

CLUBES Y SELECCIONES NACIONALES DE FÚTBOL

La dimensión etnoterritorial del fútbol español

FOOTBALL CLUBS AND NATIONAL FOOTBALL TEAMS
The ethnoterritorial dimension of Spanish football

RAMÓN LLOPIS GOIG
Universidad de Valencia. España
ramon.llopis@uv.es

RESUMEN

La primera parte de este trabajo muestra, desde una perspectiva general, la simultaneidad histórica en el surgimiento y desarrollo del fútbol y la construcción de los modernos Estados-nación, así como su posterior diferenciación en el contexto socioeconómico de la globalización. Esa diferenciación o separación institucional implica una alteración y reajuste de las dinámicas identitarias asociadas a este deporte. Sobre ese trasfondo histórico y conceptual se plantea una investigación de la dimensión etnoterritorial del fútbol español actual. Tras dedicar la segunda parte del artículo a revisar los aspectos etnoterritoriales de su evolución histórica, en la tercera parte se presenta el análisis del caso español. El estudio se realiza en cuatro apartados. En primer lugar, se presentan diversos datos que muestran el interés por el fútbol en la sociedad española. En segundo lugar, se analiza la capacidad de adscripción identitaria de los clubes de fútbol de Primera División, en general, y del F.C. Barcelona, en particular. En tercer lugar, se examina la ambivalencia simbólica de la selección española de fútbol. En cuarto lugar, se presentan datos sobre el apoyo a la creación de selecciones deportivas regionales y la valoración de su participación internacional cuando se trata de selecciones catalanas.

PALABRAS CLAVE ADICIONALES

Deporte, Nacionalismo, Globalización

ABSTRACT

The first part of this paper shows, from a general viewpoint, the historical simultaneity in the emergence and development of football and the building of modern Nation-States, as well as their next differentiation in the socio-economical context of globalization. This differentiation or institutional separation implies an alteration and readjustment of the identity dynamic associated to this sport. Above this historical and conceptual background we consider a research on the ethnoterritorial dimension of the Spanish football. After dedicating the second part of the article to study some ethnoterritorial keys of his historic development, in the third part we present the analysis of the Spanish case. The study is carried out in four ways. First, we present some data about the interest in football in the Spanish society. Second, we analyze the capacity of identity adscription of the Spanish First Division football clubs, in general, and we analyze in more detail the case of F.C. Barcelona. Third, we examine the symbolic ambivalence of the Spanish national football team. Fourth, we present some data about support to the creation of regional sportive teams, as well as assessment of international participation in the case of Catalan national teams.

ADDITIONAL KEYWORDS

Sport, Nationalism, Globalization

INTRODUCCIÓN

Según un reciente estudio de Gallup, en España la mitad de la población mayor de quince años se declara aficionada al fútbol¹. Durante la temporada 2004-2005, los diez partidos más vistos tuvieron entre cinco y ocho millones y medio de audiencia, y la asistencia semanal a encuentros de Primera División fue siempre superior a las doscientas mil personas². La relevancia del fútbol también se pone de manifiesto en sus dimensiones económicas. En 2003 generó un efecto sobre la producción de 4.000 millones de euros, lo que supone casi un 0,9% del PIB General y un 1,2% del PIB del Sector Servicios. Agregando otros efectos indirectos, como la remuneración de asalariados y el excedente bruto de explotación, la cifra agregada del impacto total sobre la economía española se elevó hasta los 8.066 millones de euros, aproximadamente un 1,7% del PIB General y un 2,5% del Sector Servicios³.

Cualquier otra forma de cultura popular que hubiera adquirido esas dimensiones socioeconómicas se habría visto expuesta a análisis sociológico, en un modo en que el fútbol, en España, aún no lo ha sido. Este desinterés de la sociología por el fútbol debe mucho a la tradición teórica que lo consideraba como una droga social y veía en él un instrumento de extensión de la dominación y la ignorancia. Frente a ese enfoque, sociólogos como Elias vieron en el fútbol un lugar privilegiado desde el que observar la sociedad y le abrieron espacio académico. En la actualidad hay una amplia bibliografía internacional sobre este deporte, que muestra la obsolescencia del automatismo que situaba a cualquier sociólogo interesado por el fútbol en el ámbito de estudio de la violencia de los hinchas.

Una de las áreas donde el estudio sociológico del fútbol puede ser más fecundo, habida cuenta del carácter plurinacional de España, es la relativa a su dimensión etno-territorial. Sin ánimo de ser exhaustivo, pues existe una copiosa bibliografía al respecto⁴, conviene realizar algunas precisiones sobre el concepto de etnoterritorialidad y distinguirlo de otros como etnia, identidad étnica, nacionalismo o regionalismo. El término etnia se solía utilizar para clasificar a las poblaciones humanas a partir de elementos culturales, especialmente la lengua (Glazer & Moynihan, 1975). En la actualidad, sin embargo, se recurre más a los conceptos de etnicidad y grupo étnico. Ambos enfatizan la conciencia de pertenencia a un grupo y, por tanto, constituyen una perspectiva subjetivista (Pérez-Agote, 1998: 277). Esta conciencia de pertenencia incluye la creencia colectiva en unos

¹ www.gallup.es

² Datos de la Memoria de la Liga de Fútbol Profesional de la temporada 2004-2005.

³ Según los resultados de un informe publicado por la Liga de Fútbol Profesional que llevaba por título Impacto del Fútbol Profesional en la economía española (www.lfp.es). Según este mismo informe, el Fútbol Profesional proporciona empleo de forma directa e indirecta a casi 66.000 personas.

⁴ Barth (1969); Glazer & Moynihan (1975); Pérez-Agote (1989); Gellner (1987); Smith (1986, 1991); Vermeulen & Govers (1994); Connor (1994); Moreno (1997, 2000).

mismos antecedentes históricos; la referencia a un territorio; y la atribución de significado a un elemento cultural concreto como la lengua, la religión o el folclore, que constituyen las bases de su identidad grupal.

Frente al énfasis en lo cultural, Barth (1969) enfatizó la organización de las diferencias culturales, y definió el grupo étnico como una forma de organización social en la cual sus integrantes hacen uso de ciertas “fronteras” o “marcadores culturales” basados en un pasado no verificable. Estas diferencias se vuelven más visibles cuando los miembros del grupo entran en contacto con otros grupos de análogas características.

Ahora bien, más allá de sus características aglutinantes, los procesos de afirmación de la etnicidad pueden mostrarse susceptibles de canalización política. Cuando la etnicidad tiene proyección sociopolítica puede encarnarse en la pretensión de ser una nación e, incluso, constituirse en Estado, aunque la transición de un grupo étnico a otro nacional no es algo que pueda establecerse mecánica ni universalmente (Smith, 1986). El nacionalismo sería una manifestación de la etnicidad politizada, que en la actualidad podría adoptar dos formas: el nacionalismo de Estado y el nacionalismo minoritario (Moreno, 1997: 27). A este conjunto de términos aún habría que añadir otro más: el concepto de regionalismo que no coincide con el de nacionalismo, pues la identidad regional no implica el mismo grado de compromiso afectivo, alianza social y adscripción identitaria entre sus ciudadanos que el que genera el nacionalismo.

En este contexto, el concepto de etnoterritorialidad designa aquella dimensión de un sistema político en la que se desarrollan conflictos identitarios y movilizaciones políticas de grupos étnicos con base territorial identificable. Afecta a contextos territoriales donde se manifiestan rasgos étnicos y culturalmente distintivos dentro de sociedades plurales (Rudolph y Thompson, 1992; Moreno, 1997, 2004). La ventaja de este concepto es que incluye tanto manifestaciones nacionales como regionales, manifestaciones ambas que con frecuencia tienen una difícil distinción.

El concepto de etnoterritorialidad se torna útil por el hecho de que, a menudo, el nacionalismo no aparece en regiones con características geográficas e identitarias bien definidas (Keating, 1988), algo a lo que no es ajeno la dificultad de graduar en una misma secuencia el regionalismo y el nacionalismo. No obstante, los movimientos sociales de carácter etnoterritorial, bien sean regionalistas o nacionalistas, poseen una autopercepción de la identidad grupal que les distingue del conjunto de la ciudadanía del Estado en el que están inmersos (Moreno, 1997).

