



PRESENTACIÓN. DEPORTE E IDENTIDAD NACIONAL: ARTICULACIONES Y DESCONEXIONES EN CONTEXTOS POSTNACIONALES

Presentation. Sport and national identity: linkages and disconnections in post-national contexts

Ramón Llopis Goig*
Universitat de Valencia

Palabras clave

Fútbol
Globalización
Nacionalismo
Clubes deportivos
Selecciones
nacionales

RESUMEN: Este artículo constituye una presentación del dossier sobre «Deporte e identidad nacional» en Papeles del CEIC. Contiene una introducción en la que subraya la simultaneidad histórica en el surgimiento del deporte y la construcción de los modernos Estado-nación y se muestra el papel del primero en los procesos de construcción de las identidades nacionales. A continuación, se hace referencia a las transformaciones propiciadas por los procesos de globalización y a su impacto en la articulación de las identidades colectivas y el deporte. El dossier incluye un artículo que examina el modo en que la historia social del fútbol puede servir para reflexionar sobre la identidad nacional de Brasil; dos artículos en los que se exploran los desafíos relacionados con la identidad colectiva a los que se enfrenta un club como el Athletic de Bilbao en el actual contexto de mercantilización y globalización del deporte; un artículo en el que se analiza el modo en que gestionan la adhesión a sus países de origen y adopción algunos de los deportistas con identidad dual que integran las cada vez más multiétnicas selecciones nacionales de fútbol de países como Alemania, Suiza y Francia y; por último, un artículo que analiza los cambios que se han producido en los ceremoniales de las finales de la UEFA Champions League y el modo en que están contribuyendo a la configuración de una identidad global. El dossier se cierra con dos reseñas de los libros *Sociología del deporte* (2017) y *Antropología del deporte. Lineamientos teóricos* (2017).

Keywords

Football
Globalization
Nationalism
Sports clubs
National teams

ABSTRACT: This article is the presentation of the issue on «Sport and national identity» by Papeles del CEIC. The introduction highlights the historical simultaneity in the emergence of sport and the building of modern Nation-States, as well as the role of the former in the processes of building of national identities. Next, reference is made to the transformations caused by the processes of globalization and its impact in the articulation of collective identities and sport. The dossier includes a paper that analyses the way in which the social history of football can serve to think about the national identity of Brazil; two papers that explore the challenges concerning collective identity faced by a club like Athletic de Bilbao in the current context of commodification and globalization of sport; a paper that studies how football players with dual identities negotiate their allegiances to their home and adoptive countries when they play with the increasingly multi-ethnic national teams of countries like Germany, Switzerland and France and, finally, a paper that analyses the changes produced in the ceremonial of the UEFA Champions League finals and the way in which they are contributing to the formation of a global identity. The issue ends with two reviews of the books *Sociología del Deporte* (2017) and *Antropología del deporte. Lineamientos teóricos* (2017).

* **Correspondencia a / Correspondence to:** Ramón Llopis Goig. Universitat de Valencia. Departamento de Sociología y Antropología Social. Facultad de Ciencias Sociales, Avd. dels tarongers, 4b (46021 Valencia) – ramon.llopis@uv.es – <http://orcid.org/0000-0001-9336-2227>.

Cómo citar / How to cite: Llopis Goig, Ramón (2020). Presentación. Deporte e identidad nacional: articulaciones y desconexiones en contextos postnacionales. *Papeles del CEIC*, vol. 2020/1, 1-13. (<http://dx.doi.org/10.1387/pceic.21471>).



1. INTRODUCCIÓN

Aunque en sus inicios estuvo asociado a los intereses y necesidades de una burguesía que buscaba ocupar su tiempo libre con actividades de entretenimiento y competiciones cuya violencia estuviera bajo control, las transformaciones del siglo XIX dieron lugar a una amplia difusión social del deporte que facilitó la incorporación a su práctica y disfrute de sectores sociales cada vez más diversos. Ello era una clara muestra del atractivo que este despertaba en la población, así como del potencial de inclusión y adscripción simbólica del que haría gala desde sus inicios. El contexto era paralelo al proceso de afianzamiento del nacionalismo como ideología política y a la conformación de la identidad nacional de la mayoría de los países europeos, por lo que no sorprende que el deporte se revelara pronto como una herramienta en la que podían apoyarse las naciones para difundir el sentimiento de pertenencia nacional (Gellner, 1983) y aglutinar a masas heterogéneas de personas anónimas en una *comunidad imaginada* (Anderson, 1983). Al recomponer identidades colectivas, el deporte —y más específicamente aquellos deportes como el fútbol que pronto adquirieron una gran popularidad— «contribuía a dar un nuevo equilibrio a las sociedades industriales modernas» (Wahl, 1997: 51).

La expansión social del deporte y la incorporación de las clases populares a su práctica y consumo aumentaron el sentimiento de pertenencia común en las áreas urbanas surgidas con la revolución industrial. El deporte comenzaba a destacar por su capacidad de integración social, pero también por su relevancia económica —habida cuenta de la progresiva mercantilización a la que condujo su pronta transformación en un espectáculo de masas— y su interés político —por la facilidad con que permitía exponer al resto de naciones las propias proezas y superioridad en el terreno de las disputas simbólicas (Hobsbawm, 1982)—. Todo ello condujo a que, en pleno siglo XX, el deporte se convirtiera en una cuestión de Estado, pues este, por un lado, acabaría asumiendo como propia la tarea de promover y facilitar el acceso a la práctica deportiva del conjunto de la población y, por otro, se convertía en depositario único de la representación nacional del país en aquellas competiciones deportivas de carácter internacional a las que concurrían sus selecciones deportivas.

