



El pan y circo nuestro de todos los días

Ciudadanía, 22/02/2011



Ricardo Félix / Elsa Jiménez Dedicado a la (fanaticada) hinchada hispanoamericana

La máxima euforia futbolera del lustro acaba de llegar a su fin. Durante un mes entero habitantes de los cinco continentes seguimos con gran expectación un solo evento; la copa del mundo. Este acontecimiento presenta la oportunidad de realizar algunas reflexiones sobre el fútbol que nos permiten compararlo con un pequeño campo de experimentación social. Pues sucede que el fenómeno del espectáculo futbolístico (subrayamos la palabra espectáculo para enfatizar que es un show deportivo) nos ha convertido en observadores y partícipes de una serie de normatividades, estructuras y relaciones que configuran y son configuradas por elementos culturales, sociales y económicos que imperan en las sociedades actuales. Lo que pretendemos en este texto es mostrar cómo al entrar en contacto con esa pasión heredada llamada fútbol, somos espectadores activos y pasivos de pautas que se producen y reproducen en las estructuras sociales: construcción de identidades, relaciones desiguales entre sexos, exclusión de género, exaltación de la violencia, crecimiento de los mercados de consumo, manipulación de los cuerpos y las ideologías entre otros. El mundo está lleno de fanáticos del fútbol y su número va en aumento. Obviamente existe un requisito esencial que distingue a todo hincha o fanático; hinchar por un equipo determinado te introduce en un modelo conductual específico, que a su vez se traduce en la adquisición de una identidad. Como si no fuera suficiente con el patriotismo barato que se nos trata de infundir a través de nuestros patrióticos himnos nacionales para que además le cantemos a la camiseta de algún angelito como el América de Emilio Azcárraga Jean, la Boca jrs de Mauricio Macri, el AC Milan de Silvio Berlusconi o el Chelsea de Roman Abramovich (esas son las verdaderas estrellas a las que cantamos los himnos). Además adquirimos camisetas, gorras, vasos, banderitas y demás accesorios que nos dan la sensación de ser fieles a nuestros respectivos clubes, cuando a lo único que somos fieles es a la mercadotecnia. Todos estos elementos cumplen una función importante ya que señalan la adscripción a un equipo, siempre frente a los adversarios. Es así como las camisetas de nuestras selecciones se guardan en el closet hasta que una contienda internacional surge en el horizonte, mientras tanto se consumen y portan aquéllas que representan a los equipos locales. Asistimos así a un proceso de construcción de identidades que se caracteriza por la configuración de una identidad propia ante a la ajena, es decir, frente a los otros a quienes se percibe como adversarios. Las barras de Boca y River en Argentina o América y Pumas en México por ejemplo aprenden a odiar o rechazar al tipo que trae un color de camiseta diferente a la suya, ahí deja de operar la argentinidad o mexicanidad para poner en juego mecanismos que nos construyen a partir de la idea de conflicto, la agresión, con la cultura del "otro". Te acercas a aquéllos a quienes identificas como miembros del mismo equipo y ubicas a los seguidores de los equipos contrarios como enemigos o rivales. A estos es menester minimizarlos, ofenderlos, criticarlos, agredirlos, es común mofarse de la identidad que caracteriza al equipo contrario y consolidar apuestas en partidos cumbres, rituales futboleros que no pueden faltar. Se podría pensar en está la lucha simbólica como un factor de sublimación de la agresividad pero 249 muertos en Argentina nos da una idea de la magnitud de la violencia que se genera (<http://blogs.lanacion.com.ar/archivoscopio/archivoscopio/violencia-en-el-futbol-argentino-249-muertos/>). Ni hablar del discurso ofensivo que se acostumbra utilizar entre los fanáticos de las diferentes naciones cuando sus selecciones se encuentran frente a frente en un partido, exaltando los gloriosos logros de sus respectivas naciones e idolatrando a héroes como Pelé, Diego Armando Maradona, Hugo Sánchez, Mágico González, Enzo Francescoli, Pibe Valderrama, Marco Antonio Etcheverri, Beckenbauer, Roger Milla, Abedi Pelé, Butragueño, Luis Enrique, Romerito, Cubillas, Cantona, Baresi, Crujiff etcétera. Nace el patriotismo barato cosechado por los medios de comunicación y los desubicados esconden sus carencias detrás de los logros de sus exitosos jugadores y selecciones. Hasta donde sabemos la dominación ideológico-económico-política no se ha resuelto en una cancha de fútbol. A un equipo se le debe fidelidad, hay que "ponerse la camiseta"

