

Naciones en campo:

Fútbol

identidades
y nacionalismos
en América Latina



Editores-compiladores:

David Leonardo Quitián Roldán

Efraín Serna Caldas

Guillermo Humberto Montoya Villamizar

Jorge Alejandro Villanueva Bustos



UNIVERSIDAD
DE LOS LLANOS



Universidad Nacional
Abierta y a Distancia



Ascende

Asociación Colombiana de Investigación
y Estudios Sociales del Deporte



Instituto de Altos
Estudios sobre Deporte,
Cultura y Sociedad

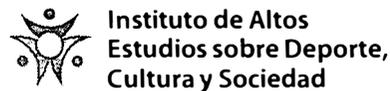


Sociología y Deporte

Naciones en campo

Fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina

Editores-compiladores:
David Leonardo Quitán Roldán
Efraín Serna Caldas
Guillermo Humberto Montooya Villamizar
Jorge Alejandro Villanueva Bustos



© Editores compiladores: David Leonardo Quitián Roldán, Efraín Serna Caldas, Guillermo Humberto Montoya Villamizar, Jorge Alejandro Villanueva Bustos

NACIONES EN CAMPO: FÚTBOL, IDENTIDADES Y NACIONALISMOS EN AMÉRICA LATINA

Derechos Reservados

© Editorial Kinesis

ISBN: 978-958-8695-80-8

Primera Edición: 2014

Diseño y Diagramación Electrónica: Editorial Kinesis

Fotografías: Alejandro Villanueva Bustos

Asistente editorial: Edgar Felipe Amaya

Impreso por: Editorial Kinesis

Cra. 25 No. 18-12 Armenia - Colombia

Telefax: (6) 740 15 84

Teléfono: (6) 740 9155

E-mail: editorial@kinesis.com.co

www.kinesis.com.co

Impreso en Colombia / Printed in Colombia

Hecho el Depósito Legal en cumplimiento con la Ley 44 de 1993.

Decreto 460 de 1995

Todos los Derechos Reservados

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, la recopilación en un sistema informático, ni la reproducción por cualquier medio o procedimiento, sin el permiso previo y por escrito de la Editorial Kinesis.

Autores

Producción de la Asociación Colombiana de Investigación y Estudios Sociales del Deporte-ASCIENDE, del Instituto de Altos Estudios sobre Deporte, Cultura y Sociedad, A.C., de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades-ECSAH de la Universidad Nacional, Abierta y a Distancia- UNAD y del programa de licenciatura en educación física y deporte, grupo de investigación: "juego, cuerpo y motricidad" de la Universidad de los Llanos (UNILLANOS).

EDITORES COMPILADORES:

David Leonardo Quitián Roldán

Efraín Serna Caldas

Guillermo Humberto Montoya Villamizar

Jorge Alejandro Villanueva Bustos

Gabriel Restrepo, Sergio Villena Fiengo, Andrés Fábregas Puig, Jesús Galindo Cáceres, Cesar Federico Macías Cervantes, Roger Magazine, Sergio Varela, Miguel Ángel González, Samuel Martínez López, Fernando Carrión Mena, Alessandro D'amico, Carlos Vergara Constela, Rodrigo Soto Lagos, Pablo Alabarcés, Nicolás Cabrera, Simoni Lahud Guedes, Edison Gastaldo, Ronaldo Helal, Alvaro do Cabo, Leila Salvini, Wanderley Marchi Jr., Jessica Montanhini, Eduardo de Souza Gomes, Cristian Maneiro, Andrés Dávila Ladrón de Guevara, Catalina Londoño, Stevens Ruiz, Beatriz Vélez, Edgar Felipe Amaya Vega.

Agradecimientos

Imposible concebir y realizar esta obra sin contar con el valioso concurso de instituciones y personas que de manera decidida y desinteresada aportaron sus talentos, esfuerzos y apoyos en esta empresa editorial.

Nuestro agradecimiento al colega, académico y amigo mexicano Samuel Martínez López, quien concibió -y realizó- la idea de hacer un encuentro de académicos latinoamericanos que reflexionaran sobre identidades, nacionalismos y fútbol y luego nos regaló la idea que replicamos en Bogotá.

A su compatriota y secuaz, Miguel Ángel Lara, colombianólogo de profesión y diplomático de corazón. A Citlali Maldonado que se esperó más de un año y por fin cumplió su cita con Bogotá.

A los profesores de Unillanos Rolando Chaparro, Claudia Maritza Guzmán y Armando Acuña. A su diligente jefe de comunicaciones, Marcela Blanco. Al equipo de investigadores "Juego, cuerpo y motricidad"; a sus estudiantes del Semillero "Hemeneutica corporal" (especialmente Elkin González y Camilo Pardo).

También nuestras sentidas gracias para la distinguida decana de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades- ECSAH, de la Universidad Nacional, Abierta y a Distancia- UNAD, doctora Sandra Milena Morales Mantilla y al entonces director del naciente programa de Sociología de esa universidad, el humanista Ricardo Jiménez. Igualmente, a la líder nacional de Sociohumanística de esa institución, Irma Cristina Franco. A los profesores-sociólogos Claudia Jiménez, Tania Meneses, Maritza Bautista, Lyda Pulido, Sonia Bibiana Rojas, Carlos Martínez, Jaime Rios Tarazona y Luis Eduardo Wilches.

A la brasilera Simoni Guedes, Prima donna -como dice Alabarces- de los estudios socioculturales del fútbol en América Latina, que se animó a venir al país en la aventura incierta que implicaba un certamen sin tradición. Al gran Pablo Alabarces que es un general valiente de esta causa y que siempre dijo si cuándo se precisó de él. A Cesar Federico Macias y su entusiasmo lleno de calidez humana que consiguió el patrocinio de la Universidad de Guanajuato. Al 'mascarado' de Alvaro do Cabo que vino a pesar de la tristeza de separarse de su esposa embarazada y escribió dos magníficos textos para esta obra. Para ese chileno aventurero que es Rodrigo Soto Lagos quien participó con calidad en el evento de enero de 2013 y nos legó prosa académica, con el amigo Carlos Vegara, para el presente volumen.

A Ediver Rivera Arbelaez, Elizabeth Lopera, Yul Daza y todo el staff del Preuniversitario Formarte, Bogotá, especialmente a Mario Mayorga.

A los colegas y amigos de ASCIENDE: Sandra Argel, Andrés Hernández, Dana Chávarro, Omar Rivera, Sebastián Hernández, Daniel Chaparro, Germán Gómez, Jorge Ruiz y Rafael Jaramillo.

