

EL FÚTBOL COMO REFERENTE DE IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA

(1987-2001)

GELBER JULIÁN MAYORGA CERÓN



**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYÁN
2010**

EL FÚTBOL COMO REFERENTE DE IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA

(1987-2001)

GELBER JULIÁN MAYORGA CERÓN

**Trabajo de grado presentado para optar al título de:
POLITÓLOGO**

**Director:
JOSÉ ENRIQUE URRESTE**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA
POPAYÁN
2010**

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Popayán, enero de 2010

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
1. FÚTBOL E IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA	12
1.1 NACIÓN, NACIONALISMO E IDENTIDAD NACIONAL	12
1.2 DEPORTE, NACIÓN Y RITUAL NACIONALISTA	19
1.3 CONFORMACIÓN DE IDENTIDAD NACIONAL A TRAVÉS DEL FÚTBOL EN COLOMBIA	23
2. FUTBOL, PRENSA Y CULTURA NACIONAL	32
2.1 FÚTBOL Y CULTURA NACIONAL	33
2.2 FÚTBOL Y NACIONALISMO EN EL DISCURSO DE LA PRENSA COLOMBIANA	42
3. FUTBOL, IDENTIDAD REGIONAL Y GLOBALIZACION	68
3.1 FÚTBOL E IDENTIDAD REGIONAL	69
3.2 FÚTBOL, NACIÓN Y GLOBALIZACIÓN: UN NUEVO ESCENARIO PARA LA IDENTIDAD	81
4. CONCLUSIONES	93
5. BIBLIOGRAFÍA	95

INTRODUCCIÓN

El deporte moderno ocupa un lugar importante en la conformación del imaginario social de las naciones, y en la formación de la vida cotidiana de los individuos. Pero paradójicamente ha sido menospreciado, no solo por la historiografía cultural, de iguala manera los científicos sociales lo han considerado un tema menor para sus investigaciones.

Son varios los interrogantes planteados dentro de las ciencias sociales sobre la relación que existe entre el fútbol, la nación y la identidad nacional, pero pocos de ellos lo toman como un referente constitutivo de la cultura nacional y como uno de los fenómenos socio culturales que mejor recrea y construye imaginarios colectivos donde los individuos se identifican con su nación y sobre todo crean lazos y lealtades tan profundas parecidas o superiores a las religiosas y étnicas.

Para conocer cómo el fútbol contribuye a la imaginación de comunidades nacionales se formula un problema de investigación que aborda directamente el tema de la construcción de identidades colectivas, territoriales, regionales y nacionales, además de nociones básicas como la nación y el nacionalismo desde una perspectiva politológica apoyada en los aportes básicos de la sociología del deporte y la antropología del deporte.

El tema parte de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo el fútbol se ha constituido en un referente de identidad nacional en Colombia (1987-2001)?, este planteamiento tiene su base no solo en la gran popularidad del fútbol en el país, también toca temas relacionados con la cultura nacional, es decir, como se conforma y se conformo identidad nacional en Colombia y en que momento alcanzo a ser considerado como uno de los elementos que mejor nos describía y representaba tanto positiva como negativamente, es decir, como el fútbol creo en el imaginario nacional y mundial una nueva imagen de país y de colombianidad. Por lo anterior antes de ser considerado como un juego de gran convocatoria y masificación mundial será asimilado como una herramienta potente en la construcción y reforzamiento de la identidad.

La relevancia del problema parte fundamentalmente de que en la actualidad el fútbol es analizado como un fenómeno socio-cultural que trasciende lo deportivo y es por eso objeto de estudio de muchas investigaciones por parte de ciencias sociales como la Antropología, la Sociología, y la Historia.

En ciencia política se ha tratado generalmente el tema de la construcción de identidades territoriales de alcance regional o nacional partiendo del análisis del

fútbol como un hecho que permite desde sus relatos deportivos asimilar el juego a un imaginario colectivo que logra explicar como a partir del deporte se imaginan comunidades nacionales, regionales y tribales.

La ciencia política permite encontrar especificidades mucho mas concretas con el ancho espectro del deporte, tomando temas esencialmente politológicos y relacionándolos con el campo deportivo como es el caso del nacionalismo, la identidad nacional y el nexo que estos pueden tener con el fútbol en la continua construcción de nación e identidades colectivas en Colombia.

Este deporte muestra como a partir de un fenómeno de carácter social y cultural se puede construir un imaginario popular que integra elementos que parten de lo "banal-trivial" para crear una idea de "nosotros" donde confluyen gran parte de los relatos que conforman visiones alternativas de nación.

El fútbol como hecho social-total se configura dentro de la sociedad como una arena publica llena de sentido, es decir, el fútbol funciona como un espejo de la sociedad, como un reflejo que permite entender como a través de un juego se ritualiza y se simboliza la nación, la región, la ciudad, y sobre todo como se vive la patria a través de lo lúdico-serio.

En lo que respecta al espacio temático este se justifica esencialmente porque el deporte en Colombia siempre ha ocupado un lugar menor dentro de los estudios sociales, pero contrariamente a este desprecio científico el deporte representa para el imaginario popular un rasgo particular de la cultura nacional. Debido a la incapacidad de los referentes clásicos (el Estado, los partidos políticos, la iglesia, la escuela, etc.) de identidad nacional de llegar a la gran mayoría de los individuos, las visiones de nación se construyen desde otros espacios; el deporte, la belleza, y la religiosidad popular son apenas unos de esos lugares comunes desde donde se recrea la nación.

El periodo de tiempo analizado tiene su explicación esencialmente en que el fútbol colombiano desde su profesionalización en 1948 careció de logros internacionales y solo se suscribió como un espectáculo que proporcionaba entretenimiento y adhesión a un equipo por sus logros nacionales.

Con el mundial de 1962 en Chile la selección Colombia se constituyo en el símbolo de representación del fútbol colombiano, pero fue solo hasta la mitad de la década de los 80, que la selección nacional y los clubes nacionales aparecieron en el concierto futbolístico internacional. En 1985 una selección juvenil dirigida por Carlos Alfonso Marroquín asistió al suramericano de Asunción, y sin muchas expectativas pero con grandes prospectos y posteriores ídolos del fútbol colombiano, logro clasificar por primera vez a un mundial juvenil. Con ese equipo Colombia arrancararía un proceso que con Maturana en 1987 escribiría la página más gloriosa del deporte nacional. Fue así que el equipo colombiano se convirtió

en un referente de identidad nacional cuando a partir de 1990 hasta 1998 clasifico a tres mundiales consecutivos y construyo una manera de jugar o si se quiere una identidad propia en relación con el juego mismo.

El periodo se cierra en el 2001 con el logro del copa América realizada en el país, y la posterior eliminación de la selección nacional del mundial de Corea y Japón realizado en el 2002, estos dos acontecimientos reavivaron el sentimiento nacionalista y al fútbol como cohesionador de identidades colectivas y a su vez también la frustración de no poder volver a un mundial creando de nuevo la imagen colectiva de la derrota y el fracaso.

Como objetivo general de la investigación se plantea analizar como el fútbol se ha constituido en un referente de identidad nacional en Colombia (1987-2001), buscando la relación que existe entre este deporte y la identidad nacional e identificar en que momentos del periodo de tiempo planteado el fútbol se convirtió en un elemento positivo y negativo de nación en Colombia.

La investigación busca caracterizar como a través de este deporte se conforman visiones colectivas e identitarias principalmente porque el fútbol además de ser considerado un fenómeno de masas también cuenta con la capacidad de generar adhesiones colectivas y culturales que se pueden relacionar directamente con el discurso de lo nacional en Colombia.

También se busca analizar como se conforman identidades particulares con referencia a la región y a los clubes de fútbol, principalmente porque al ser Colombia un país de regiones, la identidad regional se construye mediante antagonismos, es decir, en la oposición al otro, en este sentido el fútbol refuerza esos antagonismos, pues al ubicarse los principales clubes deportivos en las principales ciudades del país, la competencia no será simplemente económica y política sino también deportiva y simbólica.

En lo que se refiere al estado del arte los trabajos y artículos que conforman el universo bibliográfico del tema tienen tres líneas principales de organización: la primera la constituyen los trabajos que abordan los temas de la nación, y el nacionalismo desde una perspectiva politológica, antropológica y cultural debido esencialmente a que en el problema de investigación se considera al deporte como un hecho social y cultural.

Las principales referencias bibliográficas sobre la nación o sobre el concepto de lo nacional-cultural se encuentran en un primer momento en los trabajos de Benedict Anderson, y Eric Hobsbawm, estos autores consideran a la nación como una

construcción de la cultura y la tradición. Anderson¹ creo un rompimiento en la forma como hasta ahora se había considerado la nación, la definición de nación como “comunidad imaginada” integro otros elementos para la consideración de esta a la cual antes se la estudiaba desde la unidad política e ideológica, y añadió la concepción del nacionalismo como un sentimiento emocional-existencial mas que una ideología o un principio político-partidista.

Eric Hobsbawm² redefine la nación a las características propias de cada cultura, es decir la identidad nacional la construyen los discursos cotidianos, los relatos, los mitos y sobre todo la tradición.

En el caso del nacionalismo la literatura mas importante también se encuentra en los anteriores autores, pero en términos tanto de perspectivas políticas como antropológicas los más destacados son Ernest Gellner, y Michael Billing. Gellner³ le otorga al nacionalismo la capacidad de actuar como un motor social creador de ciudadanía en su aspecto político y de identidad en su aspecto cultural.

Billing⁴ por su parte trabaja un nacionalismo moderno o nuevo, él lo denomina “nacionalismo banal”, que son todas aquellas representaciones cotidianas que crean en la gente un lazo de pertenencia con la nación, un ejemplo de ello son las festividades patrias, los reinados de belleza, y los eventos deportivos.

La segunda línea de organización del estado del arte comprende básicamente la relación que guarda la identidad nacional con el fútbol. Debido a la poca importancia que se le ha dado al deporte dentro de las ciencias sociales, los trabajos que integran esta línea primero se centran en la producción local para luego reseñar los trabajos realizados en el resto del continente.

El primer trabajo fue coordinado por el antropólogo German Ferro Medina y se titula “Belleza, fútbol y religiosidad popular” el cual esta compuesto por tres artículos el primero de Ferro “El divino niño icono de una nación”, el segundo es de la politóloga y antropóloga Ingrid Bolívar “Estetizar la política: lo nacional de la belleza y la geografía del turismo” y el último y mas pertinente para la investigación es de los politólogos Andrés Dávila y Catalina Londoño “La nación bajo un uniforme: la selección Colombia(1985-2001)”.

Este trabajo se convierte en una referencia fundamental en el objetivo de analizar la conformación de identidad nacional desde otros aspectos y otras miradas como

¹ ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre la difusión y el origen del nacionalismo. Fondo de cultura económica. México, 1993

² HOBBSAWM, Eric, Naciones y nacionalismo desde 1780. Barcelona, Editorial Crítica, 1991.

³ GELLNER, Ernest. Naciones y Nacionalismo. Alianza editorial, Madrid, 1988.

⁴ BILLIG, Michael. Nacionalismo Banal. Sage Publicaciones, 1995.

en este caso desde la cultura popular⁵. Lo relevante de estos artículos se encuentra en pensar la construcción de la identidad nacional desde referentes populares como el divino niño, los reinados de belleza y el fútbol. Estos referentes “blandos” de nación rompen con el discurso de que la identidad nacional obedece exclusivamente a un proyecto elaborado y ejecutado por la cultura oficial.

El segundo trabajo esta a cargo del sociólogo Omar Rincón, este cuaderno de nación permite encontrar y describir cuales son las ideas de colombianidad presentes en fenómenos cotidianos⁶ de carácter abierto y masivos como la televisión y las telenovelas, las que principalmente se convierten en referentes del sentir nacional.

La última de las publicaciones tiene como coordinador a Jesús Martín Barbero y cuenta entre otros trabajos con ensayos del sociólogo brasileño Renato Ortiz y el mexicano García Canclini, este cuaderno de nación reflexiona sobre las ideas de nación e identidad nacional que se construyen a partir de la diversidad y lo heterogénea de nuestra cultura, y los aportes y experiencias de nación de otros países Latino americanos, además indaga sobre la deslegitimación del nacionalismo Estatal por falta según Barbero de un relato nacional⁷ incluyente y eficaz en la apropiación de los individuos de lo oficial y lo nacional.

En Latino América los trabajos sobre fútbol e identidad nacional han tenido mas cabida entre los científicos sociales destacándose Argentina, Brasil y Ecuador como los principales países donde el fútbol tiene un peso importante dentro de la conformación de su cultura nacional. En Argentina se encuentran dos trabajos compiladores de Pablo Alabarces⁸ que cuenta con artículos de investigadores de toda Latinoamérica como por ejemplo Maria Graciela Rodríguez, Sergio Villena Fiengo y Rafael Bayce, en Brasil se destaca el trabajo pionero de Carlos Da Mata, Sergio Leite, y Hugo Lovisoló y en Ecuador Fernando Carrión y Paúl Ramírez. Estos trabajos buscan esencialmente darle al fútbol múltiples miradas que parten desde lo femenino o las cuestiones de género, hasta la conformación de identidades territoriales como la regional y la pos-nacional vinculadas esencialmente con el tema de la globalización.

Finalmente como una categoría analítica que comprende un aspecto fundamental dentro del desarrollo del tema, se plantea la relación que existe entre el deporte y

⁵ BOLIVAR, Ingrid FERRO, German y DAVILA, Andrés. Cuadernos de Nación. Belleza, fútbol y religiosidad popular. Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

⁶ RINCON, Omar. Cuadernos de Nación. Relatos y memorias leves de nación. Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

⁷ BARBERO, Jesús Martín. Cuadernos de Nación. Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

⁸ ALABARCES, Pablo. Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 7 de junio de 2008 En: <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/prologo1.pdf>

la nación y lo que la sociología ha desarrollado sobre estos dos conceptos, se trata de conceptualizar este fenómeno dentro de los estudios sociológicos que del tema se han hecho y encontrar como este ha servido para acrecentar el estatus de las naciones y los discursos hegemónicos que el deporte ayudo a fortalecer. Para esta categoría de análisis las referencias principales se encuentran en la obra de Norbert Elías y Eric Dunning⁹, y el trabajo pionero del historiador holandés Johan Huizinga,¹⁰ trabajos fundamentales para comprender el carácter sociológico del juego y el deporte en los procesos civilizatorios de las naciones.

La metodología de investigación se compone de momentos básicos: el primero se refiere al estudio bibliográfico y a las fuentes analíticas y teóricas de las cuales se nutre gran parte de la investigación y el segundo lo constituye la recopilación de prensa nacional.

Debido al poco interés científico de los investigadores sociales por el fútbol y el deporte en general en Colombia el análisis bibliográfico tiene gran parte de su corpus en trabajos que se ha elaborado en muchos países de Latino América, lo que permite alimentar la investigación de otras herramientas conceptuales y posibilitar la comparación de los contextos políticos, culturales y sociales de la naciones donde el fútbol tiene un peso importante dentro de su cultura popular.

El segundo momento lo constituyo la recopilación de prensa, que es pertinente como herramienta metodológica, ya que a través de este se logra reforzar el análisis documental con una fuente que permite analizar como en torno a la selección nacional los medios de comunicación también fomentaron imágenes y contraimágenes de nacionalismo.

La categoría de análisis utilizada para el estudio de prensa se encuentra fundamentada en la conformación de una muestra de titulares y editoriales escogidos sobre los principales triunfos y derrotas de la selección nacional durante el periodo de tiempo planteado.

La información más relevante para este eje metodológico se encuentra en el principal diario del país (El Tiempo)

Los capítulos del trabajo de investigación se organizan de la siguiente manera: un primer capítulo que analiza el problema de investigación de manera teórica, es decir, define los conceptos de nación, nacionalismo, identidad nacional, y los relaciona con la construcción de identidad nacional en Colombia a través del fútbol.

⁹ELÍAS, Norbert y DUNNING, Eric. El ocio y el deporte en el proceso de la civilización. Fondo de cultura económica. México, 1995.

¹⁰ HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. Editorial Alianza. Madrid, 1990.

El segundo profundiza en el discurso que creó el fútbol y como a través de esa narrativa se configuró una nueva imagen de país y de nación. El último retoma de manera más analítica la conformación de identidades colectivas entorno al fútbol, pasando por un breve análisis de la conformación de identidad regional a través del deporte en Colombia dentro de un contexto globalizado y estrechamente vinculado con lo pos-nacional.

1. FÚTBOL E IDENTIDAD NACIONAL EN COLOMBIA

“Un vacío asombroso: la historiografía oficial ignora al fútbol. Los textos de historia contemporánea no lo mencionan, ni de paso en países donde le fútbol ha sido y sigue siendo un signo primordial de identidad colectiva. Juego luego soy: el estilo de juego es un modo de ser; que revela el perfil propio de cada comunidad y afirma su derecho a la diferencia”

Eduardo Galeano.

En este capítulo se definen y categorizan los conceptos teóricos más pertinentes para la investigación; posteriormente estos conceptos serán relacionados con el deporte y la conformación de identidades colectivas.

Se trata de pensar la nación desde el deporte, creando las bases conceptuales para luego tomar específicamente al fútbol y analizar como este se convirtió en un referente de identidad nacional, o si se quiere identificar como se construyen identidades colectivas a través del fútbol en Colombia.

Para entender la construcción de identidad nacional a través del fútbol es necesario identificar que es lo particular de este deporte y que lo hace tan cercano a un imaginario colectivo donde a través de sus narrativas y símbolos se ha articulado a la sociedad de tal forma que la competición deportiva sirva como medio o canalizador de auto reconocimiento colectivo y expresión del nacionalismo como sentimiento y como elemento de la cultura nacional.

1.1 NACIÓN, NACIONALISMO E IDENTIDAD NACIONAL

La definición de nación parte siempre de la idea de una comunidad política y cultural, pues cuando se remite a la pretensión de construir una nación implícitamente también se está aludiendo al tema de la conformación de un Estado, ya que al ser entendido el último como un ente político-legal se está hablando de este como el medio político para que la nación se exprese, es decir, las fronteras territoriales del Estado le otorgan al conjunto de la nación su soberanía.

Dentro de la dimensión moderna de nación pasando por primordialistas, pos-modernistas y marxistas la nación como concepto entra en un nuevo escenario.

Para los primordialsitas y nacionalistas la nación es algo que siempre ha estado ahí, y es por ende algo natural, por el contrario para los modernistas entre los que se incluye a Gellner y Anderson la nación no será algo natural, para estos autores la nación es el resultado de un proceso histórico y será en esencia una invención histórica arbitraria y una comunidad imaginada.

En este sentido el concepto que mejor se ajusta al tema corresponde al de Anderson el cual la define:

Como una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana. Es imaginada porque aún los miembros de la nación más pequeña no conocerán jamás a la mayoría de sus compatriotas, no los verán ni oirán siquiera hablar de ellos, pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión.¹¹

La de Anderson no es la única definición de nación que existe, pero sirve como primera toma de contacto ante la complejidad de lo que realmente es la nación, además dentro de los estudios que se han hecho sobre fútbol e identidad nacional esta concepción muchos autores la toman como la más adecuada.

Al definirla como una “comunidad imaginada” Anderson esta entendiendo la nación y al nacionalismo como “artefactos” o “productos culturales” que deben ser estudiados desde una perspectiva histórica y antropológica que nos muestre cómo aparecieron, cómo han ido cambiando de significado y cómo han adquirido la enorme legitimidad emocional que tienen hoy en día.

Legitimidad que se puede relacionar directamente con la identidad nacional y por ende con el deporte. El autor trata de mostrar que aunque dichos productos culturales nacieron a finales del siglo XVIII, fruto de la combinación de una serie de fuerzas históricas y culturales como el desarrollo de la imprenta y la desaparición del latín como lengua dominante en Europa una vez creados se convirtieron en el modelo hegemónico de organización y control social mas aceptado y legitimado del mundo, lo que permitió la posterior creación de los modernos Estados-nación.

Desde esta perspectiva Gellner define la nación como un constructo que vincula a los individuos con la unidad política y como un principio de legitimación ciudadana, pero también le da gran importancia lo mismo que Anderson a la nación como comunidad nacional, para el primer autor la nación “Es un gran conjunto de hombres de tal condición que sus miembros se identifican con la colectividad sin

¹¹ ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre la difusión y el origen del nacionalismo. Fondo de cultura económica. México, 1993. p. 23

conocerse personalmente y sin identificarse de una manera importante con subgrupos de esa colectividad”¹²

Gellner al igual que Anderson califican a la nación como una comunidad anónima, para Anderson será imaginada y para Gellner será de anonimato pero, para ambos esta condición permite que el principio de cohesión que debe existir en toda comunidad social se de manera mas fuerte con la nación que con subgrupos sociales.

Otro autor al que se puede incluir dentro de la perspectiva de considerar a la nación como una comunidad es Max Weber. El autor define la nación fundamentalmente como una “comunidad de sentimientos, como una religión secular en la que el culto a los dioses es sustituido por el culto igualmente fuerte a la patria y a sus símbolos sagrados”¹³

La idea de nación como comunidad inventada y con fuertes connotaciones emocionales se basa en la necesidad de los Estados de crear y exigir una lealtad muy fuerte, la cual solo se logro mediante la incorporación de símbolos e instrumentos donde el individuo se reconozca parte de esa comunidad, como por ejemplo la bandera, el himno, el ejercito, la escuela, etc.

De otra parte el nacionalismo es un concepto clave en la relación que se plantea al considerar al fútbol como uno de los instrumentos que mas reaviva y legitima este principio político e ideológico, y al enmarcarlo como fundamento primordial de la unidad cultural en la cual se define la identidad nacional.

El nacionalismo además de ser un principio político también tiene fuertes connotaciones sociales ya que actúa sobre la emoción y las pasiones de los hombres. En este sentido el fútbol refuerza los sentimientos nacionalistas y atrae lealtades y pertenencias con la patria. Por ello las lealtades nacionales que construye el nacionalismo antes que tener una fundamentacion racional e intelectual se basan en una dimensión emotiva y existencial.

Muchos autores han trabajado el tema del nacionalismo, y sus derivaciones culturales y políticas, pero quizá una de las definiciones que más integra la idea de unidad política y unidad cultural es la Gellner que lo define:

Como un principio político que sostiene que debe haber congruencia entre la unidad cultural y la política. Ya sea como sentimiento, ya como movimiento, la mejor manera de definir al nacionalismo es atendiendo a este principio. Sentimiento nacionalista es el estado de enojo que suscita la violación del

¹² GELLNER, Ernest. Cultura, identidad, y política: El nacionalismo y los nuevos cambios sociales. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona, 2003. Pág.17

¹³ WEBER, Max. La nación. En ensayos de sociología, Rió de Janeiro, 1982. Pág. 207

principio o el de satisfacción que acompaña a su realización. Movimiento nacionalista es aquel que obra impulsado por un sentimiento de este tipo.¹⁴

Para Gellner el nacionalismo opera como el motor de las naciones, es un principio político por que obedece a las intenciones de una comunidad política (Estado) de conformar proyectos de nacionalismo, y es un principio cultural porque actúa directamente sobre las creencias y los sentimientos de las culturas populares que comparten fundamentalmente un territorio, una lengua y un componente étnico o racial.

La definición de Gellner le otorga mayor relevancia a la unidad política, al catalogarlo como principio político, pero al definir al nacionalismo como sentimiento también toma otros aspectos y definiciones como las de Anderson que principalmente lo califica como un artefacto o producto cultural que debe ser estudiado desde una perspectiva histórica que demuestre que su gran legitimidad es esencialmente emocional.

El fútbol entendido como práctica de identificación colectiva se justifica principalmente bajo esta legitimidad emocional, por ello no sobra definir y analizar conceptos como los de la patria y el patriotismo.

Patria y patriotismo parecen ser los conceptos mas pertinentes para el estudio del deporte, pero no son tan fundamentales como los de nación o nacionalismo, se definen en la investigación porque para muchos intelectuales que desprecian al fútbol como problema politológico este deporte genera sentimientos negativos de patriotismo, que banalizan y ridiculizan la nación.

Arnoletto es uno de los pocos autores que ofrece una definición seria de patria, para el autor en su sentido originario se refiere:

A la tierra de los padres, tierra donde se ha nacido. Uno de los componentes de su significado es el concepto de nación, pero el concepto de patria conlleva un sentimiento de adhesión emocional, de amor incondicional y de lealtad, o sea un sentido de pertenencia a una entidad mucho mayor que la propia persona e incluso que el propio grupo, porque es una vivencia transtemporal, que abarca las generaciones pasadas, presentes y futuras; la memoria del pasado, la realidad del presente y los proyectos del porvenir. Como todo concepto cargado de valoraciones y sentimientos, más que con palabras se expresa con símbolos, asociados desde la infancia, vía socialización primaria, con esa entidad venerable: la bandera, el himno, el escudo, la escarapela, etc.,

¹⁴ GELLNER, Ernest. Naciones y Nacionalismo. Alianza editorial, Madrid, 1988. p. 12

son los elementos portadores y objetivadores de ese concepto-sentimiento que es la Patria.¹⁵

La patria que define Arnoletto al igual que la identidad nacional se vive, se expresa, y se construye a diario, en la cotidianidad, a través de símbolos, ídolos, iconos, e imágenes que en unos casos son venerables y respetadas como la bandera o el himno, y en otros banalizadas como el deporte y la belleza, pero que de igual manera desde muchos otros espacios recrean la patria y generan lealtades en las que las naciones también se pueden reconocer e identificar.

Pero la representación de la patria en ídolos y símbolos no solamente se puede encontrar en la cultura oficial, la cultura popular de la cual hace parte el fútbol crea nuevas imágenes de nación encarnadas también en ídolos y símbolos, para Ferro los ídolos “se convierten en un constructo cultural, en un imaginario, independiente del ídolo como persona. Los ídolos son grandes, símbolos son lugares de representación”¹⁶

Por su parte el patriotismo al igual que el nacionalismo tiene grandes connotaciones emocionales, y no existe una definición política que lo aleje de un mero principio sentimental de apego por la patria. Arnoletto define al patriotismo como un “Sentimiento de adhesión emocional, de amor incondicional y de lealtad, sentido de pertenencia a la Patria, asignador de sentido a la propia existencia y a la vida del grupo social.”¹⁷

Esta definición no solamente toma el patriotismo como sentimiento político o emocional, el patriotismo también crea pertenencias de los individuos hacia la nación, estas pertenencias construyen nuevos formatos de identidad colectiva y lealtades profundas con grupos sociales tales como la nación o la región.

Nación, nacionalismo y patriotismo son conceptos sobre los cuales se enmarca la nacionalidad y la ciudadanía que en principio son otorgados por una categoría de reconocimiento social más fuerte. El Estado otorga ciudadanía, pero también construye identidad, es el referente fundamental en la construcción de nacionalidad y por lo consiguiente es el encargado mediante todos sus dispositivos legales y formales de crear identidad nacional.

La identidad nacional es un tipo particular de identidad, y como tal será abordado. Es primordial enmarcarla en la relación que guarda con la conformación de comunidades culturales y la construcción de visiones identitarias; la identidad

¹⁵ ARNOLETTO, Eduardo Jorge. Glosario de Conceptos Políticos Usuales, ED. EUMEDNET 2007, consultado el 2 de abril de 2009 en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>. Pág. 64

¹⁶ FERRO, Germán. “Ídolos del fútbol, e identidad nacional”.EN: Gaceta, 47 de 2000.Pág. 79

¹⁷ ARNOLETTO, Eduardo Jorge. Glosario de Conceptos Políticos Usuales, ED. EUMEDNET 2007, consultado el 2 de abril de 2009 En: <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>. Pág.65

nacional se construye espacialmente y temporalmente, siendo este el caso del fútbol que como fenómeno social refuerza los discursos identitarios y ayuda a construirla y reconstruirla utilizando para ello sus narrativas y rituales sociales.

La identidad se basa fundamentalmente en elementos abstractos de la cultura nacional de cada país, es así como la identidad nacional pasa esencialmente a ser un discurso, una narrativa construida por la mitología nacionalista y cultural.

