



Facultad de  
Humanidades  
Ciencias Sociales  
y de la Salud

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SANTIAGO DEL ESTERO

## Fútbol y Mundial

# Una reflexión desde la Economía, la Sociología y la Política

El fútbol es sin duda, en gran parte del mundo, el deporte popular que genera más adhesión, la “pasión de multitudes” que enfervoriza a las hinchadas a tal punto que llega incluso a despertar, en algunos casos, actos de fanatismo e irracionalidad. Pero más allá del genuino sentimiento que genera la afición a un determinado equipo, el fútbol se ha transformado en un verdadero fenómeno social que suscita diferentes análisis desde la Sociología, la Economía, la Política, la Psicología hasta la Lingüística y los estudios de género. Todas esas facetas se profundizan y adquieren características especiales en el Mundial porque los “equipos-nación” representan a la totalidad de un pueblo, sin diferencia alguna y generan, en consecuencia, fuertes sentimientos de unidad e identificación social. Me referiré, a continuación, a algunos de los aspectos señalados.

El fútbol desde la Economía

Al profesionalizarse, este deporte fue convertido en negocio, en un nuevo producto de mercado que debe reportar la mayor rentabilidad posible. Los clubes se transforman en empresas y los intereses económicos priman sobre los valores deportivos. Los futbolistas son mercancías que se explotan mientras son rentables; se compran y venden y se transforman en mitos generadores de moda, publicidad y “merchandising” (con importantes beneficios, por cierto, para los jugadores, también).

En búsqueda de mano de obra barata, algunos equipos europeos aplican una nueva modalidad de “neocolonialismo” al reclutar nuevos talentos en países suramericanos o africanos. (Sabido es que para muchos niños o jóvenes de baja condición social, el fútbol significa una de las pocas posibilidades y esperanza de salir de su situación).

Las circunstancias que demandan una gran inversión de dinero, como los Mundiales de fútbol, por ejemplo, suelen ir acompañadas, además, de sospechas o certezas de poca transparencia en el manejo de los fondos o acusaciones de corrupción. El actual Mundial de Brasil generó profundos cuestionamientos sociales, antes y durante el desarrollo del mismo porque muchos brasileños consideraban que el país tenía otras urgencias sociales más apremiantes que atender, antes de invertir sumas millonarias en la construcción de estadios que, como el de Mato Grosso, por ejemplo, jamás recuperaría la inversión porque se encuentra en una zona donde no se jugarán otros partidos.. El siguiente grafiti expresa el sentir popular:



Lamentablemente, lo ocurrido recientemente confirma las sospechas de corrupción expresadas anteriormente: se cayó un viaducto en Belo Horizonte construido especialmente para el Mundial lo que causó la muerte de, al menos, 2 personas. La inauguración se realizó dos meses antes de lo previsto y obviamente, sin que estuviera en condiciones. Estas víctimas fatales se suman a los ocho trabajadores fallecidos anteriormente en los estadios de Cuiabá, Brasilia, Manaus y San Pablo. Por otra parte, se está investigando, también, una red de corrupción relacionada con la reventa de entradas que involucra a personas muy vinculadas a la FIFA. (Las entradas son revendidas en hoteles cinco estrellas por un valor que oscila entre los 3.000 y 5000 dólares). El traslado de gradas que tiene un costo de 4700 dólares, según datos suministrados por la prensa, fue facturado en un millón y medio de dólares. En síntesis, según datos suministrados por el Tribunal de Cuentas de Brasilia, de los 11.000 millones de dólares que está costando el Mundial, se calcula que una tercera parte, es decir más de 3.500 millones de dólares, son sobreprecios.

El fútbol desde la mirada sociopolítica

Al advertir que el fútbol es el “deporte del pueblo”, los poderosos descubrieron que pueden usarlo como instrumento de poder para controlar y manipular. A modo de “circo romano” puede ser utilizado como medio para entretener al pueblo y distraerlo de problemas más acuciantes.

La Italia de Mussolini organizó el Mundial de 1934 para hacer propaganda al mensaje fascista de raza superior.

El Gobierno Militar Argentino organizó el Mundial de 1978 para mostrar una imagen positiva del país cuando desaparecían y torturaban a miles de argentinos. Se pretendía que sólo se hablara de fútbol. Los medios también contribuyeron eficazmente a la manipulación de la sociedad.