Abrazo efusivo para Alirio Amaya Díaz, de la Comisión Técnica Nacional para la Seguridad, Comodidad y Convivencia en el fútbol, que siempre prestó su brazo en las contingencias del "Seminario de Identidades y nacionalismos en el fútbol" y fue garante de esta publicación.

Por supuesto al anciano de la tribu, fundador de este campo de estudios en Colombia, que siempre fuma la pipa de la paz; maestro Gabriel Restrepo, prologuista del presente libro.

Gratitud especial para los cuatro pulmones del evento del que salen las memorias plasmadas con largura en este libro: Lorena Camacho, Martha Isabel Estupiñan y el gran Grimoriente que es 'Pipe', convertido en asistente editorial y epiloguista de esta obra, y finalmente, nuestro fotógrafo oficial y gran amigo, Aldair Lopes de Assis.

A Diógenes Vergara y Gladys Elena Campo, de Kinesis, que siempre creyeron en esta osadía y sufrieron la entrega sobre el tiempo para editar este texto.

Finalmente, Efraín quiere ofrecer la obra a los profesores de Educación Física y Deporte; especialmente a los que promueven estas prácticas con el tesón del talento empírico.

Guillermo dedica el libro a sus padres Álvaro Montoya y Carmen Rosa Villamizar, a quienes todos les debe.

Alejandro lo quiere ofrendar a la memoria de su padre Campo Elias Galvis.

David lo quiere dedicar a Lunita, Olga Lucía, Cristina Roldan y Alvaro Quitián.

A todos los que acompañaron las veleidosas contramarchas del evento de enero del año pasado y todo el proceso editorial y de escritura que significó esta obra.

Efraín, Guillermo, Alejandro y David

Contenido

- 11 Prólogo - MÁS ALLÁ DE LOS FETICHES DEL FÚTBOL
Gabriel Restrepo (Universidad Nacional de Colombia/ Asciede)
- 17 Nota de los editores - EL PORQUÉ Y EL CÓMO DE ESTA OBRA
David Leonardo Quitán Roldán (Universidad Federal Fluminense- Brasil/ UNAD- Colombia)
Efraín Serna Caldas (Universidad Pedagógica Nacional/ Asciede)
Guillermo Humberto Montoya Villamizar (U. de Liverpool- Inglaterra/ Asciede- Colombia)
Jorge Alejandro Villanueva Bustos (U. Pedagógica Nacional/ U. Antonio Nariño- Colombia)
- 19 Introducción - IDENTIDADES, NACIONALISMOS Y FÚTBOL: TÁCTICA Y ESTRATEGIA DE UNA TRADICIÓN DENTRO DE UNA NOVEDAD
David Leonardo Quitán Roldán (Universidad Federal Fluminense- Brasil/ UNAD- Colombia)
- 27 CAPÍTULO 1 - COSTA RICA**
LA 'SELE' ES EL HONOR DE LOS TICOS
- 29 FUTOPÍAS. LOS USOS NACIONALISTAS DEL FÚTBOL EN COSTA RICA
Sergio Villena Fiengo (Flacso- Costa Rica)
- 43 Capítulo 2 - MÉXICO**
EL TRI DE LOS GUERREROS AZTECAS
- 45 LA SELECCIÓN MEXICANA DE FUTBOL: UNA MIRADA ANTROPOLÓGICA
Andrés Fábregas Puig (CIESAS-Sureste - México)
- 55 INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DEL NACIONALISMO MEXICANO. EL CASO DE LA SELECCIÓN NACIONAL MEXICANA DE FÚTBOL
Jesús Galindo Cáceres (Indecus/ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla - México)
- 65 CAMINO HACIA EL NEGOCIO. DIFUSIÓN DEL FUTBOL EN GUANAJUATO, MÉXICO
César Federico Macías Cervantes (Universidad de Guanajuato - México)
- 74 LOS UNIVERSITARIOS Y LA SELECCIÓN MEXICANA DE FUTBOL DURANTE EL MUNDIAL DE 2010: EL DILEMA DE LA NACIÓN POSCOLONIAL
Roger Magazine, Sergio Varela, Miguel Ángel González (UIA- UNAM, México)
- 86 LA DE TÉCNICO DE LA SELECCIÓN MEXICANA DE FUTBOL: ¿UNA PROFESIÓN IMPOSIBLE?
Samuel Martínez López (UIA, Indecus)

- 91 Capítulo 3 - ECUADOR**
DEL DEL "CINCO CENTAVITOS PARA EL PESO" AL ¡SÍ SE PUEDE!
- 93 LA DIMENSIÓN POLÍTICA DEL FÚTBOL: SU FASCINACIÓN Y ENCANTO
Fernando Carrión Mena (Flacso - Ecuador)
- 103 Capítulo 4 - VENEZUELA**
LA 'VINOTINTO'. DESPIERTA DEL SUEÑO DE CENICIENTA
- 105 LA VINOTINTO: UNA MIRADA DESDE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES Y LA IDENTIDAD NACIONAL EN LA PSICOLOGÍA DEL DEPORTE'
Alessandro D'Amico (Universidad Central de Venezuela - Venezuela)
- 115 Capítulo 5 - CHILE**
LA "¡EL CHI- CHI- CHI- LE- LE- LE!!!" . DE LA ESTRELLA SOLITARIA
- 117 PARA UNA SOCIOLOGÍA DEL FÚTBOL CHILENO: ANTECEDENTES, PROPUESTAS Y DESAFÍOS
Carlos Vergara Constela - Rodrigo Soto Lagos (Universidad de Valparaíso - Chile)
- 123 CHILE UN PAÍS DE DEPORTISTAS: CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DEL DEPORTE DURANTE EL GOBIERNO DE SEBASTIÁN PIÑERA.
Rodrigo Soto Lagos (Universidad de Valparaíso - Chile)
- 133 Capítulo 6 - ARGENTINA**
LA VIVEZA CRIOLLA
- 135 EUROPEÍSMOS Y TROPICALISMOS FUTBOLÍSTICOS: LA INVENCIÓN DE LA DIFERENCIA ENTRE ARGENTINA Y BRASIL (O PARA QUÉ SIRVE EL FÚTBOL, SI ES QUE SIRVE PARA ALGO)
Pablo Alabarces (Universidad de Buenos Aires - Argentina)
- 146 TERRITORIOS PELIGROSOS": ESPACIALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS VIOLENTAS Y LÓGICAS IDENTITARIAS EN LA HINCHADA DE BELGRANO DE CÓRDOBA
Nicolás Cabrera (Universidad Nacional de Villa María - Argentina)
- 155 Capítulo 7 - BRASIL**
O JOGO BONITO
- 157 LOS "EUROPEOS" DEL FÚTBOL BRASILEÑO O CÓMO LA "PÁTRIA DE CHUTEIRAS" ENFRENTA LA AMENAZA DEL MERCADO
Simoni Lahud Guedes (Universidade Federal Fluminense - Brasil)
- 164 UM JOGO DE IDENTIDADES: GAÚCHOS, BRASILEIROS E A IMPRENSA ESPORTIVA NA COPA DO MUNDO
Édison Gastaldo (Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro - Brasil)
- 173 LA MARCA DE UNA DERROTA: PERIODISMO DEPORTIVO Y CONSTRUCCIÓN DE MITOLOGÍAS
Ronaldo Helal - Alvaro do Cabo (Universidade Estadual de Rio de Janeiro - Brasil)
- 182 MEMÓRIA E REPRESENTAÇÕES COLETIVAS NAS COPAS DO MUNDO
Alvaro do Cabo (Universidade Estadual de Rio de Janeiro - Brasil)