e invertir en la propia afición, implica esfuerzo constituirse y mantenerse como un hincha o fanático. Comprar equipo deportivo, invertir tiempo y dinero para acudir a los partidos especialmente en los más importantes, es decir, aquéllos en los que se compite por un título o ante el rival más odiado. Ni qué decir de las ganancias millonarias que deja un campeonato mundial en el país sede. La industria futbolera se ha convertido, a costa de lucrar con las lealtades e identidades de las personas, en un negocio millonario para los dueños de los equipos (no en pocos casos políticos), los jugadores, las empresas. A través de los convenios entre equipos y empresas los fanáticos del fútbol son bombardeados por la mercadotecnia. El espectador de un partido observa durante más de hora y media no sólo la competencia y capacidad de los equipos participantes, asiste también –involuntariamente- a un juego de marcas y nombres de empresas que van y vienen de un lugar a otro en la cancha a través de las camisetas de los jugadores, en los muros de contención, en la pantalla, en los comerciales. Los jugadores y directores técnicos suscriben contratos millonarios con los equipos y con las firmas empresariales sacrificando la calidad deportiva en pro de la cantidad monetaria. A estos llamados héroes de la patria los vemos en la cancha, en comerciales, en la publicidad de supermercados y abarros, en la comida chatarra, empaques, como calcomanías y hasta fungiendo como actores sociales y políticos, como embajadores de tal o cual iniciativa (véase el triste espectáculo de Javier Aguirre fungiendo como embajador del triste México teledirigido). Y de forma inversa, también los políticos que desean permanecer en boga realizan algún comentario referente al desempeño de la selección o se aprovecha la época de euforia futbolera – cuando todo mundo está atento al desempeño del tricolor- para aprobar alzas de precios a la gasolina y discutir otros temas de polémica en el Congreso de la Unión. En la inauguración del mundial Felipe Calderón ondeaba la bandera con orgullo mientras en ese país sin justicia llamado México se cometían 77 asesinatos, sin contar el sub-registro que predomina en algunos municipios. Como ejemplo de lo anterior, Nicholas Sarkozy manda llamar a Thierry Henry por el desempeño de los Bleus, el presidente de Corea del norte Kim Jong-il prometió mandar trabajar a las minas a sus jugadores en caso de un mal desempeño, José Mujica recibe a los “héroes” de Uruguay en el aeropuerto, los reyes de Holanda y España vitorean a los 22 guerreros millonarios que luchan en la cancha representando y enarbolando así “las identidades” de sus respectivos pueblos dejando de lado “las necesidades”, Cristina Fernández de Grondona pide que Maradona se quede al frente de la selección ¿alguien duda todavía de la relación entre fútbol y política? El negocio futbolero se convierte también en un promotor del capitalismo global y la añorada “pseudodemocracia”. El fútbol llegó al continente Africano dicen los titulares, como si este fuera un símbolo de igualdad y desarrollo social, como si el paradisiaco primer mundo asomará su cara trayendo aires de libertad e independencia al continente, como si los medios de comunicación no dejaran de hacer un énfasis incisivo en el folclor y la fauna de África como si fuera un niño al que no se quiere reconocer como adulto. Los niños juegan fútbol con sus pelotas de trapo mientras los funcionarios de la FIFA se pasean en coches de lujo codeándose con la “nobleza” sudafricana. El orgullo nacional detentado simbólicamente en el desempeño de once jugadores en la cancha merece inversión. ¿Cuánta inversión se requiere para elevar la calidad de un equipo de fútbol para alcanzar los estándares de los mejores jugadores del mundo? ¿Qué implica para un país de primer mundo y para uno menos desarrollado llegar a estos estándares? ¿Es que el nivel futbolístico está relacionado con el nivel de democracia? El fútbol no se desarrolla por su cuenta en un país, constituye una apuesta sólida sostenida por las empresas que se verán beneficiadas con esta actividad. El fútbol no llega sólo, lo acompañan cámaras, reflectores y grandes empresas que comercializan ropa deportiva, cerveza, bebidas energéticas y mucho más. Irónicamente una de las industrias más beneficiadas con el deporte del fútbol es la cervecera. Con la idea de reunir a la familia futbolera en el televisor, en el bar, en la plaza o la calle, los litros de cerveza no paran de servirse en nombre del juego sagrado, embruteciendo así una ciudadanía ya por demás pasiva. Por otro lado, así como el fútbol apela a la construcción de identidades en el marco de la otredad, también lo hace dentro de la alteridad impuesta por las construcciones genéricas. Así observamos una estricta demarcación del fútbol considerado como un juego de “hombres” pues aunque existen ligas femeniles, gozan de mucha menor difusión y afición. La arena de juego se imagina como un campo de batalla, en donde dos equipos rivales luchan por ganar un partido. Y en el imaginario de la mayoría de las culturas la guerra, el conflicto y combate son arenas masculinas, reservadas para los hombres, quienes a través de ellos muestran su virilidad, exhiben su masculinidad y consiguen la gloria, la fama el poder y los honores reservados a los mortales que se han probado como tales batiéndose en la lucha—perdón, en la cancha- no del todo justa (que pregunten a Luis Suárez si sintió vergüenza por la mano que quitó la oportunidad a Ghana de disputar la semifinal). Así el jugador defiende, ofende, dispara, obstruye, recula, engaña, triunfa o es derrotado. Esto refleja nuestra realidad social en el sentido de que el fin justifica los medios, no importa como sino llegar. El futbolista debe poseer las cualidades de un hombre y potenciar su imagen, de lo contrario, dentro del florido lenguaje futbolero se les considerará puto, marica, vieja, sin huevos, etcétera. Los esclavos del circo romano se han transformado en hombres de negocios en el pan y circo del fútbol y los pueblos