2. DEPORTE, IDENTIDAD NACIONAL Y NACIONALISMO

Dos hechos que pueden considerarse decisivos en el ensamblaje entre deporte e identidad nacional fueron la celebración de los Juegos Olímpicos y de la Copa del Mundo de Fútbol de la FIFA. Los Juegos Olímpicos habían iniciado en 1896 su etapa moderna y antes de la Primera Guerra Mundial ya habían adquirido el aire de una competición entre naciones. Ofrecían una posibilidad excepcional de manifestar públicamente la identificación nacional con el país, en la medida en que eran una de las pocas actividades, sino la única, en la que los logros nacionales podían ser medidos y comparados (Seppänen, 1984). De ahí que los Juegos Olímpicos hayan estado siempre acompañados de ceremonias y solemnidades nacionalistas y hayan resultado de gran atractivo para los responsables políticos, que veían en ellos un canal de afirmación del orgullo nacional. En su clásico estudio sobre los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, Mandell ya hizo notar la paradójica circunstancia de que las competiciones olímpicas se habían convertido en la metáfora más poderosa de la cooperación internacional sin que ello fuera óbice para que al mismo tiempo se produjera una intensificación gradual del patrio-

tismo de las naciones participantes (Mandell, 1987; Llopis-Goig y García Ferrando, 2016). Por otro lado, la Federación Internacional de Fútbol (FIFA), creada en 1904, se configuró desde el inicio como una institución internacional cuya unidad organizativa eran las federaciones nacionales (Giulianotti, 1999). De hecho, antes de que se celebrara por primera vez la Copa del Mundo de Fútbol en 1930, ya se celebraban partidos de fútbol internacionales con el objeto de integrar los componentes nacionales de los estados multinacionales. Este tipo de encuentros proporcionaba una suerte de válvula de escape al facilitar la disipación ritual de las tensiones mediante confrontaciones simbólicas (Hobsbawm, 1990: 152).

El carácter de representación nacional que adquirieron determinados deportes y sus selecciones deportivas no fue una contribución menor a los procesos de construcción nacional en la mayor parte de países europeos y latinoamericanos. El fútbol alcanzó una posición central en la mayoría de ellos, aunque en países como Noruega, Lituania o Rusia, por citar algunas excepciones, ese lugar correspondió a deportes como el esquí, el baloncesto y el hockey sobre hielo, respectivamente (Carlson, 2011; Andersson, 2009). Obviamente, había otros muchos factores que coadyuvaban en ese proceso: el interés de las clases dominantes y los gobiernos por crear una nueva identidad que legitimara el aumento del poder del estado (Breully, 1992); la creación de un marco cognitivo compartido por medio del desarrollo de sistemas de educación masivos (Gellner, 1983); la aparición de sistemas de comunicación que posibilitaron la difusión de mitos nacionales y comunidades imaginadas (Anderson, 1983); y la consolidación de una cultura pública de derechos y deberes compartidos que haría posible la movilidad social de sus miembros dentro de un territorio delimitado (Smith, 1986). Pero lo bien cierto es que, en el periodo entre las dos guerras mundiales, el deporte ya se había convertido en un espacio de afirmación nacional y los deportistas que representaban a sus correspondientes países eran considerados como expresiones primarias de sus comunidades imaginadas (Hobsbawm, 1990: 152).

Los medios de comunicación tuvieron un papel decisivo en esos procesos de construcción nacional. A menudo actuaron como adalides del nacionalismo recurriendo a discursos que fusionaban los ideales del amateurismo aristocrático con la retórica del sacrificio desinteresado por la patria y elaborando narrativas acerca del modo en que los rasgos propios de la identidad nacional se sustanciaban en culturas o estilos deportivos característicos de cada nación (Villena, 2003). El fútbol, por ejemplo, adquirió pronto el carácter de tradición nacional en numerosos países europeos y latinoamericanos, y los encuentros de sus selecciones nacionales se vivían como acontecimientos simbólicos de claras implicaciones políticas. El estado-nación se convertía así en la unidad de organización de las competiciones deportivas y el deporte fortalecía sus contornos nacionales (Giulianotti, 1999: 33). En un contexto de ampliación progresiva de su base social y creciente presencia e influencia de los medios de comunicación (Gruneau, Whitson y Cantelon, 1988), el deporte y sus competiciones internacionales se convertían en una suerte de espacio público en la que se generaban representaciones acerca de lo nacional.

El proceso al que se está haciendo alusión, no obstante, difícilmente podría condensarse en una única lógica de articulación de las identidades colectivas. En primer lugar, porque, aunque su apropiación como tradición nacional hizo del deporte un elemento útil para estimular la integración simbólica nacional, las respuestas a los intentos de control y homogenización no se hicieron esperar. Debe mencionarse, en primer lugar, las reivindicaciones procedentes de unidades subestatales o naciones sin estado que mostraban su disconformidad con los estados-nación en los que contra sus aspiraciones se encontraban alojadas. En ese mismo

sentido, cabe también referirse a los movimientos de resistencia y afirmación de identidades alternativas que se desarrollarían desde diversos clubes deportivos en un intento de visibilizar su oposición a un régimen o identidad dominante. En segundo lugar, habría que señalar que las prácticas deportivas premodernas nunca desaparecieron por completo, sino que —dependiendo de las características de cada contexto— se adaptaron a las nuevas condiciones sociales y, en cierto modo, se convirtieron en refugio de identidades locales, regionales y nacionales frente al repertorio de actividades que traía consigo el deporte moderno importado (Caspistegui, 2012: 23). En tercer lugar, el crecimiento del deporte como espectáculo y producto de consumo masivo asociado a una progresiva mercantilización y profesionalización estimuló las rivalidades entre ciudades y regiones, fortaleció las conexiones locales y contribuyó a la generación de lealtades territoriales (Bale, 1991; Russell, 1999).