- 192 FUTEBOL FEMININO NO BRASIL: ESTRATÉGIAS PARA A LEGITIMAÇÃO DE UM HABITUS DE MULHERES EM UM ESPAÇO DE DOMINAÇÃO MASCULINA
Leila Salvini - Wanderley Marchi Júnior (Universidade Federal de Paraná - Brasil)
- 202 A MODERNIDADE EM JOGO: FUTEBOL E MANUTENÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL
Jéssica Montanhini de Souza (Universidade Federal de Ouro Preto - Brasil)
- 213 Capítulo 8 - URUGUAY**
LA GARRA CHARRÚA
- 215 DE "URUGUAYOS CAMPEONES" A "MATEMÁTICAMENTE TENEMOS CHANCE": FUTBOL Y NACIONALISMO EN EL URUGUAY CONTEMPORÁNEO
Cristian Maneiro (Universidad Federal de Paraná - Uruguay) - Wanderley Marchi Júnior (Brasil)
- 223 Capítulo 9 - COLOMBIA**
DEL TOQUE- TOQUE Y DE AQUELLO NADA
- 225 LA NACIÓN BAJO UN UNIFORME. FÚTBOL E IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA 1985-2000
Andrés Dávila Ladrón de Guevara y Catalina Londoño (Universidad Javeriana - Colombia)
- 239 ¿UNA IDENTIDAD ANTROPOLÓGICA EN EL FÚTBOL? LA POÉTICA DEL OIKOS Y DE LA MATRIA
Beatriz Vélez (Investigadora Asociada INRS- Montreal - Colombia/ Canadá)
- 248 EL RUGBY CAMBIÓ EL BLANCO Y NEGRO POR EL ARCO IRIS EN SURÁFRICA
Stevens Ruiz Pérez (Fundación Arcángeles - Colombia)
- 257 ESPORTE E PROFISSIONALIZAÇÃO: O FUTEBOL E A FORMAÇÃO DE UMA IDENTIDADE NACIONAL NA COLÔMBIA (1948-1951)
Eduardo de Souza Gomes (Universidade Federal do Rio de Janeiro - Brasil)
- 271 FÚTBOL, IDENTIDADES Y NACIONALISMOS. ENTRE LA ZANAHORIA, EL GARROTE, LA ESTIGMATIZACIÓN Y EL ABANDONO DE LAS HINCHADAS
Alejandro Villanueva (Universidad Pedagógica Nacional/ Asciede - Colombia)
- 278 ¡TE CALLAS SI QUIERES JUGAR!: HACIA EL ENTENDIMIENTO DEL SECRETO, EL SILENCIO Y LOS TEMAS TABÚ DENTRO DEL FÚTBOL COLOMBIANO
Guillermo H. Montoya V. (Universidad de Liverpool - Asciede/Colombia)
- 285 Epílogo - A LA HORA DE LA FIESTA, TODOS COMEN DEL MISMO PASTEL**
Edgar Felipe Amaya Vega (Universidad Iberoamericana - México)

LA DIMENSIÓN POLÍTICA DEL FÚTBOL: SU FASCINACIÓN Y ENCANTO

FERNANDO CARRIÓN MENA (ECUADOR)¹

FLACSO- Ecuador

fcarrion@flacso.edu.ec

RESUMEN

El fútbol es una actividad total, en tanto es economía, cultura, deporte y, también, política; y es global, porque es planetaria en tanto se despliega a lo largo del mundo y porque es regida por una ONG (FIFA) que en muchos casos está sobre los Estados nacionales, impulsando una geopolítica del fútbol. El artículo lo analiza a través de tres entradas: la ideológico, como opio del pueblo que históricamente es superada y como paradigma modernizador que llega a América Latina y África. La militancia, donde se muestra el peso que adquiere la masificación y transformación de la hinchada, así como el peso del organismo rector del fútbol a nivel mundial. Y la propaganda que sirvió para el impulso del nacionalismo en dictaduras militares y el fascismo, así como el peso de equipos que sirven para anclar políticas nacionalistas explícitas.

PALABRAS CLAVE:

Fútbol, deporte, sociedad, política, globalización

"A los políticos les saco una ventaja. Ellos son públicos, yo soy popular".

Maradona, Diego

"Hay tanta política en el fútbol que no creo que Henry Kissinger hubiera durado ni cuarenta y ocho horas en el Manchester United"

Doherty, Tommy

INTRODUCCIÓN

El fútbol es un fenómeno global que le precedió al proceso de globalización. Nació en múltiples lugares, bajo formas plurales y en momentos remotos y distintos. Así tenemos que los juegos de pelota en donde se utilizaba tanto el pie como la mano se practicaron en diferentes pueblos de la antigüedad, tales como el Kamari chino, el Episkyros griego o el "juego de pelota" mexicano. Sin embargo se suele considerar que el antecedente directo del fútbol moderno fue el juego del Harpastum romano, proveniente de la influencia de los griegos, que llevado a las islas británicas, logró fusionarse con el fútbol que ahí se practicaba. Desde este momento en más se puede afirmar que empieza un predominio y homogeneización de esta vertiente, que termina por imponerse gracias al peso mundial que adquiere Inglaterra a mediados del siglo XIX, en términos del desarrollo tecnológico, industrial, comercial, financiero y político.

El fútbol moderno se formalizó en Inglaterra (1846)

1 Doctorando en Ciencias Sociales, U. B. A., Argentina. Ex Director de FLACSO- Ecuador. Ex Concejal de Quito. Académico del programa de Estudios de la Ciudad de la Flacso. Editor de la biblioteca del fútbol ecuatoriano (Flacso, 2006). Presidente de la Organización Latinoamericana de Centros Históricos. Productor del programa de radio Futbologías de Radio Quito. Editoralista Diario Hoy y Presidente de OLACCHI.

cuando se definieron las reglas del juego, dos de ellas claves para el objeto de este análisis: las dimensiones del lugar donde se practica el fútbol (la cancha) y el número de futbolistas que participan. Este momento se establece el adentro, la cancha, donde los jugadores, primero, juegan y, luego representan y venden (vitriñas móviles); y el afuera, inicialmente de los espectadores en los graderíos, y posteriormente, en la gran teleaudiencia planetaria.

