se defienden las siguientes hipótesis: 1) La percepción del estilo controlador ofrecido por el entrenador actuará como predictor positivo de la frustración de las necesidades psicológicas básicas; 2) La frustración de las necesidades psicológicas básicas actuará como predictor positivo de la no motivación, y negativo sobre la motivación autónoma; y, por último, 3) el estilo controlador actuará como predictor positivo de la no motivación en contra, o viceversa, de la motivación autónoma.

Se esperaba que la percepción de los deportistas respecto del estilo controlador ofrecido por el entrenador, actuara como predictor positivo de la frustración de las necesidades psicológicas básicas. En línea con esta hipótesis, los resultados del presente estudio revelaron que la percepción del estilo controlador, por parte del entrenador, actuó como predictor positivo en la frustración de las necesidades básicas. Estos resultados concuerdan con los obtenidos en los dos estudios transversales previos (Bartholomew *et al.*, 2011; Tristán *et al.*, 2014), como en el longitudinal (Balaguer *et al.*,

2012) en los que se abordaron las necesidades a nivel global; e, incluso, con las investigaciones transversales, donde se *operacionalizó* la frustración de cada una de las necesidades psicológicas básicas (Castillo *et al.*, 2012). Los resultados obtenidos sugieren que, cuando los entrenadores se comportan de una manera coercitiva y autoritaria en la que presionan, los jugadores se sentirán oprimidos, inadecuados y/o rechazados y sus necesidades básicas estarán obstruidas (Balaguer *et al.*, 2012).

También, se propuso en el modelo que cambios en la frustración de las necesidades psicológicas actuará como predictor positivo de la no motivación y negativo sobre la motivación autónoma. En concordancia con lo señalado por Vallerand (1997), Vallerand y Losier (1999), y con los postulados de la teoría de la autodeterminación (1985, 1991), los resultados aquí expuestos proveen evidencia respecto de que, cuando los jóvenes deportistas mexicanos sienten que sus necesidades básicas fueron frustradas por otros, se perciben con mayor no motivación y menor motivación autónoma. Estos resultados coinciden con Deci y Ryan (1991), quienes señalan que la frustración de las necesidades psicológicas básicas disminuye la motivación autónoma, e incrementa la no motivación. Asimismo, remarcan la importancia de que los entrenadores eviten la utilización de un estilo interpersonal controlador, para que los atletas incrementen sus niveles de motivación; ya que, el uso de comportamientos controladores aumenta el riesgo de que los atletas presenten no motivación.

De acuerdo con la tercera hipótesis, el estilo controlador actuará como predictor positivo de la no motivación en contra o viceversa de la motivación autónoma. Los resultados revelaron que la percepción de un estilo controlador, por parte del entrenador, actuó como predictor positivo de la no motivación en contra o viceversa de la motivación autónoma. En la misma línea que Vallerand (1997), quien señala que el estilo interpersonal del entrenador puede desempeñar un papel trascendental, en las experiencias psicológicas que se derivan de la participación de los jugadores en el deporte, igualmente coinciden Vallerand y Losier (1999). También, Deci y Ryan (1991) señalan que la utilización de un estilo controlador no mejora la motivación autodeterminada. Por su

parte, Goudas, Biddle, Fox y Underwood (1995) mencionan que si existe una percepción de control por un factor externo (entrenador), disminuye la motivación intrínseca. Los resultados señalan la importancia que los entrenadores reduzcan la utilización de comportamientos controladores, con la finalidad de disminuir el fenómeno del *burnout* en los deportistas; so pena de que, posiblemente, abandonen la práctica del deporte (Balaguer *et al.*, 2012). Por ello, es importante que los entrenadores utilicen estrategias menos controladoras y que permitan la toma de decisiones de los atletas en la medida de sus posibilidades.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, se puede concluir que la percepción de un estilo controlador, por parte del entrenador, predice de forma positiva la frustración de las necesidades básicas; y éstas, a su vez, predicen positivamente la no motivación y de forma negativa la motivación autónoma. También, que el estilo controlador posee efectos indirectos significativos y negativos sobre la motivación autónoma; y positivos sobre la no motivación, a través de la frustración de las necesidades psicológicas básicas. Por otra parte, el estilo controlador no solamente afecta las frustraciones de las necesidades psicológicas básicas de los niños y jóvenes atletas (Balaguer *et al.*, 2012; Bartholomew *et al.*, 2011; Castillo *et al.*, 2012), sino, también, a los deportistas adultos (Tristán *et al.*, 2014) y futbolistas adultos universitarios, que es el caso de nuestra población de estudio.

Financiamiento

Este estudio ha sido parcialmente subvencionado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT 103983 / 221499), por el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PRO-MEP/103.5/12/2103, UANL-CA-306) y por el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI).

Bibliografía

- Balaguer, I.; Castillo, I. y Duda, J. L. (2007). Propiedades psicométricas de la Escala de Motivación Deportiva en deportistas españoles. *Revista Mexicana de Psicología*, 24, 197-207.
- Balaguer, I.; Castillo, I.; Mercé, J.; Ródenas, L. T.; Rodríguez, A.; García-Merita, M. y Ntoumanis, N. (2010). Escala de Frustración de las Necesidades Psicológicas, en el contexto deportivo: Análisis de las propiedades psicométricas. En: *VII Congreso Iberoamericano de Psicología*. Oviedo, Asturias. 20-24 julio.
- Balaguer, I.; González, L.; Fabra, P.; Castillo, I.; Mercé, J. y Duda, J. L. (2012). Coaches' interpersonal style, basic psychological needs and the well-and ill-being of young soccer players: A longitudinal analysis. *Journal of Sports Sciences*, 30(15), 1619-1629.
- Bartholomew, K. J.; Ntoumanis, N.; Cuevas, R. y Lonsdale, C. (2014). Job pressure and ill-health in physical education teachers: The mediating role of psychological need thwarting. *Teaching and Teacher Education*, 37, 101-107.
- Bartholomew, K. J.; Ntoumanis, N.; Ryan, R.; Bosch, J. y Thøgersen-Ntoumani, C. (2011). Self-determination theory and diminished human functioning: The role of interpersonal control and psychological need thwarting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37, 1459-1473.
- Bartholomew, K. J.; Ntoumanis, N.; Ryan, R. M. y Thøgersen-Ntoumani, C. (2011). Psychological need thwarting in the sport context: Assessing the darker side of athletic experience. *Journal of Sport y Exercise Psychology*, 33, 75-102.
- Bartholomew, K. J.; Ntoumanis, N. y Thøgersen-Ntoumani, C. (2010). The controlling interpersonal style in a coaching context: Development and initial validation of a psychometric scale. *Journal of Sport y Exercise Psychology*, 31, 193-216.
- Cantú-Beruelo, A. (2013). *Validación de la Escala de Frustración de las Necesidades Básicas en el Deporte* (Tesis inédita de Maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León, México.
- Castillo, I.; Fabra, P.; Marcos, D.; González, L.; Bartholomew, K. J.; Fuentes, A. y Balaguer, I. (2010). El Estilo Controlador del Entrenador: análisis de las propiedades psicométricas [The coach controlling interpersonal style: Psychometric properties analyses]. En: J. Cruz (Chair), *Adaptation and validation of questionnaires in Sport Psychology. Symposium conducted at the VII Iberoamerican Congress of Psychology*. Oviedo, Asturias (Spain).
- Castillo, I.; González, L.; Fabra, P.; Mercé, J. y Balaguer, I. (2012). Estilo interpersonal controlador del entrenador frustración de las necesidades

- psicológicas básicas, y *burnout* en futbolistas infantiles. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 12(1), 143-146.
- Castillo, I.; Tomás, I.; Ntoumanis, N.; Bartholomew, K.; Duda, J. L. y Balaguer, I. (2014). Psychometric properties of the Spanish version of the Controlling Coach Behaviors Scale in the sport context. *Psicothema*, 26(3), 409-414.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and self-determination in Human Behavior*. New York: Plenum.
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. En: Dienstbier, R. (Ed.), *Nebraska symposium on motivation*: Vol. 38, Perspectives on motivation (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Deci, E. L. y Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.
- Goudas, M.; Biddle, S.; Fox, K. y Underwood, M. (1995). It ain't what you do, it's the way you do it! Teaching style affects children's motivation in track and field lessons. *The Sport Psychologist*, 9, 254-264.
- López-Walle, J.; Balaguer, I.; Castillo, I. y Tristán, J. (2011). Clima motivacional percibido, motivación autodeterminada y autoestima en jóvenes deportistas mexicanos. *Revista de Psicología del Deporte*, 20(1), 209-222.
- López-Walle, J.; Tristán, J.; Cantú-Berrueto, A.; Zamarripa, J. y Cocca, A. (2013). Propiedades psicométricas de la Escala de Frustración de las Necesidades Básicas en el Deporte. *Revista Mexicana de Psicología*, 30 (Supl.), S2038-S2041.
- Marsh, H. W.; Richards, G. E.; Johnson, S.; Roche, L. y Tremayne, P. (1994). Physical self-description questionnaire: Psychometric properties and a multitrait-multimethod analysis of relations to existing instruments. *Journal of Sport y Exercise Psychology*, 16, 270-305.
- Pelletier, L. G.; Fortier, M. S.; Vallerand, R. J.; Tuson, K. M.; Briere, N. M. y Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17, 35-53.
- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2002). An overview of self-determination theory: An organismic-dialectic perspective. En Deci, E. L., y Ryan, R. (Eds.), *Handbook of self-determination* (pp. 3-37). Rochester, NY: University of Rochester Press.

- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2007). Active human nature: Self-determination theory and the promotion and maintenance of sport, exercise, and health. En: Hagger, M. S. y Chatzisarantis, N. L. (Eds.). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Exercise and Sport* (1-19). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Sicilia, A.; Ferriz, R. y Sáenz-Álvarez, P. (2013). Validación española de la escala de frustración de las necesidades psicológicas (EFNP) en el ejercicio físico. *Psychology, Society y Education*, 5(1), 1-19.
- Torregrosa, D.; Belando, N. y Moreno-Murcia, J. A. (2014). Predicción de la satisfacción con la vida en practicantes de ejercicio físico saludable. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 14 (1), 117-122.
- Tristán, J.; López-Walle, J.; Ríos, E. R. M.; Aguirre-Gurrola, H.; Balaguer, I. y Duda, J. (2014). Coaches' controlling style, basic needs thwarting and well-/ill-being in Mexican university players. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 36 (Supl.), S117.
- Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. En: Zanna, M. P. (Ed.). *Advances in experimental social psychology* (Vol. 29, pp. 271-360). New York: Academic Press.
- Vallerand, R. J. y Losier, G. F. (1999). An integrative analysis of intrinsic and extrinsic motivation in sport. *Journal of applied sport psychology*, 11 (1), 142-169.

Fútbol y el “sueño americano”

Gerardo Cárdenas

Introducción

Era el sábado 14 de junio y por las calles de Chicago se vivía una mañana espectacular de primavera tardía. El clima era ideal para pasear relajadamente, admirando parques y edificios; o para tomar un café en alguna terraza y distraerse con el ir y venir de la gente mientras soplabla una suave brisa desde el lago Michigan.

Excepto que cualquier paseante hubiese notado algo poco usual, algo que cuatro, ocho, doce años atrás no se veía. Algo impensable. Por todas partes, desde calles y avenidas y caminando con paso decidido en dirección al sur, se veía una gran cantidad de personas, hombres y mujeres, adultos y niños, vistiendo la camiseta de la selección de Estados Unidos. Contra la sabiduría convencional, no eran latinos de segunda o tercera generación. Todas las razas, los colores y las edades coincidían en un entusiasmo sin precedentes. Ese día, en Natal (Estados Unidos), hacía su debut en el Mundial 2014 enfrentando a la poderosa Ghana, su némesis tan sólo cuatro años atrás en Sudáfrica.

Las autoridades municipales habían decidido poner una pantalla gigante en el Parque Grant, uno de los más concurridos del centro de Chicago (el mismo parque donde, en 2008, Barack Obama había celebrado su victoria en las elecciones presidenciales). Nunca esperaron un lleno estimado en decenas de miles de personas.

Pero el Parque Grant no era el único punto de congregación de esta inesperada masa de fanáticos estadounidenses. Cualquier bar con televisión —esos mismos bares donde habitualmente, en verano, sólo se ven partidos de beisbol, baloncesto y futbol universitario, y en contadísimas ocasiones, tenis— ahora ponían exclusivamente partidos del Mundial. Y no sólo de Estados Unidos.

De pronto, el futbol había salido de su ámbito habitual en los barrios de Pilsen, La Villita y Las Empacadoras (los barrios mexicanos), o North Milwaukee y Claremont (los barrios polacos), para extenderse por todos los puntos de la ciudad. En Chicago, el 14 de junio, a las primeras horas de la tarde, igual que en Boston, Nueva York, Phoenix, Miami, Los Ángeles o Atlanta, Estados Unidos vibraba con el partido de su *Team America*. Este inesperado entusiasmo continuó a lo largo del Mundial hasta la eliminación ante Bélgica en octavos de final. El Mundial estaba en todas partes, inclusive en los espacios principales de los noticieros matutinos de las cuatro grandes cadenas (ABC, CBS, FOX y NBC), algo sin precedentes. Y aún tras la eliminación, el entusiasmo se mantuvo entre aficionados de “hueso colorado” y nuevos seguidores hasta el partido final entre Alemania y Argentina.

¿Cómo explicar este entusiasmo en un país que hasta hace poco consideraba al futbol como un deporte foráneo —“el juego europeo”, como un amigo mío identificó, con sorna, en el ya muy lejano 1998— o como una actividad preferentemente femenil?

Una explicación superficial ubicaría este entusiasmo en el impacto de la migración, sobre todo latinoamericana, sobre la cultura de Estados Unidos. Ciertamente, la inmigración ha tenido impacto sobre la gastronomía, las artes, la lengua (el español es claramente el segundo idioma en Estados Unidos) y otros aspectos de la cultura del país receptor. Pero, por sí sola, la pasión latinoamericana por el futbol no explica el creciente interés del estadounidense promedio en un país claramente dominado por el beisbol, el futbol americano, el baloncesto, el hockey y otros deportes. Dorantes y Zatarain¹ apuntan, precisamente, al tema migratorio en un ensa-

¹ Dorantes, R. y Zatarain, F. (2007). (Pról. Monsiváis, C) *Y nos vinimos de mojados: cultura mexicana en Chicago*, UACM, México.

yo sobre las ligas mexicanas de fútbol amateur de Chicago, presentes desde hace décadas, especialmente las expandidas por la ciudad y sus suburbios en los años 80s y 90s, los de mayor crecimiento de la población inmigrante. Los autores apuntan, certeramente, el impacto que ha tenido el número creciente de campos de fútbol, equipos y ligas sobre la población no inmigrante, y la contribución de esa percepción a un cambio de ánimo sobre el fútbol. Pero es precisamente el carácter migrante de estas ligas y sus integrantes lo que impide una transición al *mainstream* cultural estadounidense. En la medida en que algo siga siendo percibido como extranjero, extraño o ajeno, nunca será apropiado por la cultura masiva. Se podría establecer, inclusive, un paralelismo con la música rap y hip-hop. La transición hacia el *mainstream* se da desde una perspectiva comercial que hace transmisible la cultura negra de la que surgen, pero sin reclamar para el usuario la “negritud”. Así, el fútbol sólo puede imponerse como deporte en este país, apelando a algo común al receptor *mainstream* sin que éste tenga que asumir la “latinidad” del deporte.

El presente artículo buscará, basándose en fuentes documentales periodísticas y en la observación, establecer parámetros para un análisis sobre el crecimiento del fútbol como deporte popular en Estados Unidos, fenómeno que alcanza una visibilidad sin precedentes durante el recién concluido Mundial 2014 en Brasil.

¿Juego de niñas?

Aunque el fútbol llega a Estados Unidos, como al resto del continente americano, con inmigrantes europeos (especialmente italianos, portugueses y alemanes) a principios del siglo XX, logra participar con éxito en el Mundial de 1930 en Uruguay, obteniendo el tercer lugar; el hecho apenas es registrado por la prensa y la opinión pública estadounidenses. Desde un principio, la práctica del fútbol se encuentra con la masiva preferencia por el béisbol profesional (1930 es todavía la época de los legendarios “Yankees de Nueva York”, de Babe Ruth y Lou Gehrig), y por la pasión de los jóvenes por el baloncesto y el fútbol americano universitarios (éste, tardaría aún algunos años en establecerse). El fútbol no logra romper la barrera y la significación de lo migrante, de lo ajeno, del otro.

Un segundo intento por poner al fútbol en una arena competitiva con otros deportes ocurre a mediados de los años setenta (siglo XX), con la creación de la North American Soccer League (NASL) y la incorporación de veteranos futbolistas (como Pelé, Franz Beckenbauer, Johann Cruyff y Giorgio Chinaglia, entre otros). Sin embargo, fuera de las costas del Atlántico y el Pacífico, el fútbol fracasa en conquistar el Medio Oeste y el Sur del país, zonas críticas para el *mainstream* cultural. El estadounidense promedio se muestra reticente a la idea de seguir por televisión un deporte que no permite pausas comerciales, y los campos de práctica son escasos y aislados, impidiendo que niños y jóvenes accedan a él. La NASL se desinfla y, eventualmente, desaparece para dejar su lugar a la Major Indoor Soccer League. El fútbol permanecerá durante muchos años limitado a la práctica del fútbol sala o *indoor soccer*, y muy lejos de la atención de los medios masivos de comunicación.

Dos hechos coincidirán en tiempos e intensidad en los años 90s. El primero, es la organización por parte de Estados Unidos en el Mundial de 1994. El segundo, es la creciente aplicación del título noveno, uno de los apartados del Acta de los Derechos Civiles de 1964. El apartado prevé que ninguna persona puede ser discriminada del derecho a recibir educación o de disfrutar de programas que cuenten con financiamiento federal. En la práctica, esto significa que primarias, secundarias (*highschools* y *middleschools*) y universidades pueden organizar, con total apoyo presupuestal y estructural, equipos deportivos femeninos. Los inmediatos beneficiarios son los programas de baloncesto, voleibol, *softball* y fútbol.

Comencemos por un breve análisis sobre el impacto del Título Noveno acerca de la difusión del fútbol. A principios de los años setenta, cuando comienza a implementarse el Título Noveno, menos de 300 mil jovencitas en Estados Unidos participan en actividades deportivas universitarias. Para el 2001, la cifra casi llegaba a tres millones, correspondiente al 41 % de todos los atletas universitarios; esto, según datos de la Coalición Nacional de Mujeres y Jovencitas en la Educación, citados por el Instituto Gilder Lehrman de Historia Americana.² Para 2008, de acuerdo a la misma fuente,

² <https://www.gilderlehrman.org/history-by-era/1945-present/seventies>.

el deporte colegial femenino había aumentado a más de 9 mil equipos (una media de 8.65 equipos por universidad), y los cinco deportes universitarios para mujeres, por porcentaje de preferencia, eran: el baloncesto (98.80%), voleibol (95.70%), futbol (92%), campo traviesa (90.80%) y *softball* (89.20%).