En España, la dimensión etnoterritorial del deporte ha sido tratada en diversos trabajos de Manuel García Ferrando (1997, 2003 y 2005). También se han realizado estudios centrados en la intersección entre fútbol y nacionalismo referidos a los clubes gallegos (González, 2003), al Athletic de Bilbao (Unzueta, 1999; Díaz Noci, 2000) y al F.C. Barcelona (Colomé, 1999). Otros estudios centrados en aspectos etnoterritoriales del fútbol español han sido realizados por autores británicos que han estudiado aspectos históricos (Shaw, 1987; Duke y Crolley, 1996), su representación en los medios de comunicación (Crolley y Hand, 2002) o algunos aspectos de los clubes vascos (MacClancy, 1996; MacAlevey, 2001; Walton, 2005).

Este trabajo examina la dinámica etnoterritorial del fútbol en la España actual. Esta tarea se lleva a cabo en tres partes. En la primera, que no se refiere exclusivamente al caso español, se esboza el marco socio-histórico de aparición y desarrollo del fútbol en paralelo al surgimiento de los modernos Estado-nación. En esta misma sección se muestra el proceso mediante el cual, en el contexto actual de globalización, el ensamblaje entre fútbol y nacionalismo ha comenzado a desarticularse con la consiguiente alteración de las dinámicas identitarias tradicionalmente asociadas al fútbol. En la segunda parte, se desarrolla una síntesis, en clave etnoterritorial, de la historia del fútbol español desde sus inicios hasta la actualidad. En la tercera parte, se estudia la dinámica etnoterritorial del fútbol español actual. Para ello, se examina la capacidad de adscripción identitaria de sus clubes de fútbol, en general, y del F. C. Barcelona, en particular. A continuación, mediante un análisis de las imágenes transmitidas por la prensa escrita, se analiza la ambivalencia simbólica de la selección española de fútbol. Este apartado se cierra con un análisis del apoyo a la creación de selecciones deportivas regionales.

MODERNIDAD, ESTADO-NACIÓN Y DEPORTE

Junto a otros deportes, el surgimiento del fútbol fue contemporáneo a la construcción del Estado-nación (Elias, 1986: 33). Su desarrollo no sólo constituyó un vehículo a través del cual las naciones pudieron organizar sus comunidades internamente, sino que, además, sirvió para exponer al resto de naciones las propias proezas y superioridad en el terreno de las disputas simbólicas. La extensión del juego a todas las capas sociales originó un sentimiento de “pertenencia común” entre los sectores desarraigados de las modernas urbes surgidas con la revolución industrial, que evidenciaba la capacidad de creación de comunidad propia del fútbol. Como ha sugerido Wahl, “al recomponer identidades colectivas, el fútbol contribuiría a dar un nuevo equilibrio a las sociedades industriales modernas” (Wahl, 1997: 51).

Hobsbawm ha sugerido que lo que hizo del fútbol un medio eficaz para inculcar sentimientos nacionales fue la facilidad con que los individuos podían identificarse con la nación “tal como la simbolizan unas personas jóvenes que hacen de modo estupendo lo que prácticamente todo hombre quiere o ha querido hacer bien alguna vez en la vida” (1990: 152-153). La comunidad imaginada de millones de seres parecía más real bajo la forma de un equipo de once personas cuyo nombre era conocido (Anderson, 1996).

Tras el periodo entre las dos guerras mundiales, el fútbol se convirtió en un espectáculo de masas en el que se enfrentaban personas y equipos que simbolizaban Estados-nación (Hobsbawm, 1990: 151). Se desarrollaron los estilos nacionales del juego y el fútbol se convirtió en escenario privilegiado para dotar de sentido al patriotismo. Así, el fútbol adquiría unos contornos nacionales que finalmente iban a inspirar los patrones de su organización competitiva. El Estado-nación se convirtió en la unidad de organización del fútbol (Giulianotti, 1999: 32). Este ensamblaje entre fútbol y nacionalismo es claramente

reconocible en el marco en que, desde un principio, se organizó el fútbol. La FIFA⁵ se organizó como una institución internacional que agrupaba expresamente a federaciones nacionales. Así, contribuía con ello al proceso de nacionalización del fútbol, no sólo al dedicarse a regular la práctica del fútbol a escala mundial, sino también al dedicarse a organizar encuentros entre selecciones nacionales.

En este proceso de nacionalización del fútbol, los medios de comunicación desempeñaron un papel fundamental fortaleciendo la construcción de un imaginario nacional común. Como espectáculo de masas, el fútbol se constituyó en una esfera pública ritualizada, en la que se generaban representaciones acerca de lo nacional. Los medios de comunicación, organizados con patrones nacionales, a menudo han actuado como adalides del nacionalismo. Con el tiempo, en la mayor parte de países de Europa y América Latina el fútbol adquirió el carácter de tradición nacional, y los encuentros de sus selecciones nacionales se convirtieron en acontecimientos simbólicos de implicaciones políticas. Tras ser apropiado como tradición, el fútbol se convertiría en un elemento útil para estimular la integración simbólica nacional: un vehículo para la conformación de comunidades imaginadas (Anderson, 1996).

En la actualidad, el marco westfaliano en el que se desarrollaron los Estados-nación y en el que el fútbol desempeñó, junto a otros, un papel de identificador ritual se desmorona en un proceso al que no es ajeno el fenómeno de la globalización. La investigación sobre la globalización ha tenido un amplio desarrollo en los últimos años con las aportaciones de autores como Robertson (1990, 1992), Giddens (1990, 1991), Beck (1999, 2004), Hannerz (1990) y Tomlinson (1991), y ha tenido uno de sus principales ejes en lo que Beck ha denominado el agotamiento del nacionalismo metodológico y la entrada en la segunda modernidad. Si en la primera modernidad el Estado-nación basó su poder en su apego a un lugar concreto, la sociedad actual, a resultas de la globalización, asiste a una ramificación de dimensiones que se entremezclan con el Estado-nación, a una multiplicidad de círculos sociales, redes de comunicación, relaciones de mercado y modos de vida que traspasan en todas direcciones las fronteras territoriales del estado-nación (Beck, 1999: 27).

Este contexto ha producido una merma de las lealtades políticas de la ciudadanía hacia el Estado-nación. La globalización ha promovido una reconfiguración de las relaciones entre territorio e identidad que ahora se desplazan desde los patrones internacionales antes dominantes (en el sentido de "entre naciones"), hacia formas que tienen un carácter transnacional. Las identidades estado-nacionales son puestas en cuestión por el surgimiento y desafío de nuevas identidades de corte subestatal, transestatal y supranacional.

La influencia de los procesos de globalización en la articulación de las relaciones entre el fútbol y las identidades nacionales ha sido objeto de diversos estudios en el ámbito anglosajón. Algunas investigaciones se han centrado en los procesos de internacionalización de este deporte (Giulianotti y Williams, 1994), mientras otras han

⁵ Federación Internacional de Fútbol Asociación, creada en 1904.

abordado más específicamente el campo de su globalización (Giulianotti, 1999; Giulianotti y Robertson, 2004). Hay que señalar que ese proceso no puede entenderse como un proceso lineal. La globalización implica una tensión entre lo global y lo local y, de hecho, algunos de los estudios que han tratado la globalización del fútbol se han centrado en el análisis de las transformaciones locales del juego (Armstrong y Giulianotti, 1997, 1999, 2001; Finn y Giulianotti, 2000).

Entre los factores que habrían contribuido a la transformación del fútbol suele hacerse referencia a la conversión de los clubes en sociedades anónimas; la liberalización comunitaria del mercado de trabajo de los futbolistas⁶; y la creación y auge de diversas competiciones transnacionales⁷, entre las que se encuentra la *Champions League*. Una de las principales consecuencias de estas transformaciones habría sido la evaporación de los contornos nacionales del fútbol, a resultas de la cual se habría producido una indiferenciación de los estilos nacionales de juego, un progresivo abandono de la matriz nacionalista por parte de los comentaristas televisivos y una pérdida de interés por las selecciones nacionales.

La conversión del fútbol en una actividad de gran impacto social ha motivado la atención de los distintos gobiernos de los países europeos, que han tratado de promulgar normas y leyes con el objeto de ordenar y regular un sector en alza. En el caso español, la Ley del Deporte de 1990 creó un nuevo marco jurídico que iba a separar los clubes de aficionados de los profesionales (Bertomeu, 1993). Estos últimos se convertían en sociedades anónimas deportivas y empezaban a contar con estructuras empresariales. Con ello, se quebraba una tradición asociacionista que había generado sentimientos de pertenencia a los clubes (García Ferrando y Durán, 2002: 232; González, 2003: 263).