Para llegar al concepto de identidad nacional se hace necesario definir identidad como una noción aparte de toda reflexión nacional. Para Lévi-Strauss “La identidad es algo abstracto, sin existencia real, pero indispensable como punto de referencia”¹⁸. Aunque las identidades sean abstractas precisan de la conformación de imaginarios y relaciones que van de lo individual a lo general, es decir, a la conformación de colectividad a través de vivencias cotidianas.

La nueva visión de identidad nacional toma muchas de esas vivencias y relatos cotidianos y los convierte en discursos y narrativas que dan un giro alternativo a la solemnidad de los símbolos patrióticos creados por el Estado en donde los discursos nacionales se erigen por así decirlo desde la cultura popular.

Entendiendo la identidad nacional como una narrativa de lo popular y oficial, Melo la define básicamente:

Como un discurso configurado con símbolos, frases, mitos, estereotipos, nociones vagas de pertenencia, imágenes colectivas, formas triviales y banales; se trata en definitiva de un discurso capaz de construir una comunidad abstracta como lo es la nación, que se liga a la perspectiva de construir un Estado.¹⁹

Esta definición entiende a la identidad nacional como un discurso, es decir, como una narración que se construye históricamente y a la cual la integran formas oficiales y no oficiales de identificación colectiva. La identidad se transforma a diario y en dicha transformación la cultura popular ocupa un lugar importante. Los teóricos de la identidad nacional coinciden en afirmar que desde el siglo XIX la identidad ya no es monopolio intelectual de una clase social, ni tampoco de las instituciones formales del Estado, desde hace muchos años paso a ser un discurso conformado en la cotidianidad y sobre todo desde y en la cultura popular.

Pero otro tipo de definición de lo que es identidad e identidad nacional la dan los sociólogos chilenos Araya y Loreto, para los autores el concepto de identidad:

¹⁸ LÉVI-STRAUSS, Claude. La identidad. Ediciones Pretil, Paris 1997 Pág. 332

¹⁹ MELO, Jorge Orlando. Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N° 4. Bogota, Fundación simón y Lola Guberek, 1991. pág.

Alude básicamente a la pregunta por el "yo" y se encuentra definido siempre en relación con un "otro" respecto del cual se establece una diferenciación. En este sentido se encuentra ubicado en una dimensión propiamente psicosocial y puede expresarse tanto a nivel individual como colectivo, (grupala, familiar, etc.). La identidad nacional corresponde a un tipo de identidad colectiva que expresa el imaginario que permite a los particulares sentirse parte de una comunidad política: el Estado nación.²⁰

A partir de dicha definición es claro observar que la identidad nacional se construye en la cotidianidad, es decir, a diario y al ser la identidad un artificio de la cultura nacional, las referencias de colombianidad serán diversas y cambiantes y todas orientadas en visiones de lo popular y banal, ya que las instituciones legales del país desde hace muchos años se encuentran en crisis.

Una explicación de las anteriores definiciones de identidad e identidad nacional la da con mayor exactitud Mantilla pues para el la nacionalidad:

Es, una manera de pensar, un propósito de vivir juntos, que debe desarrollarse y reiterarse todos los días y en todas las ritualidades trascendentes e intrascendentes de la vida, que se manifiesta en las particularidades de la cultura nacional.²¹

No solamente en los rituales trascendentes de la nación se recrea la identidad de un país, lo "banal" lo intrascendente también es valioso para construir nacionalidad, y el deporte a pesar de que no es considerado como un ritual social importante si otorga mayor identificación colectiva que otros rituales considerados como oficiales. La identidad nacional tiene que ver directamente con la construcción del Estado, pues la unidad política además de crear formatos de aceptación legal también crea instituciones y rituales formales que buscan cohesionar las comunidades nacionales.

De otra parte para Smith la identidad nacional y la nación:

Son construcciones complejas integradas por una serie de elementos interrelacionados de tipo étnico, territorial, económico, y político-legal. Representa lazos de solidaridad entre los miembros de la comunidad, unidos por recuerdos, mitos y tradiciones compartidos.²²

²⁰ ARAYA, Rodrigo y LORETO, Oswaldo. Entre glorias y agonías: fútbol e identidad en la prensa chilena. Consultado el 25 de noviembre del 2008 En: <http://www.icei.uchile.cl/index.htm>

²¹ MANTILLA Ramón. El Estatuto de la nacionalidad colombiana. Universidad Nacional de Colombia, 1995.

²² SMITH, Anthony. La identidad nacional. Trama editorial, Madrid, España, 1997 Pág. 67

La identidad nacional es sólo una forma particular de identidad que convive y se nutre de otras, tales como la cultural, la racial, o la de clase, y cuya formación esta determinada por una estructura política e ideológica. La identidad nacional para el caso del deporte será una identidad de representación, es decir, procesual y dialogica; no será una identidad que responda a dimensiones históricas, es mas bien una identidad que se crea en la practica social y se antepone a un tipo de identificación superior; la identidad del fútbol es temporal, si se quiere frágil y sobre todo se sustenta en los logros deportivos de la naciones.

1.2 DEPORTE, NACIÓN Y RITUAL NACIONALISTA

Aquí se plantea la relación que existe entre el deporte, nación y ritual, tratando de conceptualizar al fútbol dentro de los estudios sociales que del tema se han hecho y encontrar como este ha servido para acrecentar el estatus de las naciones y los discursos hegemónicos que a través de deportes como el fútbol los Estados lograron fortalecer.

La relación entre fútbol y nación se resume básicamente en que las naciones han utilizado por décadas al deporte como un vehículo eficaz en la consecución de estatus internacional mediante los logros deportivos, los Estados hacen notar de alguna manera la superioridad de su raza, su entrenamiento, su política social y si se quiere de su sistema de gobierno.

Deporte y nación siempre han guardado un estrecho vínculo; históricamente se ha dicho que la creación de los modernos estados-nación fue paralela a la invención de los deportes que hoy conocemos. Las naciones y el deporte surgieron dentro de características históricas y sociales parecidas. Primero el surgimiento del deporte moderno esta enmarcado dentro del florecimiento de la industrialización inglesa, que permitió que dentro de los Estados nación se mejorara la calidad de vida de las personas, se acrecentara el desarrollo urbano y sobre todo se diera la consolidación de los sistemas democráticos.

Según Rodríguez.

El surgimiento del deporte moderno (tal como lo conocemos hoy) es contemporáneo a la construcción de lo nacional. Su desarrollo no sólo se constituyó en un vehículo ideal a través del cual las naciones pudieron organizar sus comunidades internamente sino que además sirvió y aún sirve para exponer al resto de las naciones las propias proezas y superioridad en el terreno de las disputas simbólicas.²³

²³ RODRÍGUEZ, María Graciela. Pensar la Nación desde el deporte. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/>. Pág. 1

Para entender originariamente como nación y deporte se entrelazan hay que hacer una distinción del deporte como concepto sociológico donde se explique y diferencie del simple juego como actividad lúdica sin ninguna relación con lo nacional.

La principal cualidad del juego consiste en su alejamiento de la estructura social y económica de los seres humanos, es decir, de los mecanismos de producción. El juego otorga libertad y sentido de evasión, el deporte-juego es una de las pocas actividades humanas donde los individuos se muestran tal como son, por ello la importancia de catalogar al deporte como una arena pública repleta de símbolos y rituales sociales.

En términos de Elías:

La mayoría de los deportes entrañan un factor de competitividad. Son competiciones que implican el uso de la fuerza corporal o de habilidades no militares. Las reglas que se imponen a los contendientes tienen la finalidad de reducir el riesgo de daño físico al máximo.²⁴

El argumento de Elías se basa esencialmente en la sensibilización del uso de la violencia por parte de las clases de elite, que a través del deporte se transmitió a las clases populares haciendo de los juegos espacios menos violentos y sangrientos. El fútbol es uno de esos casos donde el juego se civiliza y se democratiza en gran medida gracias a la creación de clubes de fútbol organizado bajo principios de ética y sana competencia.

La relación que guarda el deporte con la nación no es de ninguna manera algo novedosa, pero según Elías:

El hecho de que en el transcurso del siglo xx, los ejercicios corporales competitivos en la forma altamente regulada que llamamos "deporte" se hayan convertido en las representaciones simbólicas de competición no violenta, no militar entre los Estados no debe hacernos olvidar que el deporte ha sido, en primer lugar y continua siendo un ejercicio de competición que excluye hasta donde es posible las acciones violentas que puedan lastimar a los competidores. Que la presión creciente de las competiciones deportivas dentro de las naciones, induzca con frecuencia a los atletas participantes a hacerse daño a si mismos por la sobre ejercitación o el uso de esteroides es un fenómeno característico de la época actual y un indicador de la importancia creciente que ganan los éxitos deportivos como símbolo de status para las naciones.²⁵

²⁴ ELÍAS, Norbert y DUNNING, Eric. El ocio y el deporte en el proceso de la civilización. Fondo de cultura económica. México, 1995. Pág. 31

²⁵ ELÍAS. 1995, El ocio y el deporte... Pág. 36

Es incuestionable que el deporte otorga algo más que reconocimiento social y estatus político a las naciones, la importancia sociológica del deporte radica esencialmente en la comparación que se puede establecer entre deporte y guerra. Para Elías: “El deporte y la guerra implican tipos de conflicto que se entrelazan sutilmente en formas de interdependencia, cooperación y formación de grupos “nosotros-ellos”.”²⁶

Esta comparación entre deporte y guerra guarda una importante relación con la construcción de identidad. Los individuos construyen su identidad en relación a un “otro” al cual se califica bien sea como rival o como espejo, es decir, tanto en la guerra como en el deporte las identidades colectivas se crean teniendo como base el conflicto.

Dunnig por su parte sustenta la importancia sociológica del deporte en que este al igual que la música es el único idioma mundial. Para este autor la importancia social del deporte y su relación con la nación se basa esencialmente en tres aspectos:

- 1) El hecho de que el deporte ha cobrado fuerza como una de las principales fuentes de emoción agradables; 2) el hecho de que se ha convertido en uno de los principales medios de identificación colectiva y 3) el hecho de que ha llegado a constituirse en una de las claves que dan sentido a las vidas de muchas personas.²⁷

Aquí el deporte cuenta con una característica fundamental, que como diría Elías es una actividad “mimética y des-rutinizadora”, es decir, aleja a los hombres de sus actividades diarias y cotidianas y los introduce en un espacio donde sus emociones se pueden desbordar, alejándolos de los controles sociales que imponen grupos como la familia y el Estado.

El deporte no solamente es un problema sociológico, también es juego y por ende hace parte de la cultura, el juego se ritualiza y se simboliza en la sociedad, según Huizinga el juego crea cultura, forma ritual y por ende identificación colectiva.

Para este autor el juego es:

Una acción libre ejecutada “*como si*” y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que puede absorber por completo al jugador sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y un determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual. *El juego es una lucha por algo o una representación de algo.* Ambas

²⁶ ELÍAS.1995, El ocio y el deporte...Pág.13

²⁷ELÍAS.1995, El ocio y el deporte...Pág. 266

funciones pueden fundirse de suerte que el juego represente una lucha por algo o sea una pugna a ver quién reproduce mejor algo, ya que en el juego se copia algo, se presenta mas bello, sublime o peligroso de lo que generalmente es, su representación es una realización aparente, una figuración, es decir, un representar o expresar por figura. El juego está lleno de orden, tensión, movimiento, solemnidad y entusiasmo. Sólo en una fase posterior se adhiere a este juego la idea de que en él se expresa algo: *una idea de la vida*.²⁸

En este sentido Huizinga definirá al deporte como una “invención humana donde el juego toma el papel central de creador de sentido y pertenencia social, no se trata de analizar como se juega si no más bien analizar cual es su función social.”²⁹

Por otra parte ya que el fútbol funciona como un ritual social la obra del antropólogo inglés Víctor Turner³⁰ será eficaz en este sentido, pues el fútbol es un símbolo y un espejo de parte de la cultura nacional. Turner le otorga al deporte la condición de “arena publica”, es decir un espacio privilegiado para entender los rasgos sociales de una comunidad, entre ellos la violencia. En términos sociológicos Bourdieu ubica al deporte como un elemento de la sociedad que tiene sentido y desempeño cultural, pues fortalece y reproduce categorías de poder y dominación por medio de la socialización del ocio y el juego.

Bourdieu lee en el privilegio de las actividades corporales por parte de las clases populares:

La acumulación de características y disposiciones clásicas de estos sectores: una relación instrumental con el cuerpo que los lleva a preferir los deportes de enfrentamiento corporal, sumado al culto por la virilidad, la exhibición de la resistencia a la fatiga y al dolor, la solidaridad y la fiesta de la práctica deportiva colectiva.³¹

El cuerpo es el instrumento de identificación con lo deportivo, sea un cuerpo castigado o protegido, Bourdieu a diferencia de Elías no cree que el deporte se deba frenar en sus manifestaciones violentas.

Una de las funciones del fútbol como ritual es la de socializar crear lazos de pertenencias en donde los individuos se reconocen y de identifican con referentes que la sociedad no les provee para, Turner la función del ritual es la cohesión: los miembros del grupo se sienten de una familia social que les arropa.

²⁸ HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. ED. Alianza, 1990, Madrid. Pág. 412

²⁹ HUIZINGA, 1990 Homo... Pág. 12

³⁰ TURNER, Víctor. La selva de los símbolos. Siglo XXI. Madrid, 1980.

³¹ BOURDIEU, Pierre. ¿Como se puede ser un deportista? En: Sociología y Cultura. ED. Grijalbo. México, 1995.

Cuando se busca identidad al interior de subgrupos sociales se esta partiendo de la ausencia o la no eficacia de un grupo social mas grande como la nación para aglutinar los deseos y aspiraciones de una comunidad nacional. La conformación de rituales particulares donde se vive de otra manera la nación obedece esencialmente al desplazamiento de los referentes duros de identidad nacional y a la conformación de otros relatos donde se busca que el individuo se reconozca como colombiano no a partir del solo hecho de su ciudadanía y nacionalidad, sino mas bien con el sentido de comunidad que le da el pertenecer a un grupo social que no lo excluye y sobre todo lo acoge como propio.

1.3 CONFORMACIÓN DE IDENTIDAD NACIONAL A TRAVÉS DEL FÚTBOL EN COLOMBIA

Uno de los objetivos de este primer capitulo consiste en analizar la conformación de identidades colectivas e identidad nacional a través del fútbol en Colombia, particularmente durante el periodo de tiempo ya planteado (1987-2001) donde se presentan una serie de hechos detonantes que dan paso a la construcción de imágenes y narrativas positivas y negativas de nación e identidad nacional.

El debate de la identidad nacional y de la construcción de nación en Colombia desde hace ya varias décadas se ha centrado en las valoraciones psicológicas y antropológicas de la construcción de una identidad fragmentada con fuertes arraigos regionales y étnicos, y sobre todo sustentada en las transformaciones sociales de un país que ha encontrado en los medios de comunicación y otras formas de identidad colectiva el mecanismo ideal para expresar nuevos referentes de nación fruto de una nueva cultura cosmopolita y trasnacional.

La identidad nacional como concepto es tan ambiguo como su discusión, se distingue radicalmente de otro tipo de identidades colectivas porque se ocupa de temas mas amplios como son los de nación, nacionalidad y en ciertos casos se entremezcla con nacionalismos y patriotismos. En primer lugar cabe destacar que la identidad nacional no es un hecho científico, y que por lo tanto no es comprobable empíricamente, la identidad nacional hace parte de la teoría del reconocimiento, y como tal se fundamenta en caracterizaciones que tienen que ver esencialmente con discursos y narrativas creadas en ciertos espacios sociales y épocas particulares.

Melo clarifica con mayor precisión esta manera de entender la identidad nacional al argumentar que ante todo es:

Una forma de autopercepción, en la que cada colombiano define su pertenencia a Colombia en cuanto reconoce a los demás como miembros de una comunidad y se ve como parte de ella al ser reconocido por los otros como tal. En cierto modo, se trata de algo especular, de una identidad que se

crea en el momento y en el proceso mismo en el que se reconoce por el otro. Es algo además que se dibuja en la compleja trama que relaciona región y nación, lo propio y lo extranjero, lo popular y lo elitista, pasado y presente, presente y destino posible.³²

Toda esta compleja combinación de factores sociales y culturales hace que el discurso identitario se forme a partir de la interconexión, pues la identidad nacional se forma según el autor.

En interrelación con otras formas de identidad, que coexisten con ella: el sujeto se reconoce al mismo tiempo como miembro de una región, de un pueblo, de un grupo "racial", de una clase social, de una profesión. La coexistencia de estas identidades no es sin embargo, amorfa: algunas dominan en ciertos momentos de la historia o se refuerzan a la luz de determinados proyectos políticos, culturales o históricos.³³

Las descripciones que particularizan la identidad nacional tratan de encontrar una secuencia en la forma en como se va a describir lo nacional y sobre todo como caracterizar al individuo, es decir, como argumentar desde las ciencias sociales que significa ser colombiano, argentino o mexicano, además de integrar a ese discurso todas las variaciones regionales, étnicas y culturales que identifican a segmentos sociales del país pero que en ciertos momentos de la historiografía cultural de las naciones se convierten en referentes de identidad y que de igual manera funcionan como herramientas de homogenización social en la construcción de un discurso nacional integrador e incluyente, rara vez alcanzado por proyectos de nación Estatales.

Ya se estableció que la identidad nacional se construye espacialmente y temporalmente, este es el caso del fútbol, que como fenómeno social refuerza los discursos identitarios y ayuda a construirla y reconstruirla utilizando para ello sus narrativas y rituales culturales.

Es difícil hacer la conexión entre fútbol e identidad nacional en Colombia cuando no se cuenta con una gran cantidad de soportes teóricos que avalen el tema, de ahí lo complejo de trabajar la construcción de nación desde una perspectiva como la presentada en esta investigación. Pero de la misma manera al ser la identidad nacional un tema poco trabajado en el país permite al investigador atreverse a formular nuevas hipótesis sobre cual es papel de fenómenos como el deporte, la música, la belleza, etc. en la conformación de nación e identidad en el país.

³² MELO, Jorge Orlando. Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N°4. Bogotá, Fundación simón y Lola Guberek, 1991. Pág. 82

³³ MELO, 1991. Etnia región y nación...Pág. 83

Son pocos los trabajos realizados sobre fútbol e identidad nacional en Colombia, quizás el mas pertinente para la investigación es el los politólogos Andrés Dávila Ladrón de Guevara y Catalina Londoño (La nación bajo un uniforme: la selección Colombia (1985- 2001)). Su investigación se convierte en una referencia fundamental en el objetivo de analizar la conformación de identidad nacional desde otros aspectos y otras miradas como en este caso desde la cultura popular.

Dávila y Londoño plantean como la construcción de identidad nacional en Colombia ha pasado de las instituciones formales a la cultura popular. Siendo el fútbol un elemento fundamental de dicha cultura y señalando como dicen lo autores “La perdida paulatina de influencia de aquellos referentes que, históricamente jugaron un papel básico en este proceso: los partidos políticos, la iglesia, el Estado y el mercado”³⁴

La principal aseveración a la que se puede llegar en lo que respecta al debilitamiento del Estado y sus instituciones como instrumentos de conformación de identidad nacional, tiene que ver directamente con los procesos de transformación de nociones como las de nación y nacionalismo, ya que en la construcción de nación en Colombia pocas veces se han tenido en cuenta manifestaciones culturales que con la profundización y masificación de sus practicas colectivas permiten repensar conceptos como los de identidad nacional en la construcción de referentes culturales catalogados como banales, blandos y populares.

Para entender como el deporte y particularmente un seleccionado nacional logra constituirse en un referente de lo nacional, se hace necesario entender al fútbol mismo como un juego de una complejidad profunda, que como fenómeno social permite desentrañar y entender en ciertas épocas de la vida nacional graves crisis de identidad y replantear el deporte como una ilustración donde las culturas populares tomaron parcial y temporalmente el lugar de una alta cultura y de una elite intelectual que fallo a la hora de renovar y transformar las practicas sociales que le dan vida a los nuevos discursos identitarios y de carácter nacionalista.

Para Dávila y Londoño.

El fútbol produce y permite relatos épicos, vivencias de situaciones excepcionales que traspasan lo banal y acercan a las gestas emancipatorias, revolucionaras, de protesta e incorporación presentes en muchas reseñas históricas y en los mitos fundacionales de diversos grupos sociales.³⁵

³⁴ DAVILA, Andrés, LONDOÑO, Catalina. La nación bajo un uniforme: la selección Colombia 1985-2001. En Cuadernos de Nación. Belleza, fútbol y religiosidad popular .Ministerio de cultura. Bogota, 2001.Pág. 86

³⁵ DAVILA Y LONDOÑO, 2001, La nación bajo un uniforme ...Pág. 87-88

Toda esta narrativa nacional que funciona como metáfora de la épica nacionalista colombiana tiene que ver con la necesidad que tiene el hombre de sentirse en comunidad, es decir, de hacer parte como lo dice Dávila de una “masa común” que necesita para su correspondiente cohesión social de un pasado compartido, de unos mitos fundacionales, y sobre todo de rituales culturales que recuerden y celebren esa historia; el fútbol y el deporte en general hacen parte de esos rituales sociales en los que se celebra la patria y que al igual que las gestas emancipatorias que dieron paso a nuestra independencia también se pueden usar como modelos ejemplarizantes para la construcción y reelaboración de discursos de carácter nacionalista.

El fútbol es considerado como un potente ritual nacionalista principalmente porque posee la capacidad de recrear imaginarios sociales donde se condensan con gran eficacia gran parte de los sentimientos y las aspiraciones de los individuos que como parte de una comunidad nacional buscan a través del fútbol identificarse con lo que para ellos sería la patria como sentimiento y la nación como comunión colectiva imaginada.

Esta identificación que en primera instancia parece compleja Dávila y Londoño la resumen de la siguiente manera:

El fútbol es un lugar privilegiado para la “mimicry” o representación. Contiene este elemento en diferentes dimensiones y todas ellas hacen de este juego algo en lo cual el ser humano se identifica. Por un lado, hay una representación de una batalla en la cual el fracaso y la victoria tienen valor simbólico, pero son permitidas manifestaciones propias del ser humano que en la vida cotidiana no son consideradas dignas de ser expresadas.³⁶

Cuando se expresan las tensiones propias del sufrimiento o placer que produce el juego se está atendiendo a todas aquellas representaciones de lo cotidiano, el fútbol además de poseer una función condensadora también funciona como catalizador de tensiones esencialmente porque como coinciden varios sociólogos y antropólogos una de las principales características del fútbol como fenómeno de masas es su poder catártico, es decir, la capacidad de liberar tensiones propias de la vida diaria que en otros escenarios serían mal vistas pero que en un estadio de fútbol se toleran con gran naturalidad.

Atendiendo a la naturaleza ritual del fútbol y destacando que gran parte de dichos rituales sociales están encaminados a acrecentar lealtades y arraigos nacionales se puede argumentar que en Colombia el fútbol y en ciertas ocasiones otros deportes como el ciclismo se establecieron como elementos donde recaían buena parte de las lealtades nacionalistas y que además se convirtieron en los nuevos

³⁶ DAVILA Y LONDOÑO, 2001, La nación bajo un uniforme ...Pág. 89

rituales celebratorios de la patria, donde el fútbol sirvió de vehículo y de vínculo entre el pueblo y lo que simbólicamente representaba el seleccionado nacional, es decir, el surgimiento de una nueva imagen de lo que significaba ser colombiano.

Villena presenta como el fútbol, la nación, el héroe, y el mito se conjugan en un mismo ritual que se vincula de manera directa a la construcción de identidad nacional.

Los rituales generan un proceso de identificación de los individuos con la sociedad, mediante la adquisición de mapas cognitivos y lealtades sociales, que hacen posible la definición de la singularidad del grupo respecto a sus similares y la adhesión al colectivo de los individuos que son sus potenciales miembros. La urdimbre de las identidades puede considerarse, en esta perspectiva, un proceso de elaboración y difusión/adquisición de arquetipos sociales, de tipos ideales, que cristalizan o condensan, en estado puro, todo aquello que se considera distintivo del "ser colectivo" y, por contraparte, de los "otros". Estos modelos arquetípicos, con fines didácticos, continuamente reencarnan en héroes, próceres, prohombres y otros personajes ejemplares, cuyas hazañas son narradas una y otra vez en rituales conmemorativos que, movilizandando las energías psíquicas de los individuos, tienen como fin inspirarles, esto es, generar en ellos una profunda identificación con el patrón de comportamiento ideal considerado propio del grupo, otorgando así continuidad a la comunidad y trascendencia a la existencia individual de sus miembros.³⁷

Siendo las naciones artificios sociales producto de la invención humana y sobre todo vinculadas fuertemente a el Estado es lógico que este busque que su nacionalismo oficial trascienda en el tiempo y utiliza como herramienta para ello los discursos de identidad nacional que responden como señala Villena a un patrón de conducta producto de la elaboración de modelos encaminados al reforzamiento de lo propio y la adherencia comunitaria. Estos modelos que en el pasado estuvieron encarnados en los héroes y mitos fundaciones de la nación hoy se reelaboran en ídolos e iconos propios de la cultura popular, destacándose de manera particular los futbolistas.

En Colombia el vínculo del futbolista como símbolo ejemplarizante y como referente de lo nacional se puede rastrear al igual que en la mayoría de los países latinoamericanos en la relación que este guarda con lo popular, con el campo, con lo bucólico y con lo barrial. En Colombia los jugadores de fútbol son héroes de las clases populares, porque proceden del pueblo y son modelos a seguir ya que triunfaron deportivamente y económicamente. En Argentina el héroe futbolístico viene del "potrero", de la "villa", trae consigo un estilo propio que se podría denominar criollo

³⁷ VILLENA FIENGO, Sergio. Con manos de tierra y corazón de león. Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/> Pág. 2

y conjuga de manera continua los valores sociales de su procedencia, es decir, puede ser héroe y villano a la vez. Maradona es un gran ejemplo de esta dualidad, primero un genio deportivo considerado el mejor futbolista del mundo, pero también se cuestiona su comportamiento personal como modelo a seguir; Maradona es el último gran héroe global, es junto a Gardel y che Guevara el símbolo más reconocido de Argentina en el mundo, pues es aun en su figura donde confluyen gran parte de los discursos nacionalistas y formas de pensar y relatar la patria.

El ejemplo de Maradona como icono de la épica nacionalista Argentina, procedente del barrio pobre sirve como paralelo para pensar como en Colombia los ídolos deportivos también conectan con esa imagen de lo popular y con esa búsqueda de representación en héroes de carne y hueso, procedentes también del barrio marginal pero al mismo tiempo dueños de una manera de jugar un estilo que se podría denominar colombiano.

Esta dualidad que hace parte de lo propio y de lo criollo se hace notoria en la siguiente cita del escritor y poeta Darío Fernando Jaramillo:

La primera ley sociológica que descubrí me la revelaron aquellos juegos, a mas baja extracción social mejores futbolistas, mientras más pobres más veloces de pensamiento mas ágiles de piernas, mejores dominadores de la pelota, magos de la malicia y la gambeta, dueños de la intención del contrario reyes de la cancha.³⁸

La ley sociológica de la que habla Jaramillo pareciera no tener ninguna relación con el tema de lo nacional y el nacionalismo, pero siendo el fútbol un discurso alternativo de nación se puede ver como la identificación de la cultura popular con este tipo de héroes deportivos es más profunda y arraigada que con la narrativa oficial, pues el vínculo que crea el discurso futbolístico es un vínculo igualitario que hace parte de lo popular y que contiene símbolos populares, muy distintos a los mitos fundacionales y parecidos a simbologías utilizadas en países como Estados Unidos donde se rinde culto nacional a la tumba del soldado desconocido de la que habla Anderson.

En el ídolo futbolístico que se erige dentro de la cultura popular se pueden ubicar ciertas características que trasladadas a un plano meramente nacional logran explicar de que manera se crea este vínculo de lo popular con lo futbolístico.