Desde este momento el fútbol se transforma en una actividad total, quizás de las mayores que hayan existido a lo largo de la historia de la humanidad, abarcando no sólo el espacio del trabajo, del ocio y el entretenimiento, sino también involucrando a la economía, la política, la cultura, la sociedad, la tecnología. Pero adicionalmente, hay que reconocer que existe una irradiación, inicialmente espacial, que parte de Londres para alcanzar a convertirse en una actividad planetaria y, posteriormente social, que nace en las elites universitarias y empresariales londinenses para masificarse por encima de las fronteras de clase, etnia y género. De esta forma el fútbol construye simultáneamente una representación de la totalidad social y la integridad territorial.

El fútbol es una de las prácticas sociales de identificación colectiva más importantes de la sociedad mundial porque trasciende su condición de deporte para convertirse en un hecho total y porque rompe con los límites de su origen como actividad circunscrita a un territorio (local) y a un segmento social (elites), para convertirse en una actividad global. En esta dinámica incluyente del fútbol -de totalidad y globalidad- la sociedad se retrata y representa, pero también se cohesiona para dar sedimento al sentido nacional (Dávila, 2003).

El fútbol es un sistema de relaciones y representaciones que produce una integración simbólica de la sociedad, alrededor de los múltiples componentes que contiene, produce o atrae; sea a partir de la práctica deportiva como de las esferas que le rodean directa o indirectamente. Es tan significativa la presencia del fútbol que en ciertos momentos las sociedades recurren al fútbol como un complemento o, incluso, como un sustituto de la política.

Los recambios mutuos entre política y fútbol se expresan, por ejemplo, en la similitud de los gritos o canticos propios de la política en la calle con los del fútbol en las gradas. Pero también el lenguaje del estadio se traslada a la política; allí las alusiones de seamos un equipo como la selección, inclinemos la cancha, definamos una estrategia. De igual manera los presidentes de nuestros países que antes no mostraban sus preferencias deportivas hoy lo hacen de manera explícita, tanto por un club del país, como por la selección nacional. Es más, el actual Papa Francisco, lo ha hecho reiteradamente por San Lorenzo de Argentina, del cual es su socio número 88.235.

Desde este momento y por estas características de este deporte, la política se vincula de manera indisoluble al fútbol, tanto que se podrían encontrar las siguientes tres dimensiones:

- Una primera de carácter ideológico, que tiene por fin último construir colectivamente una representación del sistema social y proponer un paso del mundo real a otro ideal, sea para conservarlo o para transformarlo; tanto que el estilo de fútbol de un equipo ha sido sujeto de interpretación ideológica, como lo señala Valdano (1977). El opio del pueblo y la modernidad como ideologías, serán las principales entradas al tema que haremos.
- Una segunda bajo la denominación de la militancia, que expresa el reclutamiento y el sentido de pertenencia a un club -portador de un universo simbólico único- bajo una idea común que tiene dos modalidades: la irradiación de la filosofía del club (centrífuga) o la recepción de una externa (centrípeta). La fidelidad y creencia, como militancia, nos permitirán reseñar el significado de la hinchada como actor político (barras) y de la FIFA como ONG supranacional, que ejerce un monopolio global por encima de los estados nacionales y que propone una geopolítica del fútbol.
- La tercera que asume la forma del efecto propaganda, que hace del fútbol un espacio de promoción de posiciones o de personajes políticos, con la finalidad de influir en la sociedad para generar adhesiones a una causa o a una persona. El efecto difusión será analizado a partir del universo simbólico que tienen la

selección y el club, bajo dos determinaciones: la una como bastión electoral que se funcionaliza para beneficio del fascismo (Hitler, Franco) y el otro, como un ejército simbólico del criollismo (Nacional), del anti centralismo monárquico (Barcelona) o directamente de los partidos políticos (Israel).

Sin embargo de la importancia política que tiene el fútbol es muy poco lo que investiga y estudia; es un mundo lleno de lugares comunes con poco sustento teórico y empírico. De allí que dos elementos salgan a flote: por un lado, realizar un llamado a profundizar en esta línea de investigación y, por otro, a advertir que con este artículo solo pretendamos hacer una aproximación a la problemática, sobre la base de algunas hipótesis e ideas que aún se encuentran en estado de elaboración.

EL OPIO DEL PUEBLO Y LA MODERNIDAD COMO IDEOLOGÍAS

Desde la perspectiva de las ideologías tenemos dos entradas que históricamente se presentan a partir de la revolución industrial; la primera, venida de la lógica general del capital por buscar subsumir la fuerza de trabajo al capital a lo largo de una jornada compuesta por el "tiempo laboral" -que aliena- y el tiempo libre -que permite su recuperación-. Por eso el fútbol se lo ubicó en este segundo momento de la jornada para con ello supuestamente cumplir con la función de opio del pueblo o, en otro momento, como diván de psicólogo que desahoga pasiones y problemas. Y la segunda, el fútbol llega a América Latina de fines del siglo XIX y principios del XX de la mano del discurso del paradigma de la modernidad y al África -que salía de los procesos de descolonización surgidos a mediados del siglo XX-, aterrizando de la mano de la dinámica del mercado.

El opio del pueblo

En 1863 se funda en Londres la asociación de fútbol más antigua del mundo, adoptando las reglas de Cambridge como las universales de este deporte; nace bajo una forma elitista y como una práctica que, por un lado, busca formar el ca-

rácter de los adolescentes que serían los líderes del futuro y, por otro, somete, adormece y aliena a la clase obrera, mediante la decisión de los propietarios de las fábricas inglesas para promover el fútbol entre sus obreros y entre los consumidores de sus productos, así como un mecanismo de integración de la fuerza de trabajo a la producción y de prolongación de la jornada laboral como forma de articulación global del trabajo al capital.

El desarrollo del capitalismo permitió, dentro del trabajo asalariado, que surja el tiempo libre (consumo), en aparente contraposición con el ámbito de la producción. En otras palabras, el desarrollo capitalista redefinió el tiempo libre de la clase obrera, creando la ilusión de la libertad en el denominado tiempo libre, frente a la alienación existente en el ámbito laboral-productivo; porque el capitalismo, a través de su aparato de producción organizó las esferas del trabajo y del tiempo libre como parte de un todo orgánico indivisible. Allí se creó aquella noción -que perdura hasta ahora- de que el fútbol es el "opio del pueblo", haciendo alusión a la frase marxista de que la religión lo era.