En segundo lugar, la eliminación de medidas proteccionistas de los mercados nacionales de fútbol y los flujos migratorios internacionales ha convertido al fútbol europeo actual en un escenario multicultural. La sentencia Bosman abrió las fronteras a los jugadores europeos y les permitió fichar por equipos de otros países sin que se les contabilizara como extranjeros⁸. A partir de ese momento, los jugadores comunitarios dejaban de ser considerados extranjeros y podían actuar sin límite de número en clubes de otros Estados de la Unión Europea. El fútbol europeo se hizo eco de la sentencia y de inmediato los clubes de los países con los campeonatos más competitivos (Italia, Inglaterra, España), reclutaron a numerosos jugadores comunitarios. A ellos se sumaron varios jugadores sud-

⁶ A partir de la sentencia Bosman, en 1995.

⁷ El término "internacional" se refiere a competiciones en las que concurren selecciones nacionales de Estados, mientras que "transnacional" se reserva para los torneos mundiales de clubes.

⁸ El futbolista belga J. M. Bosman inició una contienda jurídica ante los tribunales belgas y el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ante su club el RC Liégois, que impedía sus posibilidades de jugar cedido en el Dunkerque de la 2ª división francesa, al no solicitar ante la Federación Belga el obligado certificado de transferencia internacional. Bosman entendía que ese certificado le impedía el libre acceso al mercado de trabajo y suponía una discriminación por razón de la nacionalidad. En 1995, la sentencia del Tribunal de Justicia de la UE dio la razón a Bosman.

americanos y africanos con pasaporte europeo comunitario, bien por tener ascendientes en la UE o por ser nacionales de antiguas colonias europeas. Las repercusiones de la sentencia Bosman se ampliarán aún más en el futuro tras la sentencia Simutenkov, por la cual perdían su carácter de extranjero jugadores de un total de once países que tienen pactos o acuerdos de colaboración con la Unión Europea.

En tercer lugar, la constitución de un mercado mundial de futbolistas junto a las crecientes exigencias hacia sus futbolistas de unos clubes convertidos en sociedades anónimas, contribuye a difuminar los estilos de juego nacionales y cada vez es más dudosa la posibilidad de hablar de "fútbol nacional" (Eisenberg *et al.*, 2004). En relación con esto, hay también una pérdida de interés por las selecciones nacionales, cuyos encuentros futbolísticos dejan de constituir una *performance* comunitaria para convertirse en meros objetos de entretenimiento. En relación con este cambio de rol de los encuentros de las selecciones nacionales de fútbol, las narrativas televisivas habrían abandonado la matriz nacionalista para convertirse en meros acompañantes o estimulantes del consumo de fútbol.

Por último, en los últimos diez años se ha producido un auge espectacular de competiciones como la Liga de Campeones⁹ (*Champions League*). Aunque se trata de una competición creada en la temporada 1955-56, es a partir de la temporada 1992-93 cuando, merced a la ampliación del número total de participantes y a la inclusión de una liguilla en algunas fases del torneo, se convierte en una liga de los mejores equipos europeos. El éxito de este tipo de campeonatos se refleja en la creación de torneos que enfrentan a clubes de distintas nacionalidades, como la Copa del Mundo de Clubes celebrada en Brasil en 2000, el Mundial de Clubes¹⁰ y la Liga Mundial FIFA-ADIDAS¹¹. Estos torneos transnacionales consagran la separación institucional del fútbol respecto al Estado-nación y muestran la emergencia de nuevas articulaciones identitarias.

Ahora bien ¿cuáles son esas nuevas articulaciones identitarias? ¿De qué manera afectan a la tradicional identificación de los aficionados con sus equipos locales o selecciones estatales? Este trabajo trata de responder a esas preguntas. Previamente, sin embargo, se realiza una síntesis de la historia del fútbol español en clave etnoterritorial.

LA EVOLUCIÓN DEL FÚTBOL EN LA ESPAÑA DEL SIGLO XX¹²

El fútbol fue introducido en España en las postrimerías del siglo XIX como un efecto de la expansión económica británica. Hay constancia de su práctica en 1872 y algunos de los grandes clubes actuales como el Athletic de Bilbao, el F. C. Barcelona, el Real Madrid

⁹ Hasta la temporada 1991-1992 se la denominó Copa de Europa de Clubes Campeones.

¹⁰ Celebrado en diciembre de 2005, en sustitución de la Copa Toyota.

¹¹ Cuya realización se prevé para el año 2008.

¹² Para la elaboración de este apartado han sido de especial utilidad los estudios e investigaciones de Shaw (1987), Bahamonde (2000), Ball (2003), Martialay (1996, 2000) y Santander (1990, 1997).

o el Atlético de Madrid fueron creados en el tránsito del siglo XIX al XX. Era la primera etapa de un deporte cuyo contexto organizativo y competitivo adquiriría contornos estado-nacionales en poco más de 25 años, con la consolidación del Campeonato de España (1903), la adopción del Primer Reglamento del fútbol profesional (1926) y el nacimiento de la Liga (1928). Hasta que en 1903 se disputó el Primer Campeonato de España, el fútbol se había organizado en contextos regionales sin alcanzar nunca una estructura unitaria. La profesionalización del fútbol (1926) precipitó la reforma del contexto regional, pues implicaba un aumento de gastos que sólo se podía compensar saltando del marco competitivo regional al estatal. Así, la Liga se puso en funcionamiento en febrero de 1929, y en mayo de 1936, antes de que estallara la Guerra Civil, ya estaba plenamente consolidada.

Junto a otros clubes vascos, el Athletic de Bilbao dominó el fútbol español previo a la Guerra Civil. Apoyó la autonomía vasca y alentó a sus jugadores a formar parte de la selección de Euzkadi cuando estalló la contienda. Ésta debutó en París en 1937 y disputó encuentros en Checoslovaquia, Polonia, Unión Soviética y Noruega. Tras la ocupación del País Vasco por las tropas “nacionales”, esta selección se desplazó a México, donde compitió en la liga nacional antes de disolverse (Shaw, 1987: 22). El Athletic tuvo desde sus orígenes la imagen de un club representativo de su ciudad y su ámbito territorial, que se acentuó tras la decisión de su Junta directiva, en 1919, de no incluir en la plantilla a jugadores extranjeros y de fuera del ámbito vasco. Su estilo de juego, directo y fuerte, fue admirado en todo el país y constituyó la base de la *furia española*, un estereotipo que anclaba su origen en la Medalla de Plata que la Selección española alcanzó en las Olimpiadas de Amberes en 1920 (Martialay, 2000).

El F. C. Barcelona, fundado por un suizo, se convirtió pronto en un símbolo de Cataluña. En contraste, el R. C. D. Español era considerado por los seguidores del Barça como un club de orientación centralista y españolista. Los encuentros entre ambos equipos constituían un auténtico derby desde comienzos del siglo XX, si bien el mayor antagonismo siempre se produjo respecto a las manifestaciones reales de centralismo estatal. Como en el caso del Athletic de Bilbao, también muchos jugadores del F. C. Barcelona se incorporaron a la lucha contra los insurrectos militares en 1936, antes de que, en abril de 1937, el club realizara una gira por México.

Tras el fin de la contienda civil, el deporte fue subordinado al Estado e impregnado de terminología fascista. De la Falange Española Tradicional y de la JONS iba a depender la recién creada Delegación Nacional de Deportes, así también como la Real Federación Española de Fútbol. Ésta última, que había sido fundada y dirigida por los clubes desde su creación en 1902, iba a ver cómo éstos perdían su naturaleza privada y su capacidad de autogobierno (González Aja, 2002: 183). El fútbol tuvo que adaptar su funcionamiento a la evolución misma del régimen político, y tan sólo en la última etapa del franquismo los clubes empezaron a reafirmar su influencia (Shaw, 1987: 38).

Se abrió un periodo en el que las autoridades franquistas inyectaron valores fascistas a la selección española, que tuvo que abandonar su habitual camisa roja para usar otra azul, y exigir a sus componentes que al inicio de cada encuentro se alinearan para

saludar y entonar cantos fascistas (Shaw, 1987: 81-82). Los medios de comunicación promovieron su importancia adoptando un tono patriótico. El mito de la *furia española*, asociado al inicialmente estilo de juego del Atlético de Bilbao, se difuminó y se tornó útil para definir las características de los equipos españoles. La *furia española*, presentada como una encarnación de los valores hispánicos de virilidad, impetuosidad y furia (Díaz Noci, 2000), tuvo en Matías Prats, comentarista de Radio Nacional, a su más emblemático portavoz (Santander, 1997: 69).