3. ESTADO-NACIÓN, DEPORTE Y GLOBALIZACIÓN

En las últimas décadas, sin embargo, el marco westfaliano en el que se desarrollaron los procesos de construcción de los modernos estados-nación ha comenzado a debilitarse en un contexto en el que han proliferado las dinámicas y los problemas de carácter transnacional, así como las instituciones y organismos que operan a escala global. En paralelo, la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación ha facilitado el establecimiento de vínculos transfronterizos entre países, organizaciones y actores de muy diversa índole. Los flujos migratorios internacionales, la circulación global de productos y servicios, la creciente integración de la economía y el aumento de la dependencia de los Estados frente a otras entidades e instituciones ponen de manifiesto la porosidad de las fronteras nacionales. Las sociedades se adentran de manera progresiva en un entramado de redes de interconexión regional y global, al tiempo que se ven penetradas por fuerzas supranacionales, intergubernamentales y transnacionales. Las actividades económicas, políticas y culturales desbordan las fronteras nacionales y desafían un presupuesto fundamental de la modernidad según el cual los contornos de la sociedad eran mayoritariamente coincidentes con las del estado-nación (Beck, 1998; 2005). Todo ello implica el cuestionamiento y la reconfiguración de las relaciones entre territorio e identidad y el progresivo desplazamiento de las lealtades ciudadanas hacia identidades de corte subestatal, transnacional y supranacional.

El deporte no ha permanecido ajeno a esos cambios y su evolución reciente se ha visto fuertemente influida por las mismas tendencias que han afectado a otros ámbitos de la vida social: la creciente influencia de los medios de comunicación, la mercantilización, los procesos de globalización y el cambio de paradigma tecnológico. Todo ello ha provocado, al menos en aquellos deportes que cuentan con un seguimiento mayoritario como el fútbol, una ampliación de los mercados y los públicos interesados por este deporte (King, 2002), una redefinición de sus estructuras competitivas (Giulianotti, 1999), la transformación de sus principales clubes en organizaciones empresariales (Moor, 2007, Walsh y Giulianotti, 2001; Williams, 2012) y una mercantilización general del *ethos* que articuló la formación del deporte moderno en torno a valores lúdicos, de sociabilidad deportiva y *fair play* (Andrews, 2004). A resultas de todo ello y gracias especialmente a la acción propulsora de los medios de comunicación, el deporte se ha transformado en una industria del sector del entretenimiento. Competiciones europeas ya tradicionales como la UEFA Champions League, la Liga española o la Premier League inglesa se han convertido en espectáculos globales y los clubes de fútbol

han encontrado en su explotación comercial un filón para el crecimiento de su masa social de aficionados más allá de sus habituales perímetros o radios de acción. En la actualidad, la difusión de imágenes y contenidos deportivos ha convertido a deportes como el fútbol en un fenómeno global en el que las viejas fronteras entre lo local, lo nacional y lo global se habrían visto penetradas o derrumbadas (Giulianotti, 1999: 33). Igualmente, la circulación global de recursos humanos, técnicos y conceptuales está socavando las tradiciones deportivas nacionales, aumentando la hibridación de los estilos de juego y promoviendo la transnacionalización de las pautas de identificación y consumo deportivo. Todo ello estaría dando lugar a lo que, siguiendo el concepto acuñado por Appadurai (1990), Richard Giulianotti ha denominado *paisajes futbolísticos globalizados y transnacionales* (1999: 24).

Ahora bien, ni ese proceso de transformación sociocultural del espacio de las identidades deportivas se ha producido de manera repentina, ni se trata de un proceso clausurado; lo que explica que, en la actualidad, casi con la misma frecuencia con la que el deporte es considerado como el modelo por antonomasia de una actividad globalizada y postnacional, es mencionado como refugio de los patrones nacionales de la modernidad. Al respecto, la evidencia empírica disponible en el caso del fútbol europeo, por ejemplo, muestra la existencia de nada desdeñables proporciones de aficionados a este deporte que desarrollan pautas de identificación y consumo futbolístico que se proyectan más allá de las fronteras del país en que residen y adquieren un carácter transnacional. Ello es una clara muestra del grado en que los nexos del fútbol con el territorio se han ido reconfigurando en las últimas décadas por la creciente influencia de los procesos de globalización. En virtud de estos procesos, las entidades deportivas se han convertidos en receptoras de sentimientos de adscripción procedentes de ámbitos territoriales que van más allá de los límites a los que tradicionalmente estaban circunscritos. Así, lo que ahora se detecta es una pérdida de influencia del modelo que anteriormente había estado articulando las relaciones entre deporte y sociedad, y la emergencia de otro menos acoplado territorialmente y más ligado a la creciente influencia de los procesos de globalización (Giulianotti y Robertson, 2004) y a las posibilidades creadas por las nuevas tecnologías y los medios digitales (Millward, 2012), así como a las estrategias comerciales que desarrollan las entidades deportivas con el objetivo de alcanzar nuevos públicos y mercados con los que financiar su propia expansión comercial (King, 2000).

