

EL FÚTBOL COMO PRÁCTICA DE IDENTIFICACIÓN COLECTIVA

Fernando Carrión M.

“El equipo nacional no es simplemente el resultado de la creación de un Estado: a menudo ayuda a forjar la nación”. Boniface (1999)

El fútbol es una de las *prácticas sociales de identificación colectiva* más importantes, por que es un fenómeno que trasciende su condición de juego para convertirse en un hecho *total* -social, cultural, político y económico- y por que rompe con las fronteras de su origen como actividad de ocio circunscrita a un territorio y a un segmento social (de las elites londinenses) para convertirse en una actividad *global*.

En esta dinámica incluyente del fútbol -de totalidad y globalidad- la sociedad se retrata y representa, pero también se cohesiona para dar sedimento al sentido nacional (Dávila, 2003). El fútbol es un sistema de relaciones y representaciones, que produce una integración simbólica de la población alrededor de los múltiples componentes que tiene, produce o atrae; sea a partir de la práctica deportiva como de las esferas que lo rodean directa o indirectamente.

La integración simbólica la construye a través de las prácticas y mensajes que genera el fútbol en el contexto de una pluralidad de ámbitos cambiantes. Según Giménez (1999), las identidades provienen de una doble situación: por un lado, de la **condición de pertenencia** que expresa la adscripción al territorio, género, clase, generación o familia y, por otro, de la **cualidad funcional** que lo asume desde el rol de hinch, jugador, dirigente o empresario. Estos dos orígenes identitarios pueden, en ciertas condiciones, ser

excluyentes, contradictorios o funcionales, dependiendo del momento y del lugar, dada la condición histórica que tienen.

De esta doble cualidad, a partir de las cuales se construyen las identidades, es factible plantearse la pertinencia de las siguientes preguntas: ¿Cómo se construye mi identidad como ecuatoriano (pertenencia territorial) alrededor de la selección nacional si soy periodista, dirigente o hincha (función)? O, de otra manera ¿Cómo se expresa la identidad con la selección de mi país si ella es un colectivo de jugadores con estilos, razas y personalidades diversas? ¿Cómo proceso mi identidad si soy ecuatoriano, hombre, joven y empresario a diferencia de ser mujer, adulta y obrera? Por otro lado, ¿Qué significa ser hincha del Aucas (equipo popular y de garra) o de Liga (equipo de elite y estilo depurado) y además ser hincha de la selección nacional que tiene un estilo distinto al de mi equipo y cuenta con jugadores de otros equipos?¹

La identificación que produce el fútbol es *colectiva y múltiple*, gracias a la condición de *arena simbólica y simbiótica* que tiene. Arena en el sentido de ámbito de confluencia social de los diversos. Colectiva en tanto que es una práctica donde varios conjuntos sociales se identifican entre sí y en contraposición a otros (por eso múltiple). Es definitiva, un espacio público (arena) que integra (simbiótico) y representa (simbólico) a partir de una pluralidad de elementos que confluyen simultáneamente.

Las adhesiones múltiples se consiguen por varias vías, entre las que se pueden mencionar las siguientes:

Identidad del club a partir de su origen. Si su propuesta nace en el **astillero** por la alianza del inmigrante catalán con el trabajador del puerto será del Barcelona y de extracción popular. Si la propuesta futbolística viene de una institución militar en una época donde el nacionalismo tuvo importante peso, el ser **criollo** será el referente del Nacional. Si una

¹ Ver el trabajo de Antezana (2003) donde se hace un análisis de las dos tipos de identidades: las relativas a los clubes, definidas como “tifosis” y al de las selecciones nacionales como “meta identidades”. Es en esta dinámica de la identidad con un club y con una selección que, por ejemplo, el hincha y el dirigente del primero termina confrontándose con los segundos.

universidad desde su facultad de medicina proyecta un club hacia el mundo -con su uniforme blanco como mandil de médico- sus seguidores serán de **clase media universitaria** y de la Liga Deportiva Universitaria. En definitiva, la adscripción social a un club no deja de lado la imagen del origen que proyecta; es decir, la representación vinculada a ciertos segmentos sociales mayoritarios que llevan a calificar al equipo como popular (Aucas), millonario (EMELEC) o taxista-barrial (Deportivo Quito).

Identidad del club por estilo. Por ser el fútbol un juego colectivo que opera en equipo, la suma de las partes hacen un todo identificable a través de la línea o la escuela²; lo cual también viene desde su origen. Los equipos tienen desde siempre líneas de juego definidas -reales o ficticias- que los caracterizan y son elementos a partir de los cuales atraen a los sectores de la población que se identifican con ellas; allí están los equipos que hacen de la garra su escuela futbolística (Aucas, Paraguay) o de la técnica (Liga, Argentina) o del físico (Nacional, Alemania), lo cual lleva a los dirigentes a buscar jugadores y entrenadores que mantenga esta tradición. De allí viene la calificación del estilo de juego de cada equipo mediante ciertos estereotipos: el Nacional es la “máquina gris”, la Liga es una “bordadora”, el EMELEC es el “Ballet Azul” o el Quito es “puro corazón”

Identidad por el jugador. También se generan identidades a través de cada uno de los jugadores. Los futbolistas, como individuos aislados, representan colectivos sociales que son portadores de imaginarios que transmiten a partir de su personalidad, del puesto en que juegan, de la condición étnica, de la edad y de la técnica que tienen. Esta situación lleva a tres posiciones extremas:

1. Si Maradona juega en el Nápoles soy del Nápoles y si lo hace en el Barcelona soy del Barcelona. Con este caso se muestra la sobre representación del jugador sobre el equipo. La identidad va de la mano del jugador hacia el Club.