Sin embargo esta condición ha perdido su sentido histórico y su razón de ser, porque el fútbol actual dejó de operar solo en el momento del tiempo libre, en tanto se convirtió en una industria cultural que expresa las contradicciones propias de cualquier sector de la economía. Al interior del fútbol hay asimetrías y, obviamente, un pie de obra convertido en fuerza de trabajo sometida al capital y, además, como es una actividad total que tiene formas de expresión múltiples, venidas de la heterogeneidad de las voces que las contiene: etnias, localidades, géneros, clases, políticas y posiciones diversas según el lugar que se encuentren e el proceso de producción del fútbol (empresario, dirigente, jugador, hincha).

La modernidad

El fútbol nacido en Londres en el siglo XIX se extendió como "epidemia" por todo el mundo, produciendo una ampliación sin precedentes de la cartografía futbolística, hasta convertirse en una actividad planetaria, con ribetes supranacionales que conducen a una clara geopolítica del fútbol. El proceso expansivo se inició de manera paralela

y como parte de las inversiones inglesas en el transporte (ferrocarril), la minería (oro, carbón) y el comercio (puertos) y, poco a poco, se extendió hasta convertirse en el deporte mundial por excelencia. La generalización del fútbol fue posible gracias al desarrollo capitalista, por tanto no resulta nada extraño que Inglaterra, al ser el centro neurálgico de la revolución industrial, se haya convertido en el punto de apoyo principal desde donde el fútbol se proyectó hacia el mundo.

Primero desembarcó en América Latina a fines del siglo XIX y principios del XX gracias a las inversiones y al comercio inglés que llegaron con el paradigma de la modernidad y posteriormente al África, en cambio, gracias a la presencia de la lógica del mercado y al proceso de descolonización iniciado a mediados del siglo pasado. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación vinculadas –primero- a los puertos y ferrocarriles y –luego- a la televisión y aviación fueron los mecanismos de penetración y ampliación de cartografía mundial del fútbol en cada uno de estos dos momentos de integración.

En 1974 llega a la presidencia de la FIFA el brasileño Joao Havelange y lo hace bajo el principio de la universalización del fútbol que se especifica en la política explícita de la organización: Yo he venido a vender un producto llamado fútbol, para lo cual se asocia con la Coca Cola, Adidas y las redes mundiales de televisión. De esta forma se despliega una ofensiva mercantil del fútbol para entrar en el Asia y, sobre todo, al África, gracias al proceso de descolonización que vive desde mediados del siglo pasado.

Desde este momento, se incorporan plenamente los continentes asiático y africano al circuito mundial de los eventos de selecciones y clubes y éstos empiezan a hacerse más seguidos, logrando una interacción futbolística continua en el tiempo y cada vez más expansiva en los territorios. Con ello, las audiencias se multiplican en un nivel nunca antes visto, las hinchadas se globalizan y se construye una geopolítica futbolística.

LA BASE SOCIAL (HINCHADA) E INSTITUCIONAL (FIFA) DEL FÚTBOL COMO MILITANCIA

Enmarcados en el sentido de la militancia veremos dos casos llamativos que vienen: el uno, de la hinchada bajo el proceso de reclutamiento masivo que transita del seguidor pasivo al fanático activo (identidad), de su condición local a su manifestación global (pertenencia) y de su cualidad elitaria a su masificación social; lo cual tiende a construir un sujeto social con un poder que reta al fútbol y a la política. Y el otro, el de la institucionalidad que evoluciona muy rápidamente hacia una arquitectura orgánica -global y monopólica- que es capaz de estar sobre los estados nacionales y tener la prerrogativa de imponer el estado de fútbol: si no se está en la FIFA no se está en nada, no se existe y no se juega fútbol.

El reclutamiento masivo, global y su conversión en fanático

El fútbol practicado en las universidades elitistas pronto se difundió hacia las fábricas de la clase obrera y luego hacia los estratos populares, tornándose, con el paso del tiempo, en negro, indio, blanco, masculino y femenino. El fútbol, de esta manera, se impregnó de toda la sociedad, cruzando fronteras nacionales, etnias, géneros y clases. Así, sin temor a equivocación, se puede afirmar que el fútbol es un fenómeno poli clasista (aunque con jugadores predominantemente de origen popular), multiétnico (aunque con una mayoría blanco mestizo) y heterosexual (aunque principalmente masculino).

El hincha originalmente familiar, vecino o compañero de trabajo tiene un comportamiento de seguidor pasivo; pero pronto se convierte en un seguidor activo, cuando se desarrolla un proceso de fanatización que lo lleva a identificarse como parte del espectáculo (jugador número 12) y a fundirse en un "nosotros" incluyente. De esta manera, mientras el seguidor pasivo acude por la estética futbolística que practica su equipo, el fanático es utilitario: le interesa que pierda el contrincante, pero no que desaparezca; se siente parte de una élite poderosa que reclama dinero, posiciones, entradas, cambios de jugadores y demás...

Adicionalmente los medios de comunicación tienden a seguir más el espectáculo que el deporte, propiamente dicho, lo cual espectaculariza su contenido

y su entorno: el hincha que canta, lleva banderas y usa camisetas se convierte en parte del fútbol, gracias a este conjunto de iconos identitarios. La entrada de la televisión al fútbol hace que también los estadios, los hinchas, los jugadores y los árbitros se conviertan en vitrinas ambulantes: basta ver los uniformes, los lugares de entrenamiento y los estadios llenos de propaganda y ésta convertida en uno de los actores del fútbol, dentro de la vida cotidiana

Sin embargo, hoy en día tenemos campeonatos femeninos que empiezan a consolidarse a nivel mundial; árbitras que operan en ligas profesionales de hombres; así como dirigentas y empresarias del deporte y, sobre todo, la feminización de los graderías. El debate del racismo se ha profundizado conforme la presencia de jugadores negros, asiáticos y blancos confluyen en la grama del estadio, y también en los estadios cuando trasciende a los espectadores con un ánimo civilizatorio interesante. Y, sin duda, poli clasista, pero con un alto contenido de ascenso y legitimidad social de los más exitosos deportistas. En su acelerada proyección hacia el conjunto de la sociedad, tienen mucho que ver el peso de la hiper mediatización, que lleva, por un lado, a que el deportista se convierta en un jugador-trabajador-vitrina y, por otro, a que el aficionado-espectador se transforme en audiencia mediática.