Para 1999, cuando Estados Unidos gana su segundo mundial femenino, derrotando en la final (por penales) a China, el futbol alcanza ya una difusión masiva en el país, pero es todavía visto, primordialmente, como una actividad para niñas y mujeres. Es en la siguiente década –aprovechando el éxito del mundial de varones organizado en 1994 y con el crecimiento de la nueva liga profesional de futbol– que el deporte irá poco a poco, pero de forma continua y decidida, rompiendo las barreras de género y saliendo del ámbito migratorio para entrar de lleno en la generalidad del *mainstream*.

Eliminado por Brasil en octavos de final y habiendo terminado en decimocuarto puesto (el segundo más bajo en la historia para un país sede), a las autoridades futbolísticas de Estados Unidos, tanto a nivel selección como clubes, les quedaba un camino cuesta arriba: organizarse de manera tal que el futbol se volviera parte de la cultura deportiva del país.

La liga de futbol profesional (Major League Soccer, MLS, por sus siglas en inglés) arranca en 1996 con un sistema muy parecido al de la desaparecida NASL: diez equipos con una temporada que corre de marzo a octubre, y reglas particulares creadas para hacer el deporte más digerible al público estadounidense. Los equipos jugaban, casi sin excepción, en estadios utilizados mayoritariamente para futbol americano y a duras penas conseguían despertar el interés de los fanáticos locales. Al cabo de pocos años, la MLS experimenta una crisis financiera y se encuentra a punto del colapso.

Autores como Beau Dure³ subrayan que el resurgimiento de la MLS coincide con la llegada —a principios del siglo XXI— de Don Garber, exalto ejecutivo de la NFL, como comisionado. Junto

³ Dure, B. (2010). *Long-Range Goals: The Success Story of Major League Soccer*. Potomac Books, Dulles, VA, E.U.

con esto, coincide también el buen papel del equipo nacional de Estados Unidos en el Mundial de Corea-Japón 2002, donde alcanza los cuartos de final y en el que se genera un interés de equipos europeos (primordialmente ingleses y alemanes), por “importar” a sus ligas a los jugadores más destacados del combinado.

Con la nueva directiva, la MLS cambia su modelo administrativo. Los equipos abandonan los estadios de fútbol americano donde habían estado jugando y se mudan a estadios construidos y diseñados *ex profeso* para la práctica del fútbol. Y la liga se expande a lugares donde previamente era impensable tener equipos de bálompíe profesional, como Columbus (Ohio), Salt Lake City, Tampa o Kansas City. La expansión prueba la intención de Garber y los directivos de la MLS de ir directamente en pos del *mainstream* en el Medio Oeste, el Oeste y el Sur de Estados Unidos, en lugar de limitarse a las costas o a las grandes zonas metropolitanas. Los nuevos estadios apuntan también a la búsqueda de un nuevo tipo de aficionado: se pretende, en efecto, capturar el interés de la creciente población latina; pero, sobre todo, de las familias blancas suburbanas, ya de por sí interesadas en el práctica del deporte gracias a la implementación del título noveno del Acta de Derechos Civiles.

Garber preside no sólo la expansión y revitalización económica de la MLS, sino que toma importantes decisiones en materia de infraestructura y financiamiento de una liga que se sabe aún distante de competir en poder y dinero con ligas como la de México o con las principales ligas europeas.

Así, la MLS funciona bajo el sistema de “entidad única”, en el cual los equipos y los contratos de los jugadores están bajo control de la liga. Cada equipo cuenta con una empresa operadora e inversionista que, para poder serlo, debe ser accionista de la MLS.⁴ A fin de ejercer un control sobre los costos, la liga reparte réditos y opera los contratos de los jugadores, en lugar de permitir la agencia libre. Antes de las reformas encabezadas por Garber (en 2002), los equipos eran propiedad de individuos; los cuales podían, a su vez, ser dueños de más de una franquicia, un esquema heredado de la NASL y condenado al fracaso. Garber no relaja el sistema de

⁴ <http://www.mlssoccer.com/history>

entidad única hasta 2006, cuando la MLS —por primera vez en su historia— registra un superávit financiero. Es, entonces, cuando el comisionado determina que cada club podrá tener un dueño mayoritario a condición de que éste haga una inversión significativa.⁵ A la fecha, y en vías de una segunda expansión, la MLS cuenta con 17 inversionistas-operadores que controlan los 19 clubes. La MLS controla —en exclusiva— a Chivas USA, basado en Los Ángeles, desde el pasado 20 de febrero.

De la mano de este complejo sistema ha habido un control férreo de salarios y mercancías. La MLS maneja un modelo que le ha sido fácilmente accesible al público, el cual impide la formación de gigantes financieros (al estilo Real Madrid o Manchester United), que fomenta la salida hacia ligas mejor pagadas de sus mejores jugadores; y que también atrae a jugadores veteranos, especialmente europeos, que no pueden ya jugar al mismo nivel competitivo en España, Inglaterra, Alemania o Italia, pero que pueden funcionar todavía a buen nivel en la MLS, vender camisetas y atraer público y cobertura de medios. De manera inteligente, cada equipo establece, además, importantes conexiones con las ligas recreativas infantiles en sus respectivas localidades, ganando apoyos y afición entre la masiva población suburbana.

¿Es un modelo sostenible? Hay fuertes argumentos a favor y en contra, pero parece existir un consenso entre observadores sobre la necesidad de una constante evolución en el modelo de gestión de la MLS.

“La creación de la liga fue garantizada como parte del paquete del Mundial 94. Sin embargo, el verdadero reto fue mantener la liga en pie una vez que se echó a andar. Como vimos, con la antigua NASL y otras entidades ligeras, manejar una liga profesional de fútbol con éxito en Estados Unidos no es tan sencillo como andar en bicicleta. Para que la liga creciera, tenía que encontrarse el clima correcto para crearla, administrarla y hacerla embonar. En general, el sistema de entidad única nos ha llevado hasta la MLS versión 3.0. El panorama del fútbol en Estados Unidos está

⁵ Smith, C. (2013). Major League Soccer's Billionaire Owners. *Forbes*, noviembre 11 de 2013. (<http://www.forbes.com/sites/chris-smith/2013/11/20/major-league-soccer-billionaire-owners/>).

realmente comenzando a florecer y la liga se encuentra a punto de una explosión potencialmente gigantesca. El sistema de entidad única ha ayudado a garantizar que algunos de los equipos que se pudieran haber quedado rezagados, se mantuvieran al nivel e intentasen ser competitivos.

Este método ha nutrido a la liga y ayudado a mantener el sistema parejo. En cambio, el argumento en contra diría que no todo ha sido lineal y ni tan parejo como la liga quisiera que todos creyeran. Ciertos equipos han recibido tratamiento especial.

Nadie conoce los procedimientos, ni siquiera los ejecutivos de la liga. Si se quitara el método de entidad única, ¿no ayudaría a que los equipos pudiesen construir sus propias marcas, a su manera? “Aun si eso significa que algunos equipos se rezaguen o fracasen, ¿no resultaría una acción competitiva en una mejora total de la liga, eliminando los lastres y dejando que los equipos realmente ambiciosos se hicieran con el control, etcétera, etcétera, etcétera?”, indicaba en un reciente artículo en *SB Nation* el periodista Ryan Sealock.⁶

Para cerrar esta sección, quizás es mejor dejar que el propio Garber exprese los objetivos centrales detrás del crecimiento y expansión del fútbol profesional: la MLS, al contrario que en el pasado, no está en busca de quitarle mercado al beisbol, al fútbol americano o al baloncesto. Está buscando su propio nicho de mercado, pero a sabiendas de que ese nicho es el de más rápido crecimiento, a nivel demográfico, de todo el país y cuyo poder adquisitivo lo hace también especialmente atractivo.

“No vamos detrás del aficionado al beisbol o al fútbol americano”, dijo Garber en una reciente entrevista. “Sabemos que esas ligas, más establecidas, partieron con ventaja, y nosotros creemos que hay un mercado, separado y diferente, para el fútbol en el cual podemos enfocar el crecimiento a largo plazo; de tal manera que, en un número equis de años, nuestra base de aficionados sea mucho mayor de lo que es ahora”. Es el mercado del fútbol estadouni-

⁶ Sealock, R. *et al.* (2014). Roundtable: Is MLS Single Entity Here To Stay? *SB Nation*, febrero 18 de 2014 (<http://www.hottimeinoldtown.com/2014/2/28/5456444/roundtable-is-mls-single-entity-here-to-stay>).

dense el que ansía ganar la MLS, un mercado que ha sido en buena parte ignorado, pero que está en fuerte crecimiento conforme cambia la demografía del país.

Debería ser fácil, ¿verdad? No nos precipitemos. La MLS podría no estar preocupada con otras ligas deportivas en Estados Unidos, pero sí tiene que preocuparse por el fútbol mundial, al cual el televidente estadounidense tiene fácil acceso, como al de la Liga Premier de Inglaterra. Entretanto, Estados Unidos ya cuenta con su tajada de programas de fútbol colegial y ligas secundarias que se han incorporado al panorama del fútbol nacional. Tomando eso en cuenta, reconocer a la competencia no significa pelearse con ella. Garber dice que estas fuerzas competitivas del Mundial a las ligas internacionales beneficiarán a la MLS, al crear más aficionados al fútbol. “Mientras mayor sea el mercado, más podremos capitalizar y enfocarnos en el aficionado y el consumidor a nivel individual, y convertirlo en aficionado de la MLS. De la manera que lo vemos, se trata de crecer primero el mercado, y luego entrar y capitalizar el crecimiento a través de un producto de gran calidad”, agregó Garber.⁷

El impacto del Mundial en Estados Unidos

Establecido el éxito creciente de la liga de fútbol profesional, y con millones de jóvenes de ambos sexos entregados a la práctica del deporte en sus escuelas tanto a nivel urbano como suburbano, el siguiente elemento por analizar es el de la penetración de la selección nacional en las preferencias del aficionado.

El seguidor del fútbol a nivel de selección en Estados Unidos ha tenido que partir de algunos hechos poco favorables: Estados Unidos juega en CONCACAF, una de las más débiles regiones de FIFA; la selección, durante muchos años, no fue ni siquiera la más fuerte de la región, ubicándose por largo tiempo a la zaga de México y algunos combinados centroamericanos (como Honduras y Costa Rica); y, frecuentemente, Estados Unidos tenía al “enemigo en casa” debido a la creciente rentabilidad económica, audien-

⁷ Vaccaro, A. (2014). *An Unlikely Case Study in Fast Growth: Major League Soccer*. Inc. enero 8 de 2014 (<http://www.inc.com/adam-vaccaro/mls-commissioner-don-garber.html>).

cia televisiva y apoyo del público con que cuenta la selección de México que ha mudado sus partidos amistosos a estadios dentro de territorio estadounidense. Todavía hasta hace relativamente poco, si Estados Unidos enfrentaba a México tenía que ajustarse a hacerlo en canchas donde la inmensa mayoría del público era mexicana, si el partido se efectuaba en plazas como Los Ángeles, Houston o Chicago; o trasladarse a puntos tan remotos como Massachusetts para incrementar la cantidad de seguidores estadounidenses que accedieran a las gradas.

Los dos últimos mundiales vieron, sin embargo, un repunte de la selección de las barras y las estrellas tanto a nivel CONCACAF como en la máxima competencia internacional. Para sorpresa de propios y extraños, Estados Unidos se convirtió rápidamente en la potencia regional, por encima de México, Honduras y Costa Rica.

Ubicada en Chicago (en lugar de Washington o Nueva York), la Federación de Fútbol de Estados Unidos refleja en su estructura el rápido avance de este deporte. Instituida como Asociación apenas en los años cincuenta, no se convierte en Federación sino hasta los años setenta. Su crecimiento es, por mucho, resultado de la labor de dos hombres: Alan Rothenberg, cuya presidencia abarcó los años noventa e incluyó el Mundial 1994; y Sunil Gulati, presidente desde 2006, y recién reelegido para un tercer mandato. El caso particular de Gulati refleja la peculiaridad del fútbol estadounidense, y su diferencia con otros modelos y desarrollos. Nacido en India, es economista de profesión, profesor y conferencista de la prestigiosa Columbia University. Es, posiblemente, su visión como economista la que ha impulsado la expansión del ente federativo, apuntalado por la selección del ex mundialista alemán Jürgen Klinsmann como director técnico de las selecciones estadounidenses desde 2011 (y quien continuará en su puesto por lo menos hasta 2018).

La labor conjunta de Gulati y Klinsmann no sólo ha roto con la sabiduría convencional que operaba en el fútbol estadounidense hasta antes de la llegada de este tándem, sino que ha encabezado —de forma significativa— el aumento de la popularidad del propio combinado, cimentada en la imparable penetración del de-

porte a todos los niveles de la sociedad. Es el propio Gulati quien recientemente subrayaba ese cambio, a propósito de una entrevista que se le hizo, junto con Klinsmann, previa a un partido de preparación para el Mundial 2014. El entrevistador subrayaba que, al contrario de tiempos pasados, Estados Unidos jugaba frente a un público que mayoritariamente apoyaba al equipo de las barras y las estrellas.

“Puede que ése sea el mayor cambio que hemos visto en los últimos 25 años. Acabo de escribir un memorándum sobre los más de 2,500 aficionados que acudieron a nuestro último entrenamiento: ése era más o menos el número de aficionados que acudían al estadio para partidos oficiales de clasificación a fines de los 80s. Es tremendo. Es un cambio radical. Lo hemos visto inclusive jugando contra México (en Columbus, Ohio, en 2013). Y eso es un enorme *plus*. Y ya sea que se trate de aficionados que vengan a los partidos, o aficionados que vayan a partidos fuera del país, o que miren la Copa Mundial, o que viajen a Brasil, ésas son señales muy positivas para nuestro programa, y para el deporte”, dijo Gulati.⁸

Si bien Estados Unidos no alcanzó el objetivo deseado en el Mundial 2014 (aspiraba a cuartos de final, pero cayó ante Bélgica 2-1 en la ronda de octavos de final), otras cifras apuntan a un éxito sin precedentes. Del millón de visitantes extranjeros que acudieron a Brasil para el certamen, cerca de 200 mil fueron ciudadanos de Estados Unidos, más que ninguna otra nacionalidad, fuera de la brasileña, presente durante el Mundial.⁹

El impacto no se hizo sentir solamente en los viajes hacia Brasil. A nivel nacional, el Mundial 2014 rompió récords de audiencia televisiva. Tan sólo la final entre Alemania y Argentina rebasó los 26 millones de tele-espectadores, la mayor audiencia para un partido de fútbol en la historia de Estados Unidos. De forma más

⁸ Tannenwald, J. (2014). U.S. Soccer chief Sunil Gulati shares thoughts on World Cup security, Jürgen Klinsmann, Landon Donovan. Philly.com, mayo 31, 2014. (<http://www.philly.com/philly/blogs/thegoalkeeper/US-Soccer-chief-Sunil-Gulati-not-worried-about-World-Cup-security-in-Brazil.html#TCibHXHBtP0xHXQF.99>).

⁹ Fick, J. (2014). U.S. Soccer Fans Biggest Buyers Of World Cup Tickets Outside Brazil. *Forbes*, junio 16, 2014 (<http://www.forbes.com/sites/jeffick/2014/06/16/u-s-soccer-fans-biggest-buyers-of-world-cup-tickets-outside-brazil/>).

significativa, esa audiencia fue mayoritariamente anglosajona, con 17 millones de espectadores siguiendo el partido a través de la cadena angloparlante ABC, y los restantes 9 millones mirándolo a través de Univisión, en español. Este récord superó en apenas dos millones el récord previo, también establecido en Brasil 2014, para la audiencia del partido Estados Unidos-Portugal, que atrapó a 24 millones de espectadores.¹⁰

Conclusión: el sueño americano

De la mano de Gulati y Klinsmann, Estados Unidos aspira a obtener la organización del Mundial 2026. No es ilusorio pensar que, de conseguirlo, la Federación —en conjunto con la MLS— desarrollen planes de trabajo cuyos objetivos sean seguir fortaleciendo al combinado nacional para los mundiales de 2018 en Rusia y 2022 en Qatar, y optar a poder armar un seleccionado capaz de obtener el título mundial. Actualmente, a nivel organizativo, federativo, comercial, económico y de público, Estados Unidos está muy por encima del nivel de sus rivales de CONCACAF; y en un momento crítico de su desarrollo que, de ser encauzado correctamente, puede llevar a la nación al éxito total en un deporte que, hace menos de una generación, aún le resultaba ajeno.

Los retos son importantes, pero no insuperables. Los extraordinarios resultados en materia de audiencia y popularidad alcanzados en el Mundial 2014 le dan a la Federación de Estados Unidos el apoyo de público y medios necesarios para seguir fortaleciendo su proyecto. La MLS se encuentra en su mejor momento financiero, y en vías de una expansión que puede resultar altamente exitosa, en la medida en que no se pierda de vista el modelo estructural que le ha permitido no sólo sobrevivir, sino afianzarse, ganar aficionados, y abrir nuevos mercados. Y el deporte, como práctica para niños y jóvenes, es más popular que nunca lo que garantiza el enorme potencial de millones de jugadores, de entre los cuales, seleccionar a un combinado nacional capaz de ganarlo todo.

¹⁰ Vertelney, S. (2014). TV viewership hit record highs in U.S. and the District for the World Cup. *The Washington Post*, Julio 18, 2014 (<http://www.washingtonpost.com/express/wp/2014/07/18/tv-viewership-hit-record-highs-in-u-s-and-the-district-for-the-world-cup/>).

Cierto: a nivel futbolístico Estados Unidos aún está por debajo de la élite que integran Alemania, Brasil, Argentina, Italia, Holanda, España o Francia. Pero de ser una selección segundona en una de las confederaciones más débiles, se ubica hoy en día en el lugar 15 de la clasificación mundial de FIFA, y se encuentra a un nivel perfectamente competitivo con varias escuadras sudamericanas. Lo impensable, de pronto aparece factible. La utopía está al alcance de la mano.

Inmunología en las ciencias aplicadas al deporte: Recomendaciones para espectadores y viajeros al Campeonato Mundial de Fútbol organizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) Brasil 2014

Javier Arturo Hall López
Paulina Yesica Ochoa Martínez

Introducción

El objetivo del presente texto fue revisar de manera sistemática sobre la importancia de la inmunología en las ciencias aplicadas al deporte y su abordaje en los eventos deportivos; enfatizando a los estudios que, de manera práctica, hicieron recomendaciones para disminuir el riesgo de adquisición de enfermedades infecciosas para viajeros al Campeonato Mundial de fútbol, organizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) Brasil 2014.

Como metodología se partió identificando palabras clave en la base de datos PUBMED "U.S. National Institutes of Health's National Library of Medicine (NIH/NLM)", mediante los términos clave "Sport" and "exercise", "physical activity", "immune" and "travelers attending the world cup" el número de publicaciones con variables directamente relacionadas al estudio de esta área. Posteriormente, se realizó un análisis cualitativo, identificando la importancia de la inmunología en las ciencias aplicadas al deporte y

las recomendaciones emitidas por expertos líderes en el mundo; cubriendo antecedentes y explicando de manera práctica la manera de disminuir el riesgo de adquisición de enfermedades infecciosas que se encuentran presentes en Brasil, o que pueden ser transmitidas por extranjeros provenientes de otros países.

Los resultados se expresan a continuación. Se espera que esta información pueda contribuir en una mejor comprensión y sirva como referencia para los lectores que trabajan en este ámbito, en la planeación u organización de futuros eventos deportivos.