Para los intelectuales que desdeñan este juego, la razón fundamental por la cual el fútbol es un deporte tan popular tiene que ver con la simpleza de sus reglas de

³⁸ JARAMILLO, Darío Fernando. CD de memorias, Seminario fútbol y nación, Armenia 2001

juego, por la facilidad y económica manera de practicarlo, y por la virtuosidad de sus practicantes, en cambio como lo afirman Oliven y Damo

La razón simbólica, por su parte, privilegia los aspectos culturales y, por extensión las singularidades humanas. Esta perspectiva se procura comprender las cosas tal cual ellas se presentan y, si es posible, como llegaron a ser lo que son. Esto no se resume a una descripción de los hechos, sino a lo que ellos significan para las diferentes colectividades que crean, intercambian y modifican bienes culturales, en este caso específico el fútbol.³⁹

El fútbol es uno de esos bienes culturales donde las colectividades populares se sienten representadas; la naturalza multitudinaria de este deporte lo convierte en centro de conformación de identidades colectivas y le otorga a sus ídolos la facultad de ya no ser ellos mismos si no mas bien convertirse en elementos culturales de quienes los aclaman e idolatran.

Según Ferro

Con los ídolos ocurre un desplazamiento semántico interesante. Ellos dejan de ser lo que dicen y lo que hacen; para ser lo que dicen que dijeron y lo que dicen que hicieron. Se convierten en un constructo cultural, en un imaginario, independiente del ídolo como persona. Los ídolos son grandes símbolos, son lugares de representación. Podríamos decir que son como grandes recipientes a los que les cabe todo lo que las sociedades quieran otorgarles. Por eso conviene mirar quienes son, porque al mirarlos estamos mirando las sociedades que los erigen.⁴⁰

Suena pretencioso y exagerado analizar las sociedades a través de sus ídolos o de sus imágenes míticas, pues los ídolos futbolísticos no funcionan como espejos de la totalidad social, son mas bien el reflejo de un discurso frágil y efímero que hace parte de la cultura nacional; los ídolos del fútbol colombiano son artificios culturales y por ende están anclados a la historiografía popular.

Profundizando en la idea anterior se puede afirmar que el fútbol posee la capacidad de generar cultura, es decir, estetiza la sociedad y por defecto crear ídolos. Para Ferro:

Los ídolos son espejos de la cultura. Esto significa que expresan de una manera sintética, y como en un espejo, el reflejo de una sociedad en su permanencia, transformación, reinterpretación y resignificación de las identidades. Un espejo que proyecta, con idoneidad, lo que es la cultura de

³⁹ OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001. Pág.48

⁴⁰ FERRO, Germán. "Ídolos del fútbol, e identidad nacional".EN: Gaceta, 47 de 2000.Pág. 79

cada pueblo. El enunciado de ídolos como espejos nos conduce a elaborar una hipótesis que debo resumir parafraseando un refrán: “Dime que ídolos tienes y te diré que sociedad eres.”⁴¹

Los ídolos y los símbolos en el fútbol son las representaciones puntales de identificación colectiva, a partir de sus figuras se construyen formas de comportamiento, son un ejemplo a seguir, pero también representa en toda su expresión todo lo positivo y negativo de una de una sociedad. Según Ferro:

El ídolo contiene una estructura mítica, es un mito de alguna manera. Cuando las sociedades construyen e inventan ídolos están construyendo grandes mitos en una dinámica cultural fundamental que calificaría Octavio Paz de la siguiente manera: “la fecundidad de una sociedad se mide por la riqueza de sus imágenes míticas”. El ídolo como mito es un lugar de referencia total, un depósito de todas las esperanzas y anhelos de los pueblos. Es una experiencia colectiva y social, con enorme capacidad de convocatoria y papel mediador entre las sociedades.⁴²

Los ídolos del fútbol colombiano desempeñan al pie de la letra las funciones culturales que su condición de símbolos les impone, son en su mayoría ejemplo de comportamiento pero también el reflejo de la realidad de un país. Representan en todas sus facetas lo trágico de nuestro sentir, en ellos se también se puede rastrear, los intereses personales y colectivos, el ascenso social, la presencia del narcotráfico, la ansiedad, la muerte y sobre todo la tragedia continua del país.

Por otra parte Dávila plantea la relación fútbol-nación pero desde la perspectiva de la cultura nacional y es así como argumenta que el:

Fútbol se ha convertido, mucho más que cualquier otro deporte, en el eje condensador de adhesiones y arraigos detrás de los cuales se nutre el sentimiento nacionalista. En estas épocas de ausencia de símbolos unificadores, y especialmente allí donde los odios ancestrales, ni tampoco el mercado o los mitos fundacionales alcanzan para unificar a una comunidad, se da ese inexplicable proceso que Camus resumió así: “Patria es la selección nacional de fútbol.”⁴³

El discurso de identidad nacional que se construye a través del fútbol, no es un discurso propiamente político, aunque en Colombia la relación fútbol y política siempre ha estado muy ligada, mas que por la actividad política en si, por los políticos; al ser el fútbol un fenómeno de masas, también es un escenario de legitimación política, pero no en el sentido de la alineación sino mas bien en el

⁴¹ FERRO. 2000, Ídolos del fútbol... Pág. 79

⁴² FERRO. 2000, Ídolos del fútbol... Pág. 80

⁴³ DAVILA, Andrés. “Fútbol y cultura nacional”. EN: Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994. Pág. 23

aspecto de la representación, y de la conformación de los clubes de fútbol y seleccionados nacionales como organizaciones políticas, al estilo italiano, brasilero, o argentino donde los hinchas son socios, y eligen a sus dirigentes democráticamente. En Colombia fútbol y política guardan una relación meramente de carácter populista y electoral.

Es por esta razón que el planteamiento del problema busca antes que encontrar una relación entre fútbol y política sustentar porque el discurso de la identidad nacional es un discurso que se construye desde la cultura popular, es decir, se construye fuera de los espacios institucionales y en la cotidianidad.

Se trata de conceptuar a la identidad nacional como un elemento vivo que se edifica a diario, esta idea esta formulada mejor en la definición que Melo da, para el autor la identidad nacional es básicamente “un discurso, sus unidades formativas son las imágenes, los términos y las palabras que recibimos en la infancia, en la escuela, en los periódicos, y en todas las formas de comunicación.”⁴⁴

La conformación de identidades colectivas a través del fútbol es un proceso complejo de entender pues la relación que se plantea no toma como base únicamente a una colectividad, la nación también entra en juego en dicha relación.

Que el fútbol se apropie de los símbolos nacionales y los ritualice para generar pertenencias, pareciera que no pasara de lo banal, pero siendo el fútbol un deporte de inmensa convocatoria y de una enorme importancia social su desempeño como factor identitario debe ser rastreado en la cultura nacional, pues el deporte hace parte fundamental de la cultura y por ende debe ser asociado con las imágenes de nación e identidad nacional que la cultura popular ha erigido como prioritarias.

Al crear imágenes y contraimágenes de nación, al exacerbar la emoción nacionalista y al configurar desde otros espacios imágenes de colectividad, el fútbol da origen a otra forma de relatar la nación, y aunque estas narrativas se desprecian y se catalogan de “banales” o “triviales”, no se puede negar que el deporte, la belleza y la religiosidad popular ocupan un lugar privilegiado en el imaginario popular del país, y que además crean discursos de nación que se fundamentan en la construcción y reafirmación de lo cotidiano, de lo popular y sobre todo de colombianidad.

⁴⁴ MELO, Jorge Orlando. Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N° 4. Bogotá Fundación simón y Lola Guberek, 1991.

2. FUTBOL, PRENSA Y CULTURA NACIONAL

*“El fútbol es un modelo de sociedad individualista.
Exige iniciativa, competencia y conflicto.
Pero está regulado por la norma
no escrita del juego limpio.”*

Antonio Gramsci

Cuando se alude al concepto de identidad nacional como una narrativa y como un discurso que se construye a través del contacto y la combinación de diversas formas de ser y entender lo nacional, se está planteando que no solo la cultura oficial es la encargada de construir identidad nacional; la cultura popular de la cual hace parte el fútbol entra de una manera directa a ocupar el lugar que los referentes oficiales de nación e identidad desde hace ya varias décadas han perdido.

Es desde esta construcción de identidad nacional que se pretende identificar cómo el fútbol y sus narrativas se relacionan con la cultura nacional y particularmente con los atributos de una identidad que se construyó teniendo en cuenta los rasgos culturales más simples y frágiles de una nación como lo es el caso de la selección nacional.

La cultura popular que el fútbol creó en Colombia dio origen a una nueva narrativa de identidad nacional, la cual se sustentó en un símbolo de nacionalidad abstracto como su misma identidad y débil y efímero como los triunfos del deporte colombiano.

Por otra parte también se busca en este capítulo identificar de qué manera la prensa en Colombia ha construido con relación al fútbol una narrativa de carácter nacionalista, que se alimenta de imágenes y contraimágenes existentes en el ámbito futbolístico del país. En este sentido se busca analizar los conceptos de nación y nacionalismo que en los medios de comunicación se exaltan o critican, y que al final de cuentas se relatan de manera épica, crítica y sobre todo cargados de fuertes relaciones entre fútbol, sociedad y política.

2.1 FÚTBOL Y CULTURA NACIONAL

La identidad nacional representa para la investigación la noción mas importante, pues es a través de este concepto como se busca concretar o dar respuesta a la pregunta que se estableció como problema general, y particularmente encontrar en que momento el fútbol encarnado en la selección nacional se convirtió en un referente de identidad nacional en el cual nación y nacionalismo tomaron características mas cercanas a la unidad cultural y la identificación de los individuos ya no con los elementos duros o clásicos de la nación sino mas bien con unos relatos que dentro de la cultura nacional se consideraban como banales e intermedios.

En este capitulo la investigación se centra exclusivamente en el fútbol como referente de identidad nacional y en su relación con la cultura popular. Para la época (1985-1990) en que la selección nacional de fútbol comienza su progresivo ascenso deportivo, el país se encontraba en una de las peores crisis de violencia de toda su historia. Colombia era conocida en todo el mundo por la magnitud de su conflicto armado, por lo sanguinario de su narcotráfico, y por la cantidad de muertos y atentados que sacudían a diario su territorio.

Estos eran los referentes negativos de nación que nos hacían conocidos en el resto del planeta. Con el éxito futbolístico de la selección nacional, el Estado, los políticos y sobre todo los medios de comunicación, empezaron a construir un discurso de nacionalismo positivo o sano nacionalismo en torno al fútbol de la selección. Este discurso se difundió con el fin de generar en la gente un punto de inflexión y de autoreconocimiento con la cara buena del país.

La selección fue usada como el referente mas positivo de Colombia para el mundo, y el punto de partida para creer en algo mejor; el país entro en una etapa de optimismo y credibilidad en sus instituciones, la selección nacional unió el territorio entorno al discurso de rechazo a la violencia, que en el fútbol mostró su cara positiva y también su lado más negativo; pues el fútbol no escapo a otros factores que también nos identifican: la violencia desmedida y el narcotráfico.

Cultura nacional y fútbol parecieran estar estrechamente ligados. Pero solo fue a partir de los últimos 10 años que el deporte ha sido objeto de estudio por parte de los científicos sociales, porque paradójicamente desde su creación en el siglo XIX es monopolio exclusivo de los sectores populares los cuales se han apropiado de el a tal punto de ser denominados fanáticos o masas, términos utilizados con relativa frecuencia cuando se alude a temas religiosos.

“¿En qué se parece el fútbol a Dios? En la devoción que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza que de él tienen muchos intelectuales.”⁴⁵ Esta famosa cita de Galeano ha servido para que se compare de manera persistente al fútbol con la religión y sobre todo se relacionen los rituales futbolísticos con los religiosos y se concluya por identificarlos como ritos sociales poco apreciados por la intelectualidad y donde mayoritariamente confluyen los sectores populares.

El desprecio de algunos intelectuales por el fútbol y en menor medida por la religión se basó en los esquemas pos-marxistas que consideran a la religión como un aparato ideológico de dominación y enajenación mental. El fútbol para sus más acérrimos detractores será el nuevo opio del pueblo, un espectáculo que aleja a las masas de lo verdaderamente importante como la política, el Estado y las reivindicaciones sociales. Villena señala lo siguiente:

Se ha destacado también que el deporte cumple funciones ideológicas, en tanto puede contribuir a la reproducción del *establishment* mediante la socialización de los sectores populares en los valores éticos y estéticos modernos, sobre todo de aquellos propios del capitalismo competitivo, aunque, al mismo tiempo, se promueven ciertos valores precapitalistas como el honor propio de la ética caballeresca.⁴⁶

Para estos autores el fútbol se simplifica a un mero espectáculo carente de sentido social y apartado de toda connotación antropológica, es un deporte repleto de sofismas del cual se vale el Estado para crear falsos lazos de promoción nacionalistas mediante el ya viejo conocido esquema del “pan y circo”, que busca adormecer y homogenizar a las masas.

Eco es un abanderado de dicha concepción, pues considera a los deportes como una actividad “distractiva” de las masas en relación con la discusión de problemas políticos sustantivos y, en general, con su involucramiento ciudadano en la cosa pública.

También es recurrente encontrar dentro de los discursos de los críticos del fútbol aseveraciones que tienen que ver directamente con el tema del Estado. Según Villena para estos intelectuales el “Estado se convirtió en un generador de políticas deportivas inspiradas en ideologías racistas, higienistas, de control y “domesticación” social.”⁴⁷

⁴⁵ GALEANO, Eduardo. El fútbol a sol y sombra. Consultado el 10 de junio del 2008 En: <http://www.elortiba.org/pasion.html>

⁴⁶ VILLENA FIENGO, Sergio. El fútbol y las identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina. Revista ICONOS 14. Revista FLACSO-Ecuador agosto del 2002. Pág. 126

⁴⁷ VILLENA. 2002, El fútbol y las identidades...Pág. 128

La interpretación que los esquemas pos-marxistas hicieron sobre el fútbol tenían su núcleo en dos grandes actores: el movimiento obrero y los intelectuales de izquierda. En América latina tanto comunistas como socialistas y anarquistas consideraban al deporte como una practica que no contribuía desde ningún aspecto al aumento de la conciencia de clase. El deporte y en especial el fútbol eran considerados como una contraproducente válvula de escape donde la intolerancia y la relación de opresión funcionaba de manera contraria, es decir, enfrentaría a unos obreros con otros.

Pero ni comunistas ni anarquistas, ni mucho menos feministas pudieron lidiar con el fútbol. Pues este se intrinco en la cultura popular obrera a tal punto de que poco sirvió que su práctica fuera prohibida por sindicatos y partidos comunistas. Para Garciliano Ramos un importante escritor brasilero y reconocido enemigo de este deporte el fútbol se torno en un “hijo híbrido que armonizo con la idiosincrasia del pueblo que lo acogió.”⁴⁸

La escuela de Frankfurt también fue una conocida detractora del deporte, siendo Adorno y Hokemheimer los que mas trabajaron en contra de este. Hokemheimer aunque no se preocupo demasiado por el deporte si tuvo en cuenta a la música y a su masificacion mundial. Dentro de su argumentación el autor afirmaba que “la nueva etapa de la conciencia musical de las masas se caracterizo por la negación y el rechazo del placer en el propio placer.”⁴⁹

Siguiendo a Hokemhimer Adorno se centro en el mensaje manipulador y alienante del espectáculo deportivo y la propaganda, pues con la masificacion y homogenización del lenguaje el individuo negaba tácitamente su subjetividad.

La aversión de los marxistas y de la escuela de Frankfurt por el fútbol, tiene como base dos hechos puntuales: primero la copa mundial de 1934 donde Mussolini gracias a la victoria de Italia publicito al mundo su modelo fascista redituado en 1938 gracias según el propio Mussolini a la excelencia atlética y espiritual de la juventud fascista. El otro hecho puntual se remonta a los olímpicos de 1936 realizados en Berlín donde Hitler utilizo el cuerpo alemán para propagandear su doctrina de raza aria y cuerpo puro. La imagen de Alemania en ese entonces grande por su poderío militar e industrial termino de fortalecerse a través del deporte pues según el propio Gobbels “una victoria en el campo de fútbol es mas importante para la población que la conquista de una ciudad en territorio enemigo”.⁵⁰

⁴⁸ citado por OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. en Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001. Pág. 33

⁴⁹ OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. en Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001. Pág. 41

⁵⁰ Fhola de San Pablo, Cuaderno de esporte. 15 de agosto de 1999. citado por OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. en Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001. Pág. 42

Todas estas críticas al deporte como practica alienante de cierta manera tuvieron y tienen validez, pero también es claro que desconocen otras características del fútbol como por ejemplo, el papel que cumple como elemento de resistencia social frente a los controles disciplinarios y de represión política. Pues el fútbol en ciertas ocasiones funciona como un elemento emancipador y revolucionario que se antepuso a totalitarismos y dictaduras, así lo ilustran los deportistas cubanos que en muchas ocasiones y durante importantes eventos deportivos desertaron y mostraron su inconformismo con el sistema represivo del régimen de Castro.

En Colombia el fútbol en un principio estuvo desligado completamente de los sectores populares. El campeonato nacional se armó a la ligera y en medio de una fratricida lucha bipartidista. Con los sucesos del bogotazo en 1948 el fútbol fue usado como un distractor, la violencia debía ser contrastada o disfrazada con entretención popular, el gobierno nacional copió de cierta forma las estrategias de otros gobiernos sudamericanos, para esconder su incapacidad e ineficiencia a la hora de combatir la violencia.

Jaramillo comenta a propósito de este suceso:

Los acontecimientos del 9 de abril de ese año propiciarían la coyuntura para la realización del campeonato rentado. Era la forma como se podría catalizar la tensión social que dominaba el país.⁵¹

La creación del rentado nacional no obedecía al interés de unir al país entorno al fútbol, era más bien una forma de aliviar y de paso hacer olvidar la barbarie de la violencia bipartidista, este fue uno de los primeros casos en Suramérica donde el fútbol sirvió como catalizador de un sector de la sociedad; la capital para ser más concretos, pues en los campos la violencia estaba a flor de piel y allí el deporte como espectáculo distractor nunca llegó.

Pero este no fue el único caso donde el fútbol fue utilizado como una cortina de humo para distraer la atención de la sociedad, en 1985 durante la toma del palacio de justicia por parte de la guerrilla del M-19, la entonces ministra de comunicaciones Noemí Sanín, impidió que la radio siguiera entrevistando a los retenidos dentro del palacio y ordenó la transmisión del partido de fútbol entre Millonarios y el Unión Magdalena.

Quitman en uno de sus artículos publicados en el diario el Tiempo reseña con bastante claridad un hecho más reciente.

⁵¹ JARAMILLO ROCINES, Rafael. Hacia una historia del fútbol colombiano. Alasde. Bogota 2008
Pág. 2

En la edición del año 2003 de la Copa Libertadores en la que el Medellín enfrentó como anfitrión al Cerro Porteño del Paraguay (lance en el que la divina Providencia y David González instalaron al 'Poderoso' en la siguiente instancia de la Libertadores) el debate se ciñó a la inconveniencia de que el partido se disputase luego de que la tarde anterior las FARC ejecutaran a 10 secuestrados entre los que se encontraba el ex-gobernador de Antioquia Guillermo Gaviria y el ex-ministro de defensa Gilberto Mejía Echeverri, cuando el gobierno de Uribe intentó un rescate a sangre y fuego.⁵²

Posteriormente señala:

La discusión fue matizada con varios actos simbólicos como la no publicación de la reseña del crucial partido en las páginas deportivas del diario "El Colombiano" y el contraste que se respiró esa noche en la capital antioqueña; de un lado los furibundos parciales del DIM que organizaron una ruidosa caravana por la ciudad sin importarles el duelo de tres días decretado por el alcalde y, del otro, los adoloridos familiares, conocidos y amigos (entre ellos altas dignidades del gobierno regional y nacional) de los personajes inmolados. Dos caras de una misma moneda: lagrimas de dolor y de alegría en torno a dos actividades que distinguen la colombianidad; la guerra absurda interna y el fervor sin sosiego del fútbol ¿Remember, a propósito de ello, los 80 muertos en la celebración del 5 a 0 a Argentina?⁵³

El autor traduce de varias formas este acontecimiento: primero se cuestiona si la actitud de los hinchas del DIM fue una actitud de indolencia con el dolor ajeno, o si mas bien fue una manera de demostrarle al país lo poco que les interesa la política y por ende sus dirigentes; es claro que para muchos ciudadanos en Colombia el fútbol es mas importante que la política, pero también que de este gusto por este deporte y por la fascinación que produce en la gente los políticos se han valido muchas veces para ocultar sus acciones en las cuales algunos medios de comunicación también han sido cómplices.

Pero fútbol y política no ha sido la única relación escabrosa en la historia deportiva de Colombia. Un mal conocido por todos los colombianos se involucro directamente con el espectáculo de multitudes. El narcotráfico potencio y cubrió de vergüenza el campeonato nacional, pues durante la mitad de las década de los 80 los jefes del narcotráfico adquirieron gran parte de las acciones de algunos de los más importantes clubes del país.

Famosas fueron las relaciones entre los hermanos Rodríguez Orejuela, jefes del cartel de Cali y la corporación deportiva América de Cali, que durante la década de

⁵² QUTIMAN. (28 de noviembre del 2006) ¿El opio del pueblo? Consultado el 12 de mayo del 2009: en: <http://www.eltiempo.com>

⁵³ QUTIMAN. (28 de noviembre del 2006) ¿El opio del pueblo? Consultado el 12 de mayo del 2009: en: <http://www.eltiempo.com>

los años 80 domino el torneo nacional y disputo tres finales consecutivas de la copa libertadores gracias en gran parte a la nomina que con dineros del narcotráfico pudo armar.

En Medellín el Atlético Nacional también estuvo relacionado directamente con el narcotráfico y mas concretamente con el capo Pablo Escobar quien era un confeso hincha del club paisa. En Bogotá el club de fútbol Los Millonarios tampoco fue ajeno al negocio del narcotráfico, al club azul se le vinculo en repetidas ocasiones con el narcotraficante Gonzalo Rodríguez Gacha.

Para Dávila la relación entre fútbol y narcotráfico se puede asumir de la siguiente manera:

Los ingentes recursos y múltiples intereses de los narcotraficantes, que hallaron en el fútbol una opción inigualable para legitimarse socialmente, y para obtener status y reconocimiento en las cerradas elites locales y regionales, y para incluso desarrollar una parte del negocio, del lavado de dólares con las grandes contrataciones y la inflación de los precios de los jugadores locales.⁵⁴

Según Dávila el narcotráfico introdujo al fútbol nacional una catastrófica dualidad, pues los clubes pretendían ganar a cualquier precio tal como lo hacían los narcotraficantes dueños de esos equipos con el negocio de la droga.

Contrariamente Jaramillo califica la década de los 80 como un segundo Dorado, pues según el autor.

Los grandes capitales aportados al fútbol colombiano por el narcotráfico hacían de Colombia un paraíso para el jugador de categoría internacional. Grandes escuadras se verían en esta década y el fútbol colombiano viviría talvez la mejor época después de "El Dorado".⁵⁵

Esta idea fue y es hasta ahora compartida por muchos periodistas colombianos, que consideran que el narcotráfico le sirvió al fútbol nacional para ganar nombre internacional. En cambio para otros autores y periodistas deportivos fútbol y narcotráfico era una relación que tarde o temprano tenía que darse pues, los dineros del negocio de la droga filtraron por completo todas las esferas de la nación y el fútbol no iba a ser la excepción.

⁵⁴ DAVILA, Andrés LONDOÑO, Catalina. La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia (1985-2000). En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América latina. Consultado el 27 de junio de 2008 En <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/PII-DavilaLondono.pdf> Pág.

⁵⁵ JARAMILLO RECINES, Rafael. Hacia una historia del fútbol colombiano. Alasde. Bogota 2008 Pág. 3

Es paradójico ver como el narcotráfico al contrario de generar vergüenza y repudio nacional creo dentro de algunos futbolistas lealtades tan grandes que sobrepasaron incluso las nacionales. Ferro explica con un claro ejemplo esta relación.

Después de meter el gol, minutos después de la gloria el pitufo de Ávila delante de las cámaras todavía sudoroso y con gran emoción dedica su gol a los hermanos Rodríguez Orejuela los reconocidos jefes del narcotráfico: “pero con mucho amor y con mucha humildad se los dedico a ellos que son Miguel y Gilberto” y entonces el gol se enfrió y fue el crujir de dientes porque de nuevo la pretendida construcción nacional mostró que estaba pegada con babas, con cinta pegante.⁵⁶

¿Porqué esta lealtad tan profunda con los capos del narcotráfico?, ¿Dónde se puede rastrear el vinculo que une al futbolista con el narcotraficante?, según Ferro esta relación tiene directamente que ver con lo nacional, y con una sociedad que pretendió esconder parte de sus problemas sociales en el fútbol.

Muy a nuestro pesar y con la rabia y el dolor que nos produce la violencia que han desatado los traficantes de la droga y su cómplices la revancha estuvo echada las lealtades por encima del tricolor, la voz que muestra la fractura y lo endeble de la nunca alcanzada legitimidad nacional, el autogol se lo ha metido Colombia hace mucho tiempo y un balón no puede ocultar el sol.⁵⁷

Los anteriores interrogantes se plantean teniendo en cuenta la procedencia y el estrato socio-económico de la mayoría de los jugadores que ven en el fútbol una manera de sobresalir y de encontrar el reconocimiento social que la sociedad no les ha dado, lo mismo ocurre con el narcotraficante que se involucra en el negocio de la droga con el único fin de ganar dinero y por ahí derecho estatus social, es por eso que no es descabellado decir que futbolista y narcotraficante son hijos de un mismo proyecto de país y por ende de una misma realidad.

La procedencia humilde del jugador de fútbol también indica otras cualidades que se pueden calificar como positivas, pues de los estratos populares han salido los mas grandes futbolistas del mundo; pobreza y fútbol pareciesen tienen un fuerte vinculo. En un país que no ofrece la oportunidad de desarrollar una vida digna, el fútbol y el deporte en general brindan una reducida posibilidad de sobresalir. Estos valores positivos del jugador proveniente de los estratos populares se pueden relacionar directamente con la construcción de un estilo de juego que se denomino colombiano o criollo.

⁵⁶ FERRO, Germán. “Ídolos del fútbol, e identidad nacional”.EN: Gaceta, 47 de 2000. Pág. 84

⁵⁷ FERRO, Germán. CD de memorias “Seminario fútbol e identidad nacional”. Ministerio de Cultura, Armenia, 1999.

La historia del fútbol colombiano, siempre estuvo marcada por los grandes fracasos, y las pequeñas victorias, el balompié de Colombia en sus inicios y hasta la mitad de la década de los años 80 siempre careció de un estilo propio, una manera de jugar, algo que en el campo la diferenciara de los otros equipos nacionales, una forma de comportarse en la cancha, como lo hacia Brasil, con su jogo bonito⁵⁸, Argentina con su gran entrega, y despliegue técnico, o Uruguay con su popular garra charrua.

Este estilo solo se lograría con una generación de futbolistas que iniciaron lo que se llamo el *proceso*. Ellos venían de triunfar con la selección juvenil, y a partir de 1987 lograrían consolidar el estilo que tanto se buscaba, “el toque toque” representaría el fútbol de Colombia, pero también traduciría una forma de ser de los colombianos, la alegría del fútbol colombiano, seria la otra cara del país. En ese momento la selección apoyada en sus triunfos, convirtió al fútbol en algo más que un deporte, lo convirtió en el centro unificador de la lealtad nacional, de los arraigos patrios, y sobre todo en el símbolo de colombianidad positivo mas conocido y mas recordado de aquella época.