Una ONG por sobre los Estados nacionales

Un elemento que permite comprender el carácter de actividad total y la importancia que ha cobrado el fútbol a lo largo del siglo XX es la FIFA. La Federación Internacional de Fútbol Asociado, creada en 1906, es la primera institución de la globalización, nacida antes de que ésta exista. Se trata de una organización no gubernamental (ONG), que se encuentra por encima y con mayor fuerza que los Estados nacionales, y tiene la capacidad para regular el mercado y la economía mundiales, vinculados directa e indirectamente al fútbol, así como influir decisivamente en el ámbito de lo político. En este sentido, el fútbol se ha convertido en un elemento constitutivo y, a la vez, determinante de la globalización.

La FIFA norma la práctica deportiva con leyes y reglamentos que no reconocen las fronteras

de los Estados nacionales; más aún, tiene un sistema de imposición de penas que, en muchos casos, se contrapone a las leyes nacionales o, al menos, está por encima de ellas. De esta forma se establece una homogeneización de la legalidad del fútbol a nivel planetario, que no se presenta necesariamente como el símbolo de la imparcialidad, sino, por el contrario, como el símbolo de autonomía relativa de la FIFA frente a lo estatal o, lo que es más, de la imposición de las multinacionales a través de la entidad.

Desde la perspectiva económica la FIFA es contratada por empresas globales como auspiciadoras oficiales (sponsors) de los campeonatos mundiales y, al hacerlo, define las reglas de un segmento del mercado global, permitiendo a ciertas empresas transnacionales posicionarse monopólicamente en las economías nacionales. Para ello, estas empresas deben pagar ingentes cantidades de recursos económicos a la Federación y tener una proyección en el tiempo que les permita innovar tecnológicamente y generar un marketing a escala mundial.

El poderío de la FIFA radica en el monopolio de los acontecimientos que organiza y en las modalidades de financiarse a través de las grandes empresas transnacionales. El fútbol genera una masa financiera anual equivalente al presupuesto del Estado francés, y tiene una audiencia cautiva que se mide en miles de millones de personas, por lo que no resulta difícil comprender las dimensiones que ha adquirido este deporte, originalmente localizado, elitista y deportivo, que luego se convierte en una actividad global y total, gracias a los medios de comunicación y al proceso de globalización. Desde la década de los años noventa el fútbol es una actividad totalmente diferente y la FIFA es una entidad que no solo ha acompañado este proceso sino que ha sido actor protagónico.

EL EFECTO PROPAGANDA EN/DE LA POLÍTICA

El fútbol es un espacio público de producción simbiótica (encuentro) y de construcción simbólica (símbolos) que permite trascender en el tiempo y en el espacio mediante lo que se podría definir como el efecto propaganda; con ella se promocionan ideas, valores, pasiones, sentimientos

tos, historias, camisetas, estilos, bases sociales de un club, convertido en un universo único y total de cohesión social. Por eso el equipo, expresión fenoménica final del club se convierte en: a) un botín político no solo para acrecentar los triunfos deportivos sino también para asumir la condición de depositario simbólico, a la manera de un bastión electoral de una militancia propia o externa por ser cooptada; y b) un espacio constreñido para la política de representación de un espectro social.

El club de fútbol como bastión electoral

El club se convierte en un bastión o baluarte de demandas venidas expresamente del mundo político para colonizarlo. Si el club tiene un modelo de gestión sostenido por un patrón que auspicia el mecenazgo o promueve su inversión como propietario, obviamente que el fervor de la hinchada podrá ser canalizado a su favor al más puro estilo del clientelismo: intercambio de resultados positivos por lealtades políticas. Pero si un equipo tiene ribetes populares, también se convertirá, bajo la misma relación, en un objeto de seducción por parte de un político o de una filosofía. Es decir, el club se convierte en medio transmisor de ideologías políticas y en el ejército simbólico de avanzada social (Vázquez Montalbán, 2003).

Benito Mussolini, Adolf Hitler y Francisco Franco fueron los pioneros en funcionalizar el fútbol para convertirlo en depositario ideológico de sus respectivos regímenes y para lograr sus propios beneficios. Mussolini entendió que el fútbol era más que un deporte y que gozaba de un carácter masivo y popular; lo cual le permitiría adquirir apoyo popular y sustento para sus propuestas nacionalistas. El mundial de fútbol de 1934 fue el espacio adecuado para legitimar esta alianza y para decirle al mundo lo que era este vehículo ideológico para el nacional-socialismo. Il Duce dio la instrucción explícita cuando dijo: "Italia debe ganar este Mundial. Es una orden", y la orden se cumplió contra viento y marea. La selección se convirtió en un ejército político que, incluso, cambió su uniforme con el que participó en el torneo por uno militar cuando asistió a un homenaje conferido por Mussolini al final de la Copa. La selección arrastraba las masas populares tras los símbolos,

lemas y propuestas fascistas y cuando se produjeron los resultados positivos en el torneo, Il Duce salió fortalecido y su popularidad se vio incrementada notablemente,

Dos años después le tocó a Alemania organizar en Berlín los XI Juegos Olímpicos, bajo el liderazgo de Adolf Hitler y la asesoría de Goebbels. La manipulación del deporte por medio de la propaganda fue evidente: se lo utilizó para difundir al mundo la superioridad Alemana (Aria), los deportistas hacían el saludo imperial y la cruz esvástica estaba en el uniforme. Goebbels entendía muy bien el significado del fútbol cuando dijo que "Ganar un partido internacional es más importante para la gente que capturar una ciudad".

Con el franquismo en España también fue utilizado el fútbol para legitimar la política dominante. No fue tanto a partir de un hecho puntual como un gran evento deportivo mundial, sino más bien por el uso continuo y permanente en su extenso período de gobierno dictatorial; lo cual muestra un manejo más extensivo que intensivo. Así por ejemplo, la Copa de España pasó a llamarse Copa Generalísimo, el uniforme de la selección se lo cambió en dos ocasiones, los nombres de los equipos fueron obligados a usar el español así como las jugadas de este deporte (corner, offside, referee), el Real Madrid alcanzó su esplendor y en el mundial del Brasil (1950) se llegó con una propuesta fuerte de unidad nacional, luego de la guerra civil.

Probablemente el último torneo mundial claramente funcionalizado por un liderazgo fuerte sea el de 1978 en Argentina, en el marco de la dictadura militar presidida por Jorge Videla. Fue una justa deportiva que intentó combinar la supremacía de los goles sobre los, desaparecidos, torturados y asesinados. Los cambios de sedes, los partidos jugados bajo "presión", los arbitrajes cuestionados salieron a flote; todos ellos destinados al triunfo en el torneo mundial, con la finalidad de buscar adhesión, el silencio, el soterramiento y el sigilo para esconder la violencia despiadada de la dictadura.