Desarrollo

El sistema inmunológico protege, reconoce, ataca y destruye elementos extraños al cuerpo; éste, se divide en dos funciones principales: *innatas* (que es natural y no específica) y *adquiridas* (que se adapta y es específica). Las dos trabajan juntas de manera sinérgica (Gleeson, 2006); cuando un agente patógeno entra al cuerpo humano inmediatamente se activa al sistema inmunológico; esto hace funcional a la primer línea de defensa, compuesta por tres principales mecanismos: 1) estructuras físicas (piel, mucosa epitelial); 2) barrera química (pH, fluidos corporales con lizozimas y proteínas del complemento); y 3) células fagocíticas (neutrófilos monocitos/macrófagos y células citotóxicas).

Estos tres mecanismos pueden identificar a un agente patógeno sin exposición previa, llamándose así inmunidad natural o innata; mientras que la inmunidad adquirida envuelve el reconocimiento de un agente patógeno para responder específicamente. Esto mejora su eficacia con repetidas exposiciones y memoriza el sistema de ataque al cuerpo del agente patógeno; este proceso involucra la producción de linfocitos T y B, los cuales, dependiendo del antígeno activarán y regularán la función inmunológica a través de citoquinas; dentro de las cuales están: las interleuquinas, interferones, anticuerpos, como la IgA, la IgM o la IgE (Hall *et al.*, 2011).

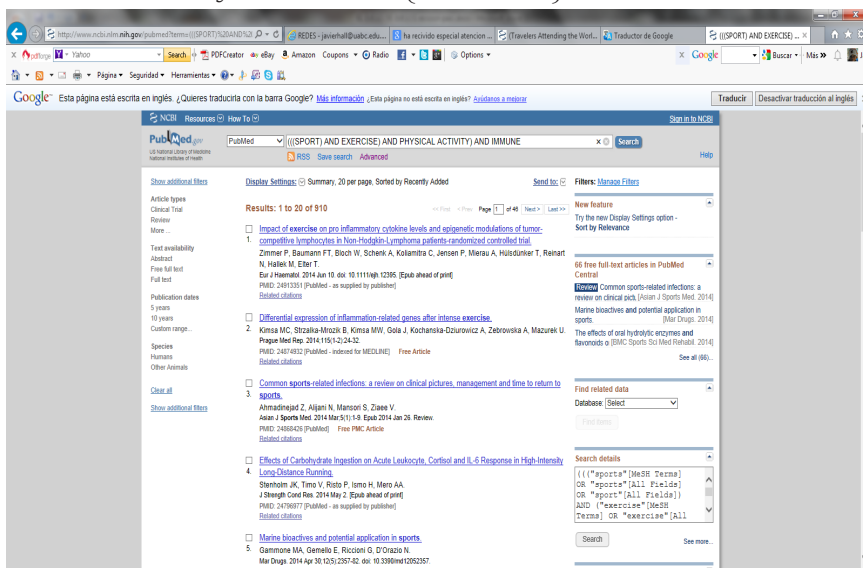
Los mecanismos que hacen funcionar al sistema inmunológico disminuyen con el sobre-entrenamiento la producción de linfocitos T y B (Gleeson, 2002). Dentro de las ciencias aplicadas al deporte, la cantidad de investigaciones del estudio de la inmunolo-

gía se ha incrementado en esta área en los últimos años; esto, debido a que en los resultados de las investigaciones se ha comprobado que los beneficios del ejercicio moderado mejoran las funciones del sistema inmunológico; pero en el caso de atletas de alto rendimiento se han reportado que tienen más probabilidad de riesgo de contagio de infecciones, principalmente del tracto respiratorio superior (URTI) (Martin, Pence y Woods, 2009). Estudios refieren menor cantidad de episodios y síntomas de enfermedades infecciosas del tracto respiratorio superior en atletas de alto rendimiento, en comparación con personas moderadamente activas (Walsh, Gleeson, Pyne *et al.*, 2011; Walsh, Gleeson, Shephard *et al.*, 2011).

El número creciente y rápido de publicaciones relacionadas con la inmunología en las ciencias aplicadas al deporte habla de la importancia, alcance y mejora de la comprensión de la inmunología sobre el ejercicio físico (Walsh, Gleeson, Pyne *et al.*, 2011; Walsh, Gleeson, Shephard *et al.*, 2011); de hecho, se puede comprobar la cantidad de investigaciones en la base de datos de PUBMED, que incluye más de 23 millones de citas de referencias biomédicas de MEDLINE, revistas de ciencias de la vida, y los libros en línea, si se coloca en los términos de búsqueda “sport” and “exercise”, “physical activity” and “immune”.

Con lo anterior, se despliega una cantidad de 910 publicaciones con variables directamente relacionadas al estudio de esta área (imagen 1); las cuales, han recibido especial atención por las altas demandas de preparación de los deportistas de alto rendimiento y la influencia del ambiente y cargas de entrenamiento que genera un desequilibrio controlado de la homeostasis (Gleeson, 2002). Para generar adaptaciones biológicas y, a su vez, mejorar el rendimiento físico pero que, simultáneamente, ese estrés es acumulado por cargas extenuantes de entrenamiento, afectando la función inmunológica de los atletas y, por ende, su salud; situación susceptible a infecciones oportunistas que para contrarrestarlas requerirían reposo, parar el entrenamiento o no competir en un evento deportivo (Nieman, 1997); por lo anterior, las aplicaciones prácticas para los atletas, entrenadores y su personal de apoyo médico, están buscando directrices para reducir el riesgo de la enfermedad (Gleeson, Walsh, British Association of Exercise, 2012).

Figura 1
Cantidad de publicaciones con los términos de búsqueda “sport” and “exercise”, “physical activity” and “immune” en la base de datos PUBMED U.S. National Institutes of Health's National Library of Medicine (NIH/NLM) and immune



NOTA: imagen tomada del sitio: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed> (Consultada: el 22 de julio de 2014).

Estrategias para reducir al mínimo el riesgo de inmunosupresión son consideradas en la planeación y control del volumen y la intensidad del entrenamiento, la variedad de entrenamiento para superar la monotonía y la tensión, un enfoque de periodización y graduada a aumentar las cargas de entrenamiento y el suministro de los períodos de descanso y recuperación adecuados (Gleeson, 2000).

Con el fin de limitar los efectos del estrés psicológico, a los atletas se les debe enseñar la autogestión y las habilidades de afrontamiento; asimismo, son claves otros factores, como: consideraciones nutricionales deben hacer hincapié en la necesidad de que la ingesta adecuada de líquidos, hidratos de carbono, proteínas y micronutrientes, limitar la exposición inicial al entrenar o com-

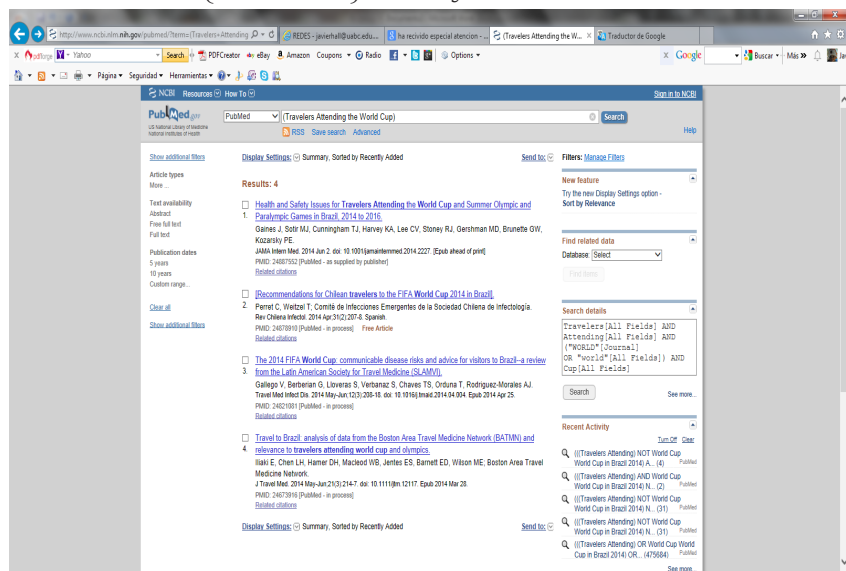
petir en condiciones ambientales adversas (calor, humedad, frío, la altitud o la contaminación del aire); y la aclimatación, en su caso, reducen los efectos del estrés ambiental, los cambios de comportamiento de estilo de vida (tales como las buenas prácticas de higiene), pueden limitar la transmisión de enfermedades contagiosas mediante la reducción de la exposición a fuentes comunes de infección (Gleeson *et al.*, 2012; Walsh, Gleeson, Pyne *et al.*, 2011; Walsh, Gleeson, Shephard *et al.*, 2011).

De igual manera, la susceptibilidad a infecciones en espectadores de eventos deportivos ha sido recientemente tema de investigación, dado que una gran cantidad de personas viajaron de todas partes del mundo a Brasil; principalmente, por motivos de vivir la experiencia al asistir al campeonato mundial de fútbol FIFA Brasil 2014 (Perret, Weitzel y Comité de Infecciones Emergentes de la Sociedad Chilena, 2014).

Al comprobar en la base de datos de PUBMED en los términos de búsqueda “travelers attending the world cup” (imagen 2) se encontraron cuatro publicaciones recientes de expertos líderes en el mundo; ofrece un consenso de los conocimientos actuales, cubriendo los antecedentes y explicando de manera práctica las recomendaciones para disminuir el riesgo de adquisición de enfermedades que se encuentran presentes en Brasil o que pueden ser transmitidas por extranjeros provenientes de países con diferentes endemias de enfermedades infecciosas (Gaines *et al.*, 2014; Wilson *et al.*, 2014).

Por lo anterior, el presente texto propone una revisión citando las aplicaciones prácticas para prevenir enfermedades infecciosas en los 600,000 turistas y participantes y en los tres millones de viajeros nacionales e internacionales.

Figura 2
Cantidad de publicaciones con el término de búsqueda “travelers attending the world cup” en la base de datos PUBMED “U.S. National Institutes of Health's National Library of Medicine (NIH/NLM) activity and immune”



NOTA: Imagen tomada del sitio: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed> (Consultada el 22 de julio de 2014).

Conclusiones

A partir de la revisión sistemática se identificaron (de manera cualitativa) de acuerdo a la opinión de líderes expertos, como: el Comité de Infecciones Emergentes de la Sociedad Chilena de Infectología, la Sociedad Latinoamericana de Medicina del Viajero, la Organización Salud Global y Población, la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Harvard, el Centro para el Control y Prevención de Enfermedades de Atlanta (Georgia), la organización Cambridge Health Alliance (Gaines *et al.*, 2014; Gallego *et al.*, 2014; Iliaki *et al.*, 2014; Perret *et al.*, 2014; Shoaf, Osorio de Castro y Miranda, 2014; Wilson *et al.*, 2014)

Así, se toman en cuenta, principalmente, las siguientes medidas preventivas:

a) Enfermedades transmitidas por alimentos y agua

- Consumir todos los alimentos recién preparados, cocidos y calientes.
- Consumir fruta que se pueda pelar y/o lavar con agua potable.
- Beber sólo agua o bebidas hervidas o embotelladas.
- Evitar el consumo de hielo.
- Consumir productos lácteos preparados industrialmente.
- Evitar el consumo de verduras, carnes, pescados y mariscos crudos.
- Evitar el consumo de jugos de frutas frescas o de caña preparados en la vía pública y en lugares que no cumplan estándares sanitarios adecuados.
- Lavar sus manos con agua y jabón o alcohol gel previo al consumo de alimentos.
- En caso de diarrea, se recomienda aumentar la hidratación y se pueden usar medicamentos que podrían aliviar los síntomas y reducir la duración:
 - :: Antimicrobiano: su uso puede acortar la duración e intensidad de la diarrea, especialmente si es de alta frecuencia o tiene características de etiología bacteriana (presencia de fiebre, diarrea disentérica). Se recomienda: ciprofloxacina (500 mg cada 12 h) o azitromicina (500 mg al día), durante 3 días.
 - :: Loperamida: inicialmente 4 mg, después 2 mg tras cada evacuación (máximo 16 mg al día), duración según evolución, en general 2 a 3 días; en niños se puede utilizar a partir de los 3 años de edad, en dosis de 0.25 mg/kg/día distribuidos en tres a cuatro dosis.

b) Prevención de larva cutánea migrante y tungiasis. Estos parásitos se encuentran en la arena de playas contaminadas por deposiciones de perros.

- Caminar en la arena con calzado.
- Tomar el sol en toalla grande o reposera.

c) Dermatitis por chinches

- Inspeccionar las habitaciones en búsqueda de chinches o sus deposiciones en camas, colchones o sábanas.
- Mantener las maletas cerradas y en alto, no sobre el suelo.
- No dejar artículos o ropa en el suelo.

d) Vacunas

- Hepatitis A. Recomendación: para todos los viajeros sin antecedentes de hepatitis A o vacunación. Dosificación: Primera dosis: antes del viaje / Segunda dosis: 6 a 12 meses después.
- Hepatitis B. Recomendación: aquellos con posibilidad de tener sexo ocasional o procedimientos como *piercing* o tatuajes. Dosificación: 2 dosis (0-4 semanas) antes del viaje, tercera dosis: en 6-12 meses.
- Hepatitis A + B (vacuna combinada). Recomendación: ver recomendación previa. Ofrecer a todos los que necesitan vacuna hepatitis A y que presentan > 4 semanas antes del viaje. Dosificación: igual que para hepatitis B.
- Influenza. Recomendación: todos. Dosificación: 1 dosis.
- Tétanos. Recomendación: todos sin refuerzo de vacuna en los últimos 10 años. Dosificación: 1 dosis en forma dT o dTpa (que incluye componente pertussis acelular).
- Fiebre amarilla. Recomendación: viajeros a zonas endémicas (Cuiabá, Manaos, Porto Alegre, Brasilia, Belo Horizonte). Dosificación: 1 dosis. Contraindicaciones: inmunosupresión, anafilaxia al huevo o a la vacuna en dosis previas; debe aplicarse con precaución en edad > 60 años y embarazo. En estos casos, la indicación debe ser por especialista.
- Sarampión. Recomendación: debe administrarse vacuna trivírica. Dosificación: 1 dosis.
- Fiebre tifoidea. Recomendación: viajeros que no pueden cumplir con recomendaciones para consumo de alimentos y agua segura, que se quedan por tiempo prolongado, especialmente en zonas rurales o que desean una protección óptima. Dosificación: 1 dosis de vacuna inyectable o 3 dosis (0-2-4 días) de vacuna oral.

- Meningococo. Recomendación: viajeros que desean una protección óptima. Dosificación: 1 dosis (vacuna conjugada quadrivalente).
- Rabia. Recomendación: viajeros que se quedan por un tiempo prolongado (> 1 mes) especialmente en zonas rurales. Dosificación: 3 dosis antes del viaje (0-7-28 días).

e) Otras recomendaciones

- Zonas de malaria: el riesgo es bajo en el área urbana de Manaus, pero viajeros a zonas selváticas (ej. en las cercanías de Manaus) deben evaluar la necesidad de quimiopprofilaxis. La profilaxis de elección es atovaquona/proguanil (Malarone®), 1 comp. al día desde un día antes de la exposición hasta siete días después de salir de la zona, por tener menos efectos secundarios. Alternativas igualmente eficaces: doxiciclina (100 mg al día, desde un día antes hasta 30 días después) o mefloquina (250 mg a la semana, desde una semana antes hasta 4 semanas después). Cuadros febriles en asociación con viaje a zona de malaria necesitan evaluación médica para excluir malaria.
- Los viajes están asociados con un riesgo aumentado de enfermedades de transmisión sexual y por inoculación directa, como infección por VIH, hepatitis B, entre otros. Por eso se recomienda:
 - :: Uso de condón, en caso de relaciones sexuales con parejas ocasionales.
 - :: Evitar procedimientos como tatuajes y *piercing*.

Bibliografía

- Hall, J. A.; Ochoa, P. Y.; Dantas, E. H.; Botelho, A. M. y Alarcon, E. I. (2011). La influencia del ejercicio aerobio en el sistema inmunológico en el adulto mayor. *Mot. Hum*, 12:62-66.
- Gaines, J.; Sotir, M. J.; Cunningham, T. J.; Harvey, K. A.; Lee, C. V.; Stoney, R. J. y Kozarsky, P. E. (2014). Health and Safety Issues for Travelers Attending the World Cup and Summer Olympic and Paralympic Games in Brazil, 2014 to 2016. *JAMA Intern Med.* (doi: 10.1001/jamainternmed.2014.2227).
- Gallego, V.; Berberian, G.; Lloveras, S.; Verbanaz, S.; Chaves, T. S.; Orduna, T. y Rodriguez-Morales, A. J. (2014). The 2014 FIFA World Cup: commu-

- nicable disease risks and advice for visitors to Brazil—a review from the Latin American Society for Travel Medicine (SLAMVI). *Travel Med Infect Dis*, 12(3), 208-218. (doi: 10.1016/j.tmaid.2014.04.004).
- Gleeson, M. (2000). The scientific basis of practical strategies to maintain immunocompetence in elite athletes. [Review]. *Exerc Immunol Rev*, 6, 75-101.
- Gleeson, M. (2002). Biochemical and immunological markers of over-training. [Review]. *J Sports Sci Med*, 1(2), 31-41.
- Gleeson, M. *The scientific basis of practical strategies to maintain immunocompetence in elite athletes*. *Exerc Immunol Rev*. 2000;6:75-101.
- Gleeson, M.; Walsh, N. P.; British Association of, S. y Exercise, S. (2012). The BASES expert statement on exercise, immunity, and infection. [Practice Guideline]. *J Sports Sci*, 30(3), 321-324. (doi: 10.1080/02640414.2011.627371).
- Iliaki, E.; Chen, L. H.; Hamer, D. H.; Macleod, W. B.; Jentes, E. S.; Barnett, E. D. y Boston Area Travel Medicine, N. (2014). Travel to Brazil: analysis of data from the Boston Area Travel Medicine Network (BATMN) and relevance to travelers attending world cup and olympics. [Research Support, U.S. Gov't, P.H.S.]. *J Travel Med*, 21(3), 214-217. (doi: 10.1111/jtm.12117).
- Martin, S. A.; Pence, B. D. y Woods, J. A. (2009). Exercise and respiratory tract viral infections. [Research Support, N.I.H., Extramural Research Support, Non-U.S. Gov't]. *Exerc Sport Sci Rev*, 37(4), 157-164. (doi: 10.1097/JES.0b013e3181b7b57b).
- Nieman, D. C. (1997). Exercise immunology: practical applications. [Review]. *Int J Sports Med*, 18 Suppl 1, S91-100. (doi: 10.1055/s-2007-972705).
- Perret, C.; Weitzel, T. y Comité de Infecciones Emergentes de la Sociedad Chilena de, I. (2014). [Recommendations for Chilean travelers to the FIFA World Cup 2014 in Brazil]. *Rev Chilena Infectol*, 31(2), 207-208. (doi: 10.4067/S0716-10182014000200012).
- Shoaf, K.; Osorio de Castro, C. G. y Miranda, E. S. (2014). Hospital Preparedness in Advance of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. *Prehosp Disaster Med*, 1-4. (doi: 10.1017/S1049023X1400065X).
- U.S. National Institutes of Health's National Library of Medicine (NIH/NLM) data revisited (n. d.). (2014). PUBMED U.S. National Institutes of Health's National Library of Medicine (NIH/NLM) 2014. En: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed> (Consultado el 22 de julio de 2014).
- Walsh, N. P.; Gleeson, M.; Pyne, D. B.; Nieman, D. C.; Dhabhar, F. S.; Shephard, R. J. and Kageniene, A. (2011). Position statement. Part two: Maintaining immune health. [Review]. *Exerc Immunol Rev*, 17, 64-103.
- Walsh, N. P.; Gleeson, M.; Shephard, R. J.; Gleeson, M.; Woods, J. A.; Bishop, N. C. and Simon, P. (2011). Position statement. Part one: Immune function and exercise. [Review]. *Exerc Immunol Rev*, 17, 6-63.