Dávila explica aquella adhesión de la siguiente manera:

En aquella Colombia sin referentes colectivos distintos a la inexistencia de referentes colectivos; crecientemente absorbida por la violencia, la corrupción y el enriquecimiento fácil; sumida en una crisis de valores unificadores y perdidos los mecanismos legitimadores tradicionales (la iglesia, los partidos); con significativos procesos de descomposición social; en aquella Colombia decíamos el fútbol se convirtió en la única instancia aglutinadora en términos constructivos.⁵⁹

Ese estilo nacional solo se logro mediante la integración de elementos pertenecientes a los sectores populares del país, Maturana (el entrenador ideólogo) consiguió según Quiceno.

Integrar lo negro-paisa-costeño en medio del pueblo barrio; marcar el juego en coordenadas temporales y espaciales y con unos signos locales. Y: con la selección el pueblo existe realmente, no porque salga a la calle a vitorear los triunfos, sino porque el pueblo es una categoría real, presente en el juego de la selección.⁶⁰

El fútbol de cierta manera sirvió para reivindicar de forma mínima algunos valores de la cultura popular colombiana, pues durante años se considero a la identidad nacional como un monopolio propio de una clase social que impuso sus valores y

⁵⁸ Traducción del portugués para “juego bonito”.

⁵⁹ DAVILA, Andrés. “Fútbol y cultura nacional”. EN: Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994. Pág. 23

⁶⁰ QUICENO Humberto. “Jugar es algo mas que ganar”. Citado por DAVILA, Andrés. En: “Fútbol y cultura nacional”. Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994. Pág. 24

alta cultura a una comunidad popular a la cual se le negaba todo tipo de integralidad y cohesión social.

Melo comenta lo siguiente acerca de esta connotación histórica:

La identidad nacional además se trata de un discurso predominantemente elitista: los grupos populares hacen parte de grupos primarios, en los que todos se conocen, pero no conforman espontáneamente comunidades abstractas como la nación o la clase social, que requieren un discurso para definir como miembros de ella y permitir que se reconozcan como tales sujetos individuales.⁶¹

Para los grupos populares o la cultura popular, los imaginarios colectivos se construyeron entorno a un discurso que buscaba mayor identificación con los rasgos propios de la colombianidad, es decir, con ese conjunto de creencias, actitudes y formas de vida que la mayoría de las personas comparten, y con las cuales buscan diferenciarse de ese grupo minoritario que durante décadas impuso una cultura de elite a la cual las masas populares no podían acceder.

El fútbol potenció la relación entre fútbol y pueblo, construyó mediante un estilo propio una nueva imagen de país donde los sectores populares tenían cabida, y se sentían representados a tal punto de generar lealtades y arraigos nacionales, que sobrepasaron los límites de la razón y solo se pueden explicar teniendo como referencia la emoción y la pasión.

Dávila trata de explicar este vínculo al considerar que “patria, nación y selección están unidos bajo un principio de identificación en torno a un equipo por mecanismo pasionales, y no racional instrumentales.”⁶²

De esta forma fútbol y patria seguirán estando unidos por el lazo del nacionalismo que como ya lo dijera Anderson se legitimo antes que como una teoría política como un principio emocional que afecta directamente las pasiones de los hombres, a tal punto de querer dar la vida por la patria, y de igual manera estar dispuestos a matar por los colores de un equipo de fútbol.

⁶¹ MELO, Jorge Orlando. Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N°4. Bogota, Fundación simón y Lola Guberek, 1991. Pág. 83

⁶² DAVILA, Andrés. “Fútbol y cultura nacional”. En: Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994. Pág. 24

2.2 FÚTBOL Y NACIONALISMO EN EL DISCURSO DE LA PRENSA COLOMBIANA

El gran éxito del fútbol como espectáculo deportivo, se debe en gran medida a los medios de comunicación. Estos han interpelado o servido de canal entre la nación y la ciudadanía. Esta interpelación se ha dado básicamente en la modelación emocional de los espectadores y en la construcción de referencias deportivas que tienen que ver directamente con lo nacional.

Los medios han sido y son, los encargados de crear los héroes, los mitos y las narrativas que se fundan en el deporte. Al contar, mostrar y escribir de manera masiva sobre el deporte y en especial sobre el fútbol crean de manera intencionada un reforzamiento moral y emocional en la relación que tiene el ciudadano espectador con la nación.

El fútbol ha encontrado en los medios masivos de comunicación su vehículo de difusión más eficaz, y al mismo tiempo los medios de comunicación han encontrado en el fútbol un negocio muy rentable y de alta audiencia. Esta reciprocidad ha permitido que a través de los medios se construya un discurso nacional que se inspira en las gestas deportivas de las naciones para generar vínculos más profundos entre la nación y el individuo. Creando, reproduciendo, y poniendo en circulación los imaginarios y los discursos nacionales, la prensa y los demás medios de comunicación en general reproducen los rituales nacionalistas y refuerzan el vínculo que el deporte guarda con la cultura nacional.

Para Villena los medios de comunicación hacen posible que se recree la patria a través del fútbol.

Los medios de comunicación masiva potencian/intensifican la articulación entre fútbol y nacionalismo por dos razones: por un lado, hacen técnicamente posible lo que, según Canetti (1995), es la vocación final de toda "masa": abarcar a la totalidad social (recortada en términos nacionales); o en términos de Anderson, hacen posible la "comunidad en anonimato". Por otra parte, producen un plus nacionalista al narrativizar los encuentros deportivos en función de una retórica nacionalista: transforman la crónica deportiva en épica nacionalista.⁶³

Partiendo de la aseveración de que los medios de comunicación son los mas importantes generadores de material simbólico, Villena analiza como a través de la "red simbólico- discursiva que circunda al fútbol, los mass media se han convertido

⁶³ VILLENA FIENGO, Sergio. Con manos de tierra y corazón de león. Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/pag> Pág. 3

en uno de los principales mecanismos por los cuales los individuos se apropian de los rasgos morales e intelectuales de las naciones.”⁶⁴

Por otra parte dentro de la relación existente entre fútbol, medios de comunicación y nación, la prensa constituye uno de los mecanismos más idóneos para rastrear como los discursos escritos buscan reforzar los vínculos existentes ente fútbol y patria.

Los medios se han articulado al discurso de la identidad nacional haciendo visibles características propias de la cultura de masas. El aficionado al fútbol encuentra en los relatos de los periodistas deportivos una dimensión ideológica nacionalista, que se construye a base de la elaboración de ciertos códigos e imágenes globales y locales que reproducen una retórica nacionalista que esta dirigida a la confirmación y recapitulación de una memoria histórica.

En este sentido Villena afirma que:

Los medios de comunicación se articulan con los factores institucionales, ideológico/culturales y tecnológicos, que han convertido al fútbol en un importante vehículo para movilizar sentimientos de pertenencia y comunión nacional, bajo la forma de lazos irreflexivos a identidades colectivas.⁶⁵

El fútbol se convirtió para los medios en el escenario mediante el cual se crea un imaginario que tiene que ver con la producción de una industria cultural que se ciñe a los parámetros de la audiencia y la competitividad propia de un mundo globalizado y altamente interconectado.

Araya, Bravo y Corrales identifican esta relación mediante la articulación de una operación que Elías llamo “mimicry” que consiste en la representación de lo humano como forma de identificación colectiva con comunidades sociales tales como la nación o la región.

En este sentido los autores concluyen:

En esta operación mimética 'selección de fútbol/nación', el periodismo desempeña un papel clave como partícipe productivo de la industria cultural. En especial, por el aporte que realiza a la construcción de la realidad social (Rodrigo, 1993). De acuerdo a esta tesis, la cobertura periodística posee una doble significación. Por una parte, sitúa al fútbol y en especial, a los avatares de la selección nacional, como tema de preocupación pública. Y por otra, para poder cumplir con lo anterior, pero también como su consecuencia, el periodismo selecciona referentes simbólicos hegemónicos (aquellos que

⁶⁴ VILLENA. 2008. Con manos de tierra...Pág. 3

⁶⁵ VILLENA. 2008. Con manos de tierra...Pág. 4

aprendimos en la escuela y en los libros para niños), generando procesos identificadorios de quienes, en una misma nación, consumen esos mensajes.⁶⁶

Es evidente que el periodismo deportivo se guía por patrones nacionales que en algunos casos funcionan como verdaderos reproductores de un nacionalismo oficial que beneficia tanto a los estamentos políticos como a los mismos medios de comunicación.

A este respecto Villena afirma lo siguiente:

La fusión de nacionalismo y fútbol en la industria massmediatica permitía que los medios aumentaran su audiencia, los patrocinadores incrementaran sus ventas y los políticos capitalizaran la ficción de la participación que embarga a todo “jugador # 12”, equivalente deportivo del soldado desconocido.⁶⁷

En la actualidad la relación fútbol medios de comunicación y nacionalismo se encuentra fragmentada particularmente en países como Colombia, Bolivia y Perú donde el fútbol no ha logrado ningún triunfo deportivo considerable; al contrario los medios de comunicación han insertado sus relatos massmediaticos en lo que algunos intelectuales han llamado la era del fútbol posnacional donde el aficionado se preocupa mucho mas por los resultados de los grandes equipos europeos y muy poco por los de su selección nacional y el club de fútbol del cual es hincha.

A continuación como parte de la relación planteada anteriormente entre medios de comunicación, fútbol y discursos de nación, se presenta como pertinente el análisis de prensa local, donde se busca identificar como a través del fútbol la prensa ha construido una narrativa de carácter nacionalista en Colombia.

Este análisis se realizo teniendo en cuenta 6 partidos de la selección nacional de Colombia. Para llevar a cabo la investigación se seleccionaron los siguientes partidos: Colombia-Alemania junio 19 de 1990, Argentina-Colombia septiembre 5 de 1993, Colombia Estados Unidos junio 22 de 1994, Colombia-Túnez, 17 de junio de 1994, y Colombia-México, 30 de julio de 2001.

Para cada uno de estos partidos se reviso el periódico El Tiempo analizando los titulares, artículos y editoriales donde se demostrara, y develara la relación existente entre fútbol, nación y nacionalismo.

⁶⁶ ARAYA, Rodrigo, BRAVO, Loreto y CORRALES, Oswaldo. Entre glorias y agonías: fútbol e identidad en la prensa chilena. Consultado el 25 de noviembre del 2008 En: <http://www.icei.uchile.cl/index.html>. Pág. 128

⁶⁷VILLENA FIENGO, Sergio. Globalización y fútbol posnacional. Revista ICONOS 10, FLACSO. Ecuador, 2001. Pág. 113

Colombia-Alemania

El mundial de Italia 90 represento para la selección nacional de Colombia el comienzo de los logros deportivos. Si bien antes el fútbol colombiano había logrado meritorios avances, mediante la consolidación de un estilo propio, en el mundial de Italia el país alcanzaría su logro deportivo más grande: clasificar a la segunda ronda de un campeonato del mundo. Para los aficionados, y la prensa deportiva en general el seleccionado nacional no despertaba ninguna expectativa pues se consideraba que todo lo que hiciera el equipo en el mundial ya era una enorme ganancia, de ahí lo importante y significativo del empate con Alemania.

Dávila comenta lo siguiente acerca de ese partido y lo que significo en términos nacionalistas:

Estamos en 1990, un 19 de junio. Faltan dos minutos para terminar el partido y Colombia pierde 1 a cero luego de jugar igual a igual con la poderosa Alemania, futura campeona del mundo. De repente, y sin saber muy bien como, el equipo recupera su identidad, su estilo, su forma de juego desdibujado minutos antes a raíz de un gol en contra. Sobre el tiempo el equipo retoma el control del balón y arma una parsimoniosa y excelente jugada que termina con el gol del empate. La celebración no se hace esperar entre los jugadores, los periodistas uno de los cuales gritaba “Dios es colombiano”, los pocos colombianos presentes en el estadio y en toda Colombia.⁶⁸

Ese empate confirmaría lo que se venia diciendo desde hace mucho tiempo atrás; el fútbol colombiano ya tenia una identidad propia, que se asemejaba mucho a la idiosincrasia de su mismo pueblo.

El diario El Tiempo publicaría luego de terminado el mundial, una articulo donde se reseña con bastante claridad la relación entre fútbol, selección y nación y lo que ese partido en particular generaría en el sentimiento nacionalista de los colombianos.

El periódico titularía el artículo de la siguiente manera: *Italia 90 en la leyenda*, confirmando que aquel mundial quedaría en el imaginario cultural de los colombianos, y el cual seria citado cada vez que se alude a la relación existente entre fútbol y nacionalismo. Posteriormente en el mismo artículo se pude rastrear con las siguientes citas como este diario recreo para la memoria histórica el momento exacto en que Colombia desgarrada por la magnitud de sus conflictos sociales y armados veía en el fútbol de su selección la represtación de la cara positiva del país para el mundo.

⁶⁸ DAVILA, Andrés. “Fútbol y cultura nacional”. EN: Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994. Pág. 23.

El impacto de este suceso en nuestro país partió en dos el derrotero de un año dentro del cual el mismo fútbol sufrió y superó el coletazo de los problemas socio-terroristas de doce difíciles meses. Colombia tuvo un alto en su camino el 19 de junio, al filo del mediodía, cuando 28 millones de personas apagaban desilusionadas los televisores, Freddy Rincón incrustó el balón en la portería de Alemania.⁶⁹

Luego concluye con un párrafo donde se hace mas explicita la relación existente entre fútbol y nacionalismo inmerso en el discurso de un medio de comunicación que busca a través de mensajes escritos reforzar la identidad nacional a través del deporte.

La clasificación a la siguiente ronda del Mundial pagó toda la expectativa y colmó las ilusiones de un pueblo que nunca había estado tan aglutinado y conmovido alrededor de un suceso que no tenía colores políticos ni sabor diferente al de la propia patria. La película se había demorado 28 años. Regresó a todo color, esplendorosa, en un mundo cuyas comunicaciones pusieron en las casas de todas las estirpes los logros de sus enviados a Italia. Pudo ser mejor, pero lo hecho fue inolvidable. Ningún suceso en Colombia hizo sentir durante 1990 tanto la nacionalidad. La política, las guerras internas, la economía, el nuevo presidente, el revolcón, la desactivación del narcoterrorismo, todo eso figura en un campo menos impactante ante el grueso de la opinión nacional, más voluble a estas cosas en principio ligeras, pero a la postre, pesos pesados en la vida nacional.⁷⁰

Aquí se hace evidente que el mundial de Italia represento para la historia cultural colombiana el inicio de un vinculo muy fuerte; el de fútbol y nación, lazo que como lo señala el diario incluso estuvo por encima de la política, la guerra y la economía, y que además a pesar de ser considerado como banal o trivial tendría un fuerte peso dentro de la cultura popular que verían en el fútbol de su selección una forma de escapar de su tragedia diaria.

Argentina-Colombia.

Con titulares como: *Colombia destroza la historia, Que lindo ser colombiano y Se cumplió el sueño de simón Bolívar*, el diario El Tiempo reseñaría en sus primeras páginas el triunfo histórico de la selección nacional 5 a 0 sobre la Argentina.

⁶⁹ BARRAZA, Jorge. (30 de septiembre de 1990) "Italia 90 en la leyenda". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁷⁰ BARRAZA, Jorge. (30 de septiembre de 1990) "Italia 90 en la leyenda". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

Primero cabe analizar el escenario antes del partido, qué expectativas se manejaban entorno al juego de la selección nacional, y cuál era el discurso de la prensa en los preliminares del crucial encuentro.

Un día antes del juego el diario El Tiempo titularía: *Argentina-Colombia, mañana será historia*, refiriéndose esencialmente a las declaraciones de Diego Armando Maradona quien había afirmado que Argentina ganaría sin ningún problema por la historia futbolística que la precedía, luego del partido en el mismo diario se leería "*Maradona cero en historia*".

La historia parecía ser un elemento fundamental en el discurso del diario El Tiempo pues en el mismo artículo se podía observar como se privilegiaba antes que la victoria el orgullo de haberle ganado a un grande del mundo.

En lo que tiene que ver directamente con la relación entre fútbol y nacionalismo antes del partido este era el mensaje que más se destacaba:

Allí estaremos, detrás de la raya, atrás de la última matita de pasto, haciendo fuerza. Treinta millones de colombianos, treinta y tres millones de argentinos. Sesenta y tres millones hinchando por los colores. ¡Qué apasionante y bello! Me pregunto: ¿Hay alguna otra cosa que haga más soberanía que el fútbol? ¿Qué otro elemento podría hacer hoy que un colombiano se sienta más colombiano? Y lo mismo vale para un argentino. Yo estuve hace unos días en *Asunción, el domingo que veinte mil argentinos coparon insólitamente el estadio Defensores del Chaco*. Era toda gente de provincia, gente del interior, pueblos de frontera por los que patria y gobierno hacen poco y nada para hacerlos sentir felices de ser argentinos.⁷¹

El fútbol aquí se convierte en el elemento de integración nacional por excelencia, la selección nacional es objeto de culto y manipulación por parte de los discursos periodísticos, se critica de alguna manera la ineficiencia estatal otorgándole al fútbol la cualidad principal de generar soberanía, es como lo dijera Galeano "lo que el Estado no nos da, el fútbol nos lo presta"

Después de la victoria los titulares del tiempo se desbordarían en elogios al fútbol de la selección, y de manera reiterada se haría explícitos los discursos que relacionan la patria con el deporte. A continuación se reseñan los tres más importantes artículos donde fútbol y nación se confundieron en un mismo discurso.

El primer artículo se titularía de la siguiente manera: *¡Qué Lindo Ser Colombiano!* y en él se hacen las siguientes alusiones a la relación nación-fútbol.

⁷¹ BARRAZA, Jorge. (5 de septiembre de 1993) "Colombia-Argentina mañana será historia". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

Los colombianos tenemos una formación genética similar a la de los argentinos, solo que le agregamos nuestra filosofía caribeña. Llegamos pensando en que Colombia no tenía nada que perder, porque lo normal es que Argentina nos ganara. Pero estando aquí, pensé que podíamos vencer porque muchos decían que nos íbamos a achicar y nadie hablaba de talento. Que la alegría no solo es brasileña, ya no asoma como novedad. Otros morenos, con aires caribeños y salsa en el alma, pasearon la suya por Buenos Aires. Sembraron un estilo y cosecharon cinco goles y miles de aplausos de un pueblo con paladar dulce. El fútbol tiene un vínculo intangible con la estética y eso se tradujo en el reconocimiento que nos hizo la gente en el *Monumental*, comentó Pacho Maturana. *Afuera, en los pasillos de un estadio mudo*, 120 personas con platillos, banderas amarillas y música en la voz, le ponían ritmo a la oscura noche de Núñez. Claro, en la otra punta del *continente, precisamente en el centro, Colombia vivió su gran fiesta. ¡Qué lindo es ser colombiano!*⁷²

En este párrafo se puede notar las siguientes características discursivas: cuando se habla de la selección se utilizan palabras como *nuestra*, o como *nosotros* haciendo clara la relación de lo que Elías denominara mimicry, es decir en el fútbol de la selección están representados todos los colombianos. Por otra parte cuando se habla de *filosofía caribeña* se está haciendo referencia a la forma de ser de los colombianos, es decir, a la alegría caribeña que nos caracteriza y que solo se puede comparar con la brasilera.

En otro titular el diario sería más explícito denominado la victoria de Colombia sobre Argentina como *una ¡Explosión nacionalista!*

El país, todo el país, estuvo en tensa expectativa y efervescencia nacionalista. El partido de Colombia con Argentina iba a poner a prueba la calidad del deporte nacional. Los legos no dejábamos de abrigar el temor de una frustración, como otras anteriores. La explosión de gozo reflejaba algo más que un sentimiento de orgullo patriótico. La solidaridad nacional con ocasión de un espléndido éxito deportivo, por encima de diferencias, amarguras y rencores. De verdad, el país se sentía presente en el estadio austral, al lado de sus jugadores, como si hubieran desaparecido por ensalmo luchas y violencias internas. Ay del que se atreviera a interrumpir tanta emoción! Si no faltaron los saboteadores, debieron actuar muy a escondidas, soltando sus petardos mientras ardía el júbilo popular.⁷³

En este artículo se apela a la facultad que tiene el fútbol de unir a los individuos, a las sociedades y por ende a las naciones; el 5 a 0 sobre Argentina según El Tiempo creo un lazo de solidaridad entre los colombianos. Por encima del dolor y

⁷² RUBIO, Miguel Ángel. (8 de septiembre de 1993) "Que lindo ser colombiano". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁷³ ESPINOSA VALDERRAMA, Abdón. (7 de septiembre de 1993) "Explosión nacionalista". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

la amargura diaria estaba el orgullo patriótico que generaba el juego de un equipo que *unía entorno a un balón al pueblo colombiano*.

Por ultimo el Tiempo reseñaría todos los acontecimientos posteriores al triunfo, a los cuales titularía como: *Ecos del triunfo*.

Lo que como pueblo nos emociona; lo que nos une; lo que somos, se sintió y vivió en todo el país el domingo. Y se volvió a sentir en Bogotá el lunes, con el apoteósico (y caótico) recibimiento que tuvo la Selección nacional. No recuerdo explosión de júbilo nacional comparable a la que desencadenaron esos cinco goles en Buenos Aires. Ni la caída de Rojas, ni el empate con la URSS en el Mundial del 62, ni el triunfo en la Vuelta a España, ni otros acontecimientos políticos o deportivos habían prendido semejante chispa colectiva.⁷⁴

Posteriormente el artículo concluirá de la siguiente manera:

Vencer apabullar a la Argentina en su casa; en el estadio de River y en eliminatorias del Mundial; a una selección de los bicampeones del mundo que (hasta Barranquilla) llevaba 30 partidos invicta, con todo lo que representan los gauchos en el ámbito latinoamericano como símbolos de cierta fastidiosa superioridad europeizante y tras las declaraciones de Maradona, Ruggeri, Goicoechea y demás exponentes de esa supremacía histórica, reflejo de una soberbia cultural con sabor racista; meterle un humillante cinco a cero a todo eso, es algo que tenía que llegar a lo más profundo de la psicología del pueblo colombiano. Y alborotar como lo hizo nuestro sentido de identidad nacional. Y que cada colombiano sintió como propia. Salvo las excepciones de siempre, claro. La de la Coordinadora Guerrillera, por ejemplo, que se dedicó a poner bombas en Bogotá durante el partido. Difícil concebir un divorcio más grande del sentimiento nacional de quienes siguen considerando que el fútbol es el opio del pueblo.⁷⁵

En este artículo se pueden destacar dos puntos importantes en relación al discurso que maneja el periódico. Primero que se insiste en las victorias del fútbol colombiano como paliativos o como quiebres de optimismo en los cuales refugiarse de la tragedia nacional. Segundo se alude directamente a términos que tienen que ver con la nación como unidad política, por ejemplo se habla de *identidad nacional, de pueblo, del nosotros nacional* y se toma como supuesto que todos y cada uno de los colombianos deben acompañar la selección nacional no asistiendo a los partidos como un sana diversión sino mas bien como un deber patriótico que demostraría que los colombianos se sienten identificados con todos los rituales nacionalistas, de los cuales el fútbol hace parte.

⁷⁴ SANTOS CALDERON, Enrique. (9 de septiembre de 1993) "Ecos del triunfo". El Tiempo. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁷⁵ SANTOS CALDERON, (9 de septiembre de 1993) "Ecos del triunfo"...2009

Colombia-Estados Unidos.

Hasta la clasificación al mundial de Estados Unidos de 1994 los discursos de nación que se emitían a través de la prensa se habían analizado teniendo como panorama el triunfo y la satisfacción de vencer a rivales tan importantes como Argentina y Alemania.

Colombia llegó al mundial como favorita; para Pele y Cruyff sería la selección campeona, pues después de haber goleado con categoría a Argentina, el país y el mundo entero esperaban que el equipo nacional desempeñara un gran papel en USA 94. Ahora bien, los discursos emitidos por el diario El Tiempo se centrarían en dos hechos puntuales: el asesinato de Andrés Escobar y la derrota y posterior eliminación ante Estados Unidos.

El comienzo del mundial despertaría en los aficionados y en los medios de comunicación una gran expectativa; antes de la iniciación del torneo El Tiempo titularía: *¡Colombia en el mundial!*, artículo en el cual se dejaría ver de nuevo esa ya construida relación entre fútbol y nacionalidad, además del repetido discurso del fútbol como generador de alegría en un país desgarrado por la violencia.

Estos son algunos de los apartes donde fútbol e identidad nacional se vuelven a conjugar:

Hoy se inicia el campeonato mundial de fútbol, y nunca la expectativa de un país se había volcado tan masiva y entusiastamente sobre la suerte de su Selección Nacional. Colombia, es cierto, ha sido una nación tradicionalmente aficionada al fútbol, pero jamás como hoy había habido esa sensación de dependencia tan absoluta, en que prácticamente nada más importa, aparte de lo que haga nuestro equipo en el Mundial. Ni la política -a dos días de unas elecciones presidenciales decisivas-, ni las tragedias, ni los índices económicos, ni las matanzas. Nada...Y eso es bueno y malo. Positivo, en el sentido de que para un país desazonado por tantos golpes y conflictos -que con el fútbol pretende, aun cuando sea momentáneamente, olvidar, es saludable esta inyección de optimismo. Que sólo pueden dársela naturalmente los triunfos de su Selección, hacia adelante y no los que feliz y corajudamente-hubo hacia atrás. Los cuales dan ánimos pero no puntos.⁷⁶

El discurso parece dirigirse hacia lugares comunes, es decir, el fútbol como revulsivo de la sociedad, y como práctica de identificación colectiva, pero a estos dos elementos se suma una característica que se hará más visible a medida que las derrotas y los triunfos de la selección se vayan acentuado. A estos dos

⁷⁶ D'ARTAGNAN. (17 de junio de 1994) "Colombia en el mundial". El Tiempo. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

componentes del discurso se le añadirá la importancia social del fútbol, es decir, como este deporte ocupa un lugar privilegiado dentro de la sociedad colombiana a tal punto de tener mas despliegue mediático que la misma política y el conflicto armado.

En el mismo artículo se puede también de alguna manera identificar lo particular de un discurso que se esmera por tratar de configurar en la conciencia nacional una nueva imagen de país, que se vale del fútbol por así decirlo para mejorar la deteriorada imagen internacional que paradójicamente con el mismo deporte mostraría que violencia y narcotráfico también hacen parte de eso que algunos científicos sociales llaman la colombianidad.

Con la siguiente cita extraída del mismo artículo se puede explicar mejor esta idea:

Además de que todos los colombianos queremos que nos vaya bien, hay otro reto no menos desafiante que el simplemente deportivo, y que debe señalarse sin pelos en la lengua. Es esa sombra de vergüenza que cargamos, por aquello que una publicación internacional denominó el espectro de los violentos carteles de la droga que se cierne sobre el espléndido equipo nacional de fútbol. Es claro que un triunfo en Estados Unidos serviría no apenas para demostrar esa anunciada superioridad en el campo de juego, sino para reivindicar la mala imagen de que fútbol y coca van de la mano... Aunque hayan ido. Y porque, sea lo que sea, algo -y mucho- va de sus dueños a los carteles que comercian con droga y se involucraron en el fútbol como una forma de disfrazar sus fortunas, haciendo patria con la plata sucia. De manera que como bien afirma el medio campista Luis Carlos Perea, a Colombia le corresponde satisfacer en esta oportunidad única del Mundial no solo las expectativas de una fervorosa fanática, sino, mediante el fútbol, paradójicamente, algo más. Que Colombia no es sólo coca, violencia, terrorismo y muerte, precisamente a través de la actuación del seleccionado nacional.⁷⁷

Pero que lejos de la realidad estarían los medios de comunicación, pues en USA 94 lo que se pretendía que se viera con otros ojos resultó por confirmarse, las supuestas relaciones de algunos jugadores con capos del narcotráfico y sobre todo el asesinato de Andrés Escobar darían al traste con esas buenas intenciones.

En ese mundial Colombia enfrentó a Rumania con la que perdió dos goles por cero, a Estados Unidos que también la derrotó con el recordado autogol de Andrés Escobar y finalizaría enfrentando a suiza, cuando ya estaba completamente eliminada.