Por otro lado y de otra forma, la propaganda en el fútbol también ha tenido su efecto en ciertas campañas electorales. Así tenemos los dos casos más actuales: en Italia con el Milán Silvio

Berlusconi llega a ser Presidente del Consejo de Ministros por tres ocasiones ; y en el Argentina con Boca Juniors -club de raigambre popular y masivo, contradictor de River Plate con fama de millonario- Mauricio Macri obtiene la Jefatura de Gobierno de la ciudad. Pero tampoco se puede desconocer el protagonismo y la legitimidad que buscan ciertos presidentes de la República cuando buscan acercarse al fútbol asumiendo directamente la representación de un club; así tenemos: Augusto Pinochet fue presidente del Colo Colo en Chile; García Mesa lo fue del Wilsterman en Bolivia, y Abdalá Bucaram, del Barcelona en Ecuador. Francisco Franco lo hizo a través de Santiago Bernabeu en el Real Madrid.

Y tampoco se puede dejar de lado, el hecho de que ciertos deportistas logran, gracias a su condición de figuras públicas, ocupar dignidades políticas de importancia: Pelé es nombrado Caballero de Honor del Imperio Británico, Ciudadano del Mundo por ONU, Embajador de Educación, Ciencia, Cultura y Buenos Deseos de Unesco, Embajador para la Ecología y el Medio Ambiente por ONU, Ministro extraordinario de Deportes por el gobierno de Brasil (1994-1998) y Embajador del Deporte en el Foro Económico Mundial de Davos. Pero no es la excepción: varios ex futbolistas han ocupado puestos de importancia en ciertos gabinetes gubernamentales internacionales, nacionales o locales.

En las elecciones para la Asamblea Nacional del Ecuador, realizadas el 17 de febrero último, tres futbolistas afrodescendiente fueron elegidos parlamentarios: Eduardo Hurtado que fuera Capitán de la selección Nacional estuvo como candidato en el octavo lugar de su lista y salió electo con la cuarta mayor votación. Ulises de La Cruz campeón de la Copa Libertadores de América, la Suramericana y la Re Copa y brillante seleccionado nacional estuvo en cuarto lugar en la lista de su provincia y salió electo como el más votado. Agustín Delgado goleador histórico de la selección también siguió la misma tónica. Pero no solo son electos por sus cualidades futbolísticas y de hombres públicos, sino también porque encarnan perfectamente las necesidades de ciertos segmentos de la población en sus aspiraciones de éxito y ascenso social.

Cuando Diego Maradona dijo: "A los políticos

les saco una ventaja. Ellos son públicos, yo soy popular"; no solo que afirmó una verdad sino que también planteó el porqué a los políticos les atrae tanto los futbolistas y el fútbol. Por eso muchos jugadores como Pele y Maradona fueron considerados, en su momento, patrimonio nacional no exportables hacia el exterior.

El club de fútbol como reducto de un imaginario colectivo

El club se constituye en un depositario de ciertos intereses sociales, sea por una decisión externa al mismo o porque los encarna directamente. El club de fútbol se proyecta hacia el exterior gracias a la densidad de los universos simbólicos que porta, lo cual termina por atraer masivamente a la población constituida en hinchas.

Un caso interesante es el Club el Nacional de Ecuador. Nace en 1964 en el contexto de una dictadura militar caracterizada por una política nacionalista y bajo el amparo de las Fuerzas Armadas del Ecuador, cuyos miembros activos y retirados cotizan económicamente al club. El nombre del equipo, la reivindicación del "criollismo" de sus deportistas, el origen militar y el planteo nacionalista -en una coyuntura política e internacional- hicieron del club un lugar de encuentro de los hinchas de estratos populares provenientes de la tropa y del servicio militar obligatorio, así como de la sociedad nacional convocada por su marketing. Algo parecido ocurre en Argentina en la construcción de su identidad nacional, y en clubes tales como el Atlético de Bilbao que sigue con esa tesis gracias al marco de la reivindicación de la autonomía vasca dentro de España; lo cual les ha puesto límites en el espectro deportivo pero mucho fuera en el campo de la reivindicación autonómica.

El otro caso significativo es el Barcelona de España, reconocido por su feligresía como el depositario en la construcción y de construcción del agravio colectivo catalán. Por eso se constituye el Barza "es algo más que un club", se trata del "ejército simbólico desarmado de Cataluña" (Vázquez Moltalbán, 2003). Pero adicionalmente es un club anclado en lo local, tanto que su nombre refiere a su terruño y su carga simbólica apela a la pertenencia catalana, en contraposición a lo español:

La masía es la fuente de su fútbol y el autonomismo su filosofía del lugar; desde donde se proyecta globalmente al mundo.

Existe un caso extremo de esta condición de reducto del imaginario colectivo que un club de fútbol proyecta; se trata de Israel donde, por ejemplo, “los grandes clubes están afiliados directamente a los partidos políticos”, según afirma Ramonet (1997). De todas maneras los principales clubes tienen marcada explícitamente una propuesta ideológica: Hapoel es de tendencia izquierdista, Beitar de derecha radical y Maccabi es de una línea vinculada al sionismo.

Chile nos mostró que la opción es una cosa de locos: el “loco” Carlos Cassely le dejó a Pinochet con la mano extendida como lo hizo el “loco” Marcelo Bielsa a Piñera. El Estadio Nacional de Chile fue declarado monumento nacional en homenaje a Víctor Jara y a las personas recluidas, torturadas y asesinadas en ese recinto. Muchos estadios del mundo han sido espacio para el grito que exige democracia, libertad y justicia; entre ellos el Nou Camp, el monumental de Guayaquil y el Nacional de Santiago.

CONCLUSIONES

La derecha buscó siempre instrumentalizar el fútbol; por eso la izquierda en vez de disputarse ese espacio simplemente lo estigmatizó (opio del pueblo), lo olvidó (Galeano), lo opacó (no genera valor agregado) o lo denigró (juego de pies). Pero la historia nos muestra casos contrarios, donde la rebeldía y la liberación tiene lugar.