² “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”. Galeano, 1995

2. Si Figo sale del Barcelona para ir al Real Madrid es un traidor. Este ejemplo permite mostrar el peso que tiene la pertenencia al club por sobre la del deportista.
3. Si Ronaldo juega para Nike, en el equipo de los Galácticos, consumo productos Nike. En este caso existe un peso del mercado sobre el club y el jugador, que hace pensar que el deportista ficha por una marca. Ronaldo no es del Real Madrid porque –antes que nada- es de Nike y no es un deportista sino un modelo de las prendas deportivas.

Identidad de uniforme. Las identidades del equipo se expresan a través de los colores de la camiseta que, de esta manera, se convierte en el símbolo con el que se identifica el hincha y que, en algunos casos, sirve para identificarse por el mundo con orgullo sin par³. Con los colores del equipo, el aficionado, el hincha o el fanático terminan 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 número 12.

Identidad por membresía. No se pueden dejar de lado las referencias a la membresía territorial en la formación de identidades en el fútbol. Si hoy juega un equipo ecuatoriano contra uno extranjero el nacionalismo prima, aunque cada vez con menos fuerza. La mayoría de los equipos son locales (por eso juegan de locales) y muy pocos rompen los límites de la localidad para convertirse en clubes nacionales. El Barcelona en Ecuador es un club nacional y el Barcelona de España es local y global a la vez, pero no español.

Identidad por socialización. Otra matriz de referencia identitaria en el fútbol y que tiene mucho peso son las herencias familiares y las estrategias de socialización del barrio, estudio, trabajo o amistad. Allí se produce una transmisión generacional o social de la membresía simbólica. Un hincha tiene probabilidad de construir una “identidad derivada” hacia otros clubes que guardan ciertas similitudes identitarias. Así, un hincha de Liga será seguidor del Universitario de Deportes de Perú o del River Plate de Argentina, y uno de Aucas lo será de Boca Junior de Argentina y de Alianza de Lima del Perú.

³ Para descubrir que en la actualidad existen algunas hinchadas globales.

Identidad con el éxito. Con la entrada de la eficiencia en todos los dominios de la vida cotidiana, el éxito ha terminado por ser un factor fundamental de adhesión. Ganar no es lo importante, es lo único. El ser un equipo campeón tiene más probabilidades de convocar a una mayor hinchada que un equipo que pelea por descenso. El juego bonito o con estilo definido hoy es menos importante de lo que fue ayer en la determinación de los referentes identitarios, por que el poder simbólico del fútbol está vinculado a su objetivo supremo: *traspasar la meta con la pelota: el gol*⁴. En ese sentido meta y gol terminan siendo sinónimos del camino hacia el triunfo sobre el otro, lo cual no significa, bajo ningún punto de vista, que se busque la eliminación del rival. Solo se quiere su derrota, no su muerte; porque la desaparición del otro conduce a la desaparición de uno mismo.

Identidad por oposición En la confrontación está la esencia del fútbol y la base de las identidades. El rival y la rivalidad son la vida misma del fútbol. En el primer caso, **el rival**, se debe señalar que la unanimidad no existe, porque como en la vida la alteridad es su condición de existencia. La confrontación o el encuentro entre los distintos es lo que le da la razón de existencia al fútbol y a cada uno de los rivales. El contrincante es la base fundamental de la existencia del fútbol, de allí que sea un espacio proclive a la alteridad. En **la rivalidad** existe un proceso histórico de reconocimiento del otro (el rival), que toma fuerza mediante la expresión máxima de la confrontación: el clásico. Aquí se confrontan las identidades sociales de los ricos contra los pobres: Universitario de Deportes vs Alianza Lima (Perú), Nacional vs Peñarol (Uruguay) y Fluminense vs Flamengo (Brasil); de una región contra otra: Real Madrid vs Barcelona; Chivas vs América (México), Liga vs Barcelona (Ecuador). El clásico es la expresión máxima de la disputa simbólica.

Esto significa que el poder simbólico que porta el fútbol permite que la población se identifique de manera simultánea y múltiple alrededor de su disputa. Por esta razón se convierte en un elemento importante de atracción social que le lleva a ser un espacio de encuentro y confluencia de voluntades, pasiones e intereses diversos y contradictorios.

⁴ La interjección gol viene del inglés goal, que significa objetivo, y la meta, que es la portería, significa el fin último. Y esta es la gran diferencia con el fútbol americano, que busca principalmente la conquista del territorio y el gol es simplemente la constancia de aquello.

Por eso, un partido de fútbol se define a sí mismo como *encuentro*; lugar donde las adhesiones sociales terminan siendo distintas pero no excluyentes.

Bibliografía:

Antezana 2003: “Fútbol: espectáculo e identidad” en: Alabarces, Pablo (ed), **Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina**, Ed. CLACSO, Buenos Aires, 2003.

Boniface, Pascal: “Geopolítica del fútbol” en: Seguro, Santiago, **Fútbol y Pasiones Políticas**, Ed. Debate, Madrid, 1999.

Carrión, Fernando: “La gol-balización del fútbol ecuatoriano”, en: **Revista Quehacer**, Lima, 2005.

DÁVILA, Andrés y LONDOÑO, Catalina: “La nación bajo un uniforme, fútbol e identidad nacional en Colombia, 1985-2000”, en: Alabarces, Pablo (ed), **Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina**, Ed. CLACSO, Buenos Aires, 2003

Galeano, Eduardo, **El fútbol a sol y sombra**, Ed. Siglo XXI, 1996.

Jiménez, Gilberto, “Materiales para una teoría de las identidades sociales”, en: Valenzuela, José Manuel (comp), **Decadencia y auge de las identidades**, ed. Plaza y James, México, 1999.