

# Luchas urbanas

## alrededor del fútbol

Fernando Carrión y María José Rodríguez  
Coordinadores

© Fernando Carrión y María José Rodríguez

© 5<sup>ta</sup> avenida editores

**Dirección editorial:** Pablo Salgado J.

**Diseño gráfico:** Laylí Quinteros Loza

**Corrección de estilo:** Mauricio Alvarado Dávila

**Cuidado de la edición:** Juan Carlos Cabezas

**Foto de portada:** 123RF

5ta. Avenida Editores

Av. 12 de Octubre N24-739 y Colón

Edif. Boreal, Torre B Ofi. 614

02 382 6901 - 02 602 0761 - 02 604 6839

[www.lagranmanzana.com.ec](http://www.lagranmanzana.com.ec)

**ISBN:** 978-9942-8524-1-0

**Impresión:** Gráficas Benic

HECHO EN ECUADOR, SEPTIEMBRE 2014

**Presentación ILDIS** 4

**Introducción**

La polisemia del fútbol 7  
*Fernando Carrión y María José Rodríguez*

**Capítulo 1**

**Estado, mercado y fútbol**

La dimensión política del fútbol: su fascinación y encanto 27  
*Fernando Carrión*

¿Globalización o hipermercantilización del fútbol? 47  
*Pablo Samaniego*

Fútbol, disciplinamiento, culpa y olvido: nuevas andanzas del Mundial del 78 63  
*Pablo Alabarces*

México 86: el fútbol en medio de las crisis 87  
*León Felipe Telléz Contreras*

Copa del Mundo en Brasil: un tsunami de capitales que profundizan las desigualdades urbanas 115  
*Erminia Maricato*

Fútbol brasileño: de la *ginga* local a la globalización 137  
*Paulo Ormino de Azevedo*

**Capítulo 2**

**Conflictividad social y violencia alrededor del fútbol**

Cuando la ciudad sale a la calle: megaeventos, meganegocios, mega-protestas en Brasil, 2013 153  
*Carlos Vainer*

“No queremos goles, queremos frijoles”, México mundialista: 1970 y 1986 171  
*Sergio Varela Hernández*

Violencia en el fútbol: razones de una sinrazón 195  
*Fernando Carrión*

Los actores y la seguridad en el fútbol. Una lectura desde Argentina 213  
*Marcelo Saín y Nicolás Rodríguez Games*

Situación brasileña en evidencia 241  
*Heloisa Reis, Felipe Tavares Paes Lopes, Mariana Z. Martins*

|  |     |
|--|-----|
| <b>Mafias entorno al deporte más popular del mundo</b><br><i>Francesco Forgiione</i> | 265 |
|--|-----|

### **Capítulo 3** **Territorio y fútbol**

|   |     |
|---|-----|
| <b>El fútbol: la construcción de múltiples identidades en conflicto</b><br><i>Carlos Alberto Máximo Pimenta</i> | 291 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>El fútbol, territorio (local, nacional, global) de pasión y de tedio</b><br><i>Sergio Villena</i> | 313 |
|--|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>Goles barriales, mujeres en el fútbol barrial</b><br><i>Karina Borja</i> | 341 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>Río de Janeiro, la excepción: la ciudad de clubes-barrio.</b><br><b>Un ensayo sobre tipologías escalares del fútbol</b><br><i>Pedro Abramo y Arantxa Rodríguez</i> | 367 |
|---|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>Fútbol y territorio:</b><br><b>Identidades fragmentadas en la ciudad de Buenos Aires</b><br><i>Daniel Míguez y José Garriga Zucal</i> | 401 |
|--|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>Montevideo: fútbol barrial e identidades sociales urbanas</b><br><i>Nelson Inda</i> | 425 |
|--|-----|

|  |     |
|--|-----|
| <b>La Vuelta a Boedo de San Lorenzo de Almagro</b><br><i>Marcelo Corti</i> | 451 |
|--|-----|

### **Capítulo 4** **Desarrollo urbano y fútbol**

|   |     |
|---|-----|
| <b>La ciudad que tiene nombre de equipo de fútbol: Barcelona</b><br><i>Gabriel Colomé</i> | 469 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>Modernidad, identidad y fútbol. La ciudad de Lima y el Club Alianza Lima</b><br><i>Aldo Panfichi</i> | 483 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>Liga de Loja y su impacto económico</b><br><i>Kevin Jiménez V.</i> | 497 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <b>El fútbol y la ciudad, la ciudad y el fútbol: simetrías en América Latina</b><br><i>Óscar Figueroa y Martín Figueroa</i> | 517 |
|---|-----|

# El fútbol y la ciudad, la ciudad y el fútbol: simetrías en América Latina

---

*Óscar Figueroa<sup>312</sup> y Martín Figueroa<sup>313</sup>*

---

312 Economista, urbanista; profesor del Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, Universidad Católica de Chile.

313 Licenciado en Filosofía, profesor del Departamento de Estudios Generales, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Chile.

Este artículo se propone analizar el origen y el desarrollo del fútbol en Sudamérica en relación con el origen y el desarrollo de sus ciudades. Se postula que existe un paralelismo evidente entre estos dos procesos y que esto se debe a que ambos están indisolublemente ligados a las causas que originan el comportamiento de la sociedad toda; el desarrollo urbano, el desarrollo económico, político y social latinoamericano, viene acompañado, entre otras cosas, por el fútbol. Desarrollo material, social, cultural y político parecen ser todos aspectos en los que el fútbol se infiltra y participa fuertemente, conviviendo con el resto de la vida ciudadina. De allí que el análisis del fútbol como fenómeno social pueda ser abordado desde distintas disciplinas que ponen distintos énfasis en él (Villena, 2003).

En este sentido, el fútbol es más que un subproducto, un co-producto, de la urbanización, y ha sido movido por las mismas causas que dinamizan el desarrollo urbano. Tendencias, procesos y resultados pueden a menudo ser identificados por asociación y determinan que tanto los patrones que ha seguido la ciudad y el fútbol van siempre asociados por causalidades compartidas que marcan el desarrollo de ambos fenómenos.

Trataremos de demostrar aquí que a los grandes procesos y etapas del desarrollo urbano les corresponden procesos y etapas paralelas en el fútbol. Esta simbiosis expresa la esencia urbana de este deporte y la ciudad como escenario del fútbol; además revela la identidad de la cuerda que los mueve a los dos. Fútbol y ciudad, dos fenómenos que son uno, dos expresiones sociales de un mismo proceso.

## Los orígenes

La historia del surgimiento, desarrollo y consolidación del fútbol sudamericano es relativamente breve, coincidente en el tiempo entre los distintos países y asociada a patrones similares. Desde el último cuarto del siglo XIX comenzaron a manifestarse las primeras prácticas, que rápidamente asumieron formas organizativas; las primeras ligas o competencias se promovieron hacia fines del siglo y los albores del siguiente, y luego evolucionaron hasta encontrar en los años 20 y 30 las estructuras tradicionales conocidas hasta

hoy, clubes, asociaciones y competencias. Dicho proceso fueron cumpliendo etapas que se ambientan en los más amplios procesos sociales y urbanos de la época y de lo que seguirá después.

El fútbol sudamericano es directamente tributario de importantes decisiones y fenómenos vinculados al desarrollo urbano. Desde las últimas décadas del siglo XIX, cuando se verificó en América Latina una serie de importantes iniciativas de urbanización, innovación y modernización, que incluyeron nuevas obras a través de grandes inversiones extranjeras, con capitales y tecnologías traídas de los países desarrollados, llegó con ellas el fútbol.

Se comenzaron a construir en esa época redes ferroviarias y otras infraestructuras a nivel nacional, con fuertes efectos en la ciudad primada. Estas iniciativas fueron de origen extranjero, precisamente porque se requería de tecnologías hasta entonces desconocidas en la región, de cuantiosos capitales para financiar las obras y un conocimiento y dominio técnicos que no existían localmente.