Tras dos décadas de convergencia forzada con el régimen político, el fútbol adquirió un cierto grado de autonomía (Bahamonde, 2000: 186). En un proceso de desfalangización, que en realidad se había iniciado tras el fin de la Segunda Guerra Mundial, la simbología fascista fue abandonada gradualmente (Shaw, 1987: 84).

La Selección española sirvió escasamente a la imagen exterior del régimen, ya que ni logró clasificarse para las Copas Mundiales de 1954, 1958, 1970 y 1974, ni pasar de octavos de final en las de 1962 y 1966. Su imagen quedó desvaída a partir de 1956 ante los éxitos del Real Madrid en el fútbol europeo. El Real Madrid, que ya había adquirido un fuerte significado político durante los años cuarenta y cincuenta, llegó a ser considerado como el "equipo del régimen": la mejor imagen del mismo en el exterior (González Aja, 2002: 198).

Los años sesenta y setenta fueron testigos del despegue del fútbol como catalizador de las aspiraciones nacionalistas de vascos y catalanes. La hostilidad hacia el régimen centralista encontró en el fútbol un medio de expresión y proyección de su identidad, quizás con la aceptación tácita del régimen que veía en él una válvula de escape mitigadora de tensiones regionales¹³. El F.C. Barcelona, formado mayoritariamente por futbolistas locales hasta la década de los sesenta, se lanzó a una política de captación de estrellas internacionales a la que no era ajena su rivalidad con el Real Madrid. Pese a la ausencia de unos resultados deportivos como los de este último, el F. C. Barcelona se convirtió en el "equipo nacional" de Cataluña, y sus encuentros en el antiguo estadio de Les Corts en celebraciones nacionalistas.

Con la transición a la democracia, el fútbol se enfrentó a una transformación de las estructuras organizativas diseñadas por el régimen franquista. Se inició un proceso de democratización y los clubes devolvieron a sus socios el derecho a voto en las elecciones presidenciales. La retórica patriótica que caracterizó la información sobre la Selección española comenzó a desaparecer¹⁴. Desde finales de los setenta, el fútbol español conoció un incremento de las expresiones etnoterritoriales, que ya no sólo iban a tener como protagonistas al País Vasco y Cataluña, pues se sumaban otras comunidades como Galicia, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Sus principales clubes se convertían en emblemas regionales; y sus directivos, jugadores y aficionados se manifestaban públicamente a favor de la autonomía de sus regiones.

¹³ Como señaló Vázquez Montalbán en diversos artículos.

¹⁴ No fueron ajenas a ello las pobres actuaciones del equipo en las Copas Mundiales de 1978 y 1982.

Durante los ochenta y los noventa, la España plurinacional se proyectó en las articulaciones entre fútbol y sociedad y el protagonismo que anteriormente habían tenido el Real Madrid (como símbolo del centralismo) y el F. C. Barcelona (como símbolo del catalanismo y de la oposición al centralismo) iba a abrir paso a un escenario más plural y complejo. El Valencia C. F., el Deportivo de La Coruña, el Atlético de Bilbao, la Real Sociedad, el Atlético de Madrid, el Real Zaragoza y el Sevilla F. C., comenzaban a contar en los principales campeonatos y se hacían presentes en competiciones europeas (González, 2003: 263).

En la década de los noventa, el mapa etnoterritorial del fútbol español asiste al desmontaje de su estructura radial: la hegemonía identitaria de la Selección española y el Real Madrid se convierten en solar sobre el que se edifican nuevas identidades etnoterritoriales. En los casos catalán y vasco ya había precedentes, pero en otras Comunidades Autónomas el proceso comienza a manifestarse en esos momentos. En ello tuvo mucho que ver la creación y consolidación de cadenas de televisión y publicaciones deportivas de ámbito regional, así como a la propia lógica centrífuga que caracterizó el proceso de formación del Estado de las Autonomías (Moreno, 1997).

EL FÚTBOL EN LA ESPAÑA ACTUAL

En este apartado se estudia la capacidad de adscripción identitaria del fútbol español en la actualidad. Antes de abordar este objetivo, se ofrece información sobre su seguimiento en la sociedad española. Así, se exponen datos de diversas encuestas que cuantifican el interés por el fútbol, su seguimiento audiovisual y la asistencia a los estadios. A continuación, se examinan los sentimientos de identificación con los clubes de fútbol, en general, y con el F. C. Barcelona, en particular, para lo cual se recurre a datos procedentes de diversas encuestas y registros. Tras ello se estudia el papel de la selección española y de las selecciones regionales como vehículos de expresión identitaria. En el caso de las selecciones regionales, el análisis se ilustra con datos procedentes de una encuesta. En el caso de la selección española, se ofrece un análisis de contenido cualitativo de opiniones vertidas en la prensa, durante los últimos años, por futbolistas, entrenadores, directivos, escritores y periodistas¹⁵.

¹⁵ Para la realización de este apartado se ha recurrido a diversas fuentes. Se han usado datos de diversas encuestas de Gallup España (n = 2.001), compañía que desde 1974 ha incluido en sus estudios ómnibus de manera regular una pregunta relativa al grado de afición por el fútbol entre los españoles. Se usan datos de los estudios 2541 (n = 2.411) y del 2397 (n = 5.159), ambos del CIS, realizado en 2003 y 2000 respectivamente. Se ha recurrido a una encuesta realizada también al conjunto de la sociedad española en 2002 y 2003, bajo el patrocinio de la Generalitat de Cataluña (n = 3.000). También se han usado datos de una encuesta relativa a la opinión de los españoles sobre los clubes de fútbol. Esta encuesta la realizó la empresa Análisis e Investigación por encargo de la Liga de Fútbol Profesional en octubre de 2003 (n = 501). Por último, se han usado datos procedentes de anuarios de *Marca* y *As*, así como diversas memoria anuales de la Liga de Fútbol Profesional (LFP).

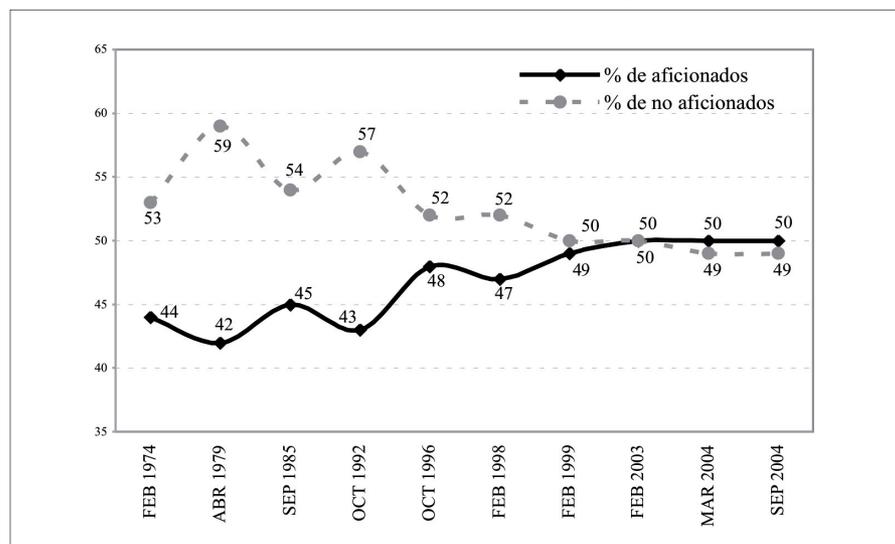
El seguimiento del fútbol: aficionados, audiencias y asistencia a los estadios

Un reciente sondeo de Gallup muestra que la mitad de la población española es aficionada al fútbol. Este interés no ha dejado de crecer durante las últimas tres décadas: ha pasado del 44% en febrero de 1974 hasta el 50% en septiembre de 2004 (gráfico 1).

Los principales aficionados al fútbol son los varones: un 71% de ellos se considera aficionado, porcentaje que entre las mujeres se reduce al 31%. Por edades, la afición al fútbol es más elevada entre los jóvenes de 15 a 24 años (65%), mientras que las personas entre 55 y 64 años y los mayores de 65 años son los menos interesados por el fútbol (40% y 45%, respectivamente). Por otro lado, la presencia de aficionados al fútbol está por debajo de la media en las ciudades de menos de 30.000 habitantes, situándose en un 47%. En ciudades de tamaño medio (de 30.000 a 100.000 habitantes), los aficionados representan el 52% de la población, mientras que en las ciudades de 100.000 a 500.000 habitantes son el 51%, y en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona representan el 52%.