Wilson, M. E.; Chen, L. H.; Han, P. V.; Keystone, J. S.; Cramer, J. P.; Segurado, A. y GeoSentinel Surveillance, N. (2014). Illness in travelers returned from Brazil: the GeoSentinel experience and implications for the 2014 FIFA World Cup and the 2016 Summer Olympics. [Research Support, U.S. Gov't, P.H.S.]. *Clin Infect Dis*, 58(10), 1347-1356. (doi: 10.1093/cid/ciu122).

Mundial Brasil 2014, observado desde la perspectiva de los universitarios veracruzanos

Julio Alejandro Gómez Figueroa

Luis Quintana Rivera

Ciria Margarita Salazar C.

Introducción

Hasta hoy, han sido 20 copas del mundo las que se han jugado desde 1930 a 2014, con un total de 77 naciones participantes y ocho países ganadores de este macro evento deportivo; entre ellos, Brasil (cinco campeonatos), Alemania e Italia (cuatro campeonatos), Uruguay y Argentina (dos campeonatos) e Inglaterra y España (un campeonato).

Este último torneo se realizó del 12 de junio al 13 de julio, con 12 ciudades sede, y la participación de 32 equipos; con un total de 64 encuentros y 736 jugadores participantes. En lo que respecta a los costos, 2,000 millones de dólares invirtió la FIFA en gastos de operación; los cuales fueron financiados exclusivamente con los beneficios obtenidos de los derechos de televisión y comercialización del evento; 11,000 millones de dólares invirtió el gobierno brasileño (entre construcción de estadios nuevos, remodelaciones, vialidades e infraestructura de transporte), muchas de las cuales fueron terminadas a marchas forzadas.

En cuanto a las ganancias, el mundial generó 710,000 trabajos temporales y permanentes (cifra estimada por el gobierno ca-

rioca). De los 2,000 millones que gastó la FIFA, 1,000 millones los recibirán proveedores de servicios de Brasil.

Cabe mencionar que el 61 % de los brasileños no manifestaban agrado por ser anfitriones de la Copa del Mundo (de acuerdo con una encuesta del Pew Research Center), seis de cada 10 encuestados por la organización dijeron que: ser sede del Mundial, “es malo para Brasil, ya que los miles de millones de dólares invertidos en el torneo serían mejor utilizados en servicios como la salud, escuelas y transporte público”. Según la FIFA, a los 64 partidos disputados en 12 sedes acudieron un total de 3’429,873 espectadores, con un promedio de 53,592 aficionados; se vendieron 3’141,908 entradas, 64% al público brasileño y 36% a extranjeros.

Existió la inquietud de indagar acerca de este evento entre los alumnos de la Universidad Veracruzana (UV); ésta, inició su existencia formal el 11 de septiembre de 1944 y con su creación recogió los antecedentes de la educación superior en el estado de Veracruz, al hacerse cargo de las escuelas oficiales (artísticas, profesionales, especiales y de estudios superiores) existentes en ese entonces dentro de la entidad. Y a sus 70 años de creación, se ha convertido en la principal institución de educación superior en ese estado. Lo que nació como un pequeño grupo de escuelas y facultades es ahora una universidad grande y compleja, con presencia en cinco regiones universitarias y en 28 municipios a lo largo del territorio veracruzano. Pocas universidades en el país han experimentado un despliegue geográfico tan importante.

Desarrollo

El presente texto muestra los resultados del estudio realizado entre estudiantes de la Universidad Veracruzana, posterior al macro evento deportivo “Brasil 2014”; para obtener la información se aplicó un cuestionario *on line*, en el cual tuvieron acceso los jóvenes matriculados en las licenciaturas de las regiones Xalapa, Coatzacoalcos y Veracruz, ciudades donde radica el mayor número de universitarios de la institución.

El método para la recolección de la información fue mediante un tipo de muestreo de voluntarios; el cual, consta de resultados recolectados a partir de los elementos de la población

que, por su propia iniciativa, eligen contribuir con la información necesaria (Jhonson y Kuby, 2004). El total de la muestra fue de: $n=1,710$ estudiantes; de los cuales, el 56% correspondió al género masculino y el 44% al femenino. El cuestionario implementado desde la *web* constó de: 21 ítems con opciones múltiples (16) y abiertas (cinco); dividido en tres dimensiones de análisis: deportiva, social y económica, para las cuales se originaron tablas de resultados; mismas que fueron tratadas bajo estadística descriptiva e inferencial, según Hernández, Fernández y Baptista (1999).

Análisis de la dimensión social

Como se puede observar en la tabla 1, las edades promedio fueron: del género femenino, 21.73 ± 5.31 años; mientras que la de los varones, de 21.24 ± 2.90 . La edad menor fue de 17 años en ambos géneros; y el máximo, de 44 para las féminas y 40 para los varones. Dato que comprueba que los universitarios participantes en el estudio han visto (a sus 21) años, un promedio de cuatro copas del mundo; es decir, Korea-Japón 2002, Alemania 2006, Sudáfrica 2010 y Brasil 2014.

Tabla 1
Variable de la edad

Estadístico	Mujeres	Hombres
Media	21.73	21.24
Error típico	0.61	0.30
Mediana	20	21
Moda	20	21
Desviación estándar	5.31	2.90
Coeficiente de Variación	0.24	0.14
Curtosis	11.22	18.22
Coeficiente de asimetría	3.31	3.22
Rango	27	23
Mínimo	17	17
Máximo	44	40
Cuenta	750	960

Como se observa en la tabla 2, el estudio abarca a estudiantes desde el primero al onceavo semestre (las licenciaturas en la Universidad Veracruzana pueden ser cursadas de siete a 14 semestres). La moda de esta variable cuantitativa nos indica que el séptimo semestre es el de predominio para ambos géneros.

Tabla 2
¿Qué periodo (semestre) cursan?

Estadístico	Mujeres	Hombres
Media	4.57	4.96
Error típico	0.29	0.30
Mediana	5	5
Moda	7	7
Desviación estándar	2.54	2.92
Coeficiente de variación	0.55	0.59
Curtosis	-0.91	-1.21
Coeficiente de asimetría	-0.03	0.08
Rango	10	10
Mínimo	1	1
Máximo	11	11
Cuenta	750	960

En la tabla 3, se ven reflejadas las licenciaturas que formaron parte del estudio, declarando frecuencias y porcentajes calculados por total de la muestra de cada género. Las ingenierías ocupan un 30.67% del total de muestra femenina y un 34.38% en la masculina; esto se debe a que las ciencias exactas son las de mayor matrícula en la UV; las estudiantes de licenciatura en Derecho, con 1.33%, son las menos participativas; mientras que en los varones la licenciatura de Arquitectura, con 1.04%, son los menos.

Tabla 3
Matrículas participantes

Licenciatura	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Educación física	140	18.67	470	48.96
Turismo	120	16.00	20	2.08
Administración	190	25.33	80	8.33
Arquitectura	10	1.33	10	1.04
Comunicaciones	20	2.67	40	4.17
Ingenierías	230	30.67	330	34.38
Odontología	30	4.00	0	0.00
Derecho	10	1.33	0	0.00

En la tabla 4, muestra la tendencia respecto del lugar donde se observaron los partidos de la copa del Mundo “Brasil 2014”; la cual se comportó de forma homogénea en ambos géneros; así, la primera opción fue el hogar; la segunda, los restaurantes y/o bares; en tercera, el trabajo y/o internet; y la menos utilizada, la modalidad de cine y/o escuela. Resulta de interés observar cómo la población universitaria denota una escasez financiera que le impide asistir a lugares de mayor demanda económica.

Tabla 4
¿En qué lugar observaron el Mundial?

Lugar	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Hogar	470	62.67	500	52.08
Restaurant-Bar	120	16	350	36.46
Trabajo-En línea	110	14.67	110	11.46
Escuela-Cine	30	4	130	13.54

La tabla 5, ilustra el comportamiento de los géneros con relación a la elección de con quién observaron los encuentros del Mundial; en ambos casos eligieron a la familia y amigos(as), pero en contraposición, es decir, las mujeres prefirieron ver los partidos con su familia en primer término y con amigos(as) en segundo; por otro lado, los varones optaron ver los juegos con sus amigos(as) y en segundo plano con sus familiares, quedando como tercera opción con la pareja. Esto refleja que el fútbol es un pretexto para la convivencia con personas afines.

Tabla 5
¿Con quién observaste el Mundial?

	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Familia	310	41.33	270	28.13
Amigos/as	240	32	410	42.71
Solas	90	12	140	14.58
Pareja	110	14.67	140	14.58

Se les cuestionó si había existido algún tipo de conflicto con familiares, amigos o pareja por observar los juegos del Mundial Brasil 2014; de los cuales, al 100% de los varones no les causó ningún conflicto, y de las mujeres, sólo a dos: una con la pareja y a otra con sus amigos.

Tabla 6
¿Estaban enterados/as de los conflictos sociales que existieron pre-durante-post al mega-evento deportivo?

Respuestas	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Muy enterada	130	17.33	420	43.75
Poco enterada	430	57.33	460	47.92
Nada enterada	190	25.33	80	8.33

Se puede observar, en la tabla 6, que los universitarios estaban poco informados sobre la problemática social que existió en

Brasil a partir del año anterior a la celebración de la justa deportiva; ya que, tanto el 57.33% de las mujeres como el 47.92% de los varones así lo declaran. Es de prestar atención que los varones expresaron estar muy enterados (en un 43.75%) que está por encima del de las mujeres (17.33%). Mientras que el 25.33% de las mujeres aceptó no estar enteradas de los conflictos *versus* un 8.33% del género opuesto.

Análisis de la dimensión deportiva

Del total de participantes del estudio, se encontró que el 6.66% de las mujeres y el 4.16% de los varones no vieron ningún juego del Mundial. El resto de la muestra arrojó la siguiente información con relación a la dimensión deportiva.

Tabla 7
¿Cuántos partidos observaste?

Estadístico	Mujeres	Hombres
Media	7.67	19.71
Error típico	1.22	1.79
Mediana	5	13
Moda	5	10
Desviación estándar	10.53	17.54
Coefficiente de variación	1.37	0.89
Curtosis	15.94	0.52
Coefficiente de asimetría	3.95	1.20
Rango	60	64
Mínimo	0	0
Máximo	60	64
Cuenta	700	920

En la tabla anterior es posible observar las diferencias que se encontraron al cuestionar cuántos partidos del Mundial observaron; así, las mujeres vieron 7.67 en promedio y los varones 19.71, lo que marca una diferencia de 11 partidos. Con ello, se puede denotar que: ¿las mujeres sólo vieron los partidos de la selección

Mexicana y los partidos finales? O bien que, además de los juegos de México, ¿observaron partidos de mayor promoción televisiva?

Mientras que hubo varones que declaran haber observado el total de encuentros que se disputaron en este macro-evento deportivo.

Tabla 8
Calificación de la calidad de los juegos del Mundial

Calificación	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Muy buena	60	8.00	370	38.54
Buena	440	58.67	370	38.54
Regular	190	25.33	90	9.38
Deficiente	60	8.00	130	13.54

En la tabla 8 se muestra la percepción que los universitarios tuvieron sobre el nivel de juego mostrado en los encuentros del Mundial; donde las mujeres califican con un 8% como partidos de muy buen nivel, ya que la mayor frecuencia se ubica en las categorías de buenos a regulares. Esto, en virtud de que ellas perciben la calidad con relación al desempeño de los equipos en el juego, pese a que el resultado hubiera sido de empate. Mientras que la opinión de los varones tiende a calificarlos como muy buenos y buenos (a sabiendas que este género percibe como juegos de calidad con relación a la cantidad de goles anotados).

Tabla 9
Calificación del desempeño arbitral

Calificación	Mujeres		Hombres	
	F	%	F	%
Muy buena	10	1.33	30	3.13
Buena	70	9.33	200	20.83
Regular	410	54.67	460	47.92
Deficiente	250	33.33	270	28.13

En la tabla 9 se muestra una de las pocas coincidencias de ambos géneros en el estudio, pues percibieron que el desempeño de los árbitros de la justa deportiva fue entre regular y deficiente.

Análisis de la dimensión económica

Para realizar la interpretación de la dimensión económica, se empleó la medición del gasto declarado por los participantes del estudio, con relación al dinero utilizado para ver los partidos y para adquirir algún tipo de objeto alusivo al Mundial (playeras de la selección nacional o de otros países, balones, ropa, llaveros y el llenado del álbum mundialista).

Tabla 10

¿Cuánto dinero gastaron en promedio al observar los partidos?

Estadísticos	Mujeres	Hombres
Media	533.33	562.5
Error típico	21.92	23.71
Mediana	500	500
Moda	500	500
Desviación estándar	189.83	232.27
Coefficiente de variación	0.36	0.41
Curtosis	50.17	20.02
Coefficiente de asimetría	6.81	4.30
Rango	1500	1500
Mínimo	500	500
Máximo	2000	2000
Cuenta	700	910

En la tabla 10, se observa cómo los participantes del estudio realizaron un gasto por haber observado el Mundial: el 93.33% de las mujeres tuvieron un gasto promedio de \$533.33, mientras que el 94.79% de los hombres desembolsaron, en promedio, \$562.50; ambos géneros comentaron haber gastado un máximo de \$2,000.00 y un mínimo de \$500.00, en promedio. Si esto se analiza con el pro-

medio de partidos observados por género, resulta que los hombres tuvieron un gasto menor (\$29.57 x juego observado) en comparación con el de las mujeres (\$76.14 x juego observado).

Tabla 11
Dinero gastado en promedio por adquirir artículos alusivos al Mundial

Estadísticos	Mujeres	Hombres
Media	485.51	916.67
Error típico	38.59	75.85
Mediana	500	1000
Moda	500	500
Desviación estándar	320.51	455.13
Coefficiente de variación	0.66	0.50
Curtosis	23.01	-0.17
Coefficiente de asimetría	3.47	0.83
Rango	2500	1500
Mínimo	500	500
Máximo	2500	2000
Cuenta	60	360

Como se puede observar en la tabla 11, el 8% de las mujeres (60 de 750 participantes) declaran haber adquirido algún artículo alusivo al Mundial; mientras que el 37.50% de los hombres (360 de 960 participantes) gastaron en ello. Lo cual refleja que el género masculino gastó, en promedio, \$916.67; y las mujeres \$485.51, es decir, los hombres gastaron -en promedio- 88.87% más que las mujeres.

Conclusiones

Tras realizar el análisis de los resultados, podemos concluir que no todos los universitarios manifestaron atracción por observar este macro evento deportivo; por lo que hubo opiniones en el tenor de: que es sólo un distractor para fines políticos, así como también lla-

ma la atención el hecho de que, a pesar de las campañas publicitarias de los medios masivos de comunicación en formato electrónico e impresos sobre la situación que prevalecía en el país sede, un alto por ciento no prestó atención a los acontecimientos.

En cuanto a las estrategias de publicidad, ambos géneros coincidieron en que fue excesiva, lo cual demuestra el poder de captación de recursos económicos (es visto como negocio), pasando a un segundo plano lo deportivo.

En la dimensión deportiva, se percibe una homogeneidad en las figuras que destacaron en el Mundial; pues a nivel jugador, los participantes coinciden en: Guillermo Ochoa (guardameta de la Selección Mexicana) y James Rodríguez (delantero de Colombia). Con relación al selectivo que mostró un desempeño exitoso fue Alemania (actual campeón de Brasil 2014). En la percepción del jugador que fue la decepción y el selectivo que no alcanzó un rendimiento óptimo fueron: Cristiano Ronaldo (de Portugal) y Lionel Messi (de Argentina), con relación a los selectivos correspondientes a Brasil y España, respectivamente.

Otra conclusión radica en cuanto al atractivo que representan las ceremonias de inauguración y clausura del evento deportivo; ambos géneros coinciden en que en esta ocasión fueron poco atractivas.

Con el presente estudio queda claro que siguen existiendo diferencias entre los géneros en su forma de percibir este deporte, considerado el más visto del mundo, ya que logra un impacto a nivel social, moviendo sus masas. Por ello, el rescatar las percepciones universitarias, da la pauta para continuar monitoreando los macro-eventos deportivos del orbe, con la finalidad de analizar el impacto que tienen en nuestra sociedad.

Bibliografía

- Jhonson, R. y Kuby, P. (2004). *Estadística elemental. Lo esencial*. Pág. 16. Edit. Thomson, México.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (1999). *Metodología de la investigación*. Pp. 343-344. Edit. Mc Graw Hill, México.

Referencias electrónicas

<http://www.elspectador.com/deportes/futbolinternacional/numeros-dejo-el-mundial-de-brasil-2014-galeria-504311> (Consultado el 15 de julio de 2014)

<http://es.fifa.com/> (Consultado 16 de julio de 2014)

Los aspectos económicos de organizar una Copa Mundial de Fútbol

César Velázquez Guadarrama

Introducción

En los últimos años ha aumentado el número de países interesados en organizar la Copa Mundial de Fútbol o los Juegos Olímpicos; en especial, los de verano, ya que una de las principales razones —de acuerdo a los organizadores y gobernantes en turno— radica en los beneficios económicos que trae consigo el ser la sede de uno de estos eventos.¹ Sin embargo, no es claro que los beneficios prometidos lleguen a producirse. Este pequeño texto tiene como objetivo presentar una discusión ordenada del porqué es posible que no se presenten las ganancias esperadas.

Los beneficios esperados

Un evento de gran magnitud, se argumenta, presenta efectos multiplicadores en la economía de una ciudad o un país, gracias a la inversión pública realizada (principalmente, en el sector de la infraestructura); a la inversión privada en hoteles, restaurantes y en otros negocios relativos al turismo; al gasto en consumo de los visitantes y a la exposición del país o ciudad a nivel mundial que, a su

¹ En sentido estricto, la sede de los Juegos Olímpicos es una ciudad y no un país; pero al ser de tal magnitud el evento, es imposible que se logre ser la sede sin el apoyo del gobierno nacional.

vez, puede generar un mayor flujo de inversiones, negocios y turismo en el futuro.

Los elementos anteriores, por tanto —continúa el argumento— generan efectos positivos en la economía tanto en el corto como en el mediano y largo plazo. A corto plazo, se generan empleos, aumenta el consumo por el flujo de turistas y hasta es posible que se incrementen los recursos fiscales. En el mediano y largo plazo, la inversión pública permite incrementar la infraestructura y el mejoramiento urbano; lo cual, a su vez, provoca mayor inversión privada y un aumento en la productividad de la misma y en el empleo. Por otro lado, la mayor proyección internacional de la ciudad o el país ayuda a elevar el número de turistas y los negocios en general.