Se inauguró así, hacia fines del siglo XIX, un intenso proceso de desarrollo y modernización en las ciudades. Electrificación, acueductos y obras sanitarias, pavimentación, tranvías, telefonía, eran parte de los programas de inversión urbanos que modificaron el perfil de las ciudades, sus funciones, sus actividades y su composición social.

Todos estos proyectos llegaron del extranjero junto con los portadores del capital y de la tecnología. Los migrantes que acudían eran activos capitalistas o sus técnicos altamente capacitados, que se vincularon con la aristocracia y los hombres de negocios locales y eran, por lo tanto, recibidos en todos sus dominios. Se trataba de personas responsables de asegurar el éxito en la construcción, instalación y funcionamiento de las sofisticadas tecnologías que se instalaban en el país y en sus ciudades. Estos sujetos representaban la personificación de la tecnología, de la modernidad, del cambio, de las intervenciones higienistas en contra de las prácticas arcaicas e insalubres.

En este contexto, el fútbol es una expresión más de la modernidad, de una novedad venida de afuera y exclusiva: un selecto grupo de extranjeros altamente preparados o de locales que han estudiado en el extranjero invitan a unos pocos y privilegiados jóvenes a compartir los primeros juegos. En el

origen está el proceso modernizador, que se expresa en las grandes obras de urbanización, y el fútbol hereda esa impronta: los sujetos de la modernización son también los sujetos del fútbol.

De acuerdo a los países de origen de las nuevas inversiones, la migración extranjera tendrá su sesgo predominante. La presencia inglesa en tales iniciativas es amplia e involucra una serie de países de América del Sur, principalmente en el Cono Sur, entre ellos Argentina, Uruguay, Brasil y Chile. Con los migrantes temporales ingleses llega el conocimiento del fútbol, las primeras pelotas reglamentarias y el contagio de la curiosidad por practicar el nuevo deporte.

Tan fuerte es este ingreso que, recién con la globalización de las comunicaciones, que comenzaron a perderse algunos de los vestigios del idiolecto propio del fútbol latinoamericano en sus comienzos. Si bien se mantienen algunos anglicismos, como *off side*, *foul*, *corner*, o el más reciente *fair play*, han desaparecido los términos que designaban las posiciones de los jugadores dentro del *field*, desde el *goalkeeper*, hasta el *wing*.

Como señala Santa Cruz, “la historia del fútbol chileno es un buen ejemplo... Es conocido el hecho de que nació a fines del siglo pasado [id. est, s. XIX] como una actividad importada. Por iniciativa de ingleses de paso o residentes y a partir de los puertos, en especial Valparaíso, se difundiría rápidamente a Santiago y al resto del país. Dado el marco de condiciones económicas, políticas e ideológicas y culturales imperantes en la época, no es extraño que los jóvenes de la aristocracia se plegaran entusiastamente al juego de los ingleses” (Santa Cruz, 1991, p. 17).

La segunda fuente de influencia igualmente importante proviene de los oriundos locales que van a Inglaterra, a estudiar o conocer experiencias. Cuando regresan al país introducen los nuevos aprendizajes a una sociedad ávida de aprehender cosas del mundo más desarrollado. Los futuros futbolistas son “nuevos personajes del escenario del país, casi en su totalidad estudiantes de derecho y de medicina, ligados por consiguiente al *ethos* positivista de la ciencia, (que) traen no solo las últimas novedades de Europa pero, sobre todo, una mentalidad distinta que preconizaba la importancia del adiestramiento, la disciplina y el culto al cuerpo” (Buarque de Hollanda, 2012, p. 13).

El fútbol latinoamericano tiene entonces un origen claramente aristocrático, pues los transmisores o son de ese medio o se relacionan con él. Su conocimiento y su práctica competen originalmente a las clases altas criollas y lo será así por un período relativamente largo.

Más allá de quienes lo practican, el desarrollo del fútbol exigen también contar con ciertas condiciones que se logran en la ciudad. Juntar 22 jugadores es fácil solo en la ciudad o donde se realizaban grandes obras y había concentración de personas. La disponibilidad de terrenos en extensión y calidad para practicar el deporte se encuentra en los clubes o en canchas por construir en la ciudad. La divulgación del juego está garantizada por la densidad urbana, y la accesibilidad a los campos de juego dependía de la accesibilidad ofrecida por calles y caminos urbanos.

Buenos Aires es una de las primeras ciudades latinoamericanas en recibir influencia directa para la práctica del fútbol. Siendo una de las urbes pioneras en la modernización y tecnificación a fines del siglo XIX, el desarrollo urbano bonaerense fue líder en la región, asociado al desarrollo portuario y al comercio exterior que a través de él se realizaba.

Desde principios de los años 60 del siglo XIX se comienza a desarrollar la mayor parte de los proyectos ferroviarios que salen desde la Capital Federal hacia el interior, fuertemente asociados a la trayectoria de la producción agrícola.

El intenso intercambio comercial de principios del siglo XX hizo de la ciudad de Buenos Aires una de las urbes más avanzadas del mundo, fuerte receptora de la influencia de los modelos europeos que inspiraron una urbanización amplia y activa. Puerto Madero, la Avenida de Mayo, la electrificación del alumbrado público, los tranvías, el alcantarillado, son todas obras que se destacan en una ciudad cada vez más cosmopolita y con marcada influencia inglesa.

La fuerte presencia del capital extranjero es liderada en la mayor parte de los países por Gran Bretaña. Sin embargo, en países más al norte de América del Sur, los capitales y actividades estadounidenses serán más preponderantes. Ello es también determinante respecto del deporte que predomine en cada país. Mientras en el sur se desarrolla principalmente el fútbol, en los países del norte de la región es el béisbol el deporte que más se

práctica (Alabarces, s/f). Es por ello que en países como Ecuador, Colombia y Venezuela e incluso México pasará más tiempo hasta que se produzca la maduración, propagación y popularidad del fútbol.

Dado el carácter urbano del fútbol, y debido a la forma en que se integra en las prácticas sociales, su desarrollo original se verifica principalmente en las ciudades costeras latinoamericanas, puertos de entrada más abiertos a la inmigración y a las influencias extranjeras. Ello se aprecia claramente en el caso de Buenos Aires, donde el interior conoce el deporte más tardíamente, pero también se cumple en el ejemplo chileno, en el que el origen de los clubes de fútbol está en Valparaíso antes que en Santiago; igualmente sucede en territorios más pequeños, como la relación diferenciada en el tiempo y en la institucionalidad entre Montevideo y el interior en el Uruguay; posteriormente se aprecian casos similares en la costa atlántica colombiana con un desarrollo más temprano que en el interior, o en Guayaquil antes que en Quito.

## El origen y la evolución social del fútbol

Hasta fines del siglo XIX, el fútbol sudamericano estaba todavía confinado a prácticas de jóvenes aristocráticos. En general, tanto los inmigrantes ingleses como los criollos jóvenes de la aristocracia local frecuentaban clubes sociales, deportivos y recreativos que servirían posteriormente de soporte para la práctica del nuevo juego. Allí podían promover su deporte, invitar a participar a otros miembros de la aristocracia y disponer de espacios para canchas e incluso para espectadores. Luego deberán salir a buscar, primeramente en otros clubes equivalentes, aquellos potenciales rivales con quienes medir sus capacidades.

En estos clubes de alta clase se organizaban los equipos de fútbol y progresivamente este deporte pasa de ser una rama más de las actividades a terminar en muchos casos asumiendo el rol preponderante de los clubes. Esto acontece por ejemplo con los clubes de Regatas Flamengo y Vasco da Gama, ambos de Río de Janeiro; con Gimnasia y Esgrima, el original de Buenos Aires y su sucesor de La Plata, y Quilmes Athletic Club de Buenos Aires, o Central Uruguay Railway Cricket Club (CURCC, el futuro Peñarol), de Montevideo. En cada caso

se trata de clubes fundados por la aristocracia local o por ingleses, centrados en otros deportes, y que en algún momento luego de incluir al fútbol, este se hará dominante. Entonces, una parte de los clubes tempranamente creados, y que sobreviven hasta hoy, tiene precisamente esos orígenes aristocráticos.