Sabido es que la retransmisión de encuentros y programas de fútbol es uno de los grandes argumentos de la programación televisiva y radiofónica. En relación con la televisión, un 36% de los españoles sigue con cierta frecuencia las retransmisiones futbolísticas y programas relacionados con el fútbol: un 22% lo hace habitualmente y un

Gráfico 1.
Evolución de la afición al fútbol en España



Fuente: www.gallup.es

14% con cierta frecuencia. En cuanto a la radio, un 27% afirma seguir programas de esta naturaleza y contenidos con cierta regularidad. Más concretamente, un 14% lo hace de modo habitual y un 13% con cierta frecuencia. Entre los varones estos niveles son más elevados: un 78% ve los programas y retransmisiones futbolísticas por televisión con cierta frecuencia, porcentaje que se sitúa en el 64% cuando se hace referencia a la radio (Tabla 1).

En cuanto a la asistencia a los estadios, más de una cuarta parte de la población española (28%) declara haber comprado una entrada en taquilla para asistir a un encuentro futbolístico durante el año anterior al momento de realización de la encuesta. Ese porcentaje se situaba en el 42% en el caso de los varones y en el 14% entre las mujeres (Tabla 2).

Estos últimos datos pueden ser complementados con las cifras de asistencia a los estadios proporcionados por los propios clubes de fútbol. En la Primera División española, durante la temporada 2004-2005, la asistencia de espectadores por semana osciló entre los 203.000 de la jornada 36ª hasta los 287.476 en la jornada 12ª. En conjunto, la asistencia de aficionados durante las 38 jornadas de que consta la Liga fue de 9.346.751 personas. En esa misma temporada, la asistencia a los encuentros de Segunda División alcanzó 3.109.804 personas, cifra que unida a la anterior supone un total de 12.456.555 personas. Desde el inicio de la década de los noventa la asistencia anual de espectadores a encuentros de Primera y Segunda División se ha situado siempre por encima de los diez millones de personas. El punto más elevado se alcanzó en la temporada 1996-1997, con 13,2 millones.

Tabla 1.
Seguimiento audiovisual del fútbol

Audiencia de programas o transmisiones de fútbol (%)	Habitualmente	Con cierta frecuencia	De vez en cuando	Casi nunca
Por televisión	22	14	17	47
Por radio	14	13	15	58

Fuente: CIS (E-2541)

Tabla 2.
Asistencia a los estadios de fútbol

Ha comprado entradas en taquilla para asistir a un partido de fútbol durante el último año (%)	Varones	Mujeres	Total
Sí	42	14	28
No	58	86	72

Fuente: CIS (E-2397)

El Real Madrid tiene una asistencia media por encuentro de 68.670 personas, seguido por el F. C. Barcelona con un promedio de 65.150 personas. Otro club madrileño aparece en tercer lugar, el Atlético de Madrid, cuya asistencia media se mueve en el entorno de las 52.000 personas. A continuación, el Valencia C. F., con 46.894, seguido por el Sevilla, con 38.000, el Betis, con 35.473, y el Atlético de Bilbao, con 33.276. Tras ellos, el Deportivo, la Real Sociedad, el Real Zaragoza, el Celta de Vigo y el Cádiz C. F., con asistencias entre veinte y treinta mil espectadores semanales. Finalmente, aparecen siete clubes con promedios semanales de diez mil a veinte mil espectadores y, por último, el Getafe C. F., con una media de nueve mil espectadores (Tabla 3).

La identificación con los clubes de fútbol

La sociología y la antropología social han destacado desde antiguo la capacidad del deporte de proporcionar un espacio idóneo para la expresión de las identidades colectivas y los antagonismos locales, regionales o nacionales. Los aficionados de un equipo se identifican intensamente con los equipos de su localidad, región o país, porque los perciben como símbolo de un modo específico de existencia colectiva (Bromberger, 2000: 262). En los últimos años, sin embargo, se ha señalado una posible pérdida de la capacidad de adscripción identitaria de los clubes sobre la base de dos argumentos.

Tabla 3.
Asistencia media aproximada a los partidos de Primera División

Club	Asistentes	Club	Asistentes
Real Madrid C. F.	68.670	R. C. Celta de Vigo	21.410
F. C. Barcelona	65.150	Cádiz C. F.	20.000
Atlético de Madrid	52.000	R. C. D. Espanyol	19.800
Valencia C. F.	46.894	R. C. D. Mallorca	17.375
Sevilla F. C.	38.000	C. A. Osasuna	17.090
R. Betis Balompié	35.473	Deportivo Alavés	16.663
Athlético de Bilbao	33.276	Villarreal C. F.	16.157
R. C. Deportivo	29.716	Málaga C. F.	14.252
Real Sociedad	24.405	Racing de Santander	11.368
Real Zaragoza	22.500	Getafe C. F.	9.000

Fuente: Liga de Fútbol Profesional (LFP)

En primer lugar, se ha aducido que la transformación en sociedades anónimas de los clubes de fútbol podría implicar una pérdida del capital simbólico generado por éstos. Esta dinámica habría conducido a los clubes a dejar de ser el referente de una ciudad o una comunidad. En segundo lugar, se han señalado las repercusiones de la sentencia Bosman en la organización del fútbol europeo: mientras en 1995 los equipos podían tener hasta cuatro extranjeros y alinear sólo a tres, en la actualidad, al menos para los europeos comunitarios, no hay límites, lo que ocasionaría un debilitamiento de la conexión identitaria

Tabla 4.
Composición nacional de las plantillas de los equipos españoles de Primera División

Composición de las plantillas (temporada 04-05)	% Extranjeros	% Nacionalidad comunitaria	% Doble nacionalidad (extranjera + comunitaria)	% Doble nacionalidad (extranjera + española)	% total
F. C. Barcelona	29,2	12,5	12,5	--	54,2
Racing Santander	18,2	--	18,2	9,1	45,5
Valencia C. F.	6,5	25,8	9,7	3,2	45,2
Real Madrid C. F.	13,6	18,2	--	4,5	36,4
R. C. D. Espanyol	17,9	7,1	3,6	7,1	35,7
Málaga C. F.	11,1	16,7	--	5,6	33,3
C. A. Osasuna	12,0	4,0	8,0	8,0	32,0
Atlético de Madrid	11,5	7,7	--	11,5	30,8
Villarreal C. F.	13,0	--	8,7	8,7	30,4
R. C. Deportivo	7,4	3,7	7,4	11,1	29,6
Albacete Balompié	8,3	8,3	12,5	--	29,2
Real Sociedad	16,7	12,5	--	--	29,2
R. Zaragoza	12,5	--	16,7	--	29,2
R. C. D. Mallorca	10,0	10,0	5,0	--	25,0
R. Betis Balompié	12,0	4,0	4,0	4,0	24,0
Sevilla F. C.	10,7	--	3,6	7,1	21,4
Levante U. D.	7,7	7,7	3,8	--	19,2
Getafe C. F.	12,0	--	4,0	--	16,0
C. D. Numancia	--	4,5	4,5	4,5	13,6
Athlétic de Bilbao	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de *Anuario Marca 2004-2005*. El tamaño medio de la plantilla de los equipos de Primera División al inicio de la temporada era de 25 futbolistas.

entre aficionados y clubes, así como un descuido de las canteras con el consiguiente empobrecimiento de las selecciones nacionales¹⁶.

La tabla 4 recoge una serie de datos que ayudan a calibrar los efectos de la sentencia Bosman en la Primera División del Fútbol español. La tasa total muestra la elevada penetración de futbolistas nacidos fuera de España. En el caso del F. C. Barcelona llegan a ser más de la mitad; mientras en otros dos clubes, el Valencia C. F. y el Racing de Santander, se aproximan a esa cifra. Tras ellos, el Real Madrid y el Español tendrían a más de un tercio de su plantilla de procedencia extranjera. Trece clubes aparecen a continuación con presencias de extranjeros inferior a un tercio; y, por último, el Atlético de Bilbao, fiel a su política de promoción de la “cantera”, no sólo no presenta extranjeros, sino que, además, su plantilla es prácticamente autóctona.