Sin embargo, la bibliografía académica no ha encontrado efectos positivos en variables macroeconómicas, como el crecimiento y/o el empleo. Baade y Matheson (2004) que analizan la Copa del Mundo de 1994, así como Hagn y Maennig (2008), que efectúan lo mismo para Alemania 2006, son ejemplo de éstos. Otras investigaciones tampoco han encontrado efectos positivos por organizar los Juegos Olímpicos. Estudios sobre variables más específicas, como el turismo o el consumo, muestran efectos ambiguos con un mayor número de estudios, encontrando un nulo efecto.

Explicación de los resultados

Entonces, ¿los elementos positivos mencionados no se presentan? No. Sí suele aumentar el número de turistas (aunque no siempre), sí hay una gran inversión pública y sí se observa una mayor inversión privada en sectores relacionados directa o indirectamente al turismo. Pero al momento de analizar los efectos en la economía de un país, no debemos preguntarnos si hubo más turistas o si existió mayor inversión; la pregunta correcta es si los beneficios (medidos en empleo o crecimiento o cualquier otra variable de interés) respecto de organizar la Copa Mundial fueron mayores que los costos de haberla organizado.

Existen varias razones, no excluyentes entre sí, que permiten entender los resultados académicos encontrados. Una prime-

ra es lo que se conoce como el “efecto carnaval”, el cual se refiere a que el turismo tradicional deja de visitar al país o ciudad debido a las aglomeraciones y a precios más elevados que los habituales. Así, lo correcto no es medir cuántos turistas vendrán, sino cuántos turistas vendrán por encima de los que siempre vienen. Por ejemplo, según Matheson (2012), el número de turistas que recibieron las ciudades de Londres y Beijing durante sus Juegos Olímpicos de verano fue muy similar al de siempre (es decir, sin Juegos), por lo que el efecto en número de turistas fue nulo. De igual forma, señala Matheson (2012), el número de turistas en Sudáfrica 2010 fue de 310,000, pero la cantidad importante a considerar fue de 273,000, pues en los años previos el número de turistas fue de alrededor de 37,000. Como es natural pensar y como lo señalan los ejemplos mencionados, este efecto es mayor en destinos turísticos importantes, como la ciudad de Londres o Francia en el verano, que en aquellos que no lo son tanto. Pero, además, debemos considerar también el gasto promedio de los turistas, ya que es posible que un turista futbolero gaste menos que uno tradicional.

Una segunda explicación tiene que ver con lo que podríamos llamar el “efecto sustitución”. Éste, se refiere a que los consumidores (principalmente los nativos) durante la Copa Mundial suelen gastar más en restaurantes, botanas y otros bienes y servicios asociados al evento, pero entonces dejan de gastar en otras cosas, haciendo que el consumo total no sufra grandes cambios. Por ejemplo, es común que las personas y familias dejen de ir al cine durante el Mundial. Algo que nos deja ver este punto es que si bien no puede haber un efecto económico positivo a nivel agregado, sí es verdad que hay sectores que se ven altamente beneficiados con la Copa Mundial, como pueden ser el de la construcción o el turismo o ropa asociada al deporte.

Este efecto es muy importante en la discusión que existe en Estados Unidos sobre si una ciudad o estado debe apoyar financieramente la construcción de estadios para el beisbol, futbol americano o el basquetbol; y también debería serlo en el caso mexicano, cuando algunos gobernadores apoyan con recursos públicos a equipos de futbol. Los críticos de los apoyos gubernamentales basan su postura en el hecho de que habrá sectores favorecidos, pero

que no es claro el beneficio para toda la ciudad o región. Lo anterior, por el efecto sustitución.

Una tercera explicación, y quizá la más importante, tiene que ver con el “costo de oportunidad” de la inversión pública. Éste, es uno de los principales conceptos en economía y se define como “el valor de un bien o servicio medido en su mejor uso alterno”. La importancia del concepto radica en que para tomar decisiones eficientes se debe tomar en cuenta el costo de oportunidad de las cosas y no su costo contable.² Así, el costo de oportunidad de una calle pavimentada no es los 25 millones de pesos que costó, sino lo que se pudo haber hecho con esos 25 millones y los beneficios de esas obras. Entonces, cuando se analiza el impacto de la infraestructura realizada a consecuencia del Mundial, deben compararse los beneficios de la obra pública que se llevó a cabo con los beneficios de la obra pública que se hubiera realizado en ausencia del evento.

Este punto es muy importante pues, en muchas ocasiones, las obras públicas a realizarse en una Copa Mundial se planean en función del evento y menos en las necesidades más apremiantes de la ciudad o país.

Por ejemplo, es posible que la inversión pública se dirija a un puente para el acceso a un estadio de fútbol (que quizá vaya a ser muy poco utilizado después), en lugar de enfocarlo a la ampliación del drenaje de la ciudad, que evitaría inundaciones futuras. En este caso, el gasto en infraestructura del puente al estadio, lejos de beneficiar a la economía, la perjudicaría; pues en ausencia de la Copa Mundial, los recursos utilizados se hubieran dirigido al drenaje de la ciudad, el cual tiene mayores beneficios sociales futuros que el puente. No es que el puente no sirva para nada, sí sirve y sí ayuda; pero la pregunta que nos tenemos que hacer no es si el puente sirve o no, sino qué hubiera pasado si no se organiza la Copa Mundial, y aquí la respuesta es que muy probablemente la inversión pública se hubiera encaminado a acciones con muchos mayores beneficios sociales y económicos.

² Existen ocasiones en las que el costo de oportunidad es igual al costo contable, pero no siempre es el caso. Véase cualquier libro de texto básico de economía, en específico, sobre el costo de oportunidad. Un ejemplo es el de Pindyck y Rubinfeld (2008).

Esta situación cobra mayor relevancia cuando, además, sabemos que gran parte de la obra pública se financia a través de deuda. Entonces, si la deuda no se utiliza para financiar las obras con mayor rendimiento social, pues es muy posible que luego haya problemas económicos y financieros. Justo este punto es el que desató gran parte de las protestas en Brasil 2014, ya que el Estado participó de manera importante en la construcción de estadios de fútbol en los que no era claro el beneficio social futuro de esa inversión. Un ejemplo fue el estadio construido en Manaus, que tuvo un costo de 270 millones de dólares, pese a que en esa ciudad no hay un equipo importante de fútbol.³ Sin tener datos precisos, es muy posible que una situación similar haya ocurrido en el caso de Grecia, y de acuerdo a Matheson (2012), algo similar sucedió con algunas de las instalaciones de Beijing 2008.

Entonces, ¿conviene o no organizar un Mundial?

En términos puramente económicos, la respuesta va a depender del costo de organizar el evento para el país anfitrión, por un lado; y por el otro, de los beneficios futuros de la inversión pública y privada, del incremento en el número de turistas y del aprovechamiento futuro en flujos económicos y comerciales de la exposición del país o ciudad a nivel mundial. Y los costos y beneficios van a variar en función del país sede y de la capacidad de planeación y eficacia en la organización.

Por ejemplo, en el caso de Alemania 2006, los estadios fueron financiados casi al 100% por empresas privadas, por lo que no hubo recursos públicos usados; y, además, esos estadios se encuentran, en su mayoría, llenos de aficionados cada quince días. De igual forma, en el Mundial de Estados Unidos, prácticamente el gasto en estadios fue de cero, pues ese país ya contaba con ellos. Estos ejemplos difieren bastante de lo ya señalado líneas arriba, en Brasil, con relación a los estadios o a lo que aconteció en Sudáfrica, donde el gobierno intervino en la construcción de los mismos y en donde casi no se utilizan.

³ Aun con un equipo importante de fútbol en esa ciudad, sería cuestionable que el gobierno participara en la construcción del estadio debido al “efecto sustitución” ya mencionado.

De igual forma, si en la organización de un evento, hay corrupción o no se planea de manera adecuada la inversión pública, pues la probabilidad de un impacto económico positivo disminuirá drásticamente.

Como ya se mencionó, diversos estudios no han encontrado efectos económicos positivos, pero también es verdad que tampoco hay evidencia abrumadora de que produzcan efectos negativos. Ante esta situación, es importante revisar los efectos sociales que puede generar el organizar eventos de gran magnitud. Se sabe que, para Sudáfrica, organizar la Copa Mundial de rugby poco después de la caída del *apartheid*, sirvió como catalizador de la unión entre la población; así como que, para Alemania, el Mundial de Fútbol de 2006 fue la conclusión del proceso de unificación de las dos Alemanias de la Guerra Fría. Por otro lado, Kavetsos y Szymanski (2008), señalan que los habitantes de un país pueden sentir una sensación de orgullo y felicidad por organizar un gran evento.

Pero ante tal incertidumbre, ¿por qué diversos países y ciudades quieren llevar a cabo una Copa Mundial de Fútbol o unos Juegos Olímpicos, o por qué, en nuestro país, diversos gobernadores quieren en su territorio un equipo de fútbol de primera división? La razón tiene que ver más con cuestiones políticas y, en ocasiones, de búsqueda de rentas y corrupción. Con relación a la búsqueda de rentas, ya se mencionó que hay sectores que se ven altamente beneficiados, por lo que es posible que hagan un gran cabildeo para apoyar la organización del evento. Con relación a la política, gobiernos poco democráticos o con poca legitimidad (México durante el régimen priista, Argentina durante su última dictadura) han aprovechado estos eventos para mejorar su situación.

Pero, por otro lado, y olvidándonos un poco de sistemas políticos autoritarios o de casos de corrupción, el ganar ser la sede de un evento de esta importancia es una manera en que los políticos le dicen a ciudadanos y/o votantes que son buenos gobernantes. Es una forma de decirles, “miren: el mundo está reconociendo que estoy haciendo bien las cosas; por eso ganamos la sede”. Además, los problemas económicos y/o políticos que puedan darse con motivo de la organización del Mundial, van a suceder, muy probablemente, cuando el gobernante que consiguió la sede ya no está en

el poder. Es decir, los posibles costos se cargarán al gobernante siguiente, no al que obtuvo la sede. Por ejemplo, no hay duda que el haber ganado la sede del Mundial y de los Juegos Olímpicos dio a Brasil —y en específico a Lula Da Silva y a su partido— una muy buena imagen pública.

No hay duda que organizar un mundial de fútbol genera un sentimiento de felicidad (más, si eres un aficionado como yo), pero las protestas en Brasil muestran que en sociedades democráticas, los gobiernos no pueden darse el lujo de desperdiciar los recursos escasos en obras con un nulo impacto económico y social.

Bibliografía

- Baade, R. y Matheson, V. (2004). The Quest for the cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup, *Regional Studies*, 38(4): 343-354.
- Hagn, F. y Maennig, W. (2008). Labour Market Effects of the Football World Cup 2006 in Germany. *Applied Economics*. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/00036840701604545> (Consultado el 10 de agosto de 2014)
- Matheson, V. (2012). Assessing the infrastructure impact of mega-events in emerging countries, *Faculty research Series*, paper No. 12-03, College of the Holy Cross, Department of Economics.
- Kavetsos, G. y Szymanski, S. (2008). National Wellbeing and International Sports Events. *Working Paper Series*, Paper No. 08-04. International Association of Sports Economics.

Brasil: fútbol y literatura

Kristian Antonio Cerino Córdova

E*l juego sucede dos veces: en la cancha y en la mente del público,* escribió Juan Villoro. En Dios es redondo, el mismo Villoro resume las hazañas y las maldiciones alrededor del balompié.

Acierta al escribir que el juego sucede dos veces, *en la cancha y en la mente del público*, porque los brasileños han visto las dos caras del juego: vencer en el extranjero y perder en casa. Las pérdidas caseras las recrean en sus mentes y creen que éstas son maldiciones.

Brasil inventó el juego bonito. Sin duda. Ha ganado cinco campeonatos en el mundo: en Suecia, Chile, México, Estados Unidos, y Corea-Japón. En Brasil, nunca. Perdieron ante Uruguay (1950) y Alemania (2014). En resumen: Brasil no gana en su estadio Maracaná, papagayo, guacamayo o pájaro verde.

En *Los once de la tribu*, otro libro de Villoro, añade: *el balón de cuero ha botado en infinitas páginas, a veces para causar la angustia del guardameta ante el penalti, y otras para que el centro delantero muera al atardecer.*

No creo en las casualidades. Sin embargo, Brasil y fútbol se escriben con seis letras. Cancha, hincha y pelota, también. Eventualidades de la vida: triunfo y derrota, igual se redactan con seis.

Brasil es, en ocasiones, triunfo. Y en otras, derrota. Al menos en 2014 no jugaron la final y no esperaron a gritar aquello que Eduardo Galeano, escritor uruguayo, decía como definición del gol: *es el orgasmo del fútbol, (y) como orgasmo es cada vez menos frecuente en la vida moderna.*

Villoro, en un apartado que subtítulo *Barbosa: el hombre que murió dos veces*, ambienta lo que sucedió con el portero brasileño en 1950. Su selección ganaba por un gol y, de pronto, se dio el milagro uruguayo. El arquero Barbosa recibiría dos. Sus otros títulos de poco sirvieron porque en la mente de los cariocas siempre estuvo presente, según ellos, la pifia de Barbosa:

En una ocasión, una mujer lo señaló en la calle y le dijo a su pequeño hijo: Ése es Barbosa, el hombre que hizo llorar a un país.

Eduardo Galeano lo contaría así: *pasaron los años y Barbosa nunca fue perdonado*. Incluso, le negaron ver a los seleccionados brasileños en 1993, un año antes del Mundial en Estados Unidos. Y Barbosa comentó: *en Brasil la pena mayor por un crimen es de 30 años de cárcel. Hace 43 años que yo pago por un crimen que no cometí.*

Si la pasión por el fútbol se despertó más con la magia del carioca Pelé, en México 1970, en 1986 ocurrió algo similar, pero con el argentino Diego Armando Maradona. Sería el '86 el año de la "Telecracia" (Galeano, 2006), y la época en que el fútbol sería un negocio redondo como la pelota. Para 1994, la audiencia superó los récords y ya millones comenzaron a encontrar asilo en la sala de casa para ver, durante un mes, las glorias y los fracasos del balompié a través de una pantalla.

Galeano, en su libro *El fútbol, a sol y sombra*, confiesa que cuando el Mundial comenzó, en la puerta de su casa colgó un cartel que decía: "Cerrado por fútbol":

Quando lo descolgué, un mes después, yo ya había jugado 64 partidos, cerveza en mano, sin moverme de mi sillón preferido. Esa proeza me dejó frito, los músculos dolidos, la garganta rota; pero ya estoy sintiendo nostalgia, ya empiezo a extrañar la insoportable letanía de las vuvuzelas, la emoción de los goles no aptos para cardíacos, la belleza de las mejores jugadas repetidas en cámara lenta.

Sucede cuando eres hincha de Argentina, Brasil, Alemania, Holanda e Italia. También sucede con México. Sin embargo, se espera más de las potencias. Nadie creería que Brasil (2014) sería una selección desinflada y que sería vencida por Alemania, una máquina que no mostró compasión, que goleó sin piedad y que eviden-

ció sus errores defensivos. Si cuando alguien ve en tribuna un juego bajo la lluvia siente algo de tristeza por los jugadores que ya se patinan en los charcos, se pone más nostálgico cuando esa misma caída es por lágrimas. Si en el Mundial de México '86 nació la ola humana, en Brasil 2014 nació el llanto.

Juego, luego soy. Escribió Galeano. El uruguayo señala que el futbol es también “la fiesta y el luto”, porque *a veces el futbol es una alegría que duele, y la música que celebra alguna victoria de esas que hacen bailar a los muertos, suena muy cerca del clamoroso silencio del estadio vacío, donde algún vencido, solo, incapaz de moverse, espera sentado en medio de las inmensas gradas sin nadie.*

Para el periodista chileno Juan Pablo Meneses, el futbol en América Latina es, con todo, mucho más que dinero:

Se trata de una pasión, una descarga, una locura, una catarsis, un sueño, un grito, un gol, un goooool carajo, goooooool hijo de puta, gooooooolazo y la concha de tu hermana.

En *Niños futbolistas*, una crónica sobre el negocio del futbol, Meneses cree que más allá del ocio como industria en el continente con mayor desigualdad del planeta, *el futbol es algo serio, como cualquier locura.*

En el reciente mundial de futbol, realizado en Brasil, los astros del balompié no sólo les incumplieron a aficionados y niños. Todo comenzó con tropezones en la víspera. Hablo de las lesiones de las figuras que ya no jugaron en Brasil y el bajo rendimiento de los que sí estuvieron.

Se esperó más esfuerzo del argentino Messi y del brasileño Neymar, que abandonó el Mundial por un golpe que le propinó un colombiano.

En las calles de México, algunos niños eran Messi o Neymar. Al jugar la cascarita auto-narraban sus goles. ¿Algún niño meterá goles –entre patios y campos sin pasto– sin contar en voz alta su hazaña?

Jorge Volpi, escritor mexicano, explica que en la vida todos somos el otro, o los otros. Queremos ser “ese otro” que en la ficción es un caballero, un rey, un príncipe o un alienígena. O un futbolista.

No leemos una novela o asistimos a una sala de cine o una función de teatro o nos abismamos en un videojuego sólo para entretenernos, aunque nos entretenga, ni sólo para divertirnos, aunque nos divirtamos; sino para probarnos en otros ambientes y en especial para ser, vicaria pero efectivamente, al menos durante algunas horas o algunos minutos, otros.

Los televidentes, por instantes, son los que patean y los que dirigen. Los que se lanzan una chilena, los que intentan un escorpión, los que desbordan y enfrentan al portero y los que hacen un gol orgásmico de último minuto. En Brasil, Alemania anotó un gol (a Argentina) de antología, y así se desvaneció el Mundial en tiempo extra. La gloria que no alcanzó Brasil en Brasil, se lloró y se superó días después cuando Argentina, rival y vecino, perdió ante los alemanes.

En el libro *Leo, luego escribo*, la escritora Mónica Lavín define que el arte de narrar es el de fascinar, embaucar, atrapar. Ése es el reto del que escribe: *encantar, seducir, atrapar en la historia que narra para que quien la lee no dude que aquello está sucediendo*.

En Brasil, selecciones como Colombia y México nos fascinaron por momentos. Costa Rica fue eliminada en cuartos de final en penales. Es decir, sin un gran cartel, Costa Rica se retiró del Mundial sin perder en la cancha. Con Holanda sucedió algo similar, y de Holanda sabemos que llegará a las últimas instancias, pero que no ganará una final.

El fútbol es un encuentro con el otro. Nos emociona la *Champions*, pero la fiesta de las fiestas está en el Mundial de cada cuatro años.

Kapuscinski, periodista polaco, disfrutaba hablar del otro, de ese hombre y mujer que encontraba en su camino. El fútbol no es sólo un encuentro entre muchos otros o futbolistas. Es hallarse con esos otros que se hacen llamar hinchas o fanáticos, esos que nunca pudieron jugar y que se meten en las piernas de sus otros para empujar la pelota y verla entre las redes.

En este sentido, todos vamos en el mismo carro. Todos los habitantes de nuestro planeta somos Otros ante otros Otros: yo ante ellos, ellos ante mí, esbozó Kapuscinski en conferencias.

En un clásico de fútbol, los otros y los otros Otros, van en la persecución de la pelota, del sueño, de inmortalizar sus nombres y evitar la maldición de los perdedores. En Brasil, Neymar perdió la pelota y las costillas. Messi, a sus compañeros del Barcelona, que semana a semana le acompañan en la carrera buscando la puerta rival.