Otros clubes fueron directamente creados para el fútbol y sobrevivieron, como Fluminense y Corinthians en Brasil, o Newell's de Rosario, Argentina.

Pero este proceso no fue suficiente para modelar el fútbol sudamericano actual. El desarrollo económico y social siguió su marcha y la ciudad de la aristocracia ve el surgimiento de nuevos grupos sociales, con nuevos intereses y nuevas prácticas. La urbanización que acompaña a la difusión del fútbol sudamericano en los años 20 y 30 del siglo XX afecta igualmente su desarrollo y su devenir.

Desde el punto de vista urbano, la consolidación de las ciudades y especialmente de sus áreas centrales favorece las actividades comerciales y de servicios. Desde el punto de vista social, se aprecia la irrupción de sectores medios asociados a la expansión de las profesiones liberales, al sector de empleados públicos y a la ampliación del comercio y de la industria. La simbiosis entre fútbol y ciudad hace que en este proceso de emergencia de sectores medios el fútbol sea también afectado.

Durante los años 10 y 20, el fútbol empieza a salirse del espacio más cerrado. Nuevos personajes y actores sociales de la ciudad en expansión juegan un rol y se hacen visibles. La naciente clase media se desarrolla bajo la impronta de caudillos como Irigoyen, Battle y Ordóñez, Arturo Alessandri, que abren paso a las clases medias y rompen con el estado aristocrático. Uno de sus resultados es el acceso de grupos sociales a cuestiones que antes les estaban vedadas. De alguna manera se amplía la base social de la práctica del fútbol y este avanza en muchas nuevas direcciones.

Ante esta fuerte irrupción social, donde el poder va siendo compartido, la organización de los antiguos clubes aristócratas se diluye también. En muchos casos, estos pierden fuerza, por lo que algunos clubes son cooptados por sectores medios y otros simplemente no son capaces de sobrevivir a una avalancha de nuevas iniciativas que surgen al mismo ritmo del fortalecimiento de los nuevos sectores de la sociedad y de la propia urbanización.

El tradicional campeonato inglés, que fue muy característico en Buenos Aires y en São Paulo hasta las primeras décadas del siglo XX, se debilita hasta desaparecer o transformarse profundamente, dominado por los emergentes equipos y ciudadanos locales, más numerosos, más empoderados y más entusiastas. Los clubes de clase media se van organizando hasta apoderarse de la organización del deporte y convertirse en la expresión formal aceptada por la sociedad.

A esta época corresponden la fundación de las actuales ligas de fútbol y la consolidación de la mayor parte de los clubes que seguirán participando en los campeonatos nacionales de cada país.

En esos tiempos, las distancias físicas siguen siendo un factor significativo de división, lo que promueve el surgimiento de especies de nichos en la organización del deporte. A pesar del rol del ferrocarril en la unión y acercamiento del territorio, la posibilidad de atraer clubes desde grandes distancias se hace difícil y costosa, por lo que las ligas se concentran en los lugares fundacionales, las ciudades primadas, e interactúan solo excepcionalmente con el resto de las ciudades. Por ello, las ligas de fútbol en las principales ciudades son estructuras cerradas y poco permeables dentro de cada país, con poca consideración con otras ciudades, por importantes que estas sean. Córdoba, en Argentina y Concepción en Chile revelan esta situación. En Brasil, los campeonatos gaúcho y minero comienzan más tardíamente y solo hacia los años 20 se encuentran algunos partidos entre clubes de estos lugares con equipos paulistas o cariocas.

En Argentina, la liga incluye clubes de Buenos Aires, La Plata, Rosario y Santa Fe. En Uruguay, a pesar del tamaño del país y la capital, primó el mismo criterio y la liga se forma solo con equipos de Montevideo, lo que se mantiene en buena medida hasta hoy. En Brasil, distintas organizaciones se fundaron en distintos estados, en particular, São Paulo y Río de Janeiro, originalmente sin contacto entre ellas. En Chile, la organización incluye solamente clubes de Santiago y Valparaíso.

Aunque el proceso social en el cual este desarrollo se inserta puede ser bien trazado y bien identificado, las formas concretas a través de las cuales los clubes, las ligas y los campeonatos adquirieron vida pueden ser muy disímiles.

Quizás el proceso más tradicional y más conocido tenga que ver con las modalidades de gestión del desarrollo urbano de la ciudad de Buenos Aires. Allí, la urbanización de las zonas periféricas, asumida en buena medida, más allá de la acción pública, por asociaciones de fomento u organizaciones comparables de los propios vecinos, llevaba casi automáticamente incorporada la iniciativa de crear un club de fútbol. La mayor parte de los actuales clubes se fundó durante las dos primeras décadas del siglo XX, cada uno como resultado de iniciativas de habitantes de barrios específicos que, conscientemente o no, fortalecían y consolidaban la organización y la identidad barrial de sus habitantes con un club (Fabbri, 2001).

Es entre los años 10 y 30 del siglo XX que se crea la mayor parte de los clubes que subsisten en los campeonatos de los países sudamericanos. Fueron fundados por grupos sociales diversos dentro de esta expresión de la llamada amplia “clase media” que está emergiendo social, cultural y políticamente. River Plate y Boca Juniors de Buenos Aires, ambos de la Boca, ambos genoveses para hablar de los clubes de migrantes; Ferrocarril Oeste de Buenos Aires, Rosario Central e Instituto de Córdoba, Peñarol de Montevideo y Ferroviarios y Fernández Vial de Chile, para hablar de los creados por trabajadores del ferrocarril o heredados por estos; una gran diversidad de clubes de colonias, como Palmeiras y Portuguesa de São Paulo, Cruzeiro de Belo Horizonte, Vasco da Gama de Río, Palestino, Unión Española y Audax Italiano en Chile, Deportivo Español de Buenos Aires y una gran cantidad de otros clubes de colonias españolas, italianas y portuguesas, que permanecen o desaparecieron en varias ligas de estos y otros países.

Una buena señal de la emergencia de los sectores medios en la sociedad urbana y en el fútbol lo constituyen los clubes de estudiantes que se reconocen a sí mismos como tales. Algunos muy importantes fueron fundados en la época de la influencia inglesa y fueron míticos por su excelencia y posterior desaparición, como Alumni<sup>314</sup> en Buenos Aires o Mackenzie en São Paulo. En cambio, hay una amplia variedad de otros clubes estudiantiles en otros países, fundados entre 1910 y 1940 e integrados a las ligas principales de sus ciudades, donde participaban como jugadores los propios estudiantes, y que

314 Sobre este club puede consultarse: Alabarces, P., y Rodríguez, M. G., 1996, p. 26. y Santa Cruz, E., 1995, p. 62.

rápida­mente adquirieron una impronta más profesional que estudiantil. La lista es larga, e incluye Estudiantes de La Plata, Newell's de Rosario, Racing de Buenos Aires, Nacional de Montevideo, Universidad de Chile y Universidad Católica de Chile, Universitario del Perú, Liga Deportiva Universitaria y Universidad Católica de Quito.

De tal forma que la consolidación del sello y del carácter nacional de los clubes y los torneos se asocia a la irrupción de las clases medias. Lo que podríamos llamar la “nacionalización” del fútbol sudamericano corresponde en rigor a un proceso de democratización en el que los antiguos deportistas de la élite quedan relegados y en franca minoría. El fútbol hacia los años 30 es dominado por las clases medias, con pocas excepciones hacia abajo, como la de Corinthians, fundado originalmente por trabajadores (Bellos, 2003).

## Los estadios y las obras públicas

Los estadios de fútbol constituyen realidades mucho más amplias que su simple función de albergar partidos. Se trata, en rigor, de muy grandes equipamientos que se insertan en espacios urbanos generando un cambio en sus entornos, un hito urbano significativo y una expresión de la cultura y la sociedad. En otras palabras, los estadios constituyen artefactos urbanos con una funcionalidad que supera su simple actividad futbolística.