El club es una comunidad que tiene, por un lado, unidad territorial alrededor del Estadio que se irradia al barrio, la ciudad y el país; y por otro, simbólica en torno al sentido de la camiseta que genera pertenencia. En otras palabras, el club es un lugar de producción de sentido. El equipo del club no es otra cosa que el ejército desarmado de la idea matriz que irradia: el sentido nacionalista Vasco o Catalán; la propuesta nacida de lo popular que tiene Boca Juniors o el Manchester City; la filosofía institucional surgida de lo universitario en Liga Deportiva Universitaria de Ecuador o en la Universidad de Chile; la lógica de pertenencia

a una ciudad como el Liverpool en Inglaterra o el San Pablo de Brasil. Y el hincha es la ciudadanía que está tras de este imaginario social, pero con énfasis mayor en los derechos que en los deberes; porque el club y el equipo son esencialmente garantistas; por eso el hincha entrega su representación más en el equipo que en el club

El carácter masivo del fútbol va de la mano del desarrollo mercantil (auspiciantes, derechos de transmisión) y del nuevo peso político que adquiere. Así, el fútbol se convierte en una forma de catapultar políticos y en un eslabón para optar por cargos públicos de elección popular; pero también para que muchas autoridades públicas empiecen a pensar en este deporte como medio para sostener su imagen en la escena pública, recurriendo a las tradicionales prácticas de donar una casa al futbolista, construir infraestructuras para el club, condecorar al deportista-ídolo o abrir la señal de transmisión del partido esperado por el hincha, sin escatimar recurso público y privado alguno. Y quizás lo más llamativo: buscar un puesto prestante en la dirección de un club para cooptarlo como ejército desarmado del sentir de una sociedad venida del territorio (autonomía), de los grupos sociales (imaginario de lo popular), de lo religioso (San Lorenzo), de lo político (Israel), entre otros.

Los medios de comunicación tienden a seguir más el espectáculo que el deporte propiamente dicho, lo cual conduce a espectacularizar su contenido y su entorno: el hincha canta, lleva banderas y usa camisetas –como íconos identitarios– que se convierten en emblemas del fútbol y, por añadidura, de la política. La entrada de la televisión al fútbol hace también que los estadios, los hinchas, los jugadores y los árbitros se conviertan en vitrinas ambulantes del comercio y de la política: basta ver los uniformes, los lugares de entrenamiento y los estadios llenos de propaganda y ésta convertida en uno de los actores del fútbol que penetran a la vida cotidiana de la población.

El fútbol es un espacio donde confluyen una infinidad de intereses, disciplinas y actores; por eso los intereses políticos y los partidos políticos no le son en absoluto ajenos. Es más, el fútbol –por ser una de las actividades masivas por excelencia– se ha convertido, por un lado, en un trampolín político para dirigentes, periodistas, futbolistas y

entrenadores y por otro, en una actividad que es usada para crear adhesiones, realizar proselitismo y posicionar propuestas.

Para nadie es desconocido que el sentido del fútbol recae en el hincha, en el seguidor y en la teleaudiencia; igual que la política descansa su existencia en el pueblo como soberano. Pero en el estadio y en el ágora, por el carácter masivo y popular que ostentan, es la representación o delegación la que termina expresándose. El equipo y el partido político, el jugador y el líder, en muchos casos, se fusionan, como ocurre con los cánticos y consignas que se escuchan en las gradas de un estadio y en las calles de la confrontación política. Los cánticos deportivos se politizan en la calle y los de la calle se futbolizan en las gradas.

Es por eso que en ciertas regiones de un país la representación política y la representación deportiva coinciden: Barcelona y el partido Social Cristiano en Guayaquil, el Barcelona de Cataluña con el separatismo, el Cienciano del Cuzco se identifica con el interior peruano y las Chivas de Guadalajara con el nacionalismo mexicano, entre otros. Pero también tenemos representaciones personales, como son, entre otros, los casos significativos de Berlusconi con el Milán en Italia, de Macri con Boca Juniors en Argentina, de Bucaram con Barcelona en Ecuador y de Piñera con Colo Colo en Chile. A ello se deben sumar, por ejem-

plo, entrenadores como Freddy Ternerros (alcalde) en Perú, periodistas como Alfonso Lasso (alcalde) en Ecuador y futbolistas como Pelé (ministro) en Brasil.

Las hinchadas también asumen la militancia que corresponde cuando, por ejemplo, una decisión arbitral o dirigencial es procesada según el lente con que se mire: un guayaquileño verá con clave centralista un fallo arbitral, igual ocurrirá con los seguidores del Barcelona de Cataluña, de Newell's Old Boys de Rosario o del América de Cali. Y no se diga en el caso de Israel, donde directamente los partidos políticos tienen su propio club de fútbol.

En esta relación de fútbol y política existe una arista negativa, en el sentido que este deporte haría que el pueblo se mantenga conforme, alienado y adormecidos mientras las clases dominantes hacen de las suyas. Desde corrientes políticas de izquierda se estigmatiza al fútbol como si fuera el "opio del pueblo", porque entontece a sus seguidores, aliena al pueblo y bota el dinero en una industria que no agrega valor; adicionalmente se consideran a las barras bravas como de extrema derecha, los grandes dictadores del mundo, sean españoles, argentinos, italianos o brasileños quisieron instrumentalizar este deporte o los entrenadores amarretes y conservadores nunca fueron considerados progresistas (Valdano).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alabarces, Pablo (2002): Fútbol y Patria. El Fútbol y las narrativas de la nación Argentina. Ed. Prometeo, Buenos Aires.
- Auge, Marc (1999): "Un deporte o un ritual?" en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona.
- Boniface, Pascal (1999): "geopolítica del fútbol" en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona.
- Boerdiou, Pierre (1993): "Deporte y clase social", en: Barbero, José, Materiales de sociología del deporte, Ed. La Piqueta, Madrid.
- Brochand, Pierre (1.999): "Entre lo nacional y lo transnacional", en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona.
- Carrión, Fernando, ed. (2007): La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano, Cinco Volúmenes, Ed. Flacso-Ecuador, Quito
- Dávila, Andrés (2003): "La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia, 1985-2000", en: Pablo Alabarces (comp): Futbolologías Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Ed. CLACSO, Buenos Aires.
- Meneses, Guillermo y Escala, Luis (2012): OFFSIDE/ Fuera de lugar: fútbol y migraciones en el mundo contemporáneo, Ed. El Colegio de la Frontera, México D.F.
- Nys, Jean-Francois, (1999): "Una apuesta económica", en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona

- Ramonet, (1999): "Un hecho social total", en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona
- Valdano, Jorge (1977): Yabota una pelota en el Río de la Plata", en: Fútbol y pasiones políticas, Ed. Temas Debate, Barcelona
- Vázquez Montalbán, Manuel (2003): Una religión en busca de Dios, Ed. Debate, Barcelona.
- Vásquez Sallés, Daniel (2003). "Prólogo", en: Una religión en busca de Dios, Ed. Debate, Barcelona
- Villena, Sergio, (2002): "El fútbol cfomoritual nacionalista", En: Ecuador Debate, No 43, Quito
- Vinnai, Gerard (1991): El fútbol como ideología, ed. Siglo XXI, México,