⁷⁷ D'ARTAGNAN. (17 de junio de 1994) "Colombia en el mundial". El Tiempo. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

Finalmente cabe destacar como el discurso triunfalista de la prensa cambia de escenario, ahora las páginas centrales del diario se dedicaban exclusivamente a analizar porque perdió la selección. En los artículos son reiterados los comentarios sobre indisciplina, y relaciones existentes entre futbolistas y narcotraficantes, *dejando de nuevo la imagen internacional del país por el suelo.*

En un artículo titulado: *En el ojo del huracán*, Colombia como nación aparece como una sociedad que vive del narcotráfico, sumida en el terrorismo y que asesina a sus mejores hombres; para la prensa internacional la violencia es un mal genético de los colombianos.

La misma nación que produce asesinos como el del futbolista Escobar y paralelamente se anuncia la premier de La estrategia del Caracol. O que registra *Del amor y otros demonios* como el libro más vendido, en un medio como el español, en el que la industria editorial y la proliferación de autores locales es cada día más próspera y boyante..., que pocas horas después de su llegada al país, varios jugadores (de la Selección Colombia) se comunicaron con Miguel Rodríguez Orejuela. Los diálogos giraron en torno de lo que había acontecido en el interior del equipo durante la disputa del Mundial. Terminaron cuando don Miguel les ofreció generosamente un dinero para que pasaran bien sus días de vacaciones, según opinión recogida y emitida por la citada corresponsal.⁷⁸

En este artículo se notan dos características que se pueden considerar como nuevas en el discurso periodístico. Primero, el contraste que existe entre unas noticias y otras, unas que refuerzan el orgullo nacional y otras como las futbolísticas que días atrás eran motivo de orgullo y luego fueron motivo de vergüenza.

Segundo en el discurso también cabe notar como cuando los escenarios cambian el país vuelve a aparecer como una totalidad, es decir, se vuelve a utilizar el *nosotros* nacional para referirse a los elementos negativos de identidad pero bajo la ya vieja salvedad de que *“los buenos somos mas”*.

Esta relación se hace más visible en el siguiente fragmento:

De manera que nadie sabe el mal que nos han hecho a los colombianos -no siempre los extranjeros, sino los propios colombianos-, con haber prendido la mecha de un país que por otra parte aparece ante los ojos del mundo como el más narcotizado, el más cruel, el más corrompido, el más inseguro, el más salvaje... A pesar de Vives y Sergio Cabrera. A pesar de Gabo y Botero, y de Rincón. A pesar de todo lo bueno que tenemos, que es muchísimo, opacado, sin embargo, por la imagen tenaz y sombría del narcotráfico. Que en todo nos

⁷⁸ D'ARTAGNAN. (17 de junio de 1994) “En el ojo del huracán”. EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

envuelve e involucra hasta lograr estigmatizarnos en carne propia, cuando usted es un viajero colombiano que pisa los aeropuertos del mundo. Y eso es, definitivamente, muy triste sentirlo, porque sí ciertamente produce dolor de patria. Que es un dolor indescriptible.⁷⁹

Los discursos periodísticos que se realizan entorno al fútbol de las selecciones nacionales están encaminados en su gran mayoría a reforzar los rituales comunitarios celebratorios de la nación, los cuales son presentados con reverencia y solemnidad. El fútbol es un ritual cívico que sobrepasa al juego, es por eso que los medios de comunicación y sus discursos confluyen alrededor de él para como máquinas culturales generar nuevas y repetidas imágenes y contraimágenes de nación.

Colombia-Túnez

Francia 98 fue un mundial que para el país no despertaba grandes expectativas, pues era el final del proceso glorioso de Maturana y el final de una generación de jugadores que en su gran mayoría le dirían adiós a la selección. El primer partido sería de nuevo ante el verdugo del 94. Rumania se interponía en el camino de la selección y otra vez la derrotaría. Pero los discursos de El Tiempo se centrarían en el siguiente partido ante Túnez, donde la narrativa nacionalista retomarí­a cierta fuerza y tomaría como referencia principal a un jugador en especial; Leider Preciado era la renovación pero también era la imagen sobre la cual se centro el discurso de los medios de comunicación en esa continua construcción de referentes vivos de identidad, en este caso de colombianidad.

Entre la relación y la construcción de ídolos nacionales y culturales Ferro comenta lo siguiente para este caso en especial.

Los medios de comunicación en la actualidad juegan un papel importante en la invención de ídolos. Leider Preciado es un ejemplo palpable de este fenómeno. Los medios nos ayudaron a construir y a formar el ídolo que no tenemos. Erigir los ídolos significa una experiencia cultural dramática. Allí podemos apreciar el afán, las carencias y la terrible orfandad de Colombia por buscar espejos capaces de reconocerse, de sentir nación y colectivo social.⁸⁰

Aquí entra de nuevo la aseveración de Dávila cuando afirma que Colombia es una nación huérfana de ídolos y símbolos fuertes de nación; debido a tal ausencia la identidad nacional entra a ser construida desde otros espacios que se consideran

⁷⁹ D'ARTAGNAN. (17 de junio de 1994) "En el ojo del huracán...2009

⁸⁰ FERRO, Germán. "Ídolos del fútbol, e identidad nacional". EN: Gaceta, 47 de 2000. Pág. 85

como blandos o intermedios, en palabras de Billing los nacionalismos oficiales se convierten en nacionalismos banales.

La mediatización del ídolo es según Ferro un ejercicio político, es decir, guarda cierta relación con la política y en el caso de Leider Preciado con los políticos. Esta relación se puede apreciar en la siguiente cita del mismo autor:

Ustedes deberán recordar que meses antes el entonces candidato a la presidencia de la república, Andrés Pastrana Arango, días antes de las elecciones, estuvo en Tumaco saludando nada menos que a la mamá de Leider Preciado, que irónicamente se llama doña Colombia, y los medios de comunicación estuvieron muy atentos a registrar esta hábil demagoga y estratégica visita. Andrés Pastrana gana las elecciones el 21 de junio, y el 22 marca el gol Leider y el 23 de junio el periódico El Tiempo titula: "*Leider es el cambio*". La radio al mismo tiempo con Yamit Amat y en diálogo con el nuevo presidente, ofrece eufóricamente, estadio y academia de fútbol para Tumaco.⁸¹

El hombre construye sus símbolos de representación en las esferas donde el Estado no ha logrado consolidar sus discursos de hegemonía cultural, el ídolo deportivo es solo un símbolo de esa representación, de esa incapacidad para crear un relato nacional incluyente donde no se le dejen a los ídolos la función de otorgar identidad y cubrir las falencias que una nación incapaz no ha podido construir al interior de la sociedad civil.

En lo que tiene que ver directamente con el discurso nacionalista que se creó entorno al partido Colombia-Túnez, el periódico retomaría la vieja narrativa de englobar o de comparar lo deportivo con lo nacional y sobre todo relacionar al fútbol en particular con la coyuntura política de aquella época.

En el artículo titulado *Colombia bajo el efecto tricolor*, se puede rastrear en primera medida la renovada relación entre fútbol, medios de comunicación y nacionalismo, y en segunda instancia la relación fútbol-política.

Los bogotanos dejaron de lado las últimas tendencias de la moda internacional y por una vez se vistieron de norte a sur con el mismo uniforme: el tricolor. Momento clave según los creadores de la campaña este era un momento histórico clave para adelantar una campaña de este tipo, por un lado estaba la segunda vuelta de las elecciones presidenciales y por el otro el partido de Colombia frente a Túnez. Ambos hechos obligaban a la participación ciudadana, la integración nacional y la exaltación de los valores

⁸¹ FERRO, 2000. "Ídolos del fútbol, e identidad nacional"...86

cívicos, y que mejor para lograr el efecto deseado que la bandera nacional agitándose en miles de carros por las principales ciudades del país.⁸²

La mediatización de la nación se ubica en una nueva dualidad; por un lado la conjunción y la similitud que se le da a dos acontecimientos que tienen la misma importancia para el ciudadano democrático y patriótico. La participación política a través del ejercicio del voto, es un deber cívico, igual de importante que apoyar la selección nacional en el mundial, lo que no es cívico ni democrático es servirse de esa coyuntura para fortalecer campañas electorales, tal como lo hiciera el entonces candidato Andrés Pastrana.

Después de la victoria ante Túnez el discurso se centro en el siguiente rival; Inglaterra era el grande del grupo, la potencia europea y al que solo con un milagro se le podía ganar. Con el siguiente titular se abriría la incertidumbre y la incredulidad que rondaba al fútbol de la selección: *¡si Dios es colombiano mañana ganamos!*, y en el siguiente fragmento se puede notar mejor cuál era la percepción colectiva antes del partido:

En medio el remolino de ingleses, del ulular de sirenas, del vuelo de helicópteros, y ya con 30 hooligans arrestados, alguien afirma: si Dios es colombiano ganamos esta noche Colombia parece metida en boca del lobo. Son las siete de la noche, faltan dos horas para que comience el momento de la verdad, y Lens es una ciudad tomada por los fanáticos ingleses.⁸³

Posteriormente Inglaterra derrotaría a Colombia dos goles a cero y el discurso de lo nacional a través del fútbol tomaría una mirada conocida, la del fracaso y la frustración colectiva.

El primer artículo donde se hizo notoria esta relación fue el publicado con el título de: *El mundial nos quedo grande*. Nótese que la utilización de la preposición *nos* no hace alusión a la selección Colombia sino al país entero, el mundial le quedaba grande a la nación como le quedo grande al Estado construir un relato duradero e incluyente de nación.

La relación del fútbol con el discurso nacionalista se haría mas evidente en el siguiente artículo del diario El Tiempo donde se titula que *valió la pena ser hincha*, y se deja ver como el vínculo del deporte con la identidad nacional a pesar de ser frágil y efímero también se nutre y construye en las derrotas y en los fracasos deportivos.

⁸² MELUK, Gabriel (23 de junio de 1998) "Colombia bajo el efecto tricolor". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁸³ MELUK, Gabriel (27 de junio de 1998) "Si Dios es colombiano mañana ganamos". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

Por eso, ayer las camisetas amarillas volvieron a salir a las calles de todas nuestras ciudades. Las banderas tricolores aparecieron de nuevo en los carros y en las ventanas de las casas. Las pinturas amarillas, azules y rojas se agotaron otra vez en las misceláneas, cuyos dueños salieron el martes a surtir las vitrinas tras el gol de Preciado y el triunfo sobre Túnez. La ilusión estaba ahí. Pero dos goles de Inglaterra nos trajeron de vuelta al mundo real, a los problemas, al trabajo diario, a lo que somos. Porque no somos más, así queramos una y otra vez que Colombia sea campeón del mundo.⁸⁴

El nacionalismo que construye el fútbol tiene su fundamento en las representaciones de la cultura popular y pocas veces en los imaginarios culturales de la cultura oficial, la prensa narra a través del fútbol la cotidianidad de los colombianos, esa nación que se construye a diario desde otros espacios y a través del contacto con otras personas, con las que solo se tiene en común la nacionalidad, la marginalidad y los problemas del diario vivir.

La identificación de la selección nacional con la categoría pueblo se hace más contundente en la siguiente cita del mismo artículo:

Hoy ganamos, decíamos antes del partido. Porque nos sentimos parte del equipo, pese a que los escépticos, que también son muchos, insistían en bajarnos el ánimo... Nuestros corazones están tristes. Ayer se acabó otra oportunidad de seguir haciendo fuerza por nuestro país. Pensábamos que el equipo iba a dejar todo en la cancha, pero no fue así. No conocemos los motivos. Por eso, las lágrimas que dejó Mondragón en la cancha las sentimos como nuestras. Porque Farid lloró por él, pero también por todos nosotros, que vimos cómo se nos iba una ilusión más... Por eso solo queda agradecer todo lo que hicieron por Colombia. De todo corazón, gracias a todos los jugadores, porque nos hicieron sentir colombianos de nuevo y porque nos hicieron querer a nuestra patria. Porque nuestro corazón siempre palpó con más fuerza cuando ellos entraron a la cancha. Porque cuando fallaban, a nosotros nos dolía, pero siempre estábamos alegres haciéndoles barra, muy a pesar del escepticismo de mucha gente. Y porque mi hijo de seis años sintió por primera vez y en carne propia lo que significa ser colombiano. Ojalá que dentro de muchos años, muchas eliminatorias y muchos Mundiales les transmita el mismo sentimiento a sus hijos. En la próxima eliminatoria estaremos de nuevo con la cara pintada, vestidos con la camiseta amarilla. Volveremos a sufrir, a gritar y, como hoy, a llorar. Pero ahí estaremos, porque la Selección es un oasis en medio de tantas cosas malas que nos rodean. De nuevo gracias, y que Dios los bendiga. Al fin y al cabo, si no existe una ilusión, ¿qué sentido tiene el fútbol? Así opinaba ayer un hincha envuelto en su

⁸⁴ ASENCIO, José orlando. (27 de junio de 1998) "valió la pena se hincha". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

bandera vencida. Sus palabras, son las de un país que anoche se acostó muy triste.⁸⁵

Fútbol, nación e identidad nacional se mezclan en un discurso que puede denominarse explícito, la derrota y posterior eliminación de la selección del mundial construye en el discurso de la prensa una relación metonímica con los aficionados, es decir, lo que el artículo trata de dar a conocer es como en la representación de la identidad los colombianos fueron parte de la selección, fueron nación y sobre todo también hicieron parte de la totalidad, pues el fútbol es uno de los pocos escenarios donde se sienten las victorias y las derrotas en conjunto, en colectividad.

Colombia vs. México

El último gran discurso periodístico en el que se volvió a entremezclar fútbol y nacionalismo fue el que se realizó durante la Copa América de 2001 llevada a cabo en Colombia. Este torneo significaba la consolidación de una lucha inmensa para que la copa se efectuaría en el país, pues en un comienzo se dijo que no se realizaría en territorio colombiano, primero porque no se contaba con la infraestructura adecuada y segundo por lo de siempre: la inseguridad.

Cuando la selección Argentina anunció que no participaría del torneo, los discursos de los medios de comunicación pasaron del optimismo inicial a un pesimismo en el que se le daba la razón a Argentina y se decía que Colombia no merecía realizar la copa América; pues en un país que se desangra a diario no se puede pensar en otra cosa que no sea la paz, y en un país con grandes índices de pobreza y sumido en una crisis institucional grave no podía haber campo para el fútbol. Ese era el pensamiento de la mayoría de los medios de comunicación entre ellos *El Tiempo*; pero no era precisamente lo que pensaba el gobierno nacional en cabeza del presidente Andrés Pastrana uno de los más interesados de que la copa América se jugara en Colombia.

Los principales impedimentos que recaían sobre el torneo tenían que ver en primer lugar con la seguridad; no se confiaba en la policía ni en el DAS cuando argumentaban que se garantizaría la seguridad a las delegaciones y a los turistas que llegarían al país. Según *El Tiempo* en un país con 26.540 homicidios cometidos en el año 2000 la seguridad en ningún momento se garantizaría, pues si la policía no podía mantenernos a salvo a nosotros mismos como iba a mantener seguros a las delegaciones extranjeras, con un *No a la Copa América* *El Tiempo* titularía un mes antes de la realización del evento; destacándose en el

⁸⁵ASENCIO, (27 de junio de 1998) "valió la pena se hincha" ... 2009

artículo los motivos por los cuales no era viable ni se justificaba una copa América en Colombia.

Los siguientes son algunos de los argumentos del periódico para que no se realizara el torneo en Colombia.

Oscar Córdoba tiene razón: Colombia no debe organizar la Copa América. ¿A quién queremos engañar? El país desangrado por los cuatro costados y nosotros preocupados por mostrar una imagen que ni nosotros mismos nos creemos. Ahora salen los altos mandos de la Policía y del DAS a decir que garantizarán la seguridad de todos las delegaciones, turistas y demás. En este país de 26.540 homicidios en el 2000, eso podría ser un chiste, pero no lo es. Si no pueden mantenernos seguros a nosotros, los colombianos que no tenemos para donde irnos, por qué si lo podrán hacer con los de afuera? Acaso los visitantes importan más que nuestros compatriotas que son asesinados diariamente en la ciudad y el campo. Además, tiene que ser uno muy ingenuo para pensar que algún turista quiera venir a Colombia a disfrutar de la Copa América.⁸⁶

El pesimismo periodístico del comienzo traducía una cierta inconformidad con la forma en la cual se buscaba aprovechar la copa América para mejorar la imagen internacional que por esos meses se encontraba bastante deteriorada y sobre todo salvar el torneo porque se estaba salvando un gran negocio, el negocio que tenía Caracol Televisión y la cervecera Bavaria; en el mismo artículo de Morales se hace visible como se apela al patriotismo para asegurar un negocio que en últimas con la consecución de la copa fue a lo que menos importancia se le dio.

En este país del absurdo cabe de todo. Hasta un presidente que se le descuadernó el país desde el mismo momento en que comenzó a gobernar, pero que está dispuesto a sacrificar un tiempo de su agenda (aprovechando que estaba en Colombia) para asistir a la ceremonia de presentación de la nueva camiseta de la Selección. A Andrés Pastrana le importa la imagen en el exterior, pero no las masacres nuestras de cada día. Deberíamos pensar, más bien, en poner la casa en orden. Pero eso es imposible. Aquí cada cual cuida sus propios intereses. Como el Canal Caracol que aparece abanderado para defender la Copa América, pero alentado por sus intereses comerciales (léase Bavaria, patrocinador de la Selección) y oculto en un falso patriotismo. Démonos la pela. Reconozcamos que estamos mal, sin importarnos el qué dirán. Seamos autocráticos y no hagamos la Copa América. Que la haga el que quiera o que no la hagan. Eso no importa. Pensemos en Colombia. Así sea por una vez.⁸⁷

⁸⁶ MORALES ZAPATA, Rodrigo. (2 de junio de 2001). "No a la Copa América" ". EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁸⁷ MORALES ZAPATA, (2 de junio de 2001) "No a la Copa América"... 2009.

Cuando el fútbol tiene un peso social tan grande en la cultura nacional de un país, los discursos periodísticos influyen directamente en la percepción del ciudadano común, por ejemplo un mes antes del comienzo de la copa las encuestas mostraban que los colombianos no estaban de acuerdo con la realización del evento en el país, la opinión generalizada de que en Colombia importaba mucho más el fútbol que la política no tenía mucha aceptación, según el discurso mediático se le decía no a la copa América esencialmente porque se quería protestar contra un gobierno ineficaz . Que el torneo no se realizara en Colombia era voz popular pero también era la forma de protestar, cosa que no duraría mucho porque después el discurso cambiaría totalmente y la selección nacional contó con todo el apoyo del país, lo que no cambiaría sería la mala imagen del gobierno Pastrana.

Como se dijo anteriormente con la aprobación por parte de la CONMEBOL para que Colombia fuera la sede de la copa América el discurso cambió completamente de escenario. Cuando se apeló a la ineficacia gubernamental para realizar un evento de la categoría de la copa en Colombia se argumentaba que el país estaba sumido en la violencia y sobre todo que era un país inseguro para los turistas y las delegaciones extranjeras. Cuando se dijo sí a la copa América el discurso se centró en la exaltación de los valores culturales y sociales del colombiano, es decir, se apeló de nuevo a la colombianidad, a la nación como pueblo y al país como el reflejo de gente buena y alegre, retomando el ya conocido y viejo discurso de que los buenos somos más.

Tratar de vender la cara buena del país no es algo novedoso, en el pasado se ha utilizado decididamente al deporte para dar a conocer una imagen más acorde con la realidad colombiana; a mediados de los años 80 cuando el fútbol colombiano a nivel de seleccionado no generaba ninguna alegría, el ciclismo lo reemplazaba, las victorias de corredores colombianos en el Tour de Francia y la vuelta a España sirvieron para mostrar que no solamente narcotráfico y violencia abundaban en Colombia. Pero como esos logros se sustentaban en discursos deportivos efímeros pronto se pasó de deportes como el ciclismo y el boxeo a expresiones artísticas como la música, los reinados de belleza, y el fútbol.

En la copa América Colombia quedó promocionada como un destino turístico de exuberante belleza natural, de mujeres hermosas, con el mejor café del mundo y sobre todo como un pueblo que amaba al fútbol. En *El Tiempo* se publicaría un artículo en el que desde el titular (*En la copa, el país que las noticias ocultan*) se puede notar estas reivindicaciones nacionalistas.

De Medellín ciudad de la eterna primavera hasta Cali cuna de las reinas, pasando por Barranquilla la arenosa, Colombia desplegó ante los participantes de la Copa América los encantos escamoteados por su añeja guerra interna. Colombia, un paraíso natural cuyo nombre llegó a convertirse en sinónimo de inseguridad con 26.000 muertes violentas y 3.000 secuestros por año, parecía

resignada a dejar sus paisajes sin más admiradores que los tucanes, cocodrilos, papagayos y boas que los pueblan y sin otra presencia humana que la de los guaqueros en busca de unas inagotables reservas de reliquias precolombinas. Entonces llegó la Copa, la anhelada Copa de la paz que el presidente Andrés Pastrana logró organizar contra viento y marea, pese a las reticencias planteadas por los países latinoamericanos después de una ola de atentados en varias ciudades designadas como sedes.⁸⁸

Conjugando el discurso la prensa ratifica lo que el fútbol como función social produce; “el deporte une a los pueblos y fortalece sus lazos de hermandad” esta es una de las ya trilladas frases que recorrían los discursos periodísticos, y era ante todo la semántica utilizada para reforzar el derrotero nacionalista de la prensa colombiana. La copa América no unió la patria entorno al fútbol, las exageraciones en las que incurren los medios de comunicación, se alejan del verdadero elemento unificador pues la identidad que otorga el fútbol no se resume en la nacionalidad, es decir, no basta solo con ser colombiano, pues al ser la nación una comunidad de sentimientos la patria del fútbol es en esencia un cúmulo de sentimientos que en el deporte como en cualquier otro fenómeno social se pueden asimilar a cuestiones nacionalistas.

Hasta ahora solo se hace referencia a las preliminares de la final, cabe destacar que la selección nacional pasó ronda tras ronda del torneo sin mayores inconvenientes y que el partido mas difícil fue precisamente el de la final ante México. El discurso periodístico antes de jugarse la final se trasladaba de nuevo a exaltar las virtudes de Colombia como pueblo, se alude a un discurso propio de la identidad colombiana, es decir, un discurso marcado por conceptos llenos de idiosincrasia y folclor, combinado con otro totalmente político donde se resalta lo que antes se criticaba; por ejemplo se le otorga gran parte del éxito al presidente Pastrana. En un editorial escrito por Juan Lozano y titulado “*che, Colombia, sos grande*” con una clara alusión al desplante de Argentina, se ven con mas claridad los elementos antes expuestos.

En todo caso, a estas alturas es claro que Colombia ha cumplido, demostrándole a América que es un país bueno y noble, lleno de ciudades empujadoras, gentes de corazón grande y espíritu alegre. Han vuelto a saber todos que el nuestro es un país hospitalario, cálido y generoso, que a ritmo de goles y alegría ha lanzado al mundo un grito de paz, reclamando una segunda oportunidad sobre la Tierra. Cada partido, cada himno, cada gol hicieron eco de un clamor por la paz y la comprensión, convirtiéndose en alegres ruegos colectivos para que no nos estigmaticen, para que no nos excluyan, para que, a priori, no nos acusen de pecados que no son nuestros. Hacia adentro, el gran goleador de la Copa, sin duda, fue Andrés Pastrana, quien la luchó, la defendió, la impulsó y logró sacarla adelante. Su reto y el de todo su Gobierno

⁸⁸ THOMET, Jacques. (25 de julio de 2001). “En la copa, el país que las noticias ocultan”. EL TIEMPO. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

en la cuesta del último año, se centra ahora en la capacidad de capitalizar ese encuentro vibrante de propios y extraños, amigos y enemigos, y esa intensidad del sentimiento patrio que se generó en torno de la Copa, para aplicar la misma suma de entusiasmos, desvelos y esfuerzos a los asuntos críticos del Estado.⁸⁹

Como se dijo anteriormente en este editorial se reafirma la nación como comunidad imaginada y de sentimientos, se expresa no como el reflejo de un buen logro deportivo sino mas bien como la consecuencia de la violación del sentimiento nacionalista que cita Gellner y que unió a gran parte del pueblo colombiano alrededor de un discurso dirigido y abiertamente nacionalista.

Un concepto muy utilizado por los sociólogos y antropólogos y que de igual manera se hace pertinente para un estudio de carácter politológico es el de colombianidad. La colombianidad se designa a través de códigos y rasgos culturales, se relaciona poco con la nacionalidad y con discursos oficiales, es al igual que la identidad un concepto que se construye en relación a otro, no antepuesto pero si designando los valores propios como prioritarios, es decir, se necesita de un discurso paralelo y antagonista donde enfrentar un discurso propio y erigirlo como el mejor.

Esta caracterización de lo propio y lo ajeno tiene mucha mas vigencia en otros países latinoamericanos, sobre todo cuando se alude al fútbol: por ejemplo Maradona es un gran referente de argentinidad, pues actúa como un símbolo de lo propio; Maradona le dio identidad a la Argentina, la hizo conocida en todo el mundo es como dijo alguna vez Fontana Rosa “Diego nos puso en el mapa”. En México al catalogar a la selección nacional de fútbol como “el tri” se esta aludiendo a un fuerte símbolo de mexicanidad, pues en ese país los símbolos patrios son venerados a escala religiosa, en ellos esta representado su gran pasado indígena, y mitología fundacional, los jugadores de la selección mexicana serán los nuevos guerreros aztecas, el estandarte de una nación con grandes arraigos nacionalistas y con un inmensa y fortalecida identidad nacional.

En Colombia los medios de comunicación han sido los encargados de difundir y crear símbolos de colombianidad, a esta creación se la puede catalogar como una narrativa periodística de un nacionalismo banal, que utiliza el deporte, la belleza, y la religiosidad popular para reinterpretar una nueva identidad que ya no tiene muy en cuenta a la historia oficial y si en cambio a los símbolos que la sociedad misma a elegido.

La relación anterior entre colombianidad y medios de comunicación se hace para entrar analizar los discursos periodísticos del diario El Tiempo luego de que

⁸⁹ LOZANO, Juan. (30 de julio de 2001). “Che, Colombia SOS grande”. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

Colombia ganara la copa América, venciendo un gol por cero a México. La copa América de 2001 fue la última gran fuente de inspiración que tuvieron los medios de comunicación para diseñar y divulgar un discurso nacionalista que tenía al fútbol como su principal modelo y arquetipo de sociabilidad.

Para los enemigos del fútbol los medios de comunicación generan narrativas tribales en torno al deporte, principalmente porque estos han convertido al fútbol en un eficaz vehículo para movilizar sentimientos y pertenencias nacionalistas utilizadas para ganar audiencias y para reforzar los discursos oficiales o aquellos que están inspirados en explotar dinámicas culturales que no aportan en ningún momento al pensamiento crítico que el ciudadano debe tener frente al estado y frente a sus instituciones.

Pero en Colombia y específicamente durante la copa América aunque el discurso fue claramente de carácter nacionalista, la mayoría de las veces no estuvo dirigido a fortalecer un discurso oficial, sino que mas bien se reelaboro y se oriento hacia la categoría pueblo, es decir, utilizo al héroe común, al colombiano normal, al que se sentía plenamente identificado con el país no a través de sus instituciones y hombres de política sino mas bien a través de los hombres que son y fueron como ellos, gente de barrio, de pueblo, es por eso que en el análisis del discurso periodístico no se centro exclusivamente en la nación como unidad política, si no que hizo hincapié en lo que se definió anteriormente, es decir, en el fútbol como un elemento unificador y cohesionador de la cultura nacional, pues el fútbol de la selección Colombia hizo y aun hoy hace parte de la cultura popular y por ende es una de los mas reconocidos y potentes instrumentos entorno a los cuales se construye colombianidad.