Además de la función para la que fueron construidos, los estadios son en muchos casos elementos de la competitividad y la cultura ciudadana, y también son teatro de actividades distintas del fútbol. Son igualmente lugares de usos indeseados, expresiones de centralidad e hitos atractores y detractores de otros usos. Esto se ha vuelto más marcado en la actualidad; los modernos estadios albergan ya no solo partidos de fútbol, sino espectáculos masivos, como conciertos musicales, concentraciones políticas y son incluso hitos urbanos.

Hasta los años 30, el fútbol había evolucionado, desde una actividad desconocida para muchos, a ser la práctica, primero, de unos ingleses que consiguieron entusiasmar a una parte de la población local, la clase alta. El éxito de esta primera generación de futbolistas se observaba en la capacidad

de organizar ligas y campeonatos con un número importante de equipos dispuestos a participar. Las canchas se “conseguían” a partir de los espacios que abrían los clubes sociales y deportivos tradicionales, lo que permitía que los partidos pudieran realizarse sin grandes inversiones.

Los primeros campeonatos fueron progresivamente aceptando la incorporación de clubes organizados por la población local de clase media, la que fue dominando los torneos hasta darles un tinte netamente nacional y local. El deporte seguía siendo una actividad privada, voluntaria y con prescindencia del Estado o los Gobiernos, aunque cada vez estratos más amplios de la sociedad se encontrasen involucrados.

Pero el éxito nacional de este deporte va a acercar nuevamente los objetivos de la sociedad y los del fútbol. Ello sucede en la medida en que los gobiernos, nacionales o locales, comienzan a comprometerse con el desarrollo de la infraestructura deportiva, en el marco del desarrollo de las obras públicas.

Por definición, los estadios de fútbol tienen su origen en las primeras canchas donde los futbolistas practicaban su deporte, aún lejano del sentido del espectáculo y de la atracción de masas que hoy suscitan. Para cumplir su objetivo, una cancha (nombre que hasta ahora persiste, por ejemplo, para los estadios en Argentina) requería de cierta superficie: un área rectangular en torno a 100 metros de largo y sesenta o setenta de ancho. Estas dimensiones se corresponden bien con la manzana española de una hectárea, en la cual cabe el campo de juego a lo largo y puede contar eventualmente con espacio para tener asientos en los bordes a lo ancho de la manzana. Este espacio se puede encontrar en zonas de expansión de la ciudad, de débil o nula urbanización, pero dentro del área de influencia del suburbio o a una distancia y accesibilidad razonables dentro del límite urbano, lo que en esos tiempos era posible debido al menor tamaño de las ciudades.

Las primeras canchas de fútbol, en la época de los precursores aristocráticos, se encontraban dentro de los propios clubes privados, pero eran poco útiles para realizar partidos con equipos de fuera del club o campeonatos, dada la restricción de entrada a esos recintos. Por otra parte, entre los sectores populares, la falta de espacios propios hizo que habitualmente se buscaran terrenos

disponibles donde organizar canchas, pero con poca solución para los espectadores y con vidas muy cortas a medida que avanzaba la urbanización.

Entre los años 10 y 20, los clubes que subsisten se dieron cuenta que la falta de un terreno donde celebrar regularmente sus juegos podría ser fatal para sus aspiraciones de sobrevivencia y evolución. Se buscan entonces terrenos más estables para las canchas a través de variadas soluciones: cesiones precarias, alquiler, préstamos más o menos precarios y compras. Las fórmulas se combinaban y en ellas participaban los socios con aportes, mecenas, sistemas de trueque, etc.

Son pocos los estadios que desde esa época subsisten. Muchos siguieron siendo víctimas del proceso de desarrollo y expansión urbana y de la intensidad del proceso inmobiliario de las primeras décadas, en especial, en Buenos Aires y Río de Janeiro. A medida que los terrenos periféricos de las canchas van quedando integrados a la mancha consolidada de las ciudades, su renta potencial invitó a encontrar otros usos más rentables, y los clubes tienen muchas dificultades para mantener y proteger esos predios. Muchos clubes llegaron a mudarse hasta dos y tres veces antes de alcanzar la estabilidad en sus terrenos deportivos.

Los clubes privados no gozaban originalmente de apoyo público para sus actividades y debían resolver sus necesidades por sus propios medios, lo que resultaba muy diferenciador según el origen o condición de ellos. Los primeros clubes de altos ingresos no tenían problemas en acceder a infraestructuras disponibles y accesibles. Igual sucedía con algunos clubes asociados a empresas, como Peñarol de Montevideo, Rosario Central de Rosario o Bangú en Río de Janeiro, que gozaban de cesiones de terrenos de las propias instituciones que los auspiciaban.

La democratización y la ampliación de la base social de los futbolistas plantean a los clubes la necesidad de encontrar espacio para sus canchas y, a estas alturas, también para su público. Cualquiera sea la solución, esta se busca y se resuelve privadamente entre los asociados, sin apoyos externos. Los clubes en Buenos Aires redoblan su arraigo territorial cuando se trata de disponer de una cancha y algunos, como River Plate, deben abandonar sus barrios de origen buscando un *field* donde jugar.

En ligas más pequeñas, como la chilena o la uruguaya, la ecuatoriana o la peruana, las soluciones no requieren de tantos esfuerzos y recursos y se dispone de algún campo, compartido entre muchos clubes.

La innovación en esta materia aparece en el inicio de los años 30 en Montevideo, con la construcción del Estadio Centenario. Este es el primer estadio construido con recursos públicos, una megaestructura y un hito urbano sin precedentes. Con un aforo sobre los 60 000 espectadores, inauguró una era nueva del fútbol.

Esta nueva era tiene muchos componentes: el del espectáculo, al permitir que un partido de fútbol pueda ser masivamente visto; el de la intervención pública en el deporte; el de las grandes obras públicas en equipamientos, el de la más fina relación entre estadios y ciudad. Las consecuencias económicas, sociales y políticas serán igualmente amplias.

El Centenario, construido con fondos públicos, fue una tarea casi heroica por la urgencia en terminarlo (se construyó en menos de 10 meses), representó un fuerte compromiso público y político en la implementación de la primera Copa del Mundo de 1930, incluso inédito hasta hoy, avisando ya la importancia que tendrían estos certámenes en el futuro. El Gobierno uruguayo ofreció pagar los gastos de viaje de las delegaciones, e incluso indemnizar a los clubes europeos por los jugadores que tuvieran que ceder a sus selecciones.

El fútbol entró así en el dominio de lo público, a representarse en edificios, a servir de impulsor y de cobijo de otros deportes (cuando los estadios construidos eran olímpicos) y a ser parte de la vida nacional a pesar de que quienes lo practicaban eran minorías y los espectadores eran inevitablemente solo hombres.

Esta entrada tuvo que ver con un cambio importante en las políticas públicas, con la decisión de los Gobiernos de invertir en obras públicas y en edificaciones de gran presencia y simbolismo. El modernismo se hace presente en las ciudades y los estadios públicos y monumentales constituyen una fuerte expresión de ello.

A la iniciativa de Montevideo, excepcional por la fecha (durante la crisis de los 30) y por el motivo (el primer Campeonato Mundial de Fútbol) le seguirán iniciativas equivalentes más tarde. El segundo estadio público en

aparecer fue el Estadio Nacional de Santiago de Chile (45 mil espectadores), inaugurado en 1938, y muy poco más tarde el Estadio Pacaembú de São Paulo, en 1940 (70 mil espectadores), y por fin, el Estadio Maracanã de Río de Janeiro, en 1950 (200 000 espectadores).

Desde el punto de vista del urbanismo, los estadios constituyeron un aporte al desarrollo y expansión de las ciudades. Si bien las originales canchas podían haber sido consideradas como sitios con externalidades negativas, en especial cuando la ciudad sobrepasaba sus localizaciones, los nuevos estadios públicos constituían, por el contrario, un espacio de valorización urbana y de ganancias inmobiliarias.