En Brasil se despidieron los jugadores, los cronistas, los árbitros. Un árbitro no contó dos goles legítimos de México y marcó un penal polémico en su contra. Otro árbitro no expulsó al colombiano que le arrancó las costillas a Neymar. Los silbantes son esos otros protagonistas que no patean pero sí deciden el destino del juego. Al decir de Galeano, *el árbitro es el abominable tirano que ejerce su dictadura sin oposición posible y el ampuloso verdugo que ejecuta su poder absoluto con gestos de ópera*. Y con ello, puede llegar la desgracia.

Para Villoro, los tres pitidos finales en un juego le parecen “tristes”. Es saber que habrán de esperarse cuatro años para que vuelva a rodar un balón en tierras mundialistas.

En cuanto al fin del partido, Galeano escribió:

Rueda la pelota, el mundo rueda. Se sospecha que el sol es una pelota encendida, que durante el día trabaja y en la noche brinca allá en el cielo, mientras trabaja la luna, aunque la luna tiene sus dudas al respecto. En cambio, está probado, y con toda certeza, que el mundo gira en torno a la pelota que gira.

En Brasil seguirá rodando la pelota. Ya no habrá mundial en varios años. Sí habrá estrellas que estarán en otros patios. Sí habrá estadios que puedan concluirse en su infraestructura. Sí habrá deuda pública que paguen estos inmuebles; y, sin duda, habrá nostalgia de lo que no fue en casa. Total, la única certeza carioca es que siempre lucen más allá del *Cristo redentor*, en otros sitios, en otros lados.

Bibliografía

- Galeano, E. (2006). *El fútbol a sol y sombra*. Editorial Siglo Veintiuno, México.
- Lavín, M. (2011). *Leo, luego escribo*. Editorial Lectorum, México.
- Kapuscinski, R. (2006). *Encuentro con el otro*. Editorial Anagrama, Madrid.
- Meneses, J. P. (2013). *Niños futbolistas*. Editorial Blackie Books, Argentina.
- Villoro, J. (2006). *Dios es redondo*. Editorial Planeta, México.
- Villoro, J. (2005). *Los once de la tribu, crónica de rock, fútbol, arte y más*. Editorial Punto de lectura, México.
- Volpi, J. (2011). *Leer la mente. El cerebro y el arte de la ficción*. Editorial Alfaguara, México.

Brasil 2014: El Mundial de los memes

Juan Carlos Colín Vaughan

Introducción

¿De qué hablamos cuando hablamos de meme?

Al igual que Sudáfrica 2010 en su momento, la Copa del Mundo Brasil 2014 fue etiquetada como “El Mundial de las redes sociales”; pero a diferencia de cuatro años antes y siendo más específicos en este sentido, más bien resultó ser “El Mundial de los memes”, para quienes siguieron el torneo a través de internet en distintos dispositivos. Sin embargo, los memes también impactaron de manera muy relevante en otros medios de comunicación, además de la *web*; pues, incluso, la televisión abierta recopiló este tipo de imágenes de fácil elaboración y distribución durante el mes que duró el mega-evento deportivo, con una dinámica en la que tanto los medios como sus públicos se convirtieron en generadores y distribuidores de mensajes a través de los memes, que se consolidaron durante el periodo de espera entre el Mundial de Sudáfrica y el de Brasil. Sin embargo, al hablar de memes es pertinente hacer una distinción entre los memes “de internet” y la definición de meme con origen en la biología, pero de alcance antropológico, la cual aplica más allá de las nuevas tecnologías.

Aunque el concepto de meme se puso de moda en años recientes con el auge de redes sociales, aplicaciones, *smartphones* y el crecimiento de usuarios de internet, se trata de un término vie-

jo inspirado en la biología y mucho más amplio que no sólo se refiere a una imagen *photoshopeada*. Fue el etólogo Richard Dawkins quien propuso el concepto de meme por su similitud con la palabra gen, al entenderlo como una unidad que transmite información; en este caso, una idea, creencia o imagen que se difunde de forma viral dentro de una cultura (Dawkins, 1976; en Harlow, Summer, 2013, 63). Al momento de aquella definición, muchos años antes de que el internet se volviera masivo, el autor reflexionaba y definía el término meme como un rasgo cultural que se transmite en la sociedad. Sin embargo, la esencia del concepto no ha cambiado para efectos de internet, pues la analogía biológica de viralización y transmisión de información es consistente con la dinámica de las nuevas tecnologías.

Luis Jesús Galindo Cáceres es otro autor que trabaja el concepto de meme y lo sitúa en un contexto antropológico (más allá de lo relacionado con internet) al concebirlo como un “cuerpo de información” cuya principal tarea es replicarse en la vida social; aunque nos recuerda que los memes no son algo aislado, sino que forman parte de sistemas de información y están inmersos dentro de una sociedad consciente de su difusión y reproducción. Esto es lo que señala con relación a la dinámica del meme:

Lo interesante del punto de vista memético sobre el antropológico es que el meme no tiene más interés que el de replicarse, que el de buscar zonas y regiones de lo social para reproducirse; y, de esta manera, nuestro mundo humano es la arena de lucha de una multitud de memes buscando sobrevivir a través de nuestra energía, formas que nos configuran y sólo quieren continuar, buscando otros individuos y regiones sociales para hacerlo (Galindo, 2002: 4).

Para Lull y Neiva, los memes se construyen a partir de la imitación social, aunque afirman que la reproducción memética va más allá de la transferencia de información, ya que los memes pueden llegar a funcionar independientemente de las personas. Siguiendo con su teoría, señalan que “nadie nunca ha visto un meme”; es decir, para ellos éstos en sí son intangibles, aunque pueden referirse a una “minúscula parte de la cultura material —como una salsa regional— o pueden representar la menos material de

las dimensiones culturales, la idea de Dios” (Lull y Neiva, 2011: 5). Pero así como nadie ha visto un meme alguna vez, según su punto de vista y retomando la analogía de los genes, estos dos autores recuerdan que nadie había visto un gen hasta que se descubrió el ADN. ¿O acaso nadie había visto un meme... hasta la aparición de internet? Como definición de meme, estos dos autores proponen la siguiente:

El “meme” debe ser entendido como un fenómeno sociocultural que se bifurca, que sólo puede ser descrito adecuadamente con una definición compuesta: los “memes” son ideas culturales que habitan en las mentes de los seres humanos individuales y pasan las ideas de unos a otros, pero que también funcionan independientemente de sus huéspedes humanos (Lull y Neiva, 2011: 5).

Como ya vimos, la noción de meme no es exclusiva de internet, ya que tiene un origen más antiguo y un alcance social más amplio; sin embargo, independientemente de eso, la característica central del meme (dentro o fuera de la *web*) es su facilidad para replicarse; aunque hay memes que tienen más éxito para reproducirse que otros, dependiendo del contexto, la cultura, la creatividad, la estrategia, el medio de comunicación, etcétera.

Ahora bien, es pertinente recordar que el concepto de meme, trabajado por teóricos desde la época de Dawkins, tiene una connotación antropológica y se refiere a cualquier tipo de “cuerpo de información” que puede (o no) ser transmitido por las personas; mientras que el término meme usado coloquialmente en años recientes en portales de internet y redes sociales es muy simple, ya que se refiere particularmente a imágenes con pequeños textos que critican o ironizan sobre diversos temas (sean noticiosos o no) a través personajes, ya sean reales (funcionarios públicos, celebridades, deportistas, o incluso, gente común) o ficticios, como caricaturas o personajes tomados de películas y series de televisión.

Los memes en los portales de internet

Con la penetración de internet, y a diferencia de otros medios masivos de comunicación, los usuarios han adquirido un doble rol que ha explotado las posibilidades de interacción, en donde no sólo

consumen información sino que también la producen. A partir de esta característica, Alvin Toffler propuso el concepto de “prosumidores”. Quizás por la brecha generacional, el sociólogo Marcelo Urresti, citado por Di Próspero y Maurello (2010: 52), vincula dicho término especialmente a las “ciberculturas juveniles”, a la vez que destaca la facilidad para publicar en internet no sólo textos sino también elementos audiovisuales. Esta noción de usuarios “prosumidores”, en el caso de los memes, fue notablemente aprovechada por los medios de comunicación durante la Copa del Mundo de Brasil; ya que estos usuarios, al generar memes, estaban realizando parte del trabajo de los medios, pues éstos utilizaron los memes de la gente para realizar galerías en sus portales de internet con las que obtuvieron buena cantidad de visitas a sus páginas. Sin embargo, también hubo medios que hicieron sus propios memes; de hecho, algunos periodistas deportivos comentaron en redes sociales que tuvieron que aprender a hacer memes durante el Mundial, luego de darse cuenta del impacto de los mismos; para después adaptarlos al lenguaje periodístico, colocando encabezados como “Los memes se burlaron de la goleada de Alemania”, o “Los memes no perdonaron a Arjen Robben”, etcétera.

Por otra parte, los memes se adaptan perfectamente a la tendencia multimedia de los portales de internet, en los que dominan las imágenes y el texto es escaso. Por si fuera poco, la realización y/o recopilación de memes es algo muy sencillo y el beneficio en cuanto a cantidad de visitas y *pageviews* puede ser muy elevado en ciertos temas y momentos. Según datos de Google, dados a conocer por el periódico *El Norte*, los mexicanos buscaron cinco veces más memes del Mundial que goles, y concretamente, la tercera búsqueda más común después del partido de octavos de final entre México y Holanda fue la pregunta: “¿Dónde puedo ver memes de México contra Holanda?”. Lo que no se sabe con certeza es la cantidad de memes que se difundieron durante la Copa del Mundo en redes sociales, su principal vía de comunicación. En su defecto, Facebook y Twitter dieron a conocer cifras oficiales de sus interacciones en general, así como algunos datos de los usuarios que participaron en la “conversación” del Mundial, entre el 12 de junio y 13 de julio de 2014.

A continuación, los datos de ambas redes sociales proporcionados sobre el mega-evento:

Facebook

350 millones de personas conversaron sobre el Mundial.

3 billones de interacciones fueron generadas (posts, comentarios o likes).

22% de los usuarios se ubicaron en el rango de 18 a 24 años de edad.

19 millones de usuarios en México hablaron sobre la Copa del Mundo.

Top 5 de grupos demográficos que conversaron sobre el Mundial en Facebook:

1. Hombres de 18-24 años.

2. Hombres de 25-34 años.

3. Mujeres de 18-24 años.

4. Mujeres de 25-34 años.

5. Hombres de 35-44 años.

Twitter

672 millones de tweets sobre el Mundial, entre el 12 de junio y 13 de julio de 2014.

Partido con más tweets: Brasil vs. Alemania (36.60 millones).

Momento con más tweets: Triunfo de Alemania sobre Argentina en la final (618,725 tweets por minuto).

A diferencia de Facebook, Twitter no difundió la edad y género de los usuarios que interactuaron a lo largo del Mundial, aunque en lugar de eso publicó varios mapas interactivos globales sobre la actividad de los mismos durante algunos partidos de la Copa del Mundo; en los que se aprecia que la participación más intensa de los usuarios estuvo en las zonas del este de Estados Unidos, así como en Europa occidental (particularmente, en Reino Unido).

Por otra parte, en Asia (considerando que en China está restringido el acceso), Oceanía, África, el centro de Sudamérica y Canadá, los mapas interactivos mostraron una actividad considerablemente menor. Al margen de los datos cuantitativos de Facebook y Twitter durante el Mundial, un factorpreciado por ambas plataformas es el *engagement*, en el cual los memes pueden ayudar a fortalecerlo. Por ejemplo, Dick Costolo, ejecutivo de Twitter, desestimó que el Mundial de Brasil haya causado un impacto significati-

vo en el crecimiento del número de usuarios activos, pero se mostró satisfecho con el *engagement* generado por el mega-evento. El *engagement* es un término que se refiere a una interacción constante (no aislada) con los usuarios (en este caso, seguidores de los portales informativos); aunque al igual que el término “meme” y su analogía con los genes, el concepto de *engagement* tiene una raíz en un área distinta a los medios de comunicación. En las neurociencias, autores lo definen como un “estímulo que provoca una sensación de relevancia personal” (Pynta *et al.*, 2014: 73); de manera que Pynta y su grupo de investigadores lo utilizaron para medir las respuestas de la interacción dentro de los *social media*.

Memos de internet: ¿mero entretenimiento?

Los memes de internet tienen un potencial importante para generar interacción entre los medios y sus usuarios; ambos crean contenidos de manera colaborativa y, al mismo tiempo, los difunden en sus redes, logrando “viralización de contenidos”, otro término de moda en los *social media*, inspirado en la biología. Videos como el *Harlem Shake*, en su momento, fueron un meme por la facilidad de su replicación, aunque pocos le llamaron de esa manera por estar en formato de video. Lo mismo puede suceder con audios, fotos, notas, frases, etcétera; aunque los memes más conocidos son las ediciones de fotografías que se hacen a partir de personajes como Grumpy Cat, Bad Luck Brian, Troll Face, Yao, Friki Guy, Cereal Guy, Chuck Norris y una larga lista que sigue aumentando.

¿Pero son los memes mero entretenimiento para los usuarios?, ¿Sólo sirven para generar visitas y *engagement*? La respuesta es negativa, ya que los memes también ayudan a construir diversas narrativas y no necesariamente se quedan en la banalidad, la ironía o el sarcasmo. Como escribe Harlow (2013) en su trabajo sobre el activismo vía internet en Egipto, los memes pueden tener un alcance político en la dinámica de transmisión de información, como lo hacen los activistas a través de sitios de redes sociales.

Un meme exitoso puede causar gran impacto en el público, provocar una reacción que transforme las narrativas e, incluso, comportamientos y prácticas (Harlow, 2013: 64). La narrativa que construyen los memes ha complementado la narrativa de los dis-

cursos periodísticos a través de memes coyunturales; es decir, hay acontecimientos que fomentan la aparición y reproducción de memes en los medios de comunicación, especialmente internet. El Mundial de Brasil dejó un gran impacto en los medios de comunicación de internet en términos de interacciones —como los casos de Facebook y Twitter, por ejemplo— y los memes de la Copa del Mundo fueron parte de ello.

Entre los temas principales abordados por los memes, durante el torneo, podemos encontrar los siguientes:

- Ceremonias de inauguración y clausura
- Jugadas polémicas (errores de jugadores o árbitros)
- Actuaciones individuales, destacadas o decepcionantes
- Derrotas de las distintas selecciones
- Resultados sorprendentes

¿Cómo se pueden analizar los memes y sus narrativas? Una propuesta es hacerlo a través de la teoría del *framing*, como sugiere Leslie Hahner (2013), en su ensayo, cuyo punto de partida es una famosa fotografía tomada en 2011 bautizada como “Riot kiss”; la cual fue captada en Vancouver durante los incidentes violentos generados tras la derrota de los *Vancouver Canucks* en el séptimo juego de las finales de la *Stanley Cup* de la *National Hockey League* (NHL). La fotografía muestra a una pareja, aparentemente besándose en el suelo, rodeada de policías y ante un horizonte caótico por los acontecimientos violentos. Dicha imagen actuó como meme, se reprodujo y “mutó” a través de fotomontajes y otros usos. Hahner, empleando la definición de Goffman (1974), en la que los *frames* son esquemas normativos de interpretación que organizan la percepción humana (Hahner, 2013: 153), sostiene que los fenómenos provocados por la foto “Riot kiss” expusieron diversos marcos argumentativos, pero también lugares comunes y creatividad; de tal forma que propuso tres *frames* (aunque identificó muchos más) para analizar la imagen: naturalismo, eros/thanatos y tendencias de la cultura popular.

El primero de ellos está relacionado con el fotoperiodismo y el hecho de haber captado una imagen “icónica” bajo las nociones de “verdadera” o “real”, es decir, sin poses forzadas o manipulación de los protagonistas de la imagen, de ahí el naturalismo;

amén de que esto nos puede introducir en el debate sobre la supuesta objetividad en la toma de las fotografías, pero no es el propósito del análisis. El segundo encuadre (eros/thanatos) se refiere a la dualidad de las interpretaciones, basada en el amor frente a la muerte y la violencia que expone la foto. Muchos comentarios en este *frame* recurrieron a la típica frase de “haz el amor, no la guerra”. Finalmente, el *frame* llamado “tendencias de cultura popular” es más amplio ya que en éste, Haner incluye las diversas interpretaciones de las audiencias, como las que criticaron la cobertura de los medios, las que cuestionaron a la pareja, las que se burlaron o minimizaron la situación, etcétera. En este sentido, también se incluyen las parodias de la foto, pues en poco tiempo los usuarios recortaron a la pareja con editores de imágenes para realizar diversos productos visuales; es decir, el meme “mutó” a través de la resignificación de los usuarios.

Los memes de gran impacto como el “Riot Kiss” pueden ser analizados a partir del *framing*; como por ejemplo el clavado de Arjen Robben en el partido Holanda *vs.* México de los octavos de final del Mundial. Su imagen se viralizó rápidamente el mismo día del partido en redes sociales, y poco a poco fue siendo resignificado y parodiado por la gente a lo largo de semanas. El *hashtag* #NoEra-Penal, que sirvió para transportar el meme en internet derivó en camisetas, e incluso, en piñatas del futbolista holandés. Las repercusiones de esta jugada se enmarcaron en distintos *frames*, siendo el más claro el de la victimización; el cual se vio en memes que jugaron con el apellido del futbolista y la palabra robo. La frustración sintetizada en una jugada polémica del partido tuvo un gran impacto entre los usuarios. Además de las mencionadas piñatas y otros ejercicios creativos, el meme fue resignificado por otros usuarios también bajo el encuadre de la victimización y fue trasladado a otros contextos. Hubo quienes cambiaron la cara de Robben por la del empresario Emilio Azcárraga o la del presidente Enrique Peña Nieto, enriqueciendo la narrativa de la injusticia en la que el más poderoso siempre es el beneficiado.

En fin, con cada meme se pueden hacer muchas interpretaciones y cuando su impacto decae no tardan en surgir nuevos memes para seguir con las narrativas que más inquietan a la sociedad.

Basta una imagen chusca o banalizada, como el dramático clavado de un futbolista en un contexto de gran atención popular y mediática como una Copa del Mundo, para —a partir de ahí— generar mensajes y discursos sobre narrativas que dan cuenta de percepciones sociales más amplias y lugares comunes, como ya vimos con el caso de Robben; o, si retrocedemos en el tiempo, también lo vimos con los memes y comentarios surgidos tras el “You’re welcome México” de la selección de Estados Unidos que le dio la oportunidad al “Tri” de jugar el repechaje contra Nueva Zelanda a finales de 2013. Aquel acontecimiento deportivo también ofreció mucho material comunicacional para analizar dentro y fuera de internet.

Conclusiones

Los memes de internet sólo son un tipo de meme, pues la raíz del concepto es más amplia y la podemos encontrar en autores que introdujeron el término a partir de una analogía con los genes, al ser considerados como unidades mínimas de información. En sus formatos *web*, los memes fueron reconocidos como tales en años recientes, gracias al surgimiento de nuevas herramientas comunicacionales que han permitido mayor intercambio de información entre los usuarios, rescatando del olvido al concepto de meme, utilizado hoy de forma simplificada para designar únicamente imágenes satíricas; ya que muchos pasan por alto que los memes también pueden ser videos, audios o, incluso, iniciativas altruistas multimedia —como el #IceBucketChallenge que alcanzó gran difusión en redes sociales de internet y en la televisión— sin olvidar las críticas políticas y la generación de narrativas a través de estos elementos.