Una de las imágenes mas reconocidas del deporte en Colombia es la del director técnico Francisco Maturana, un hombre famoso por crear en el fútbol de la selecciones que el dirigió un estilo propio, una forma de jugar que integraba toda las formas de ser, de pensar y de sentir de la sociedad colombiana, el relaciono siempre en sus declaraciones fútbol e identidad nacional. Para Maturana el fútbol de cada país refleja de alguna manera rasgos de la cultura y de la idiosincrasia de cada pueblo, según el director técnico “se juega como se vive”, es así como el fútbol de su selección tradujo el carácter nacional y regional de Colombia.

Para Maturana el fútbol en Colombia funciona como un bálsamo, como una especie de paliativo que le devolvió la sonrisa al país, en el fútbol se contrastan dos imágenes conocidas de colombianidad, la de la violencia desmedida y el narcotráfico con la de la cultura y la forma de ser de un pueblo que a través de la gloria deportiva refleja su alma nacional para de esa manera darse alegría y así mismo cambiar en algo su mal trecha imagen internacional.

En un artículo titulado *Se nos estaba olvidando sonreír* el director técnico de la selección deja ver como fútbol y pueblo se entrecruzan para formar una narrativa

en la que se puede hablar del “alma nacional” una manifestación cultural ocupa el centro de los debates en los cuales se piensa la nación.

Ayer, Maturana señaló que el fútbol le devolvió la sonrisa a Colombia y le permitió mostrar su cara bonita y amable. El fútbol le brindó a un país la posibilidad de encontrarse para que nos demos cuenta de que hay muchas cosas bonitas acá, que hay gente muy buena, que sonreír siempre es bueno. Ya se nos estaba olvidando hasta sonreír, el fútbol nos demuestra que Colombia todavía sabe sonreír. Colombia es una sola, es tan grande que está en todas partes.⁹⁰

Las manifestaciones de nacionalismo que se le atañen al fútbol y el deporte en general son catalogadas como manifestaciones de sano nacionalismo, es decir, como un nacionalismo que no le hace daño a ningún sector de la sociedad colombiana y que de la misma manera benefician en menor grado al estado y a su imagen internacional, el fútbol es de todos y por tal razón en estos triunfos la representación que se hace de fútbol y patria es básicamente metafórica donde los individuos se perciben como integrantes de una gran comunidad unidad por el sentimiento, esa comunidad que es ante todo imaginada viene a ser la nación.

El diario El Tiempo como la mayoría de los medios de comunicación fue explícito en términos nacionalistas a la hora de reseñar el triunfo de la selección Colombia, por ejemplo en un editorial de Gabriel Meluk titulado *¡Que felicidad tan grande!* La relación fútbol y patria se convierte en una connotación conocida, la novedad aquí es observar como el lenguaje pasa de ser un lenguaje asociado a la épica nacionalista para convertirse en un discurso cargado de imágenes donde la crónica deportiva se convierte en retórica nacionalista.

Sin exagerar: el 29 de julio deberá ser a partir de hoy una fecha patria. Un número en rojo en el calendario que recuerde que esa fecha es, desde ahora en adelante, el día de la colombianidad, el día de la felicidad, el día en que el fútbol nos hizo mejores colombianos con el título de la Copa América, con el triunfo 1-0 sobre México. O, quizá, comenzar por ese sí se puede! hecho alarido en 50.000 gargantas cuando el partido era complicadísimo, o por el festival de pañuelos blancos como alas de paloma volando en las tribunas, o por el escalofrío que erizó la piel cuando se canto con dolor y orgullo el Himno Nacional y el estadio fue invadido por unas inmensas ganas de llorar. Hay que empezar cuando Iván Ramiro Córdoba, el capitán de 39 millones de colombianos, porque el equipo de verdad fuimos todos, agarró la Copa América y la besó: ¡Es nuestra!⁹¹

⁹⁰ ASECIO, José Orlando. (31 de julio de 2001) “Se nos estaba olvidando sonreír” Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

⁹¹ MELUK, Gabriel. (29 de julio de 2001). “Que felicidad tan grande”. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

El fútbol de la selección queda reseñado en el discurso periodístico deportivo como un lugar imaginario, ya que se ha alejado por un momento de las políticas gubernamentales, para hacer parte de la nación cultural y de paso crear para la noción pueblo una narrativa de representación que tiene en los jugadores de fútbol una verdadera dimensión nacional y popular.

La relación del fútbol con el “somos” nacional es una relación que se plantea desde abajo, es decir, entre la estrecha pertenencia del jugador de fútbol con su ambiente directo (el pueblo) y del ambiente o contexto masificado con el que ha surgido de su entraña. Para Conde.

El fútbol es el deporte del pueblo y, por ser del pueblo, es maravilloso. Y es una compensación por las penurias populares, olvidadas en los estadios. Un espacio social reconocido. Un acontecimiento que debía ser un espectáculo barato porque el fútbol es para el pueblo y del pueblo surgen sus protagonistas.⁹²

Parece equivocado en un país como Colombia y para el fútbol de este milenio argumentar que este deporte le pertenece al pueblo, primero porque el hincha ya no pertenece a esa manifestación pacífica que representaba ir a un campo de fútbol; lo que ocurre es que en los procesos constructivos de la nacionalidad los estamentos de la institucionalidad como la escuela pública se ven reemplazados por unos nuevos que al contrario de modificar los valores de la cultura popular lo reedifican y los convierten en bienes culturales masivos en los cuales se da origen a nuevos discursos, la mayoría de las veces banalizados y trivializados.

En el discurso del diario El Tiempo como se pudo ver anteriormente se ratifica la utilización de los bienes populares para crear una narrativa periodística que se apropia de elementos de la cultura popular y sobre ellos crea nuevos mitos nacionales. En resumen los medios de comunicación capturan y ponen en escena a la cultura popular la cual se legitima principalmente porque en Colombia siempre se ha considerado al fútbol un tema-país. En la anterior cita del periódico se puede observar la utilización del fútbol y de la selección nacional como una máquina cultural productora y reproductora de nacionalismo.

Cuando se analiza prensa y discursos periodísticos en general se pide al científico social dejar hablar a las fuentes y no saturar de interpretaciones los estudios; siguiendo esta recomendación el siguiente titular habla por si solo y de cierta manera define de forma simple como se vive la colombianidad y la patria a través de un logro deportivo.

⁹² CONDE, Mariana. La vieja-nueva idea de la nación y sus 'hinchas'. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.clacso.org.ar/biblioteca@clacso.edu.ar>. Pag 5

Este es el último artículo publicado sobre el triunfo de la selección Colombia en la copa América y responde a la pregunta del “somos nacional”, es decir que elementos culturales componen nuestra identidad nacional. Para el diario *El Tiempo De Fútbol Somos*.

De fútbol somos, como somos de llantos y violencia, como somos de esperanza y fe. Somos colombianos hoy más que nunca, cuando todos somos la patria entera metida en unos guayos corriendo detrás de un balón en El Campín. Noventa minutos adelante, espera la Copa América...Hoy, todos, sobrepasando nuestras diferencias, en una sola religión, rezando el mismo credo de gol y con la misma convicción de decir a boca llena que sí podemos, una Selección Colombia de 39 millones quiere agarrar la Copa América por las orejas porque, a pesar de que podemos ser todo y algo más, también de fútbol somos, de fútbol somos.⁹³

Los medios de comunicación sin lugar a dudas ocupan un lugar más que privilegiado en la elaboración de rituales comunitarios donde se imaginan comunidades nacionales, y dentro de toda su industria cultural de destaca como los mass media se han apropiado de contextos “ordinarios” en donde la cultura nacional se masifica, es decir, los medios de comunicación al contrario de otros referentes de identidad se han suscrito en la nueva era del nacionalismo; un nacionalismo que se basa en manifestaciones culturales propias de la cultura popular y de una era global e interconectada donde los procesos simples de aprehensión del tiempo se han vuelto difíciles de entender. Teorizar sobre las manifestaciones mediáticas propias del llamado nacionalismo banal hace parte de la búsqueda de respuestas a las necesidades de la nueva nación integrada por sociedades complejas en donde los relatos nacionales considerados como ordinarios y blandos no se apartan completamente del orden establecido, es decir, siguen respondiendo a una connotación histórica y por lo tanto son rituales comunitarios propios de la cultura popular pero al ser de carácter histórico también son relatos hegemónicos.

En este sentido Villena plantea cual es la función social de los medios de comunicación en la elaboración y mediatización de rituales de tipo comunitario y nacional.

De esta forma, los medios de comunicación de masas permitirían, en las sociedades modernas, la integración social en el ámbito cultural. Como lo destacan los autores, los medios son capaces no solo de insertar mensajes en las redes sociales, sino de crear las redes mismas: de atomizar, integrar o

⁹³ MELUK, Gabriel. (29 de julio de 2001). “De fútbol somos”. Consultado el 2 de abril de 2009 en: <http://www.eltiempo.com>

diseñar de algún otro modo la estructura social, al menos momentáneamente.⁹⁴

En Colombia los discursos mediáticos que se relacionan con el fútbol han sido elaborados como lo dice Dávila teniendo en cuenta dos escenarios principales: primero la necesidad de triunfos como objeto de deseo en donde construir un sano nacionalismo, y segundo la derrota como manifestación de la frustración colectiva y el desencanto con los valores nacionales. Para Dávila así se relacionan los triunfos futbolísticos con el discurso mediático en Colombia:

Con los triunfos el país progresa, mejora la imagen internacional, saca la garra sudamericana y se le inyecta una dosis de confianza y optimismo. El triunfo es un paliativo para los problemas y lleva por ende a una alegría patriótica, brinda a los colombianos confianza en los valores nacionales y les da identidad. Congrega al país en solo haz que comprende la clase alta, media y baja, a los negros y a los blancos, a los mestizos y a los indígenas. Es decir, congrega a la nación entera, simboliza lo nacional y ayuda a la construcción de un sano nacionalismo.⁹⁵

El efecto contrario ocurre en la derrota.

En las derrotas se pierden los sueños y las ilusiones y el país queda sumido en la tristeza y el dolor. Se equipara a la selección con la raza colombiana de manera negativa y se dice que nuestro carácter es débil, que no tenemos mentalidad ni jerarquía, que lo que nos mata es la raza y la idiosincrasia colombiana.⁹⁶

En síntesis, el carácter de lo nacional que se apoya en el fútbol cuenta con múltiples factores en los cuales la identidad se refuerza pero también se debilita. Primero el fútbol actúa como un elemento de cohesión social, lo que lo hace un ritual comunitario donde la nación como comunidad se fortalece y se imagina en su totalidad. Por otro lado se debilita al sustentarse en discursos frágiles y efímeros, es decir, la nación del fútbol solo se crea alrededor de los triunfos deportivos, en la derrota se asemeja a la nación política y social, una nación que es el reflejo de una "raza" y de una idiosincrasia que pocas veces se construye teniendo en cuenta verdaderos referentes de lo que tendría que ser la colombianidad.

⁹⁴ VILLENA FIENGO, Sergio. La imaginación mediática de la nación. Consultado el 5 de julio de 2008 En: <http://www.lablaa.org/contactos.htm>

⁹⁵ BOLIVAR, Ingrid FERRO, German y DAVILA, Andrés. Cuadernos de Nación. Belleza, fútbol y religiosidad popular. Ministerio de cultura. Bogota, 2001. Pág. 111

⁹⁶ BOLIVAR, DAVILA Y FERRO, 2001, Belleza, fútbol... Pág.111

En ese reforzamiento y debilitamiento de la identidad nacional a través del fútbol, los medios de comunicación son los encargados de crear los formatos en los cuales se idealizan y se simbolizan los rasgos típicos y prototípicos de la colombianidad. Utilizando para ello una escritura esencialmente de tipo expresiva, con pocos gestos de objetividad; el periodismo deportivo colombiano siempre ha transitado entre el estereotipo y la retórica, el discurso periodístico va de la gloria efímera y coyuntural al drama y la agonía que en el fútbol se convierte en un referente histórico de lo que fuimos y que sucesivamente será citado para describir lo que somos y lo que seremos.

3. FUTBOL, IDENTIDAD REGIONAL Y GLOBALIZACION

“El fútbol es realmente el fenómeno más universal, mucho más que la democracia o la economía de mercado, de las que se ha dicho que ya no tienen fronteras, pero que no consiguen rivalizar con su extensión.”

Pascal Boniface.

Uno de los objetivos de esta investigación consiste en plantear cual es la importancia de otros fenómenos y nociones socioculturales que se relacionan con el fútbol y con la conformación de identidades colectivas, específicamente el de la identidad regional en la construcción de formatos particulares de pertenecía regional, y el de la globalización y su influencia en el posible debilitamiento de las fronteras culturales de la nación, proponiendo como referencia principal al fútbol.

En Colombia se hace difícil tratar de conceptualizar la identidad nacional sin tener en cuenta la identidad regional o la región como concepto sociocultural, es decir, se pretende entender desde un plano regional como los valores culturales que se asocian a la región y al regionalismo en el país han tenido en cuenta para la construcción de una narrativa identitaria al deporte y específicamente al fútbol; en otros términos se trata de hacer una breve ilustración a través de este de ciertos rasgos característicos y apropiaciones culturales que tienen que ver con la identidad regional y el regionalismo en Colombia.

Por otro lado se considera a la globalización como una de las nociones que mas ha transformado las identidades colectivas y particularmente las que se asocian al fútbol, ya que ha sido la que ha permitido que hoy se hable de un fútbol pos-nacional, donde la identidad como forma cultural de apropiación ha sido puesta en cuestión. Con la fuerte penetración de la globalización dentro de las practicas deportivas las identidades pasan de ser nacionales ha convertirse en identidades supranacionales. El objetivo aquí consiste en analizar cual es el lugar de la identidad nacional asociada al fútbol en un escenario globalizado y fuertemente influenciado por el mercado mundial.

3.1 FÚTBOL E IDENTIDAD REGIONAL

En Colombia la identidad no tiene como únicas referencias al Estado y la nación, gran parte de la apropiación colectiva de los individuos se encuentra en la región, y al ser el fútbol colombiano un deporte de regiones, la misma aparece como un elemento fundamental para la estructura de este acápite que esta dedicado básicamente al análisis de la región como estructura cultural en la conformación de identidad regional utilizando como referencia principal los clubes de fútbol.

El fútbol gracias a su característica de ritual social, ayuda a construir nuevos formatos de identidad y apropiación simbólica, los cuales tienen que ver particularmente con los que se construyen en relación con unidades sociales más pequeñas y complejas, como es el caso de la región y la afición por un club de fútbol, identificación que se puede denominar clubística. Esta distinción, que en el deporte analizado se hace muy visible, parte de que para muchos aficionados su equipo sea mas importante que la selección nacional, y en Colombia particularmente los equipos reivindican, o exaltan de alguna manera la pertenencia tan profunda que existe entre el individuo y la región, totalmente distinta a la del individuo con la nación.

La región particularmente se ha estudiado como una entidad territorial y geográfica, que ocupa un lugar en la dimensión política de la nación, pero también tiene un sitio mas que importante en la unidad cultural del país, pues los seres humanos nos reconocemos con la nación en la medida en que nos identificamos con la región, es entonces la misma, la primera comunidad colectiva de los individuos, y por compartir rasgos culturales mas cercanos como la comida, la música, el acento, etc. es menos imaginada y anónima que la nación.

Cuando se habla de regionalismo, o región en Colombia se remite únicamente a una concepción política, y a la categoría geográfica que en el imaginario del país corresponde a la existencia de cuatros regiones principales, en las que de la misma manera se ubican los clubes de fútbol mas importantes del país, conceptuar a la región como una categoría cultural de la nación brinda de cierta manera una opción distinta de pensar la región, e incluir en este análisis el elemento del fútbol para encontrar en este deporte un rasgo particular en la conformación de identidad regional.

Como se dijo anteriormente el concepto que se hace pertinente en este estudio es el de región sociocultural el cual se puede relacionar con el fútbol, al ser este conceptuado como un fenómeno social que hace parte de la cultura nacional. Hay que empezar por decir que esta necesita principalmente de dos condiciones puntuales: una historia vivida en común, y una porción de territorio. Pues la región socio cultural es ante todo la expresión espacial, en un momento dado, de un proceso histórico.

La noción de comunidad o de vida en común se convierte en el factor que determina gran parte de los rasgos culturales con los cuales se identifican los individuos que hacen parte de una región, pues dichos factores también son determinantes en la construcción de una memoria histórica verdadera la cual se puede asociar a la construcción de nuevos formatos de identidad regional.

Esta determinante se explica mejor en la siguiente cita de Giménez.

Durante varias generaciones los pobladores de una determinada área territorial experimentaron las mismas vicisitudes históricas, afrontaron los mismos desafíos, tuvieron los mismos líderes y se guiaron por modelos de valores semejantes; de aquí el surgimiento de un estilo de vida peculiar, y a veces de una voluntad de vivir colectiva que confiere su identidad a la colectividad considerada.⁹⁷

La memoria histórica regional comporta en si misma el criterio de homogeneidad cultural, en donde a través de la articulación de estilos y formas de vivir se construyen ciertos emblemas propios de lo local como por ejemplo, la música, la gastronomía, las fiestas y el equipo de fútbol. Estas son formas simbólicas que permiten ratificar a partir de elementos propios la diferencia que se contrapone a otras regiones lo que tiene que ver directamente con regionalismos y arraigos regionales.

De acuerdo con la antropología social y según Bonfil la región sociocultural esta definida como:

La expresión espacial de un proceso histórico particular, que ha determinado que la población del área este organizada en un sistema de relaciones sociales que la sitúan en el contexto de la sociedad global en términos de relaciones características particulares con el todo y con las demás regiones.⁹⁸

Las relaciones sociales e históricas de la región sociocultural son las que permiten que la misma se estructure dentro del contexto y construya términos de diferenciación que la particularicen de las demás regiones que ocupan un lugar en el contexto global.

El imaginario de la sociedad colombiana esta construido a partir de la regionalización, que a su vez ocupa el lugar de una conciencia nacional en donde la región como concepto político ocupa un lugar privilegiado a la hora de crear diferencias y antagonismos regionales. Al considerarla como un fenómeno político

⁹⁷ GIMÉNEZ, Gilberto. Apuntes para una teoría de la región y la identidad regional. En: estudio sobre las culturas contemporáneas. Universidad de colima México, 1994. Pág. 165

⁹⁸ BONFIL, Guillermo. La regionalización cultural en México: problemas y criterios. Instituto de investigaciones sociales, México 1973. Pág. 177

se le esta dando a la identidad regional el carácter de unificador de lealtades políticas que tienen que ver con la procedencia geográfica y la conformación de estructuras económicas que diferencian a un bloque cultural ubicado particularmente en los centros urbanos y otro totalmente provincial o pueblerino que se apoya de pequeñas tradiciones populares.

Al reducir la cuestión regional al mero hecho político se esta planteando que esta antes que obedecer a cuestiones geográficas y económicas obedece a la elaboración de proyectos políticos ejecutados por actores sociales, es decir, la región como concepto político esta estrechamente ligada a la consolidación de un bloque hegemónico que se posiciona bajo condiciones históricas determinadas; la región como hecho político es un fenómeno social colectivo de fuerte inclinación ideológica.

La cuestión regional no se puede entender si se aparta de temas como el poder político y la construcción de hegemonías, es decir, como estas responden a cuestiones de carácter nacional donde la vinculación con el estado va encaminada al reforzamiento de una conciencia nacional y no a su debilitamiento.

Pero la región como hecho político pocas veces contribuye a la consolidación de un proyecto identitario regional, al contrario al fortalecer la conciencia regional bajo parámetros hegemónicos y políticos crea condiciones en las que las contradicciones políticas se dan entre grupos dominantes que pugnan por el poder local, las cuales se alejan de cualquier tipo de apropiación regional.

La región como cuestión política se puede entender antes que como un fenómeno que genere identidad colectiva, como un hecho de confrontación regional política, es decir, como regionalismo político, el cual se entiende según Rodríguez como la "tendencia política de aquellos que son favorables a las autonomías regionales"⁹⁹.

Pero como lo que se trata es de entender como se construyen apropiaciones simbólicas con la región a través del fútbol, el regionalismo se suscribirá como un concepto en el cual la lealtad por la región y el excesivo amor por esta se explica en términos culturales sociales y no políticos.

Pero ¿como el individuo construye un mecanismo de apropiación simbólica con la región?, como se identifica con ella y al vez se siente parte de esa comunidad que también es imaginada e igualmente que la nación sacralizada. Para Giménez las primeras formas de identificación simbólica con la región tienen que ver con la territorialización, y ciertos componentes étnicos.

⁹⁹ RODRIGUEZ, Jacques Paúl. fútbol e identidad regional en el ecuador. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.experimentosculturales.com/futbol/pdf/Futbol%20e%20identidad.pdf>

Los significantes primarios de la simbología regional están ligados a su territorialidad, como podrían ser el relieve de sus montañas, la profundidad de sus valles, sus selvas húmedas, sus costas marítimas, sus paisajes, tropicales etc., todos ellos elevados a la dignidad de símbolos. A esto se añade frecuentemente un componente cuasi-étnico o cuasi-racial, y entonces adquiere relevancia el modelo étnico-familiar de identificación que remite a un pasado, a un patrimonio y a una herencia cultural compartida. (La población negra de una región costeña, los “morenos” de la región de Esmeraldas en el Ecuador, los mestizos de la región cultural de Morelos en México.)¹⁰⁰

En Colombia esta significación cultural a través de la territorialización y la etnicidad estuvo históricamente enfrentada, pues a la hora de la construcción de un proyecto unificador siempre la regionalización y la raza fueron los grandes obstáculos; primero porque se consideraba a las personas de ciertas regiones naturales del país como seres humanos con una gran cantidad de defectos propios de la región de donde eran originarios y de igual manera se asociaba a individuos según su raza, así el proyecto histórico unificador colombiano era ante todo exclusionista y racista.

Este estereotipo tanto regional como racial se explica a partir de la elaboración de un proyecto centralista que buscaba eliminar las identidades regionales y que se basaba en la configuración de un tipo ideal de colombiano, que se alejara de todo lo que se consideraba como mancha o como residual de un pasado deshonesto y nefasto.

Samper entrega una descripción detallada del estereotipo regional y racial que se centran particularmente en las características físicas y culturales.

Primero el bogotano descrito como.

Bello y distinguido, robusto al tiempo afable y burlón, el pie pequeño, y el andar fácil y elegante, la voz suave y de fluido timbre, la expresión general placida, cordial y franca: en una palabra un tipo hermoso particularmente en la mujer y muy simpático.¹⁰¹

Al antioqueño se lo describe con atributos parecidos a los del bogotano para Samper es:

¹⁰⁰ GIMENEZ, Gilberto. Apuntes para una teoría de la región y la identidad regional. En: estudio sobre las culturas contemporáneas. Universidad de Colima México, 1994. Pág. 168

¹⁰¹ SAMPER, José María. Ensayo sobre las revoluciones en las repúblicas colombianas. citado por, MELO, Jorge Orlando. En: Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N°4. Bogotá, Fundación Simón y Lola Guberek, 1991. Pág. 92

El mas hermoso del país físicamente, distinguido de ojo burlón y expresión reservada. Excelente padre y esposo, se casa temprano y es andariego, laborioso, inteligente. Bebedor y aficionado al juego, es sin embargo ascético, notablemente ortodoxo, negociante hábil, muy aficionado al porcentaje, positivista en todo, amigo de innovaciones y reformas y muy apegado a los hábitos de vida patriarcal.¹⁰²

Todo lo contrario ocurre con el indio pastuso al cual se lo describe como “un salvaje, sedentario, malicioso, astuto, desconfiado, indolente en lo moral, fanático y supersticioso en extremo, fácil de gobernar por los medios clericales pero indomable en rebelión”¹⁰³. El costeño sale mejor librado ya que se tiene por este cierto agrado, ya que esta compuesto.

De las más bellas cualidades del español y el indio: resistencia física, fidelidad, amor a la familia, sentimiento heroico, galantería, instinto poético orgullo, a las que se suman unos defectos que se define con condescendencia: genio fanfarrón y expansivo, novelero, inconstante, infiel en el amor, ruidoso, de inteligencia rápida para bellas artes, comercio jurisprudencia.¹⁰⁴

La diferenciación regional representaba la pretensión nacional de romper con arraigos locales, pero se basaba en formas de dominación social donde se calificaba según los rasgos de procedencia y raza.

Los componentes simbólicos de la región funcionan como elementos preestablecidos, es decir, han estado históricamente anclados a la cultura regional. Estos símbolos son de diversa índole pero poseen la misma función de apropiación y pertenencia regional. Pueden ser de carácter natural como la flor regional o diversas atracciones turísticas, o de orden cultural como, la música, las festividades, los trajes típicos, la belleza de sus mujeres, los personajes ilustres en lo que se incluyen a los deportistas.

Hasta ahora se ha trabajado las características conceptuales de la región y de la identidad regional y la apropiación simbólica que dichas implicaciones tienen en la conformación de pertenencias culturales sociales y políticas, se hace necesario ahora plantear como a través del fútbol se refuerzan lazos de lealtad regional y de pertenencia clubística en Colombia.

La identidad que un aficionado construye a través del tiempo por un equipo de fútbol la mayoría de la veces se constituye teniendo en cuenta su lugar de origen, pues es a través de rituales sociales como el fútbol reafirma la identidad regional.

¹⁰²SAMPER, 1991. Etnia región y nación...Pág. 92

¹⁰³SAMER, 1991. Etnia región y nación...Pág. 93

¹⁰⁴SAMPER, 1991. Etnia región y nación...Pág. 93

Para Rodríguez, la afición por un club de determinada región se asemeja a un tipo de membresía territorial y espacial.

En el primer caso, es el mismo espacio el que provee de una identidad a sus ocupantes, identidad que coexiste con otras, como la de la clase y la etnia. En el segundo caso son los ocupantes los que le otorgan identidad al espacio, lo que explica la presencia de una conciencia comunitaria que se impone sobre otras identidades.¹⁰⁵

En Colombia la membresía territorial se expresa futbolísticamente en cuatro regiones principales. Antioquia con el Independiente Medellín y el Atlético Nacional, Valle con el América de Cali y el Deportivo Cali, Bogotá con Millonarios e Independiente Santa Fe, y la costa con el Atlético Junior. Esta identidad regional futbolística se refuerza y se explica porque en estas regiones los clubes de fútbol reivindican rasgos culturales y étnicos unidos por relaciones culturales fruto de una memoria compartida.

Por ser Colombia un país de regiones, la identidad regional principalmente se construye mediante antagonismos, es decir en la oposición al otro, el fútbol refuerza esos antagonismos, pues al ubicarse los principales clubes de fútbol en las principales ciudades del país, la competencia no será simplemente económica o política, el deporte entra a ocupar un lugar fundamental en la conformación de lealtades regionales y locales. Los equipos se constituyen en un referente de identidad regional sobre todo por que potencian los antagonismos y la competencia.

Dávila plantea como desde sus orígenes el fútbol en Colombia sirvió para potenciar y reafirmar estos antagonismos regionales, los cuales se acompañaban de igual manera de expresiones políticas, étnicas, y culturales donde se retrataban formas y estilos de vivir, semejantes a formas y estilos de jugar al fútbol.

Según el autor:

En perfecta consonancia con el carácter de país de regiones y ciudades, el fútbol no se concentró en la capital, sino que sirvió también para expresar las diferencias regionales y, a la vez, como bien lo señalara hace ya bastante tiempo Janet Lever, para integrar por la vía de la rivalidad y la enemistad simbólica del juego competitivo: el torneo nacional sirvió para que compitieran y se reconocieran formas de vida y estilos de juego regionales como los paisas, vallunos, costeños, santandereanos y, sólo muy tímidamente, capitalinos. Así surgieron equipos profesionales en las principales ciudades,

¹⁰⁵ RODRIGUEZ, Jacques Paúl. fútbol e identidad regional en el ecuador. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En:
<http://www.experimentosculturales.com/futbol/pdf/Futbol%20e%20identidad.pdf>

principalmente de la región andina, pero siempre con la presencia de equipos de la costa norte. Y en las principales ciudades (Bogotá, Medellín y Cali) surgieron pocos equipos: dos (y a lo sumo tres por algún período de tiempo, como fue el caso de Cali cuando existía el Boca Juniors de esa ciudad), rasgo que parece reflejar una cierta semejanza con una arena política siempre dividida en dos, tercamente alrededor de los partidos políticos tradicionales.¹⁰⁶

Aunque la rivalidad futbolística existente se de prioritariamente entre los equipos de la misma ciudad lo que se denomina un derby o clásico, la rivalidad regional esta latente, pues se acepta la nacionalidad pero se siguen reforzando los lazos regionales expresados en formas o estilos de jugar propios ya no de la idiosincrasia nacional sino mas bien de la regional.