Así como el Centenario fue construido en un parque en una zona residencial de calidad en Montevideo, el Nacional de Santiago se erigió en una zona en plena urbanización, de población de clase media alta, a partir de terrenos donados por el propio desarrollador inmobiliario que se vio beneficiado de los impactos urbanos del nuevo estadio. Pocos años después, la suerte del estadio Pacaembú es casi igual; a partir de terrenos cedidos por la empresa de urbanización Companhia City, el estadio se construyó en medio de una zona residencial de ingresos medios altos y contribuye a valorizarla fuertemente. El Maracanã también fue levantado en una urbanización de clase media, en pleno desarrollo en los tiempos de su inauguración.

El Estadio Olímpico de México, localizado en el barrio de altos ingresos de Pedregal de San Ángel, inaugurado en 1952, con un aforo de casi 70 000 personas y de propiedad pública (UNAM), siguió el mismo camino, lo mismo el Estadio Nacional de Lima (55 000 espectadores, 1952). En Bogotá se inaugura el Campín (15 000 espectadores, 1938), y en los años 50 se inauguran el Estadio Olímpico Pascual Guerrero de Cali y el Atanasio Girardot de Medellín. El Atahualpa de Quito ve la luz en 1951, con capacidad para 40 000 espectadores. Todos ellos localizados en barrios residenciales de alta calidad.

Este intenso movimiento público revela una situación inédita hasta entonces, pero que se hará costumbre en muchos ámbitos de la vida, pues la decisión de los Gobiernos de proveer infraestructura deportiva es una más de las facetas de los Estados intervencionistas, proteccionistas y redistributivos, a través de las cuales incorporan a los emergentes sectores populares urbanos.

El Estado deja de ser neutral y auspicia el fútbol y pone recursos cuantiosos para su desarrollo, como parte de sus políticas sociales. Sin embargo, el fútbol es una actividad que este Estado ni regula ni hace depender de él. El hecho que los clubes tengan dirigentes influyentes, a menudo con mucha capacidad de llegada a los Gobiernos, y que los gobernantes pueden obtener réditos políticos de estas decisiones no son variables despreciables del análisis.<sup>315</sup>

Pero, además, la gestión pública incentiva a otros clubes a progresar en cuanto a sus instalaciones deportivas privadas. A partir de los años 40 comienzan a aparecer los sólidos estadios de clubes privados, construidos en hormigón. En Buenos Aires, donde no se construye ningún coliseo público, se desarrollan obras con capacidades equivalentes a las de los estadios públicos: estadios como la Bombonera (Boca Juniors, 1949, 49 000 espectadores), Monumental (River Plate, 1938, 80 000 espectadores), la cancha de Racing (1950, 50 000 espectadores), la cancha de Independiente, primer estadio de hormigón armado de Sudamérica, (60 000 espectadores, 1928); la cancha de Huracán (1947) y el estadio José Amalfitani (Vélez Sarsfield, 1951, 50 000 espectadores). En Brasil se destacan también especialmente el Morumbi del club São Paulo inaugurado recién en 1960, para 60 000 espectadores, y el Palestra Italia de Palmeiras.

La construcción de una buena parte de los estadios privados de Buenos Aires fue posible gracias a aportes significativos del Estado o de empresas públicas, en particular en la época peronista, que cedieron terrenos, donaron dineros u otorgaron créditos **públicos** ventajosos para los clubes.

Todos estos grandes estadios establecen que ya el fútbol es un espectáculo masivo. Los clubes que juegan en las competencias importantes constituyen un atractivo inédito en ciudades en que los espectáculos eran limitados y poco frecuentes. Por otra parte, las afluencias y las respectivas recaudaciones constituyen una causa importante ahora para desarrollar el deporte. Los clubes ganan dinero por jugar.

La era de los grandes estadios constituye el período de madurez defi-

315 Se dice que, al momento de la inauguración del Estadio Nacional de Santiago, el presidente de entonces, Arturo Alessandri, habría expresado sus dudas respecto de la posibilidad que algún día ese estadio se llenara (Rozas, 2011).

nitiva del fútbol sudamericano. El fútbol es una actividad masiva, vigente cada fin de semana en lugares distinguibles y visibles de la ciudad, que invita a asistir a los estadios como una actividad de esparcimiento, tranquila y lúdica.

El fútbol adquiere una connotación festiva. La cultura popular y la clase trabajadora están entre los principales invitados (Oliven y Damo, 2001), pero también entre los principales comprometidos con él en tanto espectadores.

## El fútbol profesional

El fútbol como espectáculo de masas en América del Sur se consolida definitivamente con el Mundial de 1950. El de Brasil se realizó luego de la guerra, y después de doce años de interrupción de los torneos; se hace en América Latina, y participan cinco selecciones sudamericanas. Hasta entonces, salvo en 1930, la participación sudamericana había sido bastante marginal y el propio desarrollo del fútbol era limitado.

En 1950, con la masividad de las prácticas, el profesionalismo ya se había consolidado. Las altas afluencias de público a los estadios representaban importantes ingresos para los clubes, y la posibilidad de mantener altas esas afluencias dependía en buena medida de los resultados deportivos de cada club, lo mismo que la posibilidad de realizar nuevas inversiones.

El éxito deportivo, por su parte, dependía de la calidad del equipo, es decir, de los jugadores. Esto constituía una fuerte tensión entre las prácticas *amateurs* y las profesionales y marcaba la evolución del deporte. Mientras los sectores de altos ingresos jugaban como un pasatiempo, los sectores populares solo podían hacerlo si recibían apoyo económico. No se trataba sencillamente de que los que practicaban el fútbol pudieran dedicar una buena parte de su tiempo, o todo, al deporte. Lo más importante era que muchos de los buenos jugadores no tenían dinero para satisfacer sus necesidades o simplemente no tenían tiempo para dedicarse a las prácticas (Damo, 2012).

El profesionalismo resultó entonces de la necesidad de rentabilizar los clubes que necesitan pagar a sus jugadores para exigirles mayores rendimientos y mejores resultados, para obtener con ello mayor atracción de pú-

blico y mayores ganancias. Afortunadamente para los clubes y sus dirigentes, los salarios de los jugadores no eran por entonces muy altos.

De manera que en los años cuarenta y cincuenta ya se encontraron consolidados los equipos multiclases, con jugadores de bajos ingresos y asalariados del fútbol, junto con jugadores de clases medias, que mantenían inevitablemente cierto espíritu aficionado. Sin embargo, lo significativo es que muchos de estos futbolistas eran personas que habían encontrado su modo de subsistencia y de inserción social a través de este deporte. No es extraño encontrar futbolistas iletrados, que hablaban mal y no tenían cultura o incluso que tienen dificultades para calzarse un par de zapatos de fútbol. Sus compañeros de niveles socioeconómicos más altos y más “urbanizados” jugarán un papel en la integración de los primeros.

Los Gobiernos proteccionistas de la época promueven el proceso de industrialización y asumen que el desarrollo industrial sacará a los países de la región de su atraso económico. La industrialización lleva al desarrollo de importantes centros fabriles en las principales ciudades y al surgimiento de abundantes ofertas de trabajo asalariado en las ciudades. Las migraciones campo-ciudad se intensifican y las grandes ciudades crecen a tasas inéditas; muchos futuros futbolistas llegan del campo a la ciudad.

A nivel político y social se reproduce el proceso del fútbol. Los Gobiernos que predominan practican las alianzas de clase, frentes democráticos o populares, en muchos casos con incorporación de sectores populares en estructuras de Gobierno. Coinciden en los años 40 los Gobiernos de Perón en Argentina, Vargas en Brasil y el Frente Popular en Chile; está presente también la influencia del APRA en el Perú y de Acción Democrática en Venezuela.

El elitismo del fútbol entonces comienza a desaparecer durante los años treinta y cuarenta, por los factores mencionados; crecimiento urbano, universalización del espectáculo, democratización y consecuentemente acceso al deporte por parte de los más pobres (como jugadores o como espectadores), con la posibilidad de salir de la pobreza practicando fútbol.