4. IDENTIFICACIONES TRANSNACIONALES Y FÚTBOL EUROPEO

Así pues, ni las lealtades nacionales y locales han menguado de manera significativa o se encuentran en riesgo de desaparición, ni las nuevas identificaciones se han tornado predominantes. Las competiciones internacionales que enfrentan a selecciones deportivas nacionales siguen despertando un gran interés social y alcanzando audiencias masivas. La final de la Copa del Mundo de Fútbol de la FIFA de 2018, por ejemplo, alcanzó una audiencia mundial aproximada de mil ciento veinte millones de personas, según las estimaciones de la propia organización. La misma fuente señala que algo más de tres mil quinientos millones de personas presenciaron alguno de los partidos disputados en la fase final del torneo. Estos datos son una clara muestra de que la competición entre naciones sigue despertando un gran interés social. Así lo sugieren de manera mucho más explícita los resultados del proyecto FREE (*Football Research in an Enlarged Europe*), un estudio sobre el fútbol realizado recientemente en nueve países europeos. De acuerdo con los datos obtenidos en una de las encuestas que

se realizaron dentro de ese proyecto, la identificación con la selección nacional de fútbol alcanza en todos ellos a más de un cincuenta por ciento de la población (Llopis-Goig, Şenyuva y Sonntag, 2017). Los porcentajes más altos se registran en Turquía (90,2%), Alemania (86,7%) y España (86%) que son, por tanto, los países cuyas selecciones nacionales recaban más apoyo de su propia sociedad. Estos porcentajes descienden en Francia (58,7%), Austria (60,6%) y Polonia (61,1%), y alcanzan una posición intermedia en Dinamarca (78,8%), UK (78,2%) e Italia (75%). De todo ello puede inferirse que los Estados-nación —a través de sus selecciones nacionales de fútbol— siguen gozando de una amplia base de seguimiento social y el deporte sigue siendo, en ese sentido, un potente depositario de la identidad nacional. Ahora bien, estas lealtades no son incompatibles con otros patrones y dinámicas de carácter transnacional que han surgido en los últimos años. Las lealtades nacionales siguen siendo dominantes, pero no existen en régimen de exclusividad y, de hecho, conviven con identificaciones con otros territorios. Uno de cada tres europeos optaría por otra selección nacional en el caso de que la suya no participara en una competición concreta. Los países en los que este tipo de identificación alcanza una proporción más elevada son Francia (54,4%) y Dinamarca (50%), que marcan una fuerte diferencia respecto a los tres con las puntuaciones: Italia (27,4%), Turquía (18,1%) y Polonia (17,5%). A medio camino se sitúan Reino Unido (31,5%), España (34,1%), Alemania (42,5%) y Austria (44,7%) (Llopis-Goig, Şenyuva y Sonntag, 2017; Llopis-Goig, 2018).

Por lo que se refiere a las conexiones locales, el estudio constata la permanencia de estas en línea con las tendencias apuntadas por autores como King (2000), Williams (2007) o Giuliannotti y Robertson (2004), cuando se refieren al fortalecimiento de lo local como fenómeno propio de la actual fase postnacional a la que estos dos últimos autores, precisamente, nombran con el concepto de «glocalización». El estudio también revela que la mitad de la población de los nueve países en que se realizó la encuesta (49,8%) se identifica con un club de fútbol radicado en alguna de las ciudades de su país (Llopis-Goig, Şenyuva y Sonntag, 2017; Llopis-Goig, 2018). Los países donde se observan las tasas más altas son Reino Unido (60,1%), España (68,5%) y Turquía (73,2%). Prácticamente alineado con el promedio europeo se encuentra Italia (49,2%) y por debajo Dinamarca (39,6%), Alemania (38,4%), Francia (37,7%), Austria (30,7%) y Polonia (20,2%). Aunque los porcentajes son claramente inferiores a los registrados en el caso de las selecciones nacionales, los estudios con perspectiva histórica realizados en países como España (Llopis-Goig, 2019) ponen de manifiesto que la identificación con clubes no ha menguado en los últimos treinta años sino que más bien ha continuado fortaleciéndose en la medida en que los clubes de fútbol siguen siendo considerados como representantes de los territorios y las ciudades en las que están radicados (King, 2000: 420). No existe una única explicación de este hecho, pero todo apunta a que la lealtad hacia un equipo deportivo permite expresar la identificación con la ciudad que este representa y constituye un punto de anclaje que refuerza el sentido de pertenencia en unas sociedades crecientemente complejas, fluidas y relativamente impersonales (Dunning, 2003: 16). Sin embargo, también las conexiones locales están adquiriendo cada vez más una dinámica transnacional. Así, la identificación con clubes de fútbol radicados en ciudades de países extranjeros alcanza un promedio de 16,8%, de manera que por cada tres europeos que se identifican con un equipo de su país hay uno que lo hace con uno de otro país europeo (Llopis-Goig, 2018). Los porcentajes de identificación local transnacional más elevados se registran en Dinamarca (29,7%), Turquía (27,4%) y Francia (22,1%). A continuación, Austria y Polonia se sitúan en una posición intermedia con proporciones del 16,3% y 17,4%, respectivamente. Finalmente, los porcentajes más reducidos corresponden a Italia (15,2%), Reino Unido (14,5%), España (13,5%) y Alemania (7,8%). Las bajas proporciones de estos últimos cuatro no deberían sorprender

habida cuenta de que se trata de los países que —junto a Francia— cuentan con los clubes de mayor éxito en el fútbol europeo y, por tanto, sus habitantes tienen un mayor repertorio de clubes deportivos exitosos hacia los cuales dirigir sus lealtades. Lo contrario ocurre en el caso de Dinamarca y Turquía, países cuyos principales clubes no cuentan con la trayectoria y el balance de éxitos deportivos del que pueden presumir los de las principales ciudades alemanas, españolas, inglesas e italianas. Y es que no puede obviarse la importancia que el triunfo deportivo tiene en el apoyo e identificación con un club deportivo, tal y como han puesto de manifiesto historiadores como Richard Holt, al señalar que la lealtad a un club deportivo varía enormemente en función del rendimiento y los éxitos deportivos (Holt, 1989), o diversos estudios desarrollados en el campo de la psicología social, según los cuales los aficionados son más proclives a manifestar el apoyo a sus clubes cuando ganan y tienden a minimizar sus vínculos con los mismos tras las derrotas (End, Dietz-Uhler, Harrick y Jacquemotte, 2002).