Las cifras contenidas en la tabla anterior no han pasado desapercibidas a los aficionados españoles. Una reciente encuesta sobre los clubes de fútbol, realizada por la Liga de Fútbol Profesional (LFP) entre aficionados al fútbol mayores de edad, revelaba que un 58% de la muestra se mostraba en desacuerdo con la idea de que los clubes de fútbol apoyan la “cantera”, frente al 37% de los que sí estaban de acuerdo (Tabla 5).

La pregunta que habría que formular a continuación es si esta situación ha afectado a los sentimientos de identificación con los clubes. Para contestar a esta pregunta se examinan datos de diversa procedencia. En primer lugar, se analiza la simpatía por los clubes de fútbol y la pertenencia a los mismos. En segundo lugar, se exponen opiniones sobre la representatividad geográfica y el potencial integrador de los clubes de fútbol, haciendo un análisis más detallado del caso del F. C. Barcelona.

Tabla 5.
*Opinión de los aficionados españoles sobre el trato
que reciben las “canteras”*

En qué medida cree usted que... (%)	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo
Los clubes apoyan la cantera	37	5	58

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP

¹⁶El Presidente de la UEFA, L. Johansson, afirmaba recientemente que la elevada presencia de jugadores extranjeros supone una amenaza para la identidad de los clubes, y anunciaba que la UEFA iba a negociar con Bruselas el establecimiento de “un cupo mínimo de nacionales por equipo, entre siete y ocho, para salvaguardar las canteras y favorecer a las selecciones” (El País, 11 de octubre de 2004).

Identificación y pertenencia a clubes

Los españoles que se declaran aficionados al fútbol, se declaran automática e inevitablemente seguidores de un equipo de fútbol. Un 38% se declara seguidor del Real Madrid y un 18% del F. C. Barcelona. Tras estos dos equipos, un 5% afirma ser seguidor del Atlético de Madrid y un 4% del Valencia C. F., la misma proporción que Betis, Athletic de Bilbao y Deportivo de la Coruña, y un punto menos que el Sevilla (3%). Por otra parte, en mayo de 2005 y según datos de la Liga de Fútbol Profesional, los clubes españoles contaban con un total de 623.619 “socios”¹⁷, una buena parte de los cuales se habían incorporado en los últimos años. De ellos, 130.000 pertenecen al F. C. Barcelona y 69.000 al Real Madrid. El primero tiene un 20,8% de “socios” frente al 11,1% del segundo, pero muchos menos seguidores (18% frente a 38%), lo que evidencia la dispersión de la identificación con el Real Madrid en la geografía española y el mayor asociacionismo de los seguidores del Barça. El resto de clubes tiene porcentajes de seguidores más consonantes con su proporción de “socios” (Tabla 6).

Tabla 6.
Seguidores y “socios” de clubes de fútbol españoles

Equipos de fútbol	Identificación con clubes (%)	Socios	
		Número	%
Real Madrid C. F.	38	69.000	11,1
F. C. Barcelona	18	130.000	20,8
C. Atlético de Madrid	5	42.000	6,7
Valencia C. F.	4	39.000	6,3
Real Betis Balompié	4	35.000	5,6
Athletic Club de Bilbao	4	34.373	5,5
R. C. Deportivo de la Coruña	4	30.160	4,8
Sevilla F. C.	3	36.000	5,8
Resto de clubes	20	208.086	33,4
Total	100	623.619	100

Fuente: los datos de identificación con clubes proceden de ISA-2002, los de socios de LFP

¹⁷ En realidad, únicamente se trata de “socios” en los casos de F. C. Barcelona, Real Madrid, Athletic de Bilbao y Osasuna. El resto de equipos son Sociedades Anónimas Deportivas desde inicios de los noventa y, por tanto, no tienen “socios” sino “abonados”.

La identificación automática con un club entre los que se definen como aficionados al fútbol, así como la tendencia al alza en la vinculación a clubes, no permite dar por válida la hipótesis de la pérdida de identificación con aquéllos. Por otro lado, la capacidad de adscripción identitaria de los clubes de fútbol también se pone de manifiesto en la respuesta a una de las preguntas contenidas en la encuesta sobre los Clubes de fútbol españoles citada anteriormente. Al preguntar a los aficionados si estaban o no de acuerdo con la idea de que los clubes representan a la ciudad, un 73% respondió afirmativamente, frente a un 22% que se mostró en desacuerdo (Tabla 7).

Así pues, ese carácter de representantes de la ciudad que tres cuartas partes de los aficionados atribuye a los clubes no es compatible con la tesis de que los lazos de conexión identitaria con sus seguidores se estén debilitando como consecuencia de la cada vez mayor presencia de extranjeros en las plantillas de los clubes españoles.

Tabla 7.
Los clubes de fútbol como “representantes” de las ciudades

En qué medida cree usted que (%)	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo	Ns/nc
Los clubes representan a la ciudad	73	4	22	1

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP

El F. C. Barcelona

El F. C. Barcelona merece una atención más específica por las posibilidades interpretativas que su análisis proporciona. En el apartado dedicado al análisis histórico del fútbol en España, se ha concluido que se trata de un club con una especial carga simbólica, que incluso ha llegado a ser considerado como el “equipo nacional de Cataluña”. Por otro lado, en la ya examinada tabla 4 podía apreciarse que era el más internacionalizado de los clubes españoles, con más de la mitad de futbolistas de su plantilla de procedencia extranjera. Con esos antecedentes no hay duda de su pertinencia como caso de estudio.

Como puede verse en la tabla 8, un 53% de los catalanes asocia el F. C. Barcelona a la idea de Cataluña, muy por delante de los que lo asocian a un equipo de fútbol (21%), o a la ciudad de Barcelona (17%), y en contraste con lo que se piensa en el resto de España, donde se asocia en primer lugar a la idea de un equipo de fútbol¹⁸ (Tabla 8).

¹⁸ Extraído del estudio “La imagen de Cataluña en España”, realizado por Eudox, S.A. La pregunta decía así: “Cuándo hablamos del F. C. Barcelona ¿con quién lo identifica en primer lugar?” (www.cathoy.es).

Y si los datos de la tabla anterior muestran la persistencia de la adscripción identitaria al F. C. Barcelona, los de la tabla 9 revelan la escasa preocupación que provoca la procedencia de los miembros de la plantilla blaugrana, tanto entre sus seguidores catalanes como en el resto de España. Para un 39% de los seguidores catalanes del F. C. Barcelona es indiferente la procedencia de los futbolistas que componen su equipo, siendo sólo un 17% los que se decantaban por los nacidos en Cataluña¹⁹ (Tabla 9).

Las actitudes más partidarias de dotar a la plantilla del F. C. Barcelona de un componente étnico se ven influidas por el origen y la forma de organización del Estado preferida, siendo los autóctonos y los partidarios de un modelo de Estado federal o

Tabla 8.
Imagen del F.C. Barcelona en España y Cataluña

Imagen del F. C. Barcelona (%)	Un equipo de fútbol	La ciudad de Barcelona	Cataluña
En Cataluña	21	17	53
En el conjunto de España	35	28	29

Fuente: La imagen de Cataluña en España

Tabla 9.
Composición preferida par el F.C. Barcelona en España y Cataluña

Composición preferida para la plantilla del F. C. Barcelona (%)	Seguidores catalanes	Seguidores del resto de España
Futbolistas nacidos en Cataluña	17	13
Futbolistas catalanes y algún extranjero	25	10
De toda España y extranjeros	14	24
Me es indiferente	39	42
Ns/nc	5	11

Fuente: ISA-2003

¹⁹ La pregunta decía así: ¿cómo le gustaría que fuera la composición de su equipo?

confederal los que más se decantan por un “Barça catalán”. Sin embargo, incluso en esos casos, los que optan por una plantilla “plural” registran porcentajes muy similares (Tabla 10).