“El *Alumni*, equipo formado por alumnos y ex alumnos del Buenos Aires English High School, hegemoniza los torneos desde 1900 hasta 1911, en que se disuelve; de allí en adelante son los Boca, los River, los Racing, los

Huracán, los Independiente, los San Lorenzo. En este sentido, los actores populares obtienen una primera y decisiva victoria: se han adueñado del fútbol. Inversamente, los clubes representativos de las clases altas comienzan a abandonarlo. La profesionalización, 1931, significa la ruptura definitiva: los sectores altos reivindican el amateurismo; la pureza, la práctica, pero también los medios para solventarla en el tiempo libre (...); frente a ello, la profesionalización mercantiliza el juego, pero en el mismo gesto lo democratiza. Y al perder la disputa, los sectores dominantes se retiran del campo” (Alabarces y Rodríguez, 1996, p. 26).

Un ejemplo que es premonitorio en este sentido corresponde a la integración de jugadores afroamericanos tan temprano como los años 20, por ejemplo, en Uruguay, aunque no globalmente aceptada por los jugadores, pero ya consolidada en los años 30, en los equipos brasileños y en su selección del Mundial de 1938, que obtendría el tercer lugar (Buarque de Hollanda, 2012).

El rol de los sectores bajos en el fútbol comienza a ser un correlato de su rol en la sociedad: otorgar capacidad de “gobernar” (hacer el esfuerzo deportivo), exigiendo “derechos” (salarios) que les permitían tener una participación decisiva, pero sin detentar el control, que corresponde en este caso a los dirigentes de los clubes y de las ligas.

Habiendo quedado claro en esta época que el fútbol es un deporte de masas, de consumo social ampliado en el marco de una sociedad pluralista y gobernada por una pluralidad, lo que se desprende de esta situación es que el fútbol es un producto de consumo masivo y un buen negocio rentable.

Como este negocio no sufre (incluso hasta el día de hoy) de regulaciones públicas, y como los clubes son asociaciones voluntarias de socios que eligen directivas que los represente, y que no distribuyen ganancias, el crecimiento de la actividad y del tamaño de los clubes en número de socios hace que sea muy difícil seguir en detalle la gestión financiera, por ejemplo, en cuestiones como contratación de jugadores, salarios, otros contratos, auspicios.

La función dirigencial es entonces esencial a esta etapa democrática del fútbol, pues es la dirigencia la que realiza la gestión ejecutiva del club y es la responsable por el resultado económico y deportivo. Así, los mejores

clubes serán siempre los más populares, los que atraigan más público, los que tengan más dinero, los mejores jugadores, que son los mejor pagados, lo que asegura el éxito deportivo y, así, sucesivamente.

Aunque los jugadores se cambiarán de equipo, respondiendo a mejores ofertas económicas, hasta los años 60 y 70 será todavía una actividad relativamente discreta, regulada entre privados para reconocer los derechos de los clubes y pagar “pases” por hacerse de un jugador, y también para mantener el mercado dentro de ciertos parámetros controlables.

Y aunque la universalización del deporte tiene un componente internacional importante, el mercado internacional es relativamente acotado, incluso porque las regulaciones internas del fútbol en muchos países establecían cupos máximos de extranjeros por plantel. Además, las transacciones no se daban en todas las direcciones, sino que existían tres países exportadores netos: Argentina, Brasil y Uruguay<sup>316</sup>, y los del resto de América Latina eran importadores netos.<sup>317</sup>

Aún sin televisión ni cable, los desplazamientos a los estadios, los borderós y los aforos son fundamentales. Solo con las TIC, más adelante, cambiarán las localizaciones reales por virtuales y las ciudades y el fútbol entrarán en vorágines y en combinaciones no previstas con anterioridad.

El proceso comienza justamente a cambiar cuando la televisión asume un rol activo en los mundiales, a partir de Inglaterra 1966, pero definitivamente en México 70. Desde entonces, al menos los partidos de los mundiales, y progresivamente cada vez más partidos, pueden ser observados en vivo a miles de kilómetros de distancia. Los jugadores se hacen conocidos y reconocibles por el público mundial, las exigencias de esfuerzo y dedicación van creciendo.

Aunque la televisión puede constituir un riesgo de baja en la asistencia a los estadios, como en muchos casos ha sucedido, la recaudación va perdiendo peso como actividad crítica en el fútbol profesional, pues puede

316 Gabriel García Márquez, como periodista deportivo del diario *El Heraldo* de Barranquilla, comenta en 1950 un partido en que Junior de Barranquilla vence a Millonarios de Bogotá; las estrellas destacadas por García Márquez son, por Junior, los brasileños Heleno de Freitas y Haroldo, y por Millonarios, y el argentino Alfredo di Stéfano.

317 Abelardo Sánchez León (1998) dice que “Brasil, Argentina y Uruguay pertenecen, históricamente, al primer bloque del fútbol americano en general. Son los países que ostentan la mayor cantidad de pergaminos, los que exportan la mayor cantidad de futbolistas de calidad: los tres países son verdaderas fábricas de jugadores, los que tienen los torneos más caros, mejor organizados y donde se juega el mejor fútbol de la región. De eso no cabe la menor duda” (p. 149).

ser reemplazada por la venta de derechos de televisión, o por la venta de jugadores o de publicidad, ambos con un gran teatro donde exhibirse.

## Identidades y rivalidades en el fútbol latinoamericano

La mayor parte de los fenómenos sociales urbanos asociados al fútbol tiene que ver, en su origen, con la modernización de las ciudades, su crecimiento y su complejización. En el caso de la popularización del fútbol, la llegada de migrantes provenientes de áreas rurales que se asientan en las ciudades sin tener lazos familiares ni otros vínculos más que el barrio o el trabajo, en la época de la profesionalización del fútbol, será un aliciente para el desarrollo para la popularización, masificación y democratización del fútbol.

En el contexto social del desarrollo urbano y su relación con el fútbol, el fenómeno cultural aparece como una constante, articulando relaciones entre fútbol y sociedad, dando origen a la creación de identidades, las que pueden asentarse según distintos discriminadores, por ejemplo, identidades territoriales, nacionales, regionales, barriales, o funcionales, socioeconómicas, culturales o sociales.

Ese fenómeno abarca desde la identificación de los jugadores con la camiseta de su equipo –en especial, en una primera etapa *amateur* del fútbol–, pasa por las identidades nacionales, es decir, la idiosincrasia nacional expresada en el modo de jugar, o la proyección del fútbol como una política pública. Recientemente, más o menos desde los años 80, la rivalidad no se da ya entre quienes juegan al fútbol, sino entre quienes siguen, muchas veces “a muerte” a algún equipo (Ramírez Gallegos, 2003). Esta rivalidad ha llegado en algunos casos a niveles bastante extremos.

El fútbol funciona como un mecanismo social que crea identidades. “Fenómenos culturales como el fútbol, en el caso particular de América Latina, aparecen fundamentalmente como prácticas complejas y multifacéticas en el contexto de los procesos de constitución de identidades de las masas populares, en cuanto sujetos sociales” (Santa Cruz, 1991, p. 16). Esta cuestión permite ver bien de qué manera, con la profesionalización del fútbol, se produce su popularización y su democratización. Lo que Santa Cruz señala

tiene que ver con cómo el fútbol también cumple una función importante en la creación de nuevos sujetos sociales y especialmente en el reconocimiento de la masa como sujeto.

En la actualidad ya no se trata simplemente de identidades, sino más bien de procesos de identificación. El fútbol constituye un tipo simple de participación social. Lo curioso es que esta participación puede incluso llegar a exceder el gusto por este deporte. Los fanáticos de un equipo no son necesariamente fanáticos del fútbol, puede que el juego mismo no les guste, pero ser hincha constituye un tipo de participación social del que es difícil desentenderse, sobre todo en los sectores populares, donde se da un mayor compromiso con esta participación. Formar parte de la barra que sigue a un club, especialmente si se trata de barras bravas, otorga estatus y legitimación social a los individuos, sobre todo en las clases más bajas, donde este tipo de participación es la única donde estos individuos pueden considerarse no excluidos.

Ese fanatismo se ha extendido y ha llegado hasta las mujeres, que hace unas tres décadas estaban excluidas de ese mundo o no tenían mayor interés por él. Por eso, ya el fútbol no puede ser entendido solo como un ritual masculino, ni dentro de la cancha ni fuera de ella.