Es importante concebir a los memes como algo más complejo que simples imágenes burlonas con textos añadidos en *Photoshop*; ya que, de lo contrario, se limitaría su comprensión y posiblemente sean menospreciados al no entender su alcance e impacto, el cual no sólo tiene que ver con el entretenimiento (a menos que se caiga en el abuso de usar ese tipo de memes), lo cual se ha visto en algunos casos.

En el cada vez más complejo ecosistema de internet, el impacto de los memes llegó al periodismo como consecuencia lógica.

La instantaneidad, un criterio de noticiabilidad central en los portales informativos, es acorde a las características de los memes y con las redes sociales como su canal de difusión. Aunque un meme no es una noticia como tal, sí puede formar parte de la narrativa de un acontecimiento o eventos de info-entretenimiento y es ahí donde un portal informativo lo aprovecha como contenido; además, los memes que abordan temas coyunturales o acontecimientos suelen ser exitosos (si medimos el éxito de un meme en su replicación e interacción que genera). A menudo se critica la presencia de los memes en portales de periódicos o de otros medios informativos, aunque para los medios es beneficioso recurrir a ellos porque forman parte de la tendencia de establecer una relación más horizontal con los usuarios, propiciando una conversación o generando una sensación de ello. Como señala Wiesinger: “En la época de los medios digitales, hay una necesidad tanto de noticias profesionales como de participación del público” (2013: 65).

Si bien se puede caer en el abuso de los memes en portales informativos, la crítica de que son mero entretenimiento o productos anecdóticos no es del todo justificada, ya que los memes pueden ser utilizados más allá de una imagen graciosa. Como ya vimos, el alcance de las narrativas de los memes puede ser político (Harlow, 2013) y no es necesario ir al caso de las protestas en el norte de África para verificarlo. En México, los memes son empleados para distintos usos, sean comerciales, políticos, periodísticos o de entretenimiento. En el caso periodístico, la crítica que caracteriza a los memes es similar a la función de la caricatura política, género de larga historia que surgió como un recurso visual para cuestionar a los funcionarios. En la actualidad, no se requiere talento en dibujo o materiales especializados para hacer crítica política a través de caricaturas; lo más sencillo es hacer memes. Y si somos críticos con ciertas tendencias en el periodismo digital, hoy hasta las notas informativas son memes en algunos casos, ya que su intención es replicarse: son breves, sencillas y buscan extenderse por las redes sociales para captar atención a través de recursos multimedia, generalmente. Hoy basta un *tweet* o un video de algún deportista para hacer una nota informativa que muy probablemente será replicada y leída en la *web*.

El auge de los memes y su reconocimiento como tales conlleva nuevos planteamientos y cuestionamientos al respecto. ¿Qué dilemas éticos puede generar la creación y distribución de algunos memes?, ¿Cuáles son los límites?, ¿Qué problemas legales puede haber al respecto? En la pasada Copa del Mundo de Brasil no hubo casos problemáticos de gran impacto en estos asuntos, pero en el futuro los habrá. En agosto de 2014, por ejemplo, la *Premier League* inglesa expresó su descontento porque los usuarios emplean la aplicación *Vine* para grabar y replicar goles o jugadas de seis segundos, situación que afecta los intereses de la liga y sus socios comerciales porque tienen los derechos exclusivos de transmisión.

En YouTube la FIFA y otras ligas ya han logrado frenar los videos de los usuarios (aunque hay otras ligas en el mundo que, al contrario, los fomentan), pero en *Vine* todavía no lo consiguen, y cuando lo logren puede que los aficionados se muden a otra red social para burlar los obstáculos. ¿Es posible frenar a los memes a través de las tecnologías que facilitan su reproducción? Otro caso de alguien que quiso prohibir los memes o, al menos reglamentarlos, fue el diputado chileno del partido Demócrata Cristiano, Jorge Sabag, aunque su propuesta no duró mucho. Los contenidos de internet influenciados por la lógica de la memética son un gran tema para analizar, no sólo por sus mensajes que, como ya vimos, pueden ser estudiados a través del *framing* o de otros métodos cualitativos y cuantitativos, sino que también pueden tener implicaciones legales, periodísticas, éticas, comerciales, etcétera.

Considerando que cuatro años es mucho tiempo en el ámbito tecnológico, quizás para Rusia 2018 estemos hablando de otra tendencia, como “el Mundial de los *Vines*” (aunque este año hubo algo de eso), o del “Mundial de Instagram”; o bien, de otra aplicación que aún no conocemos, aunque los memes de internet llegaron para quedarse y los seguiremos viendo, pero seguramente con algunos cambios. En una época en donde las exclusivas en periodismo son confusas, las primicias efímeras y en donde la información es cada vez más breve, realizada por pocos periodistas que hacen de todo, los memes de internet son un recurso a la medida del periodismo digital, pese al riesgo de que esa dinámica sea sobre-explotada; mientras que los contenidos “no meméticos” po-

drían seguir perdiendo fuerza por la lógica comercial y las dinámicas de trabajo.

Bibliografía

- Aamidor, A. et al. (2013). *Media Smackdown. Deconstructing the News and the Future of Journalism*. Peter Lang, Nueva York.
- Cortés, J. (s.f.) ¿Qué son los memes? Introducción general a la teoría de memes. (Disponible en: <http://biblioweb.sindominio.net/memetica/memes.html>).
- Di Prospero, C. y Maurello, M. (2010). Los periodistas y las nuevas tecnologías (pp. 51-70). En Luchessi, Lila (comp.) *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*. La Crujía: Buenos Aires.
- Galindo, J. (2002). Sistemas de información, sistemas de comunicación y configuración social (Disponible en: <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>).
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harper and Row, Londres.
- Hahner, L. (2013). *The Riot Kiss: Framing Memes as Visual Argument. The Journal of the American Forensic Association*. Argumentation and Advocacy, 49: 151-166.
- Harlow, S. (2013). It was a “Facebook revolution”: Exploring the meme-like spread of narratives during the Egyptian protests. *Revista de Comunicación*, No. 12, Universidad de Piura.
- Luchessi, L. (Comp.) (2010). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. La Crujía, Buenos Aires.
- Lull, J. y Neiva, E. (2011). Hacia una nueva conceptualización evolutiva de la comunicación cultural. *Comunicar*, No. 36, *Revista Científica de Educación*: 25-34 (DOI:10.3916/C36-2011-02-02).
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma, Buenos Aires.
- Pynta, P. et al. (2014). The Power of Social Television: Can Social Media Build Viewer Engagement? *Journal of Advertising Research*: 71-80 (DOI: 10.2501/JAR-54-1-071-080).
- Wiesinger, S. (2013). The Evolution of Media Technologies (pp. 51-72). En: Aamidor, A. et al. (2013). *Media Smackdown. Deconstructing the News and the Future of Journalism*. Peter Lang, Nueva York.

El juego del mercado más redondo y popular

Gabriela Andrea Luna Ruiz

La intención del presente texto es provocar el análisis del deporte más popular del planeta desde una perspectiva afín a los gustos e intereses de los amantes y apasionados del fútbol *soccer*, que permita ampliar las perspectivas desde las que puede ser analizado. En primera instancia, se brindan una serie de datos estadísticos que nos sugieren el complejo aparato que hay detrás de cada competencia mundialista, cuyo fin es dotar de información fiable y demostrar que es un deporte con mejoras continuas; después, se plantean e intentan responder algunas interrogantes respecto a dos aspectos de mercado sobre transferencias de jugadores y el peso específico de los jugadores de élite en sus selecciones. Finalmente, se presentan unas breves conclusiones sobre cómo se avizora el futuro respecto a los cuestionamientos planteados.

Tras la realización de la justa del Mundial de fútbol *soccer* realizada en el verano de 2014, queda un excelente sabor de boca para los aficionados al “deporte más popular del mundo”; fue placentero ver una competencia en la que se privilegió —al menos en la ronda de grupos— el juego ofensivo y la presentación de alternativas de triunfo, tanto para los equipos ganadores de siempre, como para algunos equipos emergentes que se hicieron presentes

en el torneo. En una competencia que nos presentaba lo mismo a un campeón defensor (España) vilipendiado en su primer encuentro, que un sorprendente equipo centroamericano (Costa Rica) en ronda de cuartos de final.

Más allá de apasionamientos, algunos datos que brinda la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) son contundentes los datos respecto a la mejoría en la competencia anterior: 171 goles contra 147 del Mundial Sudáfrica 2010, incrementando la media de goles anotados por partido de 2.3 a 2.7. Se apostó por el juego limpio al reducir las expulsiones; pero más aún las amonestaciones de una media de 3.8 a 2.8 por partido; como muestra, el equipo colombiano ostentó el "Fair Play" sin jugadores expulsados y únicamente 5 amonestaciones. Para cerrar con la numeralia alentadora respecto "al deporte más popular del mundo", se incrementó el tiempo de juego efectivo a casi 58 minutos, 4 más que en Sudáfrica.¹

En paralelo al dato estadístico, la final también aguardaba sorpresas para los aficionados promedio, pues presentaba desde una maquinaria perfecta de creación de fútbol eficiente, agresiva y ofensora con defensa infranqueable (como Alemania), frente a un equipo argentino que mostraba oficio e individualidades avasallantes; el resultado no podía ser más emocionante, dramático y deseable en una justa mundialista: prácticamente al final del segundo tiempo extra no se llegó a penales para resolverlo y un gol solitario de Götze, siete minutos antes de terminar la prórroga otorgó el triunfo y campeonato al equipo teutón.

En este torneo, que es tan vertiginoso como intenso, se presentan todo tipo de transacciones y consolidación de mercados, desde las que se vinculan a la economía de las apuestas y juegos de azar, la valorización de las ligas locales que desean ver su nivel futbolístico reflejado por su selección, mercados boyantes de camisetas (por ejemplo, la casaca alemana que logra un récord en ventas de más de 2 millones de unidades, 30% más que su último modelo en 2006; o la mexicana, que espera alcanzar la cifra de un

¹ En <http://es.fifa.com/worldcup/statistics/index.html> (Consultado el 26 de agosto de 2014).

millón)² —además de gorras, *pines*, tazas y plumas—; hasta el cambio del precio de mercado de jugadores, la comercialización en publicidad de las figuras más emblemáticas de cada selección o el valor de la reventa de boletos para partidos “clave”. Todo ello, sin dejar de considerar los movimientos de capital que genera el sector servicios en sus vertientes de turismo: hotelería, transportación, bares y restaurantes. Es decir, un evento que genera gran derrama económica.

Al margen de los partidos, pero dada la inercia de lo que ocurre dentro de la cancha de un Campeonato Mundial de Fútbol, surgen muchas interrogantes que no se pueden responder por completo bajo un enfoque meramente circunscrito al ámbito deportivo, destacan algunas que —bajo la perspectiva de los economistas— resultan muy atractivas: ¿Qué tanto se ha elevado el precio de los futbolistas en los mercados internacionales, y si cambia el valor de mercado de la misma tras participar en activo con su selección en el Mundial?, ¿En qué medida afecta al evento mundialista la ausencia de algunas de las grandes estrellas de la cancha? En la segunda pregunta hay un cuestionamiento subyacente: si cambia negativamente, por qué no se administran diferente las ligas locales en el año del Mundial del fútbol.

¿Qué tendencia presenta el mercado de jugadores de fútbol?

Para intentar resolver la primera pregunta, es posible hacer una analogía con la “burbuja inmobiliaria” que desató la crisis en 2007, en España en particular. Sintomático resulta el proceso explosivo a la alza en el precio de los jugadores de élite en la ligas más poderosas de Europa (española, italiana, inglesa, portuguesa y francesa).

Para tener un parámetro comparativo respecto del crecimiento en el precio de los jugadores, basta mencionar en cuánto se negociaron las transferencias de equipo de dos astros del fútbol que marcaron época: Johan Cruyff y Diego Maradona; del primero, en una transferencia del Ajax de Holanda al Barcelona de la liga

² En <http://www.elfinanciero.com.mx/brasil/mexico-entre-las-camisetitas-mundialistas-mas-vendidas-por-adidas.html> (Consultado el 24 de agosto de 2014).

española, se negoció su carta en aproximadamente 480 mil dólares americanos; y del segundo, del Barcelona al Nápoles, pactado su cambio por 9 millones 300 mil dólares americanos, cifras muy menores respecto a los más de 54 millones de dólares por los que se concretó la compra de James Rodríguez (colombiano) al Real Madrid (vale explicitar que es un joven muy talentoso y con enorme potencial, pero aún no es un astro como los mencionados). Diferencial de precios que, al parecer, está muy por encima del incremento en los precios en la comercialización de derechos de televisión y precio de los boletos de entrada a los estadios.

Vale la pena analizar la trayectoria de precios de los jugadores más talentosos que ha tenido este deporte. A fin de evitar subjetividades, se presentan únicamente los precios de los jugadores que fueron galardonados con el Balón de Oro; cabe señalar que este premio al talento individual se dio entre los años 1956 hasta 2009, convocados por la revista francesa *France Football*. Hacia el año 2010, se unifica este premio (que tanto prestigio había cosechado) con el premio oficial Jugador Mundial de la FIFA; así, el deseado reconocimiento actualmente se denomina “FIFA Balón de Oro”.

En el portal deportivo de “La Ciudad Deportiva” se presenta un ejercicio económico para determinar el precio de los ganadores del Balón de Oro, que es el trofeo más importante que premia el desempeño individual; realizaron un ejercicio de *inflactación*³ del valor de mercado alcanzado por dichos jugadores. Este ejercicio se presenta en la tabla 1, a continuación:

³ *Inflactar* significa traer a precios corrientes de 2014 un valor monetario de años atrás, considerando el efecto de la inflación. Se refiere al procedimiento contrario de “deflactar”; es decir, realizar un análisis estadístico de variables económicas en las que se descuenta el efecto de la inflación (ver: <http://www.cepal.org/>).

Tabla 1
¿Cuánto valdrían hoy los ganadores del Balón de Oro?

Jugador	Año de coronación	Valor actual en dólares de EU (millones)
Cristiano Ronaldo*	2013	125.30
Lionel Messi*	2012	108.90
Kaká	2007	106.90
Zinedine Zidane	1998	97.10
Ronaldinho	2005	81.30
Luis Figo	2000	81.30
Ronaldo	2002	71.40
Andriy Shevchenko	2004	58
Ronaldo	1997	55.20
Michael Owen	2001	54
Pavel Nedväd	2003	48.20
Rivaldo	1999	44.80
George Best	1968	40.20
Michel Platini	1985	37
Johan Cruyff	1975	39.60
Franz Beckenbauer	1972	33.50
Bobby Charlton	1967	33
Alfredo di Stefano	1959	32
Marco Van Basten	1992	25
Jean Pierre Papin	1991	24

*Jugadores que ganaron más de un Botín de oro y se calcula su valor actual promedio.
Fuente: en <http://lcd.juanfutbol.com/messi-cristiano-platini-cruyff-cuanto-valen-los-balones-de-oro/> (Consultado el 28 de agosto de 2014).

Cabe destacar que para el caso de Johan Cruyff, y a fin de evitar confusiones, por los reportes de los años setenta, su valor era de poco menos de 10 millones de francos, 480 mil dólares de esa década que, convertidos a dólares actuales, representan el valor de 39.60 millones de dólares. Datos para llamar la atención: que entre los primeros 10 lugares, ocho de los jugadores han vivido su momento “clímax” después del año 2000, con apenas dos del siglo pasado (XX): el francés Zinedine Zidane (1998) y el brasileño Ronaldo (1997). En la tabla 1 no se incluye el valor comercial, marca o contratos de publicidad de los futbolistas, se ciñe el cálculo estrictamente al precio de su carta.

Ahora, si se mira la valorización que consiguen los jugadores tras un desempeño destacado en el Mundial, basta exponer que James Rodríguez (el centrocampista colombiano), quien en 2010 fue vendido al Futebol Clube do Porto, en la liga portuguesa con un contrato de cuatro años por 5.10 millones de euros, para migrar al Mónaco por cerca de 45 millones de euros, tan sólo tres años después; y, actualmente, milita en las filas del Real Madrid, por 80 millones de euros; con un futuro muy amplio aún, pues tiene tan sólo 23 años. Por análisis simple se detecta que el crecimiento del valor de su fichaje en cuatro años es casi una multiplicación 16 de su valor original.

Es evidente que hay una tendencia creciente en el valor de los jugadores de fútbol, enfrentando un mercado creciente, al extenderse y consolidarse como el deporte más popular del mundo: la demanda por “jugadores franquicia”. Se puede detectar que hay grandes intereses impulsando a la alza el precio de los jugadores de la élite y que no necesariamente es sólo para ellos el beneficio económico alcanzado; están infladas las cartas y hay un mercado especulativo que se beneficia de ello, dividiendo el beneficio entre: representantes, clubes, comercializadoras, marcas deportivas y televisoras. Este tipo de jugadores pueden vender casi cualquier producto y volver un partido común de liga en un “pago por evento”.

¿Por qué se puede comparar con la “burbuja inmobiliaria”? Se hará una breve semblanza de la crisis, en la que llama la atención el fuerte paralelismo existente, porque justamente se define

como síntoma inequívoco de la burbuja inmobiliaria la explosión de los precios de los inmuebles, excediendo por amplia brecha las tasas de crecimiento del Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) y de las rentas; esos incrementos se pretendieron justificar por factores externos, tales como: la escasez de suelo edificable en la ciudades más desarrolladas, las exenciones y beneficios fiscales otorgados a compradores de viviendas, a los flujos migratorios.⁴ Pero, especialmente, tenían un origen la facilidad al otorgar créditos, la especulación de empresas inmobiliarias, tenedores de cartera crediticia inmobiliaria y la recalificación de suelos.

La instancia financiera máxima, que es el Banco de España, también expuso que “la existencia de una cierta infravaloración de este activo en la segunda mitad de la década de los noventa”; lo que llevó a muchos de los individuos concurrentes al mercado a generar mecanismos de “sobrecompensación” durante estos años; así se impulsaron a la alza los precios que llegaron a incrementarse de entre 10 hasta casi 30% en algunos años.⁵ El periodo de bonanza llegó hasta finales de 2007, cuando se presenta un cambio de ciclo económico del mercado inmobiliario español, desencadenado por factores endógenos y exógenos.

Se identifica, por el lado de los factores exógenos, la falta de liquidez del sistema financiero a nivel global, cuyo origen se imputa a la crisis de las *subprime*⁶ (hipotecas en Estados Unidos), en agosto de 2007. Desde el seno de la economía española, fueron detonantes de la ruptura de dicha burbuja: la falta de existencia de bonos y activos de bajo riesgo, lo que desaceleró la posibilidad de financiamiento; con ello se inicia el agotamiento y declive del mo-

⁴ Bellod, J. F. (2011). *Detección de burbujas inmobiliarias: el caso español*. Contribuciones a la Economía, Grupo Eumed.net, Universidad de Málaga, España (issue 2011-05, mayo).

⁵ www.consumer.es. En 2003 el incremento de precios fue del 16.60%, lo que indicaba que por cuarto año consecutivo el precio subía por encima de los dos dígitos.