Pero la identidad regional entendida como la asimilación primaria con el territorio, su cultura, y su comunidad y que se relaciona con el fútbol solo se hace posible cuando se entiende a este deporte como una practica de identificación colectiva y por ende se da por sentado que es una arena simbólica donde se construyen identidades particulares que se inscriben al gusto por un club de fútbol, es decir, explicar porque soy hincha de este equipo y no de aquel, y porque me identifico con determinados colores, siempre teniendo como referencia el lugar de procedencia aunque no negando otro tipo de características y pertenencias que hacen que un aficionado hinche por un equipo de fútbol con el cual se siente plenamente identificado tanto regional como deportivamente.

Carrión categoriza si se puede decir de esa manera las distintas formas por las cuales un aficionado se hace hincha de un club de fútbol, los ejemplos que el autor da se refieren al caso ecuatoriano, para el caso colombiano asumiremos y relacionaremos están formas de adhesión con algunos clubes del país.

a. Identidad del club a partir de su origen: La adscripción a un club de fútbol por su origen tiene como características principales constructos sociales que tienen que ver con la imagen y el estilo que el equipo proyecta, es decir, si este tiene su origen en lo popular, lo barrial, la elite o la cultura.

En Colombia ciertos equipos de fútbol se adscriben a este tipo de identidad, por ejemplo si hablamos de lo popular encontramos que el América de Cali es un buen ejemplo de que significa ser hincha por origen; el América nació en los barrios populares de Cali, con este club se identificaron parte de los sectores pobres de la ciudad, además posee fuertes arraigos raciales ya que en su fútbol se expresan rasgos culturales de lo afro colombiano y lo barrial.

¹⁰⁶ DAVILA, Andrés LONDOÑO, catalina. La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia (1985-2000). En: Futbologias. Fútbol, identidad y violencia en América latina. Consultado el 27 de junio de 2008 En: <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/PII-DavilaLondono.pdf> Pág. 131

Millonarios de Bogota, es un caso interesante a la hora de pensar las adhesiones identitarias por su origen, al contrario del América de Cali el club capitalino se formo en la entraña de las elites pudientes de bogota, también tiene una conexión fuerte con el estilo de juego de los equipos argentino sobre todo con el River Plate de Buenos Aires del cual se desprende su nombre.

b. Identidad del club por el estilo: Según Carrión:

Por ser el fútbol un juego colectivo que opera en equipo la suma de las partes hacen un todo a través de la línea o la escuela; lo cual también viene desde su origen. Los equipos tienen desde siempre líneas de juego definidas reales o ficticias que lo caracterizan y son elementos a partir de los cuales atraen a los sectores de la población que se identifican con ellas.¹⁰⁷

El estilo de juego permite crear ciertos estereotipos en los cuales se puede enmarcar la forma de jugar de los clubes de fútbol en Colombia, por ejemplo a Millonarios se lo conoce como el “ballet azul” referida a la exquisita forma de jugar que en un tiempo practico el club de la capital.

c. identidad de uniforme: El fútbol es ante todo un juego de pertenencia y de identidades colectivas que se construyen a través de símbolos que para un aficionado se convierten en el emblema por el cual se hace parte de una colectividad y se diferencia de los otros. Con los colores el hincha se identifica entra en comunión, deja de ser un individuo atomizado y pasa a hacer parte del grupo, de la barra.

Antropológicamente esta relación se explica según Carrión porque:

Con los colores del equipo, el aficionado, el hincha, o el fanático termina por construir la identificación del nosotros incluyente: voy al estadio porque ahora jugamos. No voy a ver a mi equipo, voy a jugar con mi equipo. Soy el jugador numero 12.¹⁰⁸

Los colores para el caso colombiano han estado profundamente relacionados con el componente regional y político ya que en las principales ciudades del país los equipos de fútbol han optado por una identificación parecida, pero que los distingue radicalmente de su rival de patio y de partido político. En Cali el rojo del América representa la pasión, el pueblo que se asemeja al rojo del DIM al cual se lo conoce como el equipo del pueblo de lo verdaderamente paisa. Estos contrapuestos con el verde del Deportivo Cali y el Atlético Nacional, que aunque

¹⁰⁷ CARRION, Fernando. El fútbol como práctica de identificación colectiva. En: Revista Quehacer, Lima, 2005. Pág. 3

¹⁰⁸ CARRION, 2005. El fútbol como práctica...Pág. 3

no se conoce muy bien cual es el origen de su identificación con esos colores si se puede decir de alguna manera que representan a la vez lo criollo y lo pudiente, lo barrial y lo nacional.

En Bogota la identificación por color se hace mas profunda y diferenciada que la que se pueda dar en otras ciudades del país, para los hinchas de Millonarios como para los de Santa Fe, los colores de su equipo son un signo de arraigo, ya que por estar estos clubes tanto tiempo alejados del triunfo y la gloria deportiva la camiseta se convierte en un emblema de lo ciudadano y de local.

Para Arias la identificación de los aficionados en Bogota con los colores tiene más que una explicación pasional, una respuesta con la búsqueda afanosa de una identidad juvenil y local.

Una posible explicación de lo que ocurre con las barras de santa fe y millonarios es que amplios sectores de la juventud encuentran en esa idea un sentido de pertenencia. Una ciudad como Bogota, desafortunadamente tiene, muy pocas cosas tangibles como para generar ese sentido. Bogota es una ciudad que no tiene música propia, como si la tienen otras ciudades del país o del continente; no tiene símbolos muy precisos, aquí no nació el tango y nada como para que la gente diga. “esto es nuestro”¹⁰⁹

Esta identificación a través del fútbol con lo propio en Bogota se puede ver a través de un ejemplo claro de identidad regional, basta con mirar antes del comienzo de un partido en el Campin como al himno nacional no se le presenta mayor atención, pero cuando suena el himno a Bogota el estadio se une en un solo canto y un mismo ritual demostrando la profunda pertenencia que existe entre el fútbol y lo local regional.

d. Identidad por oposición: Quizás este tipo de identidad sea la que mejor describa la pasión que existe en el fútbol y de paso ratifique como la identidad es ante todo una relación de disputa, una relación “nosotros” “ellos” que expresa rivalidad igual a la que se produce en el fútbol.

En el albor futbolístico se habla de encuentro y de contrincante que es la base que sostiene al fútbol, pues cuando se habla del deporte como un escenario propicio para la guerra simulada se esta aludiendo a la confrontación que permite la existencia de la alteridad donde mediante la rivalidad se permite el reconocimiento del otro y donde se confrontan todos los tipos de identidades colectivas, el rico contra el pobre, el pueblo contra lo exclusivo, una región contra otra, etc.

¹⁰⁹ ARIAS, Eduardo, SILVA, Mauricio. “Los colores en el fútbol”. En: Gaceta, 47 de 2000 .Pág. 91

Las confrontaciones que se dan en el fútbol son ante todo rivalidades simbólicas que permite que la identificación de los hinchas con sus equipos se de alrededor de la disputa, pero ante todo es un espacio para el reconocimiento y el encuentro de la de las pasiones y los intereses de personas que ven en el deporte una forma de integrar y confrontar voluntades colectivas.

El tema de la identidad entendida desde la perspectiva o la pertenencia clubística ha tomado mucha mas importancia en los últimos años que la identidad nacional que se asocia a referentes culturales como el fútbol. Este desplazamiento tiene como fuente primordial que los aficionados consideren a su equipo de fútbol mucho mas importante que cualquier seleccionado nacional y hace que las principales formas de identificación del fútbol con los relatos nacionales se desliguen completamente de lo nacional, la identidad ahora esta en un lugar completamente distinto al de los nacionalismos exacerbados y la lógica mass mediática, se habla de una identidad tribal y urbana, es decir una socialibilidad completamente posmoderna.

Esta nueva pertenencia se explica teniendo en cuenta como las colectividades que se asocian al fútbol han presentado en las dos últimas décadas una progresiva degeneración en su forma de sociabilidad, es decir, la identificación de los nuevos hinchas se basa mas en la construcción de relatos unificadores que tienen como principal escenario la confrontación y la violencia desmedida, además de un profundo descontento con el plano político donde el Estado al estar plenamente ligado a la construcción de nacionalidad ha contribuido al igual que el mercado a que los individuos de las sociedades modernas antes que identificarse como ciudadanos se vean mas como consumidores de productos provenientes de una industria cultural que va en total contra vía de cualquier forma de identificación primaria o necesaria en la construcción de referentes nacionales, locales o regionales fuertes y duraderos.

Las formas de identificación cultural de las sociedades modernas operan desde la óptica del renovado nacionalismo; no renovado en términos de positivo o sano nacionalismo si no más bien en que su función de cohesión cultural y política se ha debilitado, esta idea se explica mejor en la siguiente cita de Alabarces.

Dice Housbawm que el nacionalismo de fin de siglo es decisivo, "fragmentarista"; si el nacionalismo de la modernidad tendió a aglutinar sujetos, este tiende a desmembrarlos. Por analogía: no se trata aquí de nuevos nacionalismos en sentido estricto en tanto no postulan la construcción de nuevas identidades nacionales, sino de fragmentarismos, que asoman hasta como etnificados, basados en una retórica de la sangre, la camiseta, los colores y de la tierra, el territorio, el barrio la localidad, construidos en el interior de un conjunto nacional que no se percibe como tal, porque no hay,

insisto, operador que lo reponga. Se trata más bien de comunidades interpretativas de consumidores como las califica García Canclini.¹¹⁰

La fragmentación de las identidades culturales hacen que se refuercen nuevas formas de apropiación tribal y local a través del fútbol, pero ya no pensadas como mecanismos de pertenencia profunda sino mas bien manifestaciones que se valen de arraigos regionales para proyectar expresiones identitarias mas específicas y banales. Formatos donde las colectividades que se asumen como miembros de estas formas de asociación son principalmente jóvenes de sexo masculino, los cuales basan su identificación grupal en manifestaciones violentas y de pandillaje, lo que distancia completamente la antigua pertenencia regional que se basaba en apropiaciones de carácter simbólico con lo cultural y lo histórico.

El fútbol de clubes en Colombia lentamente sufrirá esta fragmentación, pasara de un fútbol de regiones antagónicas e identidades provinciales a un fútbol de ciudades referentes y de tribalismos esencialmente juveniles, donde la identidad se asumirá como la pertenencia a una barra y a un color y ya no a una región y su idiosincrasia.

El sentido de comunidad se debilitara potencialmente a partir de la conformación de nuevas colectividades, contando entre ellas a los tribalismos futbolísticos, los que Alabarces incluye dentro de los formatos por los cuales las identidades modernas son más fragmentadas y atomizadas.

El tribalismo futbolístico seria una de las formas en que las múltiples comunidades interpretativas se articulan, describiendo el retorno a la atomización, a la celebración del fragmento. La identidad se transforma en este repliegue, en un consumo socio-estético, en un relato sin estructura, en una mera posición de sujeto donde la única determinación es la posición sintáctica.¹¹¹

Pero en Colombia las referencias deportivas regionales constituyeron centros culturales donde se construyo identidad nacional, los logros deportivos de equipos como el Atlético Nacional y mas recientemente el Once Caldas sobrepasaron los formatos de identificación regional y se erigieron como un punto de quiebre donde poco importaron los estereotipos regionales.

Medina particulariza esta idea con el caso del Nacional cuando este logro ganar la copa libertadores de América del año 89 en medio de una de las más crudas olas de violencia que azoto a Medellín.

¹¹⁰ ALABARCES, Pablo. Fútbol y patria: el fútbol y la invención de las narrativas nacionales en la Argentina del siglo XX. Consultado el 7 de julio de 2009 en: <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/25.pdf>
Pág. 6

¹¹¹ ALABARCES 2009, Fútbol y patria...Pág.7

A esa búsqueda decidida y obcecada del Nacional por darles a los antioqueños un motivo de optimismo para vivir se fueron uniendo, poco a poco, los habitantes de distintas regiones, esas mismas que por tradición han jugado a la rivalidad que poco aporta a la unidad nacional, empezando por los nocivos estereotipos. “El verde” terminó siendo, más que la esperanza de un Departamento, la de un país urgido de reconocimiento internacional. Al fin y al cabo, no han sido muchos los referentes que puedan definir la colombianidad; o si los ha habido, corremos el riesgo de salir mal librados.¹¹²

Pero no hay que ir mas lejos para entender como los referentes regionales se han convertido en referentes de lo nacional, la misma selección de Maturana es un ejemplo de esa conjunción de los atributos regionales para conformar unidad nacional. En esta selección según Medina.

Había espacio para la alegría y potencia vallunas, para la disciplina y orden antioqueños, para la locura caribeña, para la dedicación cundí boyacense. Guardadas proporciones, era una muestra, aún opaca e incompleta, de la nación sin forjar que somos y a la que anhelamos darle presencia viva, a pesar de nuestros gobernantes. En pocas palabras, era un sueño arañando una realidad brumosa.¹¹³

En conclusión en Colombia la pertenencia regional se entiende bajo dos características fundamentales; Según Jimeno, es cambiante a través del tiempo y relativamente difusa. Para la autora.

Si bien las regiones pueden definirse con base en referencias físiconaturales particulares que delimitan unidades espaciales “naturales”, el arraigo regional, la definición de región, son construcciones que se tejen sobre las bases naturales a través de sistemas de signos y símbolos de identificación relativamente arbitrarios y maleables.¹¹⁴

Uno de esos símbolos arbitrarios y maleables es el fútbol; pues el deporte en general como fenómeno cultural y social sugiere un tipo de identificación en el cual los ingredientes que caracterizan a la pertenencia regional se transforman de identidades que tenían fuertes vínculos con lo nacional-estatal, como las identidades partidistas que a partir del debilitamiento de la influencia estatal en las regiones de Colombia perdieron ese tipo de intermediación primaria con la búsqueda de algún tipo de identidad regional.

¹¹² MEDINA, Gonzalo. Fútbol y nación: ¡Un pase al vacío! Consultado el 25 de noviembre de 2008
En: <http://agendacultural.udea.edu.co/index.htm>. Pág. 3

¹¹³ MEDINA, 2008. Fútbol y nación...Pág. 3

¹¹⁴ JIMENO, Myriam. Región, nación y diversidad cultural en Colombia. En: Territorios, regiones, sociedades. Departamento de Ciencias Sociales, Universidad del Valle, Bogotá 1994. Pág. 64

La identidad regional en Colombia debe ser vista al igual que la nacional como una narrativa que basa su unidad y su cohesión colectiva en relatos no oficiales que son ante todo contruidos en marcos temporales y espaciales y con una constante especificad; son referentes culturales frágiles, y efímeros cuya efectividad solo se pueden explicar a partir de la ausencia de un relato unificador de nación, histórico y fuerte.

3.2 FÚTBOL, NACIÓN Y GLOBALIZACIÓN: UN NUEVO ESCENARIO PARA LA IDENTIDAD

Al considerar la nación y a la identidad nacional como conceptos vivos que se construyen a diario tanto en su sentido como en su especificidad, se esta planteando que estas dos nociones están sujetas a la influencia de otro tipo de articulaciones que fundamentalmente transforman su consistencia cultural de narrativa identitaria y de comunidad imaginada.

La globalización como hecho cultural entro a hacer parte de los múltiples factores que han dado pie para pensar que el Estado nación esta en crisis, pues al abrirse las fronteras nacionales, las identidades culturales se debilitaron considerablemente.

El intercambio de bienes culturales que van desde mercancías hasta futbolistas creo un nuevo escenario para pensar las identidades colectivas en cuyas entrañas a parte de una fuerte apertura a otras visiones y referentes de identidad se puede observar también un cierto desligue de lo propio, lo local y lo nacional.

El fútbol no es ajeno a este fenómeno, al contrario se ha imbricado tan profundamente dentro de la escena global que es considerado hoy en día como una de las practicas culturales a escala mundial que mayor convocatoria y peso social tiene sobre la inmensa mayoría de los seres humanos superando incluso a la música.

Entendiendo al fútbol como una de esas practicas culturales que se ha insertado en los fenómenos globalizadores, y asumiendo a la nación como una comunidad imaginada cada vez mas post-nacional se plantea como objetivo central entender al fútbol en el contexto de la globalización y relacionarlo con lo nuevos formatos y escenarios de identidad cultural y nacional.

Para entender como los nuevos relatos futbolísticos en donde se involucran visiones nacionalistas se han transformado y han cambiado de escenario bajo la influencia de la globalización se hace necesario ofrecer una definición en donde se particularice a la globalización como un fenómeno cultural y social que afecta directamente los viejos formatos de identidad colectiva y da origen a nuevos

donde el consumo de bienes culturales es el referente principal para entender este tipo de hibridación social.

La globalización como fenómeno cultural afecta directamente la conformación de identidades colectivas y particularmente las que se asocian a los estados- nación debido principalmente a la fuerte tendencia que tiene los fenómenos globalizantes a unificar al mundo y por ende a debilitar las viejas formas de apropiación simbólica; las cuales son reemplazadas por productos de la industria cultural dando paso a una nueva forma de identificación con la nación o con la patria.

Este nuevo tipo de singularidad cultural se caracteriza por el rompimiento del equilibrio social que genera la presión del mercado y el consumo, produciendo paulatinamente en los seres humanos formas simples de desterritorialización y desarraigo local

Ahora bien, hay que entender que los desarraigos culturales que genera la desterritorialización no son provocados principalmente por las presiones del consumo y el mercado, al interior de las naciones existen ciertos factores y criterios como la violencia, la pobreza extrema y el desplazamiento forzado que han generado en los estados un cierto tipo de desarticulación de lo nacional con lo propio y en donde las formas de identificación colectiva para nada tienen en cuenta los referentes oficiales de nación.

Castells otorga un concepto general de globalización del cual se puede arrancar en la búsqueda de la especificidad cultural y su relación con lo nacional. Para el autor la globalización:

En sentido estricto es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria. Es un fenómeno nuevo porque sólo en las dos últimas décadas del siglo XX se ha constituido un sistema tecnológico de sistemas de información, telecomunicaciones y transporte, que ha articulado todo el planeta en una red de flujos en las que confluyen las funciones y unidades estratégicamente dominantes de todos los ámbitos de la actividad humana.¹¹⁵

En este sentido la globalización entendida como un mecanismo de unidad mundial que desentraña y afecta todos los ámbitos de la existencia humana será particularizada como un fenómeno de alcance cultural en el cual se pueda explicar como la identidad nacional, la nación y los relatos futbolísticos que se asocian a estos fenómenos se han debilitado y han pasado de ser nacionales y locales a pos-nacionales o ex-nacionales.

¹¹⁵ CASTELLS, Manuel. Globalización, identidad y Estado en América Latina. EN: Revista Temas de desarrollo humano sostenible, Secretaria General de la Presencia de Chile, 1999. Pág. 1

Primero cabe desatacar como la globalización y la mundialización afectan directamente la cultura de las naciones y las identidades colectivas y como dentro de los Estados-nación los imaginarios locales, regionales y culturales han sido reemplazados por relatos mucho más banales y livianos.

Según Ortiz bajo el marco de la globalización los estados-nación posiblemente entren en crisis, pues hoy pensar la nación como un concepto ajeno a la globalización suena a pasado, la identidad nacional, y el nacionalismo son temas que están ligados a la mundialización, separarlos para el autor es atomizar su nueva concepción. En este nuevo contexto para Ortiz

En la globalización está en juego la nación en cuanto formación social particular, como estructura capaz de soldar a los individuos y sus destinos alrededor de un territorio específico porque la modernidad-mundo radicaliza el movimiento de desterritorialización, rompiendo la unidad nacional.¹¹⁶

Para clarificar como la nación y las identidades culturales son afectadas y transformadas por fenómenos como la globalización hay que tener en cuenta que en las últimas décadas el incesante flujo de bienes, mercancías, personas e información han hecho que las fronteras estatales se hayan ampliado; haciendo que las identidades nacionales y culturales se reconfiguren, pasando de ser identidades colectivas basadas en ritos nacionalistas e idiosincrasias locales a identidades supranacionales cada vez más individualizadas y lejanas de referentes como los estados-nación, los partidos políticos o la iglesia.

Para García Canclini la progresiva influencia del consumo y del mercado mundial en la vida cotidiana ha hecho que debido a la combinación y retroalimentación de la información de la industria cultural las identidades nacionales se nutran unas de otras generando un proceso de hibridación y multilinguaje, el cual hace difícil para los estados-nación crear nuevos formatos de identidad oficial que impidan su progresiva fragilidad y debilitamiento.

En este sentido para el autor

La primera tendencia es la que ve la cultura como instancia en la que cada grupo organiza su identidad. Dicho así, no tiene ninguna novedad, porque desde el siglo XIX los antropólogos venían estudiando como las culturas se organizaban para dar identidad, para afirmarla y renovarla en sociedades. Pero lo que tratamos de ver actualmente, dado que las relaciones de producción, circulación y consumo de cultura no ocurren en una sola sociedad, es como se reelabora el sentido interculturalmente. No solo dentro de una etnia, ni siquiera dentro de una nación, sino en circuitos globales, traspasando

¹¹⁶ ORTIZ, Renato. Otro territorio. Convenio Andrés Bello. Bogotá, 1998. pag. 121

fronteras, volviendo porosos los tabiques nacionales o étnicos, y haciendo que cada grupo pueda abastecerse de repertorios culturales diferentes.¹¹⁷

Para articular estos elementos con el fútbol, se debe considerar al deporte como uno de los principales productos de la industria cultural y como un factor social al cual hoy en día no se puede omitir en cualquier estudio que tenga que ver con la globalización. La inclusión de este deporte en el contexto de la globalización no se hace exclusivamente por su popularidad mundial ni por la gran cantidad de dinero que se mueve al interior de su sistema de contrataciones, para Villena su inserción dentro de la globalización tiene que ver con el plano de lo político y con la preponderancia que ha ganado el mercado mundial y el consumo dentro de los estados que tienen al fútbol como un símbolo de su cultura nacional.

La globalización del fútbol no sólo implica la transnacionalización de su campo, sino también, y de manera fundamental, que éste haya comenzado a separarse institucionalmente del campo político (articulación que hizo posible el uso nacionalista del fútbol) así como de la sociedad civil, para ceder su independencia a las leyes del mercado global. Como consecuencia, los valores humanistas particulares asociados a ese deporte, inspirados en el olimpismo reciclado como *fair play*, ya devaluados por la lógica nacionalista que se le impuso durante mucho tiempo, ahora se subordinan a las leyes de la economía de mercado. Dicho en otros términos, el espectáculo futbolero es cada vez menos un ritual político o una *performance* comunitaria y se convierte, por el contrario, en un producto de la industria cultural a cuyo ávido consumo somos incitados sin tregua por las sirenas de los medios de comunicación.¹¹⁸

Esta inserción del deporte dentro del campo global dio para pensar como la mundialización del fútbol puede o ha podido influir en la dinámica de los relatos nacionalistas y de identidad nacional, y sobre todo como se ha debilitado la vieja dualidad fútbol y nacionalismo; pues al ser este deporte un producto mundial de fácil difusión y mercadeo y al estar sujeto a las fluctuaciones del mercado y consumido por ciudadanos-consumidores se está planteando que en el deporte al igual que en la música lo propio se está reemplazando por lo ajeno, es decir, el fútbol consumido en el mundo ya no es un fútbol de estilo y banderas sino más bien un fútbol de marcas y figuras.

Hoy las identidades futbolísticas que se asocian a la nación han estallado y cambiado de escenario, los ídolos futbolísticos ya no ocupan un lugar en el mito nacionalista, sino que se han transformado en un producto más del mercado mundial.

¹¹⁷ GARCIA CANCLINI, Nestor. Diferentes, desiguales y desconectados

¹¹⁸ VILLENA FIENGO, Sergio. Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>. Pág. 4

Las identidades nacionales se han desligado parcialmente de los relatos deportivos, masificándose la construcción de identidades tribales e individuales donde los nacionalismos tanto oficiales como culturales han sido desplazados por imaginarios y expresiones identitarias transnacionalizadas y de consumo.

Para Villena la desarticulación del vínculo fútbol nacionalismo tiene que ver precisamente con este tipo de interculturalidad y transnacionalización.

Nuestra hipótesis es que estamos presenciando un debilitamiento de la hasta ahora exitosa articulación entre fútbol y nacionalismo debido a que los procesos de globalización favorecen una configuración del campo social del fútbol que se desplaza desde los patrones internacionales, dominantes hasta ahora, hacia formas que tienen un carácter más bien transnacional. Esto significa que, como ocurre en otros ámbitos, la globalización no debe entenderse principalmente como una mayor difusión de esta práctica deportiva-espectáculo ni como una creciente articulación entre organizaciones ancladas nacionalmente (procesos que podrían denominarse más apropiadamente como “internacionalización” antes que como “globalización”), sino principalmente como un proceso de transformación y, más puntualmente, de transnacionalización de sus patrones de organización y, articulado a ello, de sus funciones sociales y simbólicas.¹¹⁹

Pero esta transnacionalización del fútbol y su paulatina desvinculación con lo nacional, no debe ser entendida como la resultante de la combinación de los fenómenos globalizantes y las industrias culturales, los lazos que unen el fútbol con el nacionalismo no se han roto por completo, y los mundiales son un ejemplo de ello. Hay que entender que el debilitamiento a nivel de selecciones nacionales ha sido menor en comparación con el de clubes, debido principalmente a que los relatos que integran al fútbol con la identidad nacional no son el producto de la mercantilidad actual, estas narrativas son en sí un hecho histórico tan antiguo como la nación misma, producto de la modernidad y la especialización deportiva europea, las cuales han sido transformadas, apropiadas y reafirmadas por cada cultura nacional.

Siguiendo la idea primaria de la desarticulación paulatina del fútbol con las narrativas nacionalistas y bajo el contexto de la globalización es fundamental explicar que factores han permitido su mundialización y mercantilización actual del pues aunque este deporte desde aparición su moderna en Inglaterra se difundió por el mundo con gran éxito y solo fue hasta la década de los 70 que logró una inserción total en todas las esferas de la sociedad.

¹¹⁹ VILLENA, 2088. Gol-balización, identidades...Pág. 4

Para Carrión la exitosa mundialización o planetización del fútbol se cerró con dos hechos puntuales.

Por un lado, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, vinculadas principalmente a la televisión y, por otro, la llegada, en 1974, del brasileño Joao Havelange a la presidencia de la FIFA, con la siguiente política: «Yo he venido a vender un producto llamado fútbol», para este objetivo se asoció con la Coca Cola, Adidas y con las redes mundiales de televisión. El proceso de transformación del fútbol de juego a un espectáculo mercantil de ribete planetario tiene, en esta coyuntura, a uno de sus hitos más importantes, porque es la época a partir de la cual este deporte deja de ser un juego espectáculo y se convierte en un negocio-espectacular.¹²⁰

En este contexto el fútbol se convierte en un hecho social de profundo alcance mundial ya que paso de ser un simple juego de entretención y uso del tiempo libre para convertirse como lo dice Carrión en una actividad total que se involucro tanto en la esfera política, económica y cultural de las personas, a tal punto de llegar a influir directamente en las decisiones mas importantes de la política y la economía y mas aun ser la fuente cultural que le da sentido a la vida de muchas personas. Un ejemplo claro de cómo el fútbol ha abarcado de manera tan grande todos los aspectos de la sociedad se puede descifrar en la inmensa importancia de la FIFA en el mundo, y la poderosa influencia que tiene esta organización llegando a superar en miembros y poderío económico a la ONU.