En cuanto a las rivalidades del fútbol, se aprecian fenómenos, como la territorialización y los fanatismos que descansan sobre una misma cuestión: la creación de identidades (barriales, principalmente en Argentina, territoriales en general o simplemente entre clubes). Desde lo que podríamos llamar una segunda época o momento del fútbol en Latinoamérica, la cuestión de la identidad atraviesa toda su historia.

La rivalidad entre los distintos equipos es uno de los fenómenos sociales más visibles e interesantes de todos los que rodean al fútbol y con seguridad es determinante en cómo ha llegado a posicionarse como el deporte más popular. Pero la rivalidad no se explica por sí misma, sino que tiene otros aspectos que la explican. En ello, puede verse que los fenómenos urbanos tienen un componente importante. Podemos considerar en qué medida el fútbol a través de este fenómeno se puede dar cuenta de las divisiones, segmentaciones y separaciones territoriales propias de la ciudad, es decir, en qué medida

el fútbol puede ser un reflejo de la construcción territorial de la urbe. Con seguridad, este fenómeno es una de las caras más reconocidas de este deporte.

El caso más paradigmático al respecto se da en Argentina. Ya desde sus orígenes, el fútbol argentino está fuertemente asociado a la ciudad y a sus barrios, de modo que su desarrollo es un proceso paralelo, un correlato del desarrollo y la construcción de la propia ciudad y también de su organización territorial.

La división de los barrios de la ciudad de Buenos Aires y su respectiva rivalidad son bien identificables, por los antagonismos que se construyen en torno a los equipos de fútbol. A veces se trata de barrios que son vecinos, y en esta vecindad está el origen de la rivalidad, pero en otros casos ocurre que hay rivalidad entre dos equipos que representan al mismo barrio.

El ejemplo más claro de ello es el “Superclásico” que enfrenta River Plate con Boca Juniors. No debemos olvidar que en sus comienzos, River era un equipo del barrio de La Boca y, al igual que, su archirrival, era originalmente compuesto por inmigrantes genoveses (de ese origen genovés, River conservará los colores de su camiseta y Boca conservará el gentilicio con el que se conoce a sus seguidores, los *xeneizes*). No es sin embargo este origen común lo que da inicio a la rivalidad entre ambos equipos y al superclásico, sino que lo que está en juego es consolidarse como el equipo más popular y más exitoso de la Argentina.

También son característicos en Argentina los clásicos entre dos equipos de la misma ciudad; es cosa bastante conocida, por ejemplo, la rivalidad que existe entre los “Canallas” (hinchas de Rosario Central) y los “leprosos” (seguidores de Newell’s Old Boys), cuyos nombres decantan precisamente de esa rivalidad, o también la que se da entre los dos clubes de La Plata: Estudiantes y Gimnasia y Esgrima, siendo el origen del segundo una escisión del primero, lo que es también un condimento de dicha rivalidad.

Entre las rivalidades barriales, la más fuerte antepone a Racing e Independiente, ambos del barrio de Avellaneda y cuyos estadios se encuentran a 50 metros de distancia uno del otro. Siendo dos de los cinco grandes del fútbol argentino (los otros, Boca, River y San Lorenzo), esta rivalidad es importante.

Otras rivalidades barriales por vecindad se producen entre San Lorenzo y Huracán, Vélez Sarsfield y Ferrocarril Oeste, Argentinos y Platense, etc.

En Río de Janeiro, hay clásicos con fuerte componente social, como el que se produce entre Fluminense, equipo reconocido como aristócrata hasta hoy, y Flamengo, que muy temprano en la historia se volcó hacia las preferencias populares. Este clásico, llamado “Fla-Flu”, es muy parecido al de Boca-River en Buenos Aires. Corinthians, otro club eminentemente popular desde su fundación, exhibe una fuerte rivalidad con São Paulo FC, club más aristocrático. En Chile, la rivalidad entre Colo Colo y la Universidad de Chile representa solo una cuestión de poderío y popularidad, aunque en sus orígenes, en los años 50 y 60, tenía también una connotación social que enfrentaba a un club popular con un club elitista de estudiantes.

En Colombia, las rivalidades más fuertes se producen entre los clubes de una misma ciudad, en Medellín (Nacional–Independiente), Cali (América–Deportivo) o Bogotá (Millonarios–Santa Fe).

## **Globalización económica, nuevas tecnologías y competitividad urbana**

Recientemente, a partir de la década de los 80 del siglo XX, las condiciones generales de la evolución económica y social se hacen globalizadas, queriendo decir por eso que las distancias y los tiempos se diluyen en función de las acciones en tiempo real, sostenidas por las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

La economía concentra sus mayores esfuerzos en las actividades de servicios a la producción más que en la producción misma, a través de la valorización que estos servicios aportan a la producción real. La posibilidad de realizar muchas actividades en tiempo real, eliminando la fricción de la distancia, permite ser más efectivo, por ejemplo, en hacer rotar el capital, en realizar operaciones financieras a nivel internacional, etc.

En términos urbanos, vencer la distancia quiere decir que la localización pierde importancia respecto de la fluidez de la información. Los lugares comunicables pueden ser más ubicuos que los lugares cercanos. Una primera gran consecuencia de esto tiene que ver con la difusión de propaganda o los servicios.

El fútbol se transforma en un espacio de vehiculización de información mundial, en la medida en que la información fluye rápido, en que atrae espectadores, reales o virtuales. Esta información representa ingresos significativos para la actividad, mayormente para los clubes, que consiguen armar grandes imperios económicos basados en distintas prácticas y oportunidades.

Progresivamente van apareciendo signos de este proceso de difusión. Una de las primeras es la inclusión de publicidad en las vestimentas de los jugadores, incluso en los atuendos de entrenamiento. Rápidamente se integra también el servicio de vestimenta ofrecido a los clubes y equipos por las oligopólicas firmas de vestimenta deportiva. Aquí, el servicio es doble, pues la ecuación permite que la provisión de vestimenta se pague con la misma publicidad que significa a las firmas que los equipos demanden sus atuendos. Dado que este negocio es muy lucrativo, dichas empresas están dispuestas no solo a ceder gratuitamente la vestimenta, sino incluso a compartir con el club una parte de las ganancias que su uso genera.

Los jugadores, por su parte, negocian de manera individual el resto de la indumentaria donde tienen libertad: reciben primas de las empresas por uso de sus botines y de las viseras. Las canchas de fútbol también son objeto de las prácticas promocionales, ofreciendo una gran cantidad de espacio para publicidad.

Una segunda práctica tiene que ver con el llamado *franchising*, en particular con las marcas de todas las indumentarias de cada club. Las camisetas de cualquier jugador famoso se producen y se venden en todo el mundo, generando ingresos para la marca y para los propios clubes, amortizando así una parte de los costos de sus estrellas más caras.

Una tercera dimensión es el *branding*. En este caso, se refiere al hecho de que los clubes de fútbol logran crear un nombre y un prestigio de su propia marca, que es el nombre del club, que permite que sea promocionado y que asegure ventas. Los grandes clubes cuentan con una cantidad de empresas y marcas que están dispuestas a pagar para estar presentes en la indumentaria deportiva, o en espacios del estadio o en la presentación corporativa del club.

Todo esto sucede porque el espectáculo no solo ha incrementado su público, sino que ahora los partidos pueden ser vistos a nivel global, en tiempo real,

por un número mucho mayor que los que simplemente caben en un estadio. Un partido de alta jerarquía puede atraer al estadio a 50 mil o 60 mil espectadores, mientras la afluencia puede llegar hasta 200, 300 o 400 millones de espectadores vía televisión; un partido en las fases decisivas de un Mundial de Fútbol puede llegar hasta los mil millones de espectadores en tiempo real.