vitorean a los gladiadores olvidando los problemas apremiantes en sus sociedades, además son sólo unos pocos los que consiguen figurar entre los equipos seleccionados. Para jugar fútbol de primera clase hay que ser un privilegiado, tener conocimiento del juego, técnica, pasión y, sobre todo, condición. En el fútbol se requiere fortaleza y tener un buen estado físico para correr más de noventa minutos, astucia para soportar los embates del rival y sobre todo mucha fuerza para aguantar los codazos, moretones y rasguños infaltables en un partido. En esta arena no sólo los jugadores contrarios amenazan la integridad del jugador, también lo hace el mismo ritmo del juego, las lesiones, dolores musculares, calambres que están siempre presentes. Como ya lo han mencionado algunos estudiosos de la masculinidad, el riesgo que está dispuesto a correr el hombre para sortear algunas de las pruebas de su virilidad se concibe como un atentado contra el bienestar mismo de la persona. Este se construye y se refuerza en base a llevar el cuerpo al límite, a poner en riesgo la vida, a batirse en duelo por la camiseta, si no preguntar a los familiares de jugadores como Antonio Puerta, Antonio "el tano" De nigris, Endurance Idahor, Goran Tunjic, Salem Saad y el mismo Daniel Jarque homenajeados por Andrés Iniesta en el pasado mundial. En esta arena eminentemente masculina suceden, sin embargo, una serie de eventos que podemos considerar "transgresores" de la identidad masculina socialmente aceptada. Los goles, éxitos y derrotas se acompañan de abrazos, besos, pellizcos y tentones entre jugadores. Acercamientos físicos catalogados como incompatibles con la masculinidad o abiertamente homosexuales fuera de esta arena, son completamente normales y validados dentro de la cancha. Así observamos por ejemplo los constantes besos y abrazos de Diego Maradona a sus jugadores, al portero Iker Casillas llorando el triunfo, los besos y abrazos entre los mismos aficionados. Resulta interesante reflexionar en torno a este quiebre o más bien giro que toma la identidad masculina en estas arenas. Es decir, cómo la expresión de las emociones se encuentra a flor de piel y se desborda sin los controles y candados bajo los cuáles la sociedad constriñe la construcción masculina. La construcción occidental de la masculinidad descansa en el supuesto de la rudeza del hombre y en su habilidad mental, en contraposición a la sensibilidad y a la emotividad, consideradas femeninas. Pero que aún así están presentes invariablemente en la raza humana independientemente de su sexo y que viene a desbordarse en la arena futbolera sin que ello sea objeto de tabú. Por último, a las barras, a los hinchas, fanáticos y seguidores de fútbol: ¿no es necesario detenernos a pensar y replantear hacia donde estamos canalizando nuestras energías y esfuerzos? ¿No nos estamos peleando con la cabeza del monstruo equivocada? ¿Qué es la pasión del fútbol comparada con las desigualdades de nuestras sociedades? ¿Preferimos besar la copa del mundo o construir una sociedad de ciudadanos socialmente conscientes? Mientras no estemos dispuestos a hacer frente a esas "revoluciones ideológicas" tan necesarias y la comodidad del sillón del televisor y el amor a la camiseta desborden nuestras voluntades, entonces seguiremos en el limbo del fútbol como pan y circo nuestro de todos los días...