Una explicación teórica de esta continuidad identitaria en el caso de aquellos equipos que incorporan y renuevan constantemente a futbolistas extranjeros, como es el caso de F. C. Barcelona, la ofrece García Ferrando al afirmar que lo que dota de poder simbólico al acto deportivo no es el componente local o nacional, sino “el enfrentamiento agonial, la competición estructurada siguiendo unas reglas determinadas, que requiere un desenlace en el que exista un triunfador y, por consiguiente, un perdedor” (García Ferrando, 2003a: 639). Estos componentes del acto deportivo facilitan la vinculación emocional, y por ello, “el deporte profesional, como rito que amarra y hechiza, no se ve amenazado en su integridad en la sociedad global con la movilidad geográfica de los deportistas que lo sostienen” (García Ferrando, 2003a: 640). Por si acaso, los equipos más internacionales suelen tener como capitán / líder a alguien que encarna al “jugador local” y que personifica las cualidades propias del club. Es el caso de David Albelda, en el Valencia C. F., Josep Guardiola y Carles Puyol, en el F. C. Barcelona, y Fernando Hierro y Raúl, en el Real Madrid. Estos futbolistas anclan la conexión local mientras los clubes se lanzan a la contratación de futbolistas extranjeros, una práctica que podría considerarse de *glocalización* cultural (Giulianotti y Robertson, 2004: 553). Así, se hace posible lo que en

Tabla 10.
*Composición preferida para el FC Barcelona en Cataluña según origen
y modelo de Estado*

Preferencias respecto a la composición de la plantilla del F. C. Barcelona (%)	Plantilla “étnica”	Plantilla “plural”	Ns/nc
Total	42	53	5
<i>Origen</i>			
Autóctono	54	44	2
Primera generación	27	64	9
Hijo pareja mixta	33	65	2
Foráneo	37	53	10
<i>Modelo de Estado preferido</i>			
Centralista	24	64	12
Autonómico	36	56	8
Federal	46	52	2
Confederal	49	46	5

Fuente: ISA-2003

principio podría parecer contradictorio: que la profesionalización e internacionalización de los clubes de fútbol pueda coexistir con sentimientos de identificación etnoterritorial²⁰.

Pero más allá del ejemplo concreto, lo que estos datos revelan es que en el nuevo escenario futbolístico lo local forma parte de lo global (Robertson, 1990 y 1992). Tras su progresiva separación del campo estado-nacional, el fútbol se convierte en cauce expresivo para diversos vectores etnoterritoriales e identitarios, y lo que ahora emerge es una constelación compuesta por dinámicas modernas y globales, que se activan de modo simultáneo. Esto es lo que manifiestan, más específicamente, los datos contenidos en la tabla 11: para la mayoría de aficionados, el fútbol permite la integración y la conjunción identitaria, lo que impediría su asociación a única perspectiva (Tabla 11).

La pluralización identitaria, por tanto, se instala en el fútbol. Un aficionado, por ejemplo, puede ofrecer apoyo activo a sus pequeños clubes locales, pero también mostrar apoyo a grandes clubes como el Manchester United, el Arsenal, el A. C. Milan, el Real Madrid o el F. C. Barcelona, a los que siguen a través de la televisión o Internet. Se puede ser seguidor del Valencia C. F., pero alegrarse tras la victoria del Liverpool F. C. en la final de la *Champions League* del 25 de mayo de 2005²¹. El escenario futbolístico emergente muestra una mayor inclusividad, dado que se construye a través de dimensiones identitarias que se movilizan en distintos momentos, quizás por distintas razones. Algo que encaja con el carácter multi-identitario atribuido al hombre contemporáneo (Maaluf, 1999).

Tabla 11.
Grado de acuerdo con la capacidad integradora del fútbol

En qué medida cree Usted que... (%)	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo	Ns/nc
El fútbol permite integrarse mejor	87	10	2	1
El fútbol posibilita conjugar distintas identidades sociales y culturales	69	10	20	1

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP

²⁰ El Presidente del F. C. Barcelona, Joan Laporta, dejaba constancia de ello en una reciente entrevista: "sobre el problema que podría suponer mantener la identidad del club dentro de este mundo globalizado, el Barça no debería tener dificultades. El Barça es una institución muy importante en Cataluña y, en este sentido, como se dijo en una época, es el club de Cataluña" (Murillo, 2005: 340).

²¹ Que en la actualidad tiene como entrenador a R. Benítez, previamente en el Valencia C. F.

El carácter ambivalente de la Selección española

En un artículo titulado “Anorexia patriótica”, José Ignacio Wert se hacía eco de la opinión de entrenadores como Camacho, Del Bosque o Cruyff, que vinculaban los mediocres resultados de la selección española de fútbol con “la falta de sentimiento nacional de los españoles” y, más concretamente, de los seleccionados, lo que “les llevaba a perder nervio competitivo, ilusión y bravura en la pelea”. Afirmaba Wert que todo parecía indicar que se encontraban “aquejados de una cierta anorexia patriótica cuando llevan el nombre de España bordado en la elástica y se mostraban mucho más motivados cuando pelean por sus clubes”²². Unos años antes, el entonces entrenador de la selección española, Javier Clemente, señalaba que no creía que ésta “hubiera tenido alguna vez un fuerte sentido de identidad como equipo nacional”²³.

Desde esta óptica, la participación internacional de la selección española de fútbol no sería capaz de despertar el patriotismo. Sus encuentros, como afirmaba Vicente Verdú en plena Eurocopa de Portugal 2004, se habrían convertido en un mero entretenimiento: “un espectáculo venial que ni pincha la carne ni corta la sangre; que ni invita a poner toda la carne en el asador ni tampoco a cortarse las venas”²⁴. Así, la confrontación futbolística de la selección española pierde carácter de ritual político o *performance* comunitaria, para ser un producto más de consumo audiovisual. No es de extrañar, por tanto, que un 59% de los españoles considere que los clubes deberían ser compensados económicamente por ceder a sus futbolistas a la selección española (tabla 12). Tras esos datos se encuentra un cambio de opinión con respecto a la relación de importancia entre clubes y selección

Tabla 12.
Opinión sobre las relaciones entre clubes de fútbol y la selección española

	Sí	No	Ns/nc
Los clubes están obligados a ceder a las diferentes selecciones los jugadores convocados			
¿Cree que los clubes deberían ser compensados económicamente por ello?	59	39	2

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP

²² “Anorexia patriótica”, en *El País*, 21 de marzo de 2001.

²³ Entrevista concedida a *El País*, 2 de junio de 1996.

²⁴ “El vicio de la distracción”, en *El País*, 9 de junio de 2004.

española. Mientras, anteriormente, los seguidores de un club llegaban a enorgullecerse de que los jugadores de su equipo fueran convocados para formar parte de la selección española, en la actualidad más bien lo ven como algo que puede entorpecer las aspiraciones y capacidad competitiva de su propio club.

Esta primacía de los clubes sobre la selección española podría explicarse sobre la base de los siguientes cuatro argumentos:

1) En primer lugar, se podría hacer referencia a los exiguos resultados de la selección española en competiciones internacionales²⁵.

2) En segundo lugar, se podría indicar la mayor capacidad de los clubes para ilusionar a los aficionados al fútbol. En un mercado de trabajo global y prácticamente abierto como el del fútbol, los clubes pueden recurrir a nuevos fichajes, renovaciones y otras acciones con las que reilusionar a los seguidores de sus equipos. La plantilla de un club puede cambiar casi por completo, incluido su entrenador, de una temporada a la siguiente. Sin embargo, la selección tiene limitada su capacidad de reilusionar, ya que sólo puede nutrirse de futbolistas españoles.

3) En tercer lugar, la primacía de los clubes sobre la selección española también podría explicarse haciendo alusión a la mayor *continuidad competitiva* de los primeros frente a la segunda. Mientras la selección únicamente compite cada dos años²⁶, los clubes compiten semanalmente durante el periodo de casi diez meses que dura la Liga. Esta mayor *continuidad competitiva*, sin duda, refuerza la conexión de los aficionados con sus clubes y deja en segundo lugar a la selección.

4) En cuarto lugar, y enlazando con algo que ya se ha señalado en el apartado anterior, podría hacerse referencia a la significación etnoterritorial que desde finales de los años setenta y ochenta comienzan a tener los clubes para los españoles. Estos serían una mejor vía de expresión identitaria para la España plurinacional emergida tras la transición a la democracia. Habría contribuido a ello el desprestigio de la identidad unitaria que la dictadura franquista dejó como uno de sus legados más palpables (Moreno, 1997).

Ahora bien, estos razonamientos que inciden en un declive de la selección española de fútbol, tanto si tiene que ver con el desinterés de futbolistas y entrenadores, como si hace referencia a la ausencia de una identidad común de juego, como si se basa en la escasez de los trofeos cosechados, tendrían que dar cuenta de otros hechos cuya coexistencia se revela, en principio, como contradictoria.

En primer lugar, los datos de audiencia televisiva y asistencia a los estadios en encuentros que enfrentan a la selección española están lejos de revelar un claro desinterés de la sociedad por la misma. Entre otros datos, podría hacerse referencia a la audiencia de más de doce millones de espectadores que la selección española llegó a obtener en el Mundial de 1998 en Francia, o a la repercusión del encuentro ante el anfitrión Corea,

²⁵ Donde, como ya se ha señalado en el apartado dedicado a aspectos históricos del fútbol español, nunca ha tenido una destacada actuación.