En sentido contrario, los Mundiales también pueden canalizar reivindicaciones nacionalistas genuinas como las de Argelia: la selección argelina era un símbolo de la lucha argelina por su independencia de Francia.

### La violencia en el fútbol

Un aspecto residual negativo del fútbol es la violencia creciente que hace que resulte peligroso, para la familia, participar de un partido. En realidad, la violencia en el fútbol se retrotrae a sus inicios en Inglaterra, en el S. XIII en que los partidos parecían campos de lucha entre quienes pertenecían a equipos distintos. Del “hooliganismo” (hincha británico de comportamiento violento y agresivo) deriva las “barras bravas” argentinas.

¿Por qué se produce esta violencia? Por múltiples factores:

Cuando las personas se comportan como “masa”, se produce la “desindividuación” lo que las lleva a hacer cosas que no harían jamás si estuvieran solas. Este “yo grupal” es irracional, funciona por emoción, anónima e impulsivamente.

Individualmente, una persona transforma su ira (emoción normal que nos protege ante un peligro) en violencia, por varias razones:

- Como modo de expresar en la cancha, violencias, emociones, vividas en su casa, en el trabajo, en su infancia, etc.
- Por acostumbramiento: Cuanto más se ve la violencia a nuestro alrededor más se la acepta como algo natural y normal y luego se la reproduce de igual manera.
- Por interpretar con facilidad, intenciones hostiles de parte de los demás. Sobre todo, en las personas con competitividad exacerbada y poca tolerancia a la frustración (como impedimento para alcanzar una meta)

### El fútbol y los medios de comunicación

En la “era de la imagen”, parece que nada existe si no aparece en los medios. Como el Mundial de fútbol es la noticia del día, es curioso cómo los productos y las Instituciones más disímiles han tratado de relacionarse con el Mundial como publicidad, para presentarse como prendas de unión, hermandad y patriotismo. Así se han visto propagandas relacionadas con el Mundial de: Vinos Termidor, Cerveza Quilmes, jabón Ariel, Coca Cola, Tarjeta Naranja e Instituciones como Banco de la Ciudad y de la Provincia de Bs. As., YPF, Presidencia de la Nación, hasta Abuelas de Plaza de Mayo.

### El fútbol como ritual festivo y elemento de identificación social

El deporte actual, especialmente el fútbol, se ha apropiado de muchos de los aspectos implícitos en los rituales tradicionales (religiosos, mágicos, festivos) lo que otorga un aura sagrada a personas y actividades. Diversos Autores han señalado semejanzas entre una ceremonia religiosa y un partido de fútbol, desarrollado en el recinto sagrado de un estadio en el que, el punto culminante es el gol, verdadera catarsis colectiva. Los aficionados depositan sus expectativas y sueños en los jugadores quienes revisten características de “héroes” o “salvadores”. “Angelito se sumó al Mesías Messi” era un título de un diario local cuando el jugador Di María concretó el gol, con el pase de Messi. El nombre de Di María se suma a la denominación dada a Messi para

configurar esa atmósfera religiosa en la que personas comunes cifran sus esperanzas en seres considerados superiores.

El fútbol en general y en mayor medida, el Mundial, fortalecen el sentido del “nosotros”, de *communitas* (Turner, 1988) que parecía haber desaparecido en las sociedades modernas. El fútbol se presenta como un ritual para expresar la conciencia identitaria grupal y reforzar el sentido de pertenencia colectiva. Al tratarse de un Mundial estos significados se profundizan porque todas las emociones y expresiones van en la misma dirección y potencian lazos de unidad y hermandad.

### Conclusiones

El fútbol y en especial el Mundial han mostrado su enorme capacidad de suscitar entusiasmo cívico y de actuar como elemento de cohesión y unidad, al desempeñar una función de integración simbólica. Esos sentimientos resultan vivificantes en una sociedad en la que impera la ideología impuesta por el consumismo y el individualismo. Sería saludable que a aquellas cuestiones positivas se uniera un manejo transparente de los fondos destinados, priorizando los valores deportivos por encima de los económicos, para contribuir a construir, desde el deporte, una sociedad plural con valores de solidaridad, compañerismo e igualdad de oportunidades para todos.