Las evidencias disponibles, por tanto, muestran que las lealtades nacionales y locales se mantienen vivas en el ámbito de deportes como el fútbol, sin perjuicio de lo cual en los últimos tiempos han ido surgiendo pautas de identificación transnacional, si bien estas se encuentran todavía lejos de poder ser consideradas como un reemplazo a las primeras pues más bien se muestran como un complemento. Todo ello es una clara muestra de que el fútbol se encuentra en lo que podría considerarse como una fase de transición, en la que, a los tradicionales sentimientos de identificación nacional propios de la modernidad, habría que añadir ahora otros de carácter transnacional más propios y específicos del periodo actual (Albrow, 1997).

5. UN DOSSIER SOBRE DEPORTE E IDENTIDAD NACIONAL

El propósito de la presente serie en *Papeles del CEIC* es contribuir al debate sobre las relaciones entre deporte e identidades nacionales con una selección de trabajos de investigación elaborados desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas, aunque, eso sí, todos ellos referidos al que, sin duda, es el deporte más popular y con mayor número de practicantes y seguidores en el mundo: el fútbol. En torno a este deporte se plantean cuestiones como cuál ha sido y es su aportación a los procesos de construcción de la identidad nacional, qué transformaciones y qué tipo de problemas se están produciendo en la configuración de las selecciones nacionales en aquellos países cuyas sociedades se caracterizan por una creciente composición multiétnica; a qué desafíos se enfrentan los clubes de fútbol en lo que se refiere a sus conexiones locales y simbolismo político en un contexto de mercantilización y globalización del deporte como el actual y, por último, qué cambios se están produciendo en las retransmisiones televisivas de los principales partidos de fútbol en lo que se refiere a la dimensión ceremonial de los mismos y qué consecuencias están teniendo todos esos cambios en la articulación de las relaciones entre deporte y sociedad. Para responder a estos interrogantes, se cuenta con un total de cinco artículos elaborados por ocho investigadores que trabajan en diversas disciplinas del campo de las ciencias sociales (sociología, antropología social, historia y ciencia política).

5.1. La construcción de la identidad nacional y el fútbol

El artículo con el que se abre esta serie se refiere a Brasil, un país cuya selección nacional de fútbol ha participado en todas las Copas del Mundo y ostenta el récord de victorias en

este torneo a lo largo de la historia. En su aportación, titulada «In the land of “football-art”: football books, national identity and the building of imagined communities in modern Brazil», Bernardo Borges Buarque de Hollanda introduce a la audiencia internacional en el análisis de cómo ha sido pensado Brasil como nación en relación con el fútbol y muestra el modo en que la historia social de este deporte puede ser de gran utilidad para reflexionar sobre la «brasilidad». El autor señala que el fútbol era ya el deporte más popular de Brasil a finales de la década de 1910, algo en lo que tuvo mucho que ver la participación de su selección nacional en el campeonato sudamericano de 1916, que fue organizado por Brasil, Argentina, Chile y Uruguay, y sobre todo su victoria en el de 1919. Este triunfo propició la transposición de sentimientos nacionales hacia la selección de fútbol y produjo una intensa euforia nacional. Sus subsiguientes éxitos en las más importantes competiciones internacionales intensificaron la imaginación patriótica y establecieron un vínculo simbólico permanente entre la nación brasileña y su equipo de fútbol. Partiendo de estas consideraciones, el autor plantea un análisis de los diversos ensayos que se han dedicado al estudio del fútbol en Brasil desde las primeras décadas del siglo xx hasta los inicios del siglo xxi. El recorrido se inicia con la obra de Gilberto Freyre, que en sus textos consideró el fútbol como uno de los vectores del éxito contemporáneo del mestizaje en la sociedad brasileña (Freyre, 1933). A continuación, se ocupa de la obra ensayística de autores como Anatol Rosenfeld, Pessoa de Moraes, Décio de Almeida Prado, Vilém Flusser, Flávio Aguiar, Antonio Risério, Boris Fausto y Nuno Ramos, sin olvidar la aportación más reciente de la obra de José Miguel Wisnik *Veneno remédio: o futebol e o Brasil* (Wisnik, 2008), a la que dedica un análisis mucho más profundo. La revisión de la producción ensayística sobre el fútbol brasileño desde los inicios hasta la actualidad permite al autor desenredar algunos enigmas del Brasil moderno y concluir que la concepción totalizante del país, que se ha visto favorecida por las visiones culturalistas del mismo como una unidad nacional en términos futbolísticos, ha eludido la importancia de las diferencias sociales y económicas en la construcción del Brasil moderno como una «comunidad imaginada».

5.2. Los clubes deportivos ante los desafíos globales

Los dos artículos que aparecen a continuación se centran en un mismo club de fútbol: el Athletic de Bilbao. Pasamos, pues, del análisis del modo en que ha sido pensada la relación entre la construcción de la identidad nacional y la selección absoluta de fútbol de un país como Brasil, al análisis de los desafíos a los que se enfrenta un club tan singular como el Athletic de Bilbao, que persiste en su empeño de mantener una política de reclutamiento deportivo de carácter estrictamente autóctono en un contexto en que el fútbol está expuesto a fuertes transformaciones, retos competitivos, presiones comerciales y cambios globales. Como es bien sabido, el Athletic de Bilbao desarrolló desde sus inicios una imagen de club representativo de su propia ciudad y ámbito territorial, que se vio acentuada a partir de 1919, cuando decidió que su plantilla debía estar integrada únicamente por jugadores vascos (Shaw, 1987: 21). Tras la Guerra Civil, el club quedó bajo el control del régimen, pero con el tiempo recuperó parte de su autonomía y enfatizó sus vínculos nacionalistas. La contratación exclusiva de futbolistas autóctonos le convirtió en un importante adalid del nacionalismo vasco, aunque no era el único club vasco que la practicaba. A mediados de 1990, cuando el club estuvo a punto de descender a segunda división, esa política comenzó a ser cuestionada, pero el entonces presidente la defendió como un elemento esencial de su identidad (Quiroga, 2014: 219). El club ha mantenido esta política deportiva hasta la fecha —a diferencia de la Real Sociedad, que reanudó el fichaje de extranjeros en 1989—, lo