Carrión explica con mayor profundidad cual es el papel que ha desempeñado la FIFA en la llamada globalización del fútbol.

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.¹²¹

Asociado a la transnacionalización del fútbol y la globalización de la mayoría de la actividades humanas, los medios de comunicación han potenciado alrededor del deporte un nuevo vínculo; el del espectáculo deportivo, es decir, el de entender hoy al fútbol como un producto mas de la industria mediática, un negocio muy

¹²⁰ CARRION, Fernando. La Gol-balización del fútbol. En: El mayor espectáculo del mundo: el fútbol. Revista Quórum 14. Quito, 2001. Pág. 23

¹²¹ CARRION, 2001. La Gol-balización del fútbol...Pág. 25

rentable y de altas audiencias. Este deporte es hoy en día el mayor espectáculo del mundo, donde las identidades culturales que se asocian a su práctica han pasado a un segundo plano; el fútbol de la era global es un producto más de la industria cultural, un espectáculo hipermediatizado y de ganancias hiperbólicas.

Villena explica mejor como los medios de comunicación y particularmente las transmisiones de televisión que se efectúan en el fútbol de hoy han ido poco a poco desnacionalizando el ritual futbolístico. Para el autor en la articulación entre este deporte, espectáculo y negocio, los medios de comunicación y principalmente la televisión ha neutralizado su discurso, lo han hecho homogénea y con pocos matices nacionalistas, la patria de botines ha sido cambiada lentamente por la patria del dinero y el consumo.

Según Villena en este contexto:

Se produce así un doble efecto desnacionalizador: la señal audiovisual a la que accede un conjunto de teleespectadores ya no puede equipararse potencialmente al «conjunto de la nación»; a la vez, la discursividad que acompaña a estas transmisiones tiende a eliminar las determinaciones culturales, derivadas de la dimensión territorial, y por tanto, a perder densidad ideológica nacionalista. Sobre este último aspecto, puede verse ya, en la televisión por cable, una tendencia a que la narración de los encuentros de «nuestra» selección nacional ya no se realice en primera persona plural —ese «nosotros esencial», al que tanta importancia prestó el antropólogo Víctor Turner, cuando estudiaba los ceremoniales comunitarios—, sino que ha sido sustituida por una voz neutral, cuyo lenguaje se sitúa más en códigos técnicos de narración (una especie de «grado cero» de la narración) que en la retórica nacionalista.¹²²

Esta pérdida paulatina de la retórica nacionalista tiene que ver principalmente con la manera en como los medios de comunicación difunden sus productos culturales. La dinámica articuladora que le daba vida a la patria deportiva bajo el contexto de la globalización ha perdido fuerza, no es extraño decir entonces que los viejos nacionalismos corren peligro con la globalización y que las identidades culturales entre ellas las que genera el fútbol van a ser transformadas por identidades de consumo y mercantilización.

El mismo Villena clarifica como el fútbol, la globalización y los medios de comunicación en concordancia con los nacionalismos banales y de consumo debilitaran los nacionalismos culturales y políticos solo capaces de renacer bajo contextos de reforzamiento de democracias, violaciones de la soberanía o eventos culturales profundos como los mundiales de fútbol.

¹²²VILLENA FIENGO, Sergio. Fútbol, mass media y nación en la era global. En: El mayor espectáculo del mundo: el fútbol. Revista Quórum 14. Quito, 2001. Pág. 51

La apropiación de los medios de comunicación por grandes consorcios transnacionales y/o la compra de los derechos de transmisión de los grandes eventos deportivos, para ser transmitidos de manera exclusiva a suscriptores de cable y, en un tiempo no muy lejano, por vía digital, difumina la codificación nacionalista de la información generada en las competencias internacionales. Este proceso se vería complementado por la creciente conversión del fútbol en vehículo publicitario de marcas transnacionales, que se posicionan como patrocinadoras de selecciones particulares y, sobre todo, como patrocinadoras oficiales de los eventos mundiales, proceso que podría traer aparejada la erosión de las identidades nacionales, aplanando las diferencias nacionales en los patrones de consumo y banalizando los sentimientos patrióticos.¹²³

Cabe destacar que el nacionalismo como expresión cultural y elemento cohesionador de lealtades y arraigos nacionales, no tiene como principal causa de su debilitamiento a la globalización y al fútbol. La identidad nacional está fragmentada por completo en gran parte de las naciones del mundo y principalmente en las ciudades, donde la internacionalización de la cultura ha penetrado con mayor fuerza, y ha generado en nuevas generaciones de jóvenes un desarraigo considerable de lo local y lo nacional.

Lo propio como signo de cultura nacional está siendo lentamente desplazado por formatos de identidad cultural extranjeros, esto sumado a características sociales como el avance desigual de la educación, la expansión de los mercados, la destrucción del medio ambiente, la pérdida y olvido del pasado o de una memoria común, el secularismo y la pobreza masiva, han hecho que sean pocas o ninguna las naciones donde su identidad cultural se mantenga intacta o se construya a partir de los viejos formatos de apropiación oficial (el Estado, la iglesia, los partidos políticos, la escuela, etc.), las nuevas identidades nacionales obligatoriamente estarán atravesadas por fenómenos como el de la globalización, es decir, la nación como comunidad imaginada se sirve del Estado para mantener su unidad y cohesión político-legal, la cohesión cultural y social hoy está determinada por el consumo, el mercado, y la cultura posnacional.

La cultura nacional entendida como un discurso de comunidad creado a partir de símbolos y signos comunes construidos para siempre será más bien un discurso aun nacional pero construido con referentes universalizados y productos culturales provenientes de una temporalidad específica. Esta cultura nacional está llena de fragmentaciones y heterogenizaciones sociales que van desde la transformación de la vida cotidiana en códigos más globalizados y la inclusión de elementos más internacionales y banales para la construcción de una nueva nacionalidad.

¹²³VILLENA, 2001. Fútbol, mass media... Pág. 52

Para Santacruz la identidad nacional que se construye en el nuevo contexto mundial ofrece otros referentes y otros mentores de nacionalidad, según el autor:

Se trata de una identidad que no remite, ni lo pretende, a algún basamento social, político, económico, religioso, etc. a la manera como lo hacían los discursos identitarios clásicos; que no interpela a sujetos o actores sociales situados en territorios específicos y fijos dentro de la estructura social, sino al individuo en tanto consumidor-ciudadano, es decir, como poseedor de demandas provenientes de su particular experiencia de vida que plantea indistintamente al mercado, al Estado, a los medios, etc. bajo un mismo patrón. No se está frente a un ideario presentado como una causa colectiva, sobre la base de un deber-ser totalizante de la vida individual y colectiva, que exija en nombre de la defensa de la identidad nacional sacrificios o desgarramientos existenciales, sino que se vive en la forma de eventos interactivos y a través del consumo.¹²⁴

Las identidades nacionales antiguamente construidas bajo referentes culturales, políticos y sociales clásicos ofrecían una nacionalidad donde el Estado era el dueño de un único discurso de base ideológica y política. Las identidades nacionales clásicas se soldaban fuertemente bajo unos símbolos compartidos y fuertes. Himnos nacionales, banderas, héroes patrios, fechas conmemorativas, eran la base de una memoria histórica común y compartida generación tras generación. En este nuevo ámbito las identidades políticas, religiosas y étnicas solo sobreviven donde los dogmatismos y los provincialismo se mantienen, pues las identidades ciudadinas o identidades cosmopolitas del mundo moderno han fracturado sus elementos más eficaces de apropiación cultural, los nacionalismos de la modernidad hoy son más locales que nunca, y se manifiestan en forma de separatismos tal como ocurre en Francia y España donde comunidades y sectores sociales denuncian no compartir los mismos símbolos de nacionalidad que el Estado que los acoge, según Giddens estas formas de nacionalismos regionales también tienen que ver con la globalización y precisamente con el debilitamiento continuo de los Estados más grandes y poderosos de I mundo.

Según el autor: “Los nacionalismos locales brotan como respuesta a tendencias globalizadoras, a medida a que el peso de los Estados nación disminuye.”¹²⁵

La identidad nacional entra en crisis y los viejos nacionalismos brotan en formas particularizadas y promovidas por la industria mediática, los localismos de los que se nutren las identidades regionales son alineados a la lógica del mercado, así pues se reelaboran las formulas de lo nacional y lo local. En la globalización todo

¹²⁴ SANTACRUZ, Eduardo. Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual. En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>. Pág. 213

¹²⁵ GIDDENS, Anthony. Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Editorial Aguilar, Bogotá, 2000. Pág. 26

es válido de marketizar y promover, la religión, la política, el arte, quedan bajo esta lógica reducidos a meros eventos y acontecimientos vacíos y banales.

Para Santacruz la identidad nacional quedó en manos de otros referentes culturales: los medios de comunicación y el mercado han modificado el discurso ideológico y político de los nacionalismos por un discurso basado en el individuo como actor de su destino, el cual se construye principalmente bajo la lógica del consumo; en síntesis para el autor:

La identidad nacional profusamente propagandada actualmente desde los medios no constituye parte de alguna utopía planteada desde el Estado o desde alguna ideología política, sino que es un discurso integrante de una convocatoria hecha desde el mercado, entendido éste por un discurso oficial como el lugar del ejercicio de una auténtica democracia, que administra y orienta el orden social vivido como algo dado, naturalizado y no discutible en sus fines y supuestos, a partir de las decisiones de consumo de los individuos.¹²⁶

De esta manera el fútbol globalizado será uno de esos mentores desde donde recrear la patria, si antes el fútbol funcionaba como un ritual nacionalista, como una arena pública repleta de sentido y como una metáfora de la guerra, hoy funciona como un adalid del mercado, un instrumento más de la identidad mercantilizada es como lo afirma Villena:

El fútbol, que alguna vez se pensó era propiedad de la sociedad civil (del mundo de la vida diría Habermas), parece ser cada vez menos una cuestión de estado y se convierte como todo en la era neoliberal, en un monopolio del mercado globalizado.¹²⁷

Habría que preguntarse entonces cómo los Estados-nación reafirmaran y recompondrán sus identidades nacionales pues seguramente con rituales culturales como la música y el fútbol ya no podrán contar completamente.

En el fútbol actual los relatos nacionales son considerados como celebraciones no ritualizadas y como símbolos frágiles de lo patriótico y lo cultural. En este deporte hoy la nación se hace más imaginada que nunca, la conciencia de la nacionalidad recae en otros elementos que se caracterizan por su poco valor y peso cultural y por que al igual que la globalización va en un constante y acelerado proceso de circulación.

¹²⁶ SANTACRUZ, Eduardo. Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual. En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>. Pág. 214

¹²⁷ VILLENA FIENGO, Sergio. Globalización y fútbol posnacional. Revista ICONOS 10, FLACSO. Ecuador, 2001. Pág. 116

Uno de esos símbolos de la nueva identidad futbolística y mundial es el dinero; pues la monetización del fútbol ha influido fuertemente para que se piense hoy en día que este deporte es ante todo un espectáculo negocio donde los jugadores son considerados como activos de los clubes y las astronómicas transacciones hagan que alrededor de este se entretejan grandes relaciones económicas y políticas. Esta influencia tan profunda de la economía en el fútbol no es vista como un factor que contribuya al fortalecimiento del deporte como una practica cultural en donde se promuevan sanos sentimientos nacionalistas y de pertenencia con la patria, al contrario según Damo y Oliven fútbol y dinero y mas precisamente la transacción tan rápida de grandes jugadores de un club a otro hace que la identidad primaria que se establece a través de un jugador con su equipo se debilite y pierda significado de pertenencia.

Para los autores el dinero

No es percibido como una influencia mágica, una magia que muchos consideran saludable en el deporte, sino como algo pernicioso, maléfico y capaz de quebrar el encanto romántico que teje los vínculos entre los hinchas y los clubes. El propio deporte al prohibir el dinero (en el caso del amateurismo) contribuyo a reforzar en el imaginario popular la idea de que el dinero es un ente del mal.¹²⁸

Pero el fútbol al estar atado a la línea de los apasionamientos y los instintos primarios que produce el juego en el ser humano continuara siendo una identidad que no admite razones, un ritual nacionalista modificado por la industrialización y la globalización y mediatización del nuevo orden mundial. Esta identidad cada vez es mas despreciada por los intelectuales románticos, los cuales han sumado a su critica la desaparición del deporte-juego y la aparición del espectáculo, la perdida total del sentido de las identidades colectivas y de los sanos nacionalismos que en el fútbol se liberaban de connotaciones políticas y reivindicaban de alguna manera formas de ser y sentir de pueblos que en los relatos oficiales quedan ocultos.

Para Rincón las referencias primarias que le daban sentido a la identidad en el fútbol, como por ejemplo la asistencia placentera a los estadios, y la conjunción del sentimiento hoy ya no existen o si existen han sido gravemente modificada por rituales y hábitos culturales donde los individuos quedan absortos por las leyes del mercado y sobretodo de la televisión donde la relación espectador aficionado es ante todo de confort, la comodidad que da este medio hace del deporte un bien fácil de disfrutar, un articulo mas de la basta gama de entretección de la industria cultural.

¹²⁸ OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. en Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001. Pág. 111-112

El fútbol ya no es solo un juego sino una identidad industrializada, un símbolo frágil que hace camisetas marcadas con la moda de temporada, con el número que ya no significa un lugar en el campo sino otra mercancía, con el nombre del jugador para leer en la pantalla del televisor, y el nombre del patrocinador que se adueña del sentimiento. Nada de lo anterior es esencial para el juego ni para las huellas de identidades que hacen del fútbol una práctica simbólica. En el fútbol globalizado todo es efímero, todo es desechable, todo es para la venta. Las identidades se han convertido en negocio: se venden objetos para expresar afinidades y se ve por televisión para participar más de la industria-entretenimiento, más mercancía, cada vez más lejos del fútbol-juego, del ritual, del sentimiento.¹²⁹

El fútbol como deporte-juego, como espectáculo mediático o como ritual nacionalista, seguirá ocupando un lugar más que privilegiado dentro de nuestra sociedad. La simpleza de sus reglas, su profundo y fuerte arraigo popular, la vitalidad que expresan sus movimientos y su enorme capacidad de apasionamiento y convocatoria van a estar ligados por mucho tiempo a la identidad de los seres humanos y estará siempre fundido a una identidad más amplia y superior, la llamada identidad nacional, la que le da sentido y nombre a lo colombiano, porque nuestro fútbol se parece mucho a lo que somos como nación, un país lleno de contrariedades y semejanzas, un eterno claro-oscuro donde nos reflejamos, llenos de las más grandes alegrías pero también de las más profundas tristezas, soportando la amargura de la derrota y gozando lo efímero de la victoria, porque de fútbol somos y porque como lo dijera un gran técnico y “filósofo” colombiano: “se vive como se juega”.

¹²⁹ RINCON, Omar. Fútbol e identidad. Toda una pasión. EN: Gaceta, 47 de 2000, Pág. 65

4. CONCLUSIONES

A lo largo de toda la investigación los temas tratados y los objetivos planteados como generales y específicos estuvieron encaminados a tratar de dar respuesta a interrogantes que están directamente relacionados con la pertinencia y la relevancia del tema con la ciencia política. Se relaciono la nación, el nacionalismo y la identidad nacional con temas como el deporte y mas específicamente con el fútbol, así se siguió el camino de muchos científicos sociales los cuales han incluido dentro de sus análisis al deporte como un fenómeno social, cultural, y económico. Ha sido mi interés sumarle a estas perspectivas el análisis politológico desde la relación que se establece entre fútbol y nación.

Este deporte es hoy mucho mas que un espectáculo inocuo y banal; el fútbol con todo el pesado entorno que lo rodea fue y seguirá siendo en Colombia un tema país, un elemento de nuestra cultura nacional y popular y aunque se siga menospreciando por intelectuales y académicos este poco a poco se ganara un lugar en los análisis y en lo estudios de científicos sociales colombianos.

En Colombia la nación como construcción política, cultural y social nunca termino de consolidarse; al igual que en la gran mayoría de los países latinoamericanos la ausencia de un proyecto de nación y la complicada presencia de referentes, instituciones y símbolos en donde cristalizar un relato unificador hizo que la identidad nacional colombiana estuviera siempre marcada y atravesada por discursos de nación. Primero radicales y clasistas donde una elite perteneciente a la alta cultura impuso sus valores y desconoció otros elementos igual de importantes para la formación de una identidad universal e incluyente. Este fue el caso que de los discursos o proyectos de nación en los cuales se intento consolidar una nacionalidad completamente criolla, que desconocía elementos de culturas como la indígena o la afro, es decir, el primer gran proyecto de nación en Colombia omitía el factor mas importante que hoy le da sentido y origen a la identidad nacional: su diversidad cultural.

El segundo gran obstáculo para la consolidación de una identidad nacional y un relato homogenizador e incluyente tuvo y tiene que ver aun con un exacerbado sentido de pertenencia regional. La identidad regional o el regionalismo condicionaron a la nación como comunidad de sentimientos, pues el excesivo amor por la región, elementos políticos como el clientelismo, y el olvido del Estado a muchas de estas regiones hizo que los individuos reafirmaran con mayor fuerza esa identidad con subgrupos sociales, donde las identidades políticas y religiosas fueron mas importantes que la nacional.

Es entonces desde este panorama histórico y social desde donde se establecen y erigen otras formas para relatar la patria y tratar de consolidar una narrativa nacionalista, donde condensar todas aquellas formas de ser y de sentir de los colombianos. Estos relatos nacionales que algunos intelectuales han denominado como blandos o intermedios tienen la capacidad de aglutinar la nación como comunidad, de homogenizar su sentido en un solo discurso y transmitir sentimientos de amor profundo por la nación, capacidad que los relatos clásicos o duros de nación han ido perdiendo poco a poco.

El fútbol en Colombia es un relato alternativo de nación, un no lugar desde donde configurar identidad nacional y desde donde entender y enriquecer porque los nacionalismos políticos y religiosos cada vez se hacen menos importantes. Esa capacidad que tiene el deporte de aglutinar, de fundar y sobretodo de ritualizar a través del juego, de la estética y del vértigo son elementos que le dan sentido y pertenencia a lo que significa ser colombiano, porque aunque produzca escalofríos decir que nuestra identidad se expresa a través del fútbol también es cierto que ante tanta ausencia y orfandad de instituciones y referentes sociales positivos desde donde volver a fundar la patria este deporte se ofrece como el escenario que quiérase o no expresa de manera verdadera y concisa un definición de ese concepto que tantas veces es visto mas como un obstáculo que como una manera de integrarnos; en el fútbol se expresa con todo rigor y simpleza, nuestra identidad.

El fútbol continuara siendo, la practica cultural y el ritual social que mas junta a la gente en el mundo. Su transformación en una identidad transnacional aunque debilite de manera profunda su forma vital de socialización cultural no romperá de de forma definitiva su poder de convocatoria; a pesar de la globalización y la industrialización de los bienes culturales de las naciones, el fútbol cada cuatro años reivindicara bajo la forma de una guerra simulada los valores de la patria, reavivara los llamados nacionalismos banales y pondrá de nueva a los intelectuales y científicos sociales a pensar sobre el poder que tiene este deporte en los seres humanos.

5. BIBLIOGRAFÍA

ALABARCES, Pablo y RODRIGUEZ, Maria Graciela. Fútbol y patria: la crisis de la representación de lo nacional en el fútbol argentino. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/>

ALABARCES, Pablo. Fútbol y patria: el fútbol y la invención de las narrativas nacionales en la Argentina del siglo XX. Consultado el 7 de julio de 2009 en: <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/25.pdf>

ALABARCES, Pablo. Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 7 de junio de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>

ALABARCES, Pablo. Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina. Consultado el 7 de junio de 2008 En: <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/prologo1.pdf>

ÁLVAREZ ESCALONA, Gerardo Tomas. La difusión del fútbol en Lima .Tesis para optar el título de profesional de Licenciado en Historia. Universidad de San Marcos. Facultad de ciencias sociales. Lima 2001. Consultado el 26 de noviembre de 2008 En: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/tesis/Human/Alvarez_E_T/Indice_Alvarez.htm

ANDERSON, Benedict. Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre la difusión y el origen del nacionalismo. Fondo de cultura económica. México, 1993.

ANTEZANA, Luis. Fútbol: espectáculo e identidad. Consultado el 26 de Mayo de 2008 En: <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/PI-Antezana.pdf>

ARAYA, Rodrigo y LORETO, Oswaldo. Entre glorias y agonías: fútbol e identidad en la prensa chilena. Consultado el 25 de noviembre del 2008 En: <http://www.icei.uchile.cl/index.html>

ARIAS, Eduardo, SILVA, Mauricio. "Los colores en el fútbol".EN: Gaceta, 47 de 2000.

ARNOLETTO, Eduardo Jorge. Glosario de Conceptos Políticos Usuales, ED. EUMEDNET 2007, consultado el 2 de abril de 2009 en <http://www.eumed.net/dices/listado.php?dic=3>

BARBERO, Jesús Martín. Cuadernos de Nación. Imaginarios de nación, pensar en medio de la tormenta. .Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

BILLIG, Michael. Nacionalismo Banal. Sage Publicaciones, 1995.

BLAS GUERRERO, Andrés. Historia de la teoría política 3 Capitulo 9. Alianza Editor. Madrid, 1991.

BOLÍVAR, Ingrid FERRO, Germán y DAVILA, Andrés. Cuadernos de Nación. Belleza, fútbol y religiosidad popular .Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

BONFIL, Guillermo. La regionalización cultural en México: problemas y criterios. Instituto de investigaciones sociales, México 1973.

BOURDIEU, Pierre. ¿Como se puede ser un deportista? En: Sociología y Cultura. ED. Grijalbo. México, 1995.

CARRION, Fernando. El fútbol como práctica de identificación colectiva. En: Revista Quehacer, lima, 2005.

CARRION, Fernando. El fútbol como práctica de identificación colectiva. En: Revista Quehacer, Lima, 2005.

CARRION, Fernando. El mayor espectáculo del mundo: el fútbol. Revista Quórum 14. Quito, 2001.

CARRION, Fernando. La Gol-balización del fútbol. En: El mayor espectáculo del mundo: el fútbol. Revista Quórum 14. Quito, 2001.

CASTELLS, Manuel. Globalización, identidad y Estado en América Latina. EN: Revista Temas de desarrollo humano sostenible, Secretaria General de la Presencia de Chile, 1999.

CONDE, Mariana. La vieja-nueva idea de la nación y sus 'hinchas'. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.clacso.org.ar/bibliotecbiblioteca@clacso.edu.ar>

DÁVILA LADRÓN DE GUEVARA, Andrés. Fútbol selección y nación: reflexiones desde la derrota. Consultado el 25de noviembre de 2008 En: www.realinstitutoelcano.org

DÁVILA, Andrés LONDOÑO, catalina. La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia (1985-2000). Consultado el 27 de junio de 2008 En <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/PII-DavilaLondono.pdf>

DÁVILA, Andrés. "Fútbol y cultura nacional". EN: Revista Universidad de Antioquia, N° 236, de 1994.

ELÍAS, Norbert y DUNNING, Eric. El ocio y el deporte en el proceso de la civilización. Fondo de cultura económica. México, 1995.

FERRO, Germán. CD de memorias "Seminario fútbol e identidad nacional". Ministerio de Cultura, Armenia, 1999.

FERRO, Germán. "Ídolos del fútbol, e identidad nacional".EN: Gaceta, 47 de 2000.

GALEANO, Eduardo. El fútbol a sol y sombra. Consultado el 10 de junio del 2008
En: <http://www.elortiba.org/pasion.html>

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Diferentes, desiguales y desconectados

GELLNER, Ernest. Cultura, identidad, y política: el nacionalismo y los nuevos cambios sociales. Alianza editores. Madrid, 1994.

GELLNER, Ernest. Naciones y Nacionalismo. Alianza editorial, Madrid, 1988.

GIDDENS, Anthony. Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Editorial Aguilar, Bogota, 2000.

GIMENEZ, Gilberto. Apuntes para una teoría de la región y la identidad regional. En: estudio sobre las culturas contemporáneas. Universidad de colima México, 1994.

HOBSBAWM, Eric, Naciones y nacionalismo desde 1780. Barcelona, Editorial Crítica, 1991.

HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. Editorial Alianza. Madrid, 1990.

JARAMILLO ROCINES, Rafael. Hacia una historia del fútbol colombiano. Alasde. Bogota 2008

JARAMILLO, Darío Fernando. CD de memorias, Seminario fútbol y nación, Armenia 2001

JIMENO, Myriam. Región, nación y diversidad cultural en Colombia. En: Territorios, regiones, sociedades. Departamento de Ciencias Sociales, Universidad del Valle, Bogota 1994.

LEITE LOPES, Sergio. Fútbol y clases populares en el Brasil. Color, clase e identidad a través del deporte. Consultado el 10 de octubre del 2008 En: http://www.nuso.org/upload/articulos/2673_1.pdf

LÉVI-STRAUSS, Claude. La identidad. Ediciones Pretil, Paris 1997 Pág.

MANTILLA Ramón. El Estatuto de la nacionalidad colombiana. Universidad Nacional de Colombia, 1995

MEDINA, Gonzalo. Fútbol y nación: ¡Un pase al vacío! Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://agendacultural.udea.edu.co/index.htm>

MELO, Jorge Orlando. Etnia, región y nación: el fluctuante discurso de la identidad: notas para un debate. En: Predecir el pasado, ensayos de historia de Colombia. Colección historia N°4. Bogota, Fundación simón y Lola Guberek, 1991.

OLIVEN G, Rubén, DAMO, Arley S. Fútbol y cultura. Grupo Editorial Norma, Bogota 2001.

ORTIZ, Renato. Otro territorio. Convenio Andrés Bello. Bogota, 1998.

PELÁEZ RESTREPO, Hernán. El milagro del fútbol colombiano .Editorial Oveja Negra. Bogota, 1994

RINCÓN, Omar. Cuadernos de Nación. Relatos y memorias leves de nación. Ministerio de cultura. Bogota, 2001.

RINCÓN, Omar. Fútbol e identidad. Toda una pasión. EN: Gaceta, 47 de 2000

RODRIGUEZ, Jacques Paúl. Fútbol e identidad regional en el ecuador. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.experimentosculturales.com/futbol/pdf/Futbol%20e%20identidad.pdf>

RODRIGUEZ, Maria Graciela. Pensar la Nación desde el deporte. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/>

SANTACRUZ, Eduardo. Fútbol y nacionalismo de mercado en el chile actual. En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>.

SMITH, Anthony. La identidad nacional. Trama editorial, Madrid, España, 1997.

TURNER, Víctor. La selva de los símbolos. Siglo XXI. Madrid, 1980.

VILLENA FIENGO, Sergio. Fútbol, mass media y nación en la era global. En: El mayor espectáculo del mundo: el fútbol. Revista Quórum 14. Quito, 2001.

VILLENA FIENGO, Sergio. Globalización y fútbol posnacional. Revista ICONOS 10, FLACSO. Ecuador, 2001.

VILLENA FIENGO, Sergio. Con manos de tierra y corazón de león. Imaginario nacionalista y fútbol en la prensa costarricense. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/>

VILLENA FIENGO, Sergio. El fútbol y las identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina. Revista ICONOS 14. Revista FLACSO-Ecuador agosto del 2002.

VILLENA FIENGO, Sergio. Fútbol mass media y nación en Costa Rica. Consultado el 2 de noviembre de 2008 En: <http://www.efdeportes.com/>

VILLENA FIENGO, Sergio. Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. En: Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Consultado el 25 de noviembre de 2008 En: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/alabarces/futbol.html>.

VILLENA FIENGO, Sergio. Imaginando la nación a través del fútbol. Consultado el 5 de julio de 2008 En: <http://168.96.200.17/ar/libros/alabarces/PIII-Villena>

VILLENA FIENGO, Sergio. La imaginación mediática de la nación. Consultado el 5 de julio de 2008 En: <http://www.lablaa.org/contactos.htm>

WEBER, Max. La nación. En ensayos de sociología, Río de Janeiro, 1982.