⁶ La facilidad para “obtener préstamos para adquirir bienes inmuebles que se concedieron al segmento denominado *subprime*, que no es otro que los clientes de escasa solvencia y, por tanto, mucho riesgo de impago. Estos activos con tan alto nivel de riesgo, una vez que resultaban impagados y entraban en el balance de las entidades financieras como pago de la deuda, a un valor bastante por debajo de la misma, se les llamó “activos tóxicos”. En <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crisis-subprime.html>. (Consultado el 28 de agosto de 2014).

delo de crecimiento basado en el ladrillo, como se le llamó.⁷ Los efectos nocivos de la crisis se perciben hasta la fecha en el mal desempeño de la economía española; pero se hicieron evidentes cuando se volvieron (incluso negativos) los retornos de la inversión en el sector, generando así la salida de los especuladores en el mercado, con efecto inmediato en la restricción del crédito. *Grosso modo* este fue el meollo y efecto de la crisis hipotecaria española, que hacia julio de 2011, llevó a la pérdida de un 25% del valor de la vivienda, desde sus valores máximos alcanzados en 2007.

Y al retomar el tema que motiva la presente discusión: ¿Qué tienen en común ambas burbujas: la inmobiliaria y la del fútbol? En el texto de López⁸ explica que “los organismos reguladores han fallado estrepitosamente en su función de controladores y supervisores de las prácticas empleadas, por parte de los agentes financieros”; y que “...independientemente de cuestiones, actuaciones y decisiones concretas, en el fondo de esta situación subyace una falta de ética en su comportamiento por parte de todos los actores...”. Y es aquí donde podemos identificar más de una irregularidad en el mercado de compra-venta de los jugadores estelares de fútbol, tales como valores declarados públicamente y compensaciones no públicas que hacen volar las cifras hasta llegar a cantidades estratosféricas; o bien, compra y venta de jugadores menores de 18 años que contravienen las normas de FIFA.

Es claro que es un mercado diferenciado, pues jugadores de élite hay pocos y el restante 80 u 85% de ellos, cuya carta no alcanza estos valores, pueden verse eventualmente sacrificados; ya que, frente a salarios menos excéntricos puede ser que no consigan cláusulas de separación o de retiro que les permita tener una vida con certidumbre una vez que ya no puedan estar en activo; y no se consigue, pues resulta complicado que actúen como gremio al tener diferenciales salariales de escándalo. Nueva condicionante para que clubes y representantes se vean beneficiados a no te-

⁷ Naredo, J. M. (2010). *El modelo inmobiliario español y sus consecuencias*. Comunicación en Urbanismo, democracia y mercado: una experiencia española (1970-2010), Université Paris 12 Val-de-Marne.

⁸ López, I. (2013). *Crisis Subprime*. En <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crisis-subprime.html> (Consultado el 12 de Agosto de 2014).

ner que sostener políticas homogéneas de contratación en todos sus jugadores.

A fin de robustecer la conclusión previa, se cita el texto *El redondo negocio del fútbol mexicano*, de Forbes; en el que, tras un detallado análisis de cifras, se observa:

1) En México hay al menos 22 jugadores que ganan más de 1 mdd anuales; mientras que en Estados Unidos hay deportistas –como el francés Thierry Henry– que tiene un salario por 5.60 mdd, cuando sólo ocho jugadores del campeonato (MLS) perciben 1 mdd.

2) Brasil tiene a 6 de los 10 futbolistas con más alto salario en toda América, pero lo cierto es que la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF) detalló, en un estudio publicado en su sitio web, que no todos gozan de esas condiciones, ya que 60% de sus jugadores percibe el salario mínimo.

3) El jugador mejor pagado en la Liga MX gana 346 veces más que el mejor salario de un jugador de la liga de Jamaica; 81 veces más que el de Honduras; 25 más que el de Uruguay y 21 más que el de Guatemala.⁹

¿Afecta la ausencia de grandes estrellas en el Mundial?

Es muy difícil dar una respuesta contundente a este cuestionamiento, pues no tenemos un experimento en el que podríamos simular la presencia de todos los mejores jugadores convocados para cada una de las selecciones. Pero un rasgo característico de este Mundial Brasil 2014 fue la ausencia de grandes estrellas que están en el pináculo de su carrera deportiva, quienes se perdieron la competencia más importante.

La ausencia de Radamel Falcao (delantero-Colombia) parecía vaticinar una catástrofe en el ataque de la selección colombiana, quedó fuera de la lista final de convocados; no se pudo recuperar a tiempo de la operación del ligamento cruzado anterior de la rodilla izquierda que se rompió seis meses antes de la competencia. Sin embargo, Colombia se reveló como un auténtico “caballo negro” al obtener su pase a cuartos de final y cayendo ante el anfi-

⁹ En <http://www.forbes.com.mx/el-jugoso-mercado-del-futbol-mexicano/> (Consultado el 28 de agosto de 2014).

trión. Y con la generosa actuación goleadora de James Rodríguez, que obtuvo la Bota de Oro, parece que al final nadie extrañó a Radamel; de hecho, se colocó entre las 10 selecciones que más camisetas vendieron, situación que aparentemente confirma que una estrella no sostenía la empatía de esta selección con la afición y el mercadeo que podían hacer de sus productos deportivos.

Un caso no menos llamativo fue el de Franck Ribéry (Volante-Francia), quien, incluido en la lista final de su selección, no pudo asistir por una lumbalgia que padecía desde cinco meses previos al torneo; es por demás notorio el hecho de que, en virtud del nivel de exigencia en la liga alemana donde milita, no tuviera oportunidad de descansar para lograr estar en óptimo estado físico antes del Mundial. Pero la actuación de un equipo francés en franca reestructuración no pareció evidenciar el vacío que su ausencia dejó en la cancha, al llegar a cuartos de final, ser uno de los equipos que más incomodó al campeón Alemania en la cancha y definir ahí como su líder a Benzema.

La selección mexicana también tuvo una baja sensible, la de Luis Montes (centrocampista), tras una fractura de tibia y peroné, sufrida con antelación durante un partido amistoso de preparación ante Ecuador. Sin embargo, el desempeño del representativo mexicano evitó que se le extrañara, la afición mexicana viajó en grandes comitivas a Brasil, haciendo que durante cada partido su equipo tuviera apoyo como si fuera local, y se colocó entre las cinco playeras más vendidas.

Estos tres ejemplos nos ayudan para sustentar una hipótesis: el Mundial de fútbol no responde a los momentos que atraviesen los futbolistas de élite, ni a las individualidades. El mercado asociado a transmisiones, venta de boletos y comercialización de productos deportivos no se relaciona de manera directa con la presencia de algún futbolista emblemático, sino con la conexión que establecen las selecciones nacionales con su afición y con la inercia de “camaradería y competencia” que emana de la competencia.

Sin embargo, quizás sí valga la pena reflexionar sobre el calendario tan saturado que tienen los jugadores que se desempeñan en Europa y si vale la pena pensar en manejar de manera distinta las fechas y competencias cada cuatro años, a fin de permitir que

jugadores que están en su mejor momento puedan ayudar a elevar *aún* más el nivel del torneo; y *por qué* no, incluso, a valorizar más las ligas en donde se desempeñan habitualmente.

Esta deliberación surge al observar que: de 10 ausencias de jugadores clave en el Mundial, 9 son jugadores de ligas europeas: Valdez (portero, España), Falcao (delantero, Colombia), Montolivo (centrocampista, Italia), Van der Vaart y Strootman (centrocampista y mediocentro, Holanda), Walcott (extremo derecho, Inglaterra), Gundogan (centrocampista, Alemania), Thiago Alcántara (centrocampista, España), y únicamente Luis Montes está fuera de ese circuito.¹⁰

Consideraciones finales

Con las discusiones presentadas pareciera haber tres conclusiones relevantes:

- El fútbol *soccer* es un deporte en continua revisión, observación y en cuatro años consiguió mejorar todos los indicadores de desempeño, como: minutos efectivos de juego, goles, kilómetros recorridos y reducir el número de faltas.
- El mercado de fichajes de jugadores de élite está entrando en una burbuja inflacionaria y no es claro que se pueda revertir esta tendencia en el corto o mediano plazo; pues, a diferencia de la esfera especulativa inmobiliaria, es un mercado donde no hay tanta concurrencia de demandantes con poder de compra y la oferta de auténticos talentos es muy reducida también; además, se tienen mercados diferenciados: élite y grueso de los jugadores que permiten tratos contractuales muy diferentes tanto de los dueños de equipos como de los representantes, situación que debilita la posibilidad de establecer como gremio “topes salariales” o mercados transparentes de fichaje.
- Un evento como el Mundial de fútbol está en términos de aceptación del público en tanto audiencia, mercados de boletos, mercadeo de productos asociados a las selecciones nacionales y a la misma comercialización del torneo,

¹⁰ En http://www.abc.es/mundial/brasil-2014/20140606/abci-diez-ausencias-lesion-mundial-201406051817_9.html (Consultado el 28 de agosto de 2014).

muy por encima de las individualidades y de la ausencia de grandes estrellas de la cancha; ya que con o sin ellos, es un evento esperado durante cuatro largos años.

Finalmente, cabe señalar que el fútbol ha crecido en cuanto impacto y en penetrar nuevos mercados, está presente en todo el mundo y eso lo vuelve una fuente muy atractiva de inversión, competencia y hasta especulación financiera. La globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información permite que ahora un aficionado tenga su equipo favorito en la Liga MxBancomer, su favorito en la *Champions League*, además de sus debilidades de afición en cada una de las ligas locales europeas o sudamericanas y... ¿por qué no? portar su playera del TRI con singular orgullo.

Bibliografía

- Bellod, J. (2011). *Detección de burbujas inmobiliarias: el caso español. Contribuciones a la economía*. Grupo Eumed.net. Universidad de Málaga, España (issue 2011-05, mayo).
- Naredo, J. (2010). *El modelo inmobiliario español y sus consecuencias*. Comunicación en Urbanismo, democracia y mercado: una experiencia española (1970-2010), Université Paris 12 Val-de-Marne, París.
- López, I. (s/d). *Crisis Subprime*. En <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crisis-subprime.html> (Consultado el 20 de junio de 2014).

Sitios consultados en internet

- <http://es.fifa.com/worldcup/statistics/index.html>
- <http://www.elfinanciero.com.mx/brasil/mexico-entre-las-camisetas-mundialistas-mas-vendidas-por-adidas.html>
- <http://www.cepal.org/www.consumer.es>
- <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crisis-subprime.html>.
- <http://www.forbes.com.mx/el-jugoso-mercado-del-futbol-mexicano/>
- http://www.abc.es/mundial/brasil-2014/20140606/abci-diez-ausencias-lesion-mundial-201406051817_9.html

Autores

David Leonardo Quitián

Sociólogo y *magister* en antropología de la Universidad Nacional de Colombia. Candidato a doctor en antropología, Universidad Federal Fluminense (Brasil). Profesor de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Fundador de la Asociación Colombiana de Investigación y Estudios Sociales del Deporte (ASCIENDE). Miembro del comité científico de la Asociación Latinoamericana de Estudios Socioculturales del Deporte (ALESDE). Premio Nacional de Cultura 2013, en la categoría de narrativas populares de grupos de interés, con un trabajo de barras de fútbol. Investigador de los grupos “Lúdica, cuerpo y sociedad” (UPN), “Juego, cuerpo y motricidad” (Unillanos), “Cibercultura y territorio” (UNAD), Núcleo de Estudios e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade (NEPESS/UFF) y del Laboratório da História do Esporte e do Lazer-UFRJ (Brasil). Autor de *Fútbol sin barrera* (2006). Editor de *Estudios socioculturales del deporte: desarrollos, tránsitos y miradas* (2012) y de *Naciones en campo: fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina* (2014); amén de una veintena de textos científicos (artículos y capítulos de libro) en publicaciones nacionales y extranjeras, además de artículos de opinión (columnas y *posts* de *blogs*) en diferentes medios de comunicación de Colombia y el extranjero. Correo electrónico: quitiman@yahoo.es

Eduardo Portas Ruiz

Licenciado en ciencias de la comunicación por la Universidad Iberoamericana. Director de *Capital Social*. Ha escrito artículos diversos sobre fútbol y tecnología. Actualmente se desempeña como profesor de Comunicación en las Universidades Iberoamérica y Anáhuac; y cursa estudios de posgrado en Historia en la Casa Lamm (@eduportas / capitalsocial.com).

Alan Emmanuel Pérez Barajas

Maestro en pedagogía, con especialidad en estudios lingüísticos, por la Universidad de Colima. Realiza trabajos en la línea de investigación “Significados culturales”. Sus áreas de interés son la lingüística sociocultural, el análisis del discurso y la lingüística aplicada a la enseñanza del español como lengua materna. En la actualidad, explora marcos y enfoques relacionados con la lingüística sociocultural, identidad lingüística y *elder's speaking* (habla de los ancianos).

Correo electrónico: actante78@hotmail.com

Aidé C. Arellano Ceballos

Doctora en ciencias sociales con especialidad en estudios de cultura y comunicación por la Universidad de Colima. Profesora Investigadora de tiempo completo de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

Correo electrónico: aidee@ucol.mx

Mario Antonio Rodríguez Bautista

Estudiante de quinto semestre de la licenciatura en lingüística en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

Jeanette Magnolia López Walle

Doctora en actividad física y salud por la Universidad de Granada, y posdoctorado en la Universitat de València, España. Profesora-investigadora de tiempo completo y Subdirectora de Posgrado de la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel 2. Líder del cuerpo académico “Ciencias de la Cultura Física y Deporte” (UANL-CA-306).

Correo electrónico: jeanette.lopezw@uanl.mx

José Leandro Tristán Rodríguez

Doctor en ciencias de la actividad físico-deportiva y calidad de vida por la Universidad de Murcia. Profesor-investigador de tiempo completo y secretario académico de la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel 1. Miembro del cuerpo académico “Ciencias de la Cultura Física y Deporte” (UANL-CA-306).
Correo electrónico: t_ristan5@hotmail.com

Jorge Isabel Zamarripa Rivera

Doctor en ciencias de la actividad físico-deportiva y calidad de vida por la Universidad de Murcia. Profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Candidato del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Líder del cuerpo académico “Actividad Física y Deporte” (UANL-CA-202).
Correo electrónico: jorge.zamarriparv@uanl.edu.mx

Rosa María Ríos Escobedo

Maestra en ciencias del ejercicio con especialidad en educación física en la infancia y la adolescencia. Postulante para el grado de doctor en ciencias de la cultura física. Profesora de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).
Correo electrónico: rossyrie@hotmail.com

Octavio Álvarez Solves

Licenciado y doctor en psicología por la Universitat de València (España). Es profesor de la Universitat de València, en donde pertenece a la Unidad de Investigación de Psicología del Deporte (UIPD). Psicólogo de diferentes atletas de alto rendimiento de España.
Correo electrónico: octavio.alvarez@uv.es

Gerardo Cárdenas

Licenciado en ciencias de la comunicación por la Universidad Iberoamericana, y maestro en políticas públicas por National-Louis University. Es escritor y director de la revista literaria *Contratiempo* en Chicago, Illinois (Estados Unidos).

Correo electrónico: gerardo.cardenas1313@gmail.com

César Velázquez Guadarrama

Académico del departamento de Economía de la Universidad Iberoamericana y Coordinador de la maestría en políticas públicas.

Correo electrónico: cesar.velazquez@ibero.mx

Krisitian Antonio Cerino

Licenciado en comunicación por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). Miembro del Sistema de Investigadores en Tabasco. Está dedicado a la docencia y al periodismo. Escribe en el sitio *web* www.diarioactivo.mx

Correo electrónico: kristianantoniocerino@gmail.com

Juan Carlos Colín Vaugham

Licenciado en ciencias de la comunicación por la Universidad Iberoamericana. Maestro en periodismo por la Universidad Autónoma de Buenos Aires. Profesor visitante de la Universidad Iberoamericana en las materias de investigación aplicada. Ponente en los Diplomados: Brasil 2014 y Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

Correo electrónico: jcolinv@hotmail.com

Gabriela Andrea Luna Ruiz

Profesora-investigadora del Departamento de Economía en la UIA. Con licenciatura en economía en la UAM-A. Maestra en economía de la salud en el CIDE y el INSP. Doctora en economía por la Universidad Autónoma de Madrid. Cursos que imparte: microeconomía, matemáticas básicas, economía de la salud y comercio internacional y procesos de globalización.

Correo electrónico: gabriela.luna@ibero.mx

Javier Arturo Hall López

Licenciado en educación física (ESEF UAS). Maestro en ciencias del deporte, opción biología (FEFCD UACH). Doctor en medicina del deporte por la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”. Profesor-investigador de tiempo completo de la Facultad de Deportes, de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Integrante del cuerpo académico CA UABC-175. Perfil deseable PROMEP. Adscrito al Sistema Nacional de Investigadores CONACYT.

Correo electrónico: javierhall@uabc.edu.mx

Paulina Yesica Ochoa Martínez

Licenciada en educación física y maestra en ciencias del deporte, opción biología (FEFCD UACH). Doctora en medicina del deporte por la Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción. Profesora-investigadora de tiempo completo de la Facultad de Deportes de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Integrante del cuerpo académico CA UABC-175. Perfil deseable PROMEP. Adscrita al Sistema Nacional de Investigadores CONACYT.

Correo electrónico: pochoa@uabc.edu.mx

Julio Alejandro Gómez Figueroa

Doctor en educación y maestro en ciencias aplicadas a la actividad física, profesor de tiempo completo de la Facultad de Educación Física de la Universidad Veracruzana (UV) y líder del Cuerpo Académico UV-CA-292 Educación Física y Salud.

Correo electrónico: julgomez79@gmail.com

Luis Quintana Rivera

Doctor en educación, profesor técnico-académico de la Facultad de Educación Física de la Universidad Veracruzana (UV) y colaborador del Cuerpo Académico UV-CA-292 Educación Física y Salud.

Correo electrónico: quintana_1@hotmail.com

Ciria Margarita Salazar C.

Doctora en educación física y artística por la Universidad de Extremadura, maestra en ciencias sociales. Diplomada en alimentación saludable y metodología de investigación en ciencias sociales. Profesora-investigadora de tiempo completo de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Colima. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Directora de la Red de Investigadores de Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación.
Correo electrónico: ciria6@ucol.mx

Miguel Ángel Lara Hidalgo

Licenciado en ciencias de la comunicación por la Universidad Iberoamericana. Estudiante de la maestría en antropología. Fundador Instituto de Altos Estudios Sobre Deporte, Cultura y Sociedad A.C.
Correo electrónico: cacaxtla@yahoo.com

Mundial de futbol Brasil 2014. Transversalidades y conocimientos múltiples sobre el mega-evento global, compilado por Ciria Margarita Salazar C. y Miguel Ángel Lara Hidalgo, fue editado en la Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, avenida Universidad 333, Colima, Colima, México, www.ucol.mx. La digitalización se terminó en mayo de 2015. En la composición tipográfica se utilizó la familia Veljovic Book. El tamaño del libro es de 22.5 cm de alto por 16 cm de ancho. Programa Editorial: Alberto Vega Aguayo. Gestión Administrativa: Inés Sandoval Venegas. Diseño: José Luis Ramírez Moreno. Cuidado de la edición: Alberto Vega.