que le convierte en un caso único a nivel global. El artículo de Mariann Vaczi, titulado «¿Somos distintos o estamos locos? Los dobles vínculos del fútbol y la identidad en Bilbao», explora las tensiones que el mantenimiento de esta política está generando en la actualidad. Más concretamente, su aportación examina el grado en que el Athletic de Bilbao se encuentra atrapado en una suerte de trampa 22 —una situación que obliga a decidir entre dos resultados irreconciliables y no deseados— que concierne a dos principios fundamentales de la identidad del club: por un lado, su ya mencionada política de reclutamiento restringido a futbolistas vascos y, por otro, su permanencia ininterrumpida en la primera división del fútbol español desde su creación. Para llevar a cabo su análisis recurre a un rico material etnográfico en el que se aborda la situación a la que se enfrentó el club en las temporadas 2005/2006 y 2006/2007, cuando ambos principios comenzaron a revelarse como mutuamente excluyentes. El dilema del club radica en que abandonar la política de reclutamiento autóctono significaría dejar de ser un caso único en el mundo del fútbol; pero conservarla y descender a segunda división implicaría perder su unicidad actual en la medida en que contar con una plantilla compuesta únicamente por futbolistas vascos no sería algo excepcional en esa categoría deportiva. La autora describe el bucle que une al club con sus orígenes y hace posible que cada futbolista surgido de la cantera sea considerado por la afición como el comienzo imaginario de su comunidad. Seguidamente señala que no es la tradición *per se* lo que se inventa, lo que más bien sucede es que se proyecta de manera retrospectiva una sensación de continuidad e invariabilidad. La política de reclutamiento de futbolistas autóctonos del Athletic de Bilbao es, a juicio de la autora, un intento de resistirse a los cambios sociales, culturales y políticos del mundo moderno. Competir en la primera división de una de las ligas más exitosas del fútbol mundial, por otro lado, le proporciona la posibilidad de exhibir su diferencia —apostar por una plantilla local en un contexto en el que estas tienden a deslocalizarse— y, por tanto, lograr que su proyecto de identidad sobresalga en ese contexto global que hoy en día constituye la audiencia mundial del fútbol español. Ahora bien, reclutar solo a futbolistas locales puede reducir el rendimiento y conducir al club a la segunda división, mientras que permanecer en primera división puede requerir a futbolistas extranjeros. En este contexto, la comunidad del Athletic de Bilbao es finalmente presentada como «una comunidad de sufrimiento» (Turner, 1988) en la que «hay que perder para ganar».

El tercer artículo de la serie es obra de Fernando Gutiérrez-Chico y lleva por título «Uno para todos y todos para uno. Athletic de Bilbao: singularidad deportiva, transversalidad de la identidad». Se aborda en este caso el estudio de los motivos de adhesión y pertenencia al club, así como su política de reclutamiento autóctono en un contexto de crecientes presiones mercantiles y competitivas. Para ello se cuenta con la realización de veinticinco entrevistas semiestructuradas a seguidores del club, que han nacido —y esa es la principal aportación del trabajo— tanto dentro como fuera del País Vasco. Los resultados de la investigación revelan que la identificación con el Athletic de Bilbao está fuertemente mediada por la defensa consciente de lo local y de la comunidad imaginada a la que ello remite. Este aspecto es también considerado central por muchos aficionados que, sin embargo, no podrían integrar la plantilla del club habida cuenta de que no son vascos. Una circunstancia paradójica, como también lo es el hecho de que la defensa de la tradición local otorga notoriedad global al club y lo convierte en revolucionario en un contexto globalizado y fuertemente mercantilizado que supone un cambio de paradigma en el universo futbolístico. El trabajo también constata que la renuncia de sus seguidores a las nuevas tendencias y dinámicas del fútbol moderno es más bien parcial y que la identidad del club se articula de modos diversos y en función de los contextos en los que se activa: vascos ante el Real Madrid, vizcaínos ante la Real Sociedad y resistentes ante el multimillonario Chelsea.