El valor de lo que se puede comunicar en esas instancias es extremadamente grande y está precisamente posibilitado por la globalización, soportada por las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Existen otros servicios igualmente importantes para los clubes y los jugadores. Se trata de los intermediarios, los llamados agentes, que se ocupan de poner jugadores a disposición de los clubes y promover transacciones. Gracias a la instantaneidad de las comunicaciones, a las tecnologías de acumulación y transmisión de información, los agentes pueden entregar *dossiers* muy completos sobre un jugador a un club que está interesado en contratar sus servicios, aunque igualmente el club ha podido sin gran dificultad acumular una buena parte de esa información por su cuenta. La importancia de los agentes es tanto mayor cuanto mayores son las transferencias internacionales de jugadores.

Por otra parte, la liberalización que acompaña a la economía fomenta también la propiedad privada de los clubes, plataforma política, social, económica y cultural de muchos conocidos latinoamericanos. Ello también produce una segunda ola de estadios privados, periféricos y de gran tamaño, de los clubes más ricos.

El año 2011, la FIFA comenzó a hacer un seguimiento de las transferencias de jugadores y contó, solo para ese año, 11 500 transacciones, de las cuales más de 1 500 eran de brasileños y más de 800 de argentinos; el valor total de estas operaciones se sitúa en torno a los 18 000 millones de dólares; los agentes obtuvieron comisiones de parte de los clubes por US\$ 130 millones. 1 500 jugadores de edades entre 16 y 17 años fueron transados ese año (pero la mayoría no eran latinoamericanos). En 2013, la cifra había subido a 12 309 transacciones, de las cuales 1 560 eran brasileños, con un 8 % menor de 21 años; los argentinos fueron casi 700. Uruguay y Colombia son los otros dos países más exportadores.

La lógica de este negocio la explica Damo (2012): “Los jugadores jóvenes, sobre todo, son vistos por el mercado clubístico como *commodities*, producidas preferiblemente en países periféricos, donde la oferta de talento es mayor y los costos de formación, menores, y cotadas según las leyes específicas de ese mercado, el cual concentra en Europa los principales pregones de negocios” (p. 91).

Los nuevos negocios permitidos por la globalización son expresión de las facilidades que otorgan las nuevas tecnologías de la comunicación y las informaciones, que permiten multiplicar las operaciones en tiempo real y multiplicar los valores involucrados en el fútbol. Los servicios que destacamos han permitido, entonces, que se genere un valor mucho mayor sobre lo producido, por la intensidad de los movimientos financieros y de información. El público que va a estadio a ver un partido es un dato marginal; el lugar pierde valor respecto a la ubicuidad universal, a la instantaneidad de las relaciones, independientemente de las distancias. La reducción del aforo de muchos de los grandes estadios es una prueba de ello.

Las nuevas tecnologías buscan obtener el máximo rendimiento de los recursos, explotar a fondo todas las posibilidades que deparan un partido de fútbol y una competencia. En esto, el proceso de exportación neto de jugadores latinoamericanos juega un rol muy importante, ahora global. En cualquier partido de una liga de importancia mundial se puede esperar sencillamente que entre un 20 y un 30 % de los jugadores sean de origen sudamericano o latinoamericano.

Esta exportación se ha convertido claramente en el mejor negocio de los clubes de la región, que hoy se esfuerzan más en exportar jugadores que en ganar campeonatos. Los grandes clubes sudamericanos, debilitados por la exportación, nos acostumbran cada vez más a no ganar campeonatos o a encontrarlos en la medianía o en la parte inferior de las tablas de sus respectivos campeonatos. El giro del club ha cambiado y no es condición tener éxito en la liga local para tener éxito en general. Los clubes latinoamericanos ganan más como exportadores que con buenos equipos para ganar sus campeonatos. River, Rosario Central, Newell's, Independiente, son de los grandes clubes argentinos que han debido jugar en divisiones inferiores. En Brasil, Fluminense, Vasco da Gama y Palmeiras han pasado por igual circunstancia.

Brasil y Argentina se han convertido en importantes importadores de jugadores de la región. Uruguayos, paraguayos, chilenos, peruanos, ecuatorianos, colombianos y venezolanos son ahora corrientes en las dos grandes ligas de la región sudamericana.

A pesar de todo esto, las ligas locales consiguen vender sus partidos a canales de televisión por cable, y los espectadores están dispuestos a pagar por ver esos partidos. Sin embargo, estas ligas se ven a menudo acorraladas por la tiranía de los medios de comunicación, que imponen horarios, ritmos, urgencias. Quizás la mejor ilustración de esto lo constituyan las Eliminatorias sudamericanas a las Copas del Mundo, donde cada dos meses, en cuatro días de una semana, se ofrecen alrededor de diez partidos que deben ser organizados en difíciles horarios para maximizar la teleaudiencia (Sánchez-León, 1998).

El efecto, en las ciudades es que efectivamente las ligas locales pierden valor como deporte, pero no como fuente de riqueza. La intensificación en el uso de los recursos llama a un *branding* más intensivo de los clubes, que incluye no solo la venta de indumentaria, sino también el arriendo de los estadios para otras actividades, tales como conciertos (muchas veces en desmedro de un partido que debe jugarse posteriormente en una cancha en mal estado), museos, atracciones turísticas (el clásico Boca-River sigue siendo una actividad atractiva en el turismo mundial).

Las ciudades se comprometen activamente en estas representaciones, pues la atracción de los hitos del fútbol son cruciales igualmente para los negocios urbanos. Una buena gestión de las variables del fútbol puede inducir a un mayor turismo, a mayores inversiones en la ciudad y a un prestigio que la sitúa mejor en la necesaria competencia entre ciudades por atraer recursos y ganar más dinero.

Así, la evolución del fútbol hasta llegar a la actualidad es absolutamente comparable con lo que sucede en las ciudades. Cambios de escala, diversidad, intensificación de los negocios y las comunicaciones, competitividad entre ciudades (y entre clubes de las mismas o distintas ciudades), son rasgos que siguen garantizando esta identidad de suerte y de propósitos. Fútbol y ciudad son parientes de primer orden.

## Bibliografía

- A. Bellos, *El fútbol y Brasil*, [www.letraslibres.com](http://www.letraslibres.com), octubre 2003
- B. Borges Buarque de Hollanda, "El elogio de la improvisación en el fútbol brasileño", en S. Villena F. (ed.), *Futopías. Ensayos sobre fútbol y nación en América Latina*, Cuaderno de Ciencias Sociales 160, Flacso, San José, 2012
- P. Alabarces, *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2008.
- P. Alabarces (compilador), *Fútbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO, Buenos Aires, 2003.
- P. Alabarces y M. G. Rodríguez, *Cuestión de pelotas*, Atuel, Argentina, 1996.
- P. Alabarces, "El deporte en América Latina", revista *Razón y Palabra*, [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx), s/f.
- A. S. Damo, "Lo económico y lo simbólico en el fútbol mercantilizado. Una interpretación antropológica", en S. Villena F. (ed.), *Futopías. Ensayos sobre fútbol y nación en América Latina*, Cuaderno de Ciencias Sociales 160, Flacso, San José, 2012.
- A. Fabbri, *El nacimiento de una pasión*, Capital Intelectual Ediciones, Buenos Aires, 2006.
- R. G. Oliven, A. S. Damo, *Fútbol y cultura*, Editorial Norma, Buenos Aires, 2001.
- J.P. Ramírez Gallegos, "Fútbol e identidad regional en Ecuador", en P. Alabarces (compilador), *Fútbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO, Buenos Aires, 2003.
- V. Rozas K., *Ni tan elefante, ni tan blanco. Cinco lecturas del Estadio Nacional*, tesis de Magíster de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 2011.
- A. Sánchez-León, "El gol de América Latina", revista *Nueva Sociedad* Nro. 154 marzo-abril 1998.
- E. Santa Cruz, *Crónica de un encuentro. Fútbol y cultura popular*, Ediciones Instituto Arcos, Santiago, 1991.
- E. Santa Cruz, *Origen y futuro de una pasión. Fútbol, cultura y modernidad*, Arcis-LOM, Santiago, 1995.
- S. Villena F. (ed.), *Futopías. Ensayos sobre fútbol y nación en América Latina*, Cuaderno de Ciencias Sociales 160, Flacso, San José, 2012.