5.3. Selecciones nacionales y conexiones transnacionales

El cuarto trabajo incluido en esta serie regresa al campo de las selecciones nacionales con una interesante y original propuesta de investigación a cargo de Albrecht Sonntag y Borja García, titulada «National Teams, Multiple Loyalties. A Discussion of three Football Case Studies». Los autores comienzan por constatar la composición multiétnica de diversos países de Europa occidental y señalan que en los últimos años se ha ido trasladando a sus selecciones nacionales de fútbol, cada vez más dispuestas a alinear en sus filas a futbolistas de origen inmigrante. En ese contexto, la investigación que presentan tiene por objeto analizar el modo como esos futbolistas con identidad dual negocian su adhesión a sus países de origen y de adopción futbolística. Para ello, efectúan un análisis de tres casos relacionados con las selecciones de fútbol de Alemania, Suiza y Francia. El primero se refiere al futbolista Mesut Özil, de identidad turco-alemana. El segundo se centra en la selección francesa de fútbol y en sus futbolistas de origen inmigrante. En tercer lugar, se examina el caso de Granit Xhaka y Xherdan Shaqiri y la controvertida reivindicación de su origen kosovar mientras representaban a Suiza en la Copa Mundial de fútbol de la FIFA. El análisis muestra, por un lado, cómo ha afectado la globalización del fútbol y las pautas migratorias a los discursos, a los debates y a las políticas nacionales y, por otro, cómo se han manifestado esas tendencias en las acciones de unos determinados futbolistas cuando se han visto forzados a reconciliar sus identidades múltiples. El artículo conceptualiza el proceso por el que una gran parte de la opinión pública se muestra reticente a entender las complejidades de las identidades duales, lo que acaba obligando a los futbolistas implicados a hacer pública, de manera clara y expresa, su lealtad hacia el país con el que compiten. Todo ello pone de manifiesto que mientras los aspectos relativos a la identidad nacional de los futbolistas constituyen un asunto de relevancia muy secundaria en las competiciones europeas de clubes, no sucede lo mismo cuando se trata de las selecciones nacionales, razón por la cual los estudios de caso presentados en este artículo muestran lo idóneo del fútbol como contexto en el que investigar las dinámicas sociopolíticas actuales.

5.4. Grandes eventos deportivos y rituales globales

La serie de trabajos se cierra con el artículo de Manuel E. González-Ramallal, Aníbal Mesa López y José Luis Castilla Vallejo, «La tribu global del fútbol. Rituales e identidades en transformación en las finales de la UEFA Champions League». Mientras los cuatro trabajos anteriores giran en torno a clubes o selecciones nacionales de fútbol, este está dedicado al análisis de una competición deportiva, y más concretamente, a los aspectos ceremoniales con los que se articula la emisión televisiva de sus partidos finales. Se trata, por tanto, de un estudio encuadrado en la intersección entre dos subcampos de la sociología del deporte —el estudio de los grandes eventos deportivos y el estudio de la comunicación deportiva— que examina los cambios que se han producido en las finales de la UEFA Champions League desde que adopta el formato vigente hasta la actualidad (1993-2018). Con este objetivo, los autores realizan un análisis empírico de los elementos rituales que se encuentran presentes en la retransmisión televisiva de las finales anuales del torneo de la UEFA Champions League. Para ello recurren al estudio de las imágenes televisivas referidas a los momentos más marcadamente protocolarios de estas finales, concretamente a los momentos previos y posteriores de todas las disputadas entre 1993 y 2018. Fruto del análisis, identifican tres periodos en la evolución del ceremonial: una primera etapa inercial (1993-2000) con respecto al anterior formato del torneo; una segunda etapa de

consolidación de las innovaciones rituales introducidas (2000-2010); y una tercera etapa de estabilización de los cambios (2010 en adelante). En segundo lugar, los autores señalan que desde un primer momento se percibe la clara intención de generar una marca en torno al nuevo modelo de competición, unas señas de identidad a través de las cuales impulsar la fuerza y el prestigio de la institución, así como una profundización en la mercantilización del producto. En tercer lugar, apuntan que el ritual de la UEFA Champions League se ha ido haciendo más complejo, en un proceso con el que la institución organizadora, la UEFA, pretende consolidar una posición de hegemonía en el fútbol a escala mundial y convertirse en promotora de una identidad global en torno a este deporte, en clara pugna con su regulador global, la FIFA. Los autores concluyen afirmando que la evolución futura del fútbol y el grado en que la UEFA alcance su objetivo de convertirse en «patriarca de la populosa tribu del fútbol global» hará necesario re-examinar el eje globalización-glocalización para entender el modo en que el fútbol europeo sigue extendiéndose y consolidándose a escala global. Sin embargo, los síntomas de reacción en su contra son ya claramente visibles en Europa a través de los numerosos movimientos de oposición a los procesos de mercantilización y estandarización del fútbol.

5.5. Revisiones

El dossier sobre deporte e identidad nacional cuenta, además, con dos reseñas. La primera de ellas ha sido realizada por Ricardo Sánchez Martín y se refiere al libro *Sociología del deporte* (2017), compilado por Manuel García Ferrando, Nuria Puig, Francisco Lagardera, Ramon Llopis-Goig y Anna Vilanova. Se trata de un texto con una trayectoria de más de veinte años que llega a su cuarta edición con unos contenidos plenamente renovados y actualizados. En los diez capítulos que lo integran se abordan los temas centrales de la sociología del deporte, por lo que bien podrá ser usado como manual introductorio a la disciplina a la vez que como texto especializado por quien desee adentrarse en el conocimiento de las relaciones entre deporte y sociedad.

La segunda reseña se refiere al libro *Antropología del deporte. Lineamientos teóricos* (2017) de Ricardo Sánchez Martín y ha corrido a cargo del coordinador de la serie. Concebido como una exploración de los fundamentos teóricos y los debates epistemológicos de la antropología del deporte, el libro muestra la importancia del deporte como mecanismo ritual y simbólico para la integración y la reproducción de unas sociedades como las actuales, fragmentadas y con graves riesgos de articulación simbólica. Esta tarea se lleva a cabo en cuatro grandes capítulos en los que el autor examina el desarrollo de la antropología del deporte en España, analiza los avatares de la cultura deportiva en el marco de los procesos de globalización y expansión de la modernidad, examina las perspectivas y debates teóricos que permiten entender el papel del deporte en los procesos de reproducción y cambio social; y expone las diferentes corrientes teóricas que abordan el estudio del cuerpo y el ritual deportivo.

6. REFERENCIAS

Albrow, M. (1997). *The global age*. Cambridge: Polity Press.

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. London: Verso.

- Andersson, M. (2009). De todos blancos a la mayoría blanca. Migraciones deportivas e integración en el fútbol noruego. En R. Llopis-Goig (Ed.). *Fútbol postnacional. Transformaciones sociales y culturales del deporte global en Europa y América Latina* (pp. 93-106). Barcelona: Anthropos.
- Andrews, D. L. (2004). Sport in the Late Capitalist Moment. En T. Slack (Ed.). *The commercialisation of sport* (pp. 3-28). Londres: Routledge.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 295-310.
- Bale, J. (1991). Playing at home: British football and a sense of place. En J. Williams y S. Wagg (Eds.). *British football and social change: getting into Europe* (pp. 130-144). Leicester: University Press.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (2005). *La mirada cosmopolita o la guerra es la paz*. Barcelona: Paidós.
- Breully, J. (1992). *Nationalism and the State*. Manchester: University Press.
- Carlson, C. (2011). The motherland, the godfather and the birth of a basketball dynasty. American efforts to promote basketball in Lithuania. *International Journal of the History of Sport*, 28(11), 1479-1495.
- Caspistegui, F.J. (2012). Deporte e identidad, o sobre cómo definirnos. *Historia y Comunicación Social*, 17, 19-39.
- Dunning, E. (2003). *El fenómeno deportivo. Estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y la civilización*. Barcelona: Paidotribo.
- End, Ch., Dietz-Uhler, B., Harrick E., y Jacquemotte, L. (2002). Identifying with winners: a reexamination of sport fans' tendency to bask in reflected glory (BIRG). *Journal of Applied Social Psychology*, 32(5), 1017-1030.
- Freyre, G. (1933). *Casa-grande & senzala: introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil*. Rio de Janeiro: Record.
- Gellner, E. (1983). *Nations and Nationalism*. Oxford: Blackwell.
- Giulianotti, R. (1999). *Football. A sociology of the global game*. Cambridge: Polity Press.
- Giulianotti, R., y Robertson, R. (2004). The globalization of football: a study in the glocalization of the «serious life». *British Journal of Sociology*, 55(4), 545-568.
- Gruneau, R., Whitson, D., y Cantelon, H. (1988). Methods and media: studying the sports/television discourse. *Loisir et Société*, 11(2), 265-281.
- Hobsbawm, E. J. (1982). *Industria e Imperio. Una historia económica de Gran Bretaña desde 1760*. Barcelona: Ariel
- Hobsbawm, E. J. (1990). *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Barcelona: Crítica.
- Holt, R. (1989). *Sport and the British: a modern history*. Oxford: Clarendon.
- King, A. (2000). Football fandom and post-national identity in the new Europe. *British Journal of Sociology*, 51(3), 419-442.

- King, A. (2002). *The End of the Terraces: The transformation of English football in the 1990s*. Leicester: University Press.
- Llopis-Goig, R. (2018). Prácticas e identificaciones transnacionales en el fútbol europeo. Un estudio referido a nueve países. *Revista de Humanidades*, 34, 155-172.
- Llopis-Goig, R. (2019). La identificación con clubes de fútbol en España. Un análisis sociológico de su evolución de 1984 a 2014. *Revista Española de Sociología*, 28(3), 475-488.
- Llopis-Goig, R., y García Ferrando, M. (2016). Los Juegos Olímpicos como NOMS. El olimpismo en la sociedad deportivizada global. *Revista Española de Sociología*, 25(1), 105-127.
- Llopis-Goig, R., Şenyuva, Ö., y Sonntag, A. (2017). Le nationalisme n'est plus ce qu'il était. Les formes d'identification contemporaines dans le football européen. En Gasparini, W. (Dir.). *L'Europe du football. Sociohistoire d'une construction européenne* (pp. 155-170). Strasbourg: Presses Universitaires de Strasbourg.
- Mandell, R. D. (1987 [1971]). *The Nazi Olympics*. Urbana and Chicago: University of Illinois.
- Millward, P. (2012). Reclaiming the Kop? Analysing Liverpool supporters' 21st century mobilizations. *Sociology*, 46(4), 633-648.
- Moor, L. (2007). Sport and commodification: A reflection on key concepts. *Journal of Sport and Social Issues*, 31(2), 128-142.
- Quiroga, A. (2014). *Goles y banderas. Fútbol e identidades nacionales en España*. Madrid: Marcial Pons.
- Russell, D. (1999). Associating with football: social identity in England, 1863-1998. En G. Armstrong y R. Giulianotti (Eds.). *Football cultures and identities* (pp. 15-28). Basingstoke: Macmillan.
- Seppänen, P. (1984). The Olympics. A sociological perspective. *International Review for the Sociology of Sport*, 19(2), 113-127.
- Shaw, D. (1987). *Fútbol y franquismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Smith, A.D. (1986). *The Ethnic Origins of Nations*. Oxford: Blackwell.
- Turner, V. (1988). *El proceso ritual*. Madrid: Taurus.
- Villena, S. (2003). Globalización y fútbol postnacional. Esbozo de un programa de investigación. En P. Alabarces (Coord.). *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (pp. 257-271). Buenos Aires, Clacso.
- Wahl, A. (1997). *Historia del fútbol. Del juego al deporte*. Barcelona: Ediciones B.
- Walsh, A., y Giulianotti, R. (2001). This sporting mammon: a normative critique of the commodification of sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 28(1), 53-77.
- Williams, J. (2012). Walking alone together the Liverpool way: Fan culture and 'clueless' yanks. *Soccer & Society*, 13(3), 426-442.
- Williams, J. (2007). Rethinking sports fandom: The case of European soccer. *Leisure Studies*, 26(2), 127-146.
- Wisnik, J. M. (2008). *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.