²⁶ Ya que tanto los Mundiales como la Eurocopa se celebran cada 4 años, pero con 2 años de distancia.

en el Mundial de 2002 de Corea-Japón, que al disputarse en horario español matutino, llevó a que un elevado número de empresas permitieran a sus trabajadores presenciar el encuentro concediéndoles jornada libre.

En segundo lugar, la supuesta pérdida de interés por la selección española contrastaría con la persistencia del estereotipo de la *furia española* en la prensa escrita. Un estudio de Crolley y Hand (2002: 116) sobre el Mundial de Francia de 1998 mostraba que la prensa española continua asumiendo la existencia de una identidad común que, en la mayoría de casos, equivale a una versión actualizada del estereotipo de la *furia española*. Un estudio más reciente sobre la representación de la selección española en el periódico *El País*, con motivo de la Eurocopa de Portugal 2004, elaborado por el propio autor de este trabajo, ponía de relieve el nacionalismo de Estado de este diario; una posición que se forjaba en el ensalzamiento de la propia selección española, la subestimación de sus rivales, las referencias a la *furia española* y la adopción de estereotipos y símbolos.

La importancia de ambos hechos, no obstante, podría ser ponderada. En primer caso, porque las audiencias elevadas de la selección española únicamente se registran cuando ésta logra resultados positivos. Por otro lado, cuando la selección disputa un partido en España no es habitual que se elija el estadio de clubes con fuertes implicaciones nacionalistas, como el F. C. Barcelona o el Atlético de Bilbao, donde el apoyo que recibiría la selección española sería muy inferior. Y, en segundo lugar, porque la recurrencia al estereotipo de la *furia española* podría ser interpretada como un mero recurso de los medios de comunicación para azuzar los ánimos y conseguir incrementar sus ventas.

En cualquier caso, habría que reconocer la ambivalencia misma de estos datos. La vigencia de la identificación con los clubes y su progresiva adquisición de significación etnoterritorial no elimina por completo la hegemonía simbólica de la selección española, tan sólo la debilita, la vuelve ambigua. Esta ambigüedad podría entenderse admitiendo que en la época actual coexisten diferentes procesos sociales que implican lógicas distintas: unas son lógicas modernas y otras son globales, y como tales, llevan al desdibujamiento de ciertas características de la sociedad moderna.

Las selecciones regionales

Ese desdibujamiento de ciertas características de la sociedad moderna se va a manifestar en el creciente auge y apoyo a las selecciones deportivas regionales. En la parte histórica de este trabajo ya se ha hecho referencia a la existencia, desde principios del siglo XX, de selecciones de fútbol en el País Vasco y Cataluña. Junto a otras Comunidades Autónomas, como Galicia, Andalucía y Comunidad Valenciana, aquellas selecciones tienen su continuidad en las actuales selecciones deportivas regionales, que pueden disputar partidos amistosos contra clubes de todo el mundo, selecciones nacionales o internacionales, aunque con carácter extraoficial y sin interceder en los calendarios estipulados por UEFA o FIFA.

Las posibilidades competitivas de estas selecciones han sido objeto de un intenso debate en los últimos años. Se ha discutido tanto el derecho de las Comunidades Autónomas a tener sus propias selecciones deportivas representativas, como las posibilidades de que éstas participen en competiciones y campeonatos internacionales²⁷.

Este último apartado examina la opinión de los españoles hacia las selecciones regionales. La selección vasca se creó en 1908 y la catalana, tras debutar en 1910, llegó incluso a disputar un partido contra la selección española en 1924. La selección catalana participó, durante la década de los veinte, en numerosos campeonatos y giras internacionales (Closa, 1999). Tras la inactividad en que quedó sumida en el periodo comprendido entre la Guerra civil y la década de los setenta, fue el encuentro Cataluña-Bulgaria, celebrado en 1997, el que supuso la reactivación del interés por la misma.

Los datos de una encuesta realizada en 2003 muestran que casi dos tercios de los entrevistados (62%) apoyan la creación de selecciones deportivas regionales²⁸. Tan sólo uno de cada cinco (22%) se muestra contrario a ello. La Comunidad en la que se aprecia un mayor apoyo es el País Vasco (86% de acuerdo). En Canarias y Galicia, tres cuartas partes de la población se muestran favorables. Tras ellas se encuentra Cataluña, con un 67% a favor y un 13% en contra, y con similares puntuaciones, Extremadura, Baleares y Navarra. Con menores grados de apoyo, aunque siempre con porcentajes más elevados de población a favor que en contra, La Rioja, Castilla-León, Aragón y Madrid.

Por otro lado, cuando se pregunta a los españoles si están a favor o en contra de la participación de las selecciones catalanas en campeonato o competiciones de carácter internacional, el apoyo se reduce hasta un 44%²⁹. En el País Vasco se está a favor en el 77% de los casos, porcentaje mayor que el de los propios catalanes, que es de un 61%. Tras estas comunidades se sitúan Baleares, Navarra, Canarias y Galicia, en las que también se apoya mayoritariamente la citada posibilidad (entre el 51% y el 55%). En la posición contraria se sitúan las Comunidades de Madrid, La Rioja, Castilla y León, Aragón y Cantabria, donde son más los que se oponen a esta participación internacional que los que la defienden.

²⁷ Este debate tuvo su punto culminante en julio de 2004, cuando el Pleno del Congreso de los Diputados accedía a un acuerdo que instaba a promover la presencia de selecciones autonómicas en competiciones internacionales, si bien no afectaba a la legislación vigente, ya que reservaba la representación de España en competiciones internacionales oficiales a la selección española.

²⁸ La pregunta decía así: "¿está usted más bien a favor o más bien en contra de que todas las comunidades autónomas tengan sus propias selecciones deportivas?".

²⁹ La pregunta decía así: "Y pensando concretamente en Cataluña, ¿está usted a favor o en contra de que se permita que sus selecciones deportivas participen en competiciones internacionales?".

Tabla 13.
Opinión sobre la versión de selecciones deportivas regionales en España y Cataluña

	Más bien a favor	Más bien en contra	Ns/nc
En Cataluña	67	13	20
En el conjunto de España	62	22	16

Fuente: ISA-2003

Tabla 14.
Opinión sobre la participación internacional de las selecciones deportivas catalanas en España y Cataluña

	A favor	En contra	Indiferente	Ns/nc
En Cataluña	61	13	19	7
En el conjunto de España	44	29	20	7

Fuente: ISA-2003

CONCLUSIONES

El fútbol en España conserva los “nervios etnoterritoriales” que ha mostrado a lo largo de todo el siglo XX. Así fue durante el primer tercio de siglo XX a través del simbolismo etnoterritorial que pronto adquirieron clubes como el Atlético de Bilbao y el F. C. Barcelona y merced a la aparición de las primeras selecciones en el País Vasco y Cataluña. El periodo franquista supuso un proceso de unificación nacional del fútbol que se manifestó en la promoción de la imagen de la selección española y en la imagen centralista adquirida por el Real Madrid en virtud de su papel de “embajador del régimen”. En los años sesenta y setenta, los nacionalismos vasco y catalán encontraron en el fútbol un catalizador de sus aspiraciones, que iba a tener su continuidad con la llegada de la democracia, cuando comenzó a evaporarse la retórica patriótica que acompañaba a los encuentros de la selección española, y el fútbol conoció una nueva fase de acentuación etnoterritorial. Los ochenta y los noventa serán testigos de la pérdida de hegemonía de la Selección española y el Real Madrid: la España plurinacional aflorará en los estadios y transformará el escenario futbolístico en un espacio más plural y complejo. Una pluralidad y complejidad que convergerán con las suministradas por el propio proceso de

globalización, que en su dialéctica *glocal* implica una alteración y reajuste de las dinámicas identitarias asociadas al fútbol.

En España, la internacionalización de las plantillas y la conversión de los clubes en Sociedades Anónimas Deportivas (SAD) no ha perjudicado a la capacidad de adscripción identitaria de los clubes de fútbol. Una clave de ello radica en que el simbolismo identitario se forja en el encuentro agonial. La otra tiene que ver con el modo como los clubes más internacionalizados salvaguardan su conexión local a través de capitanes o líderes que simbolizan la especificidad local del club. El análisis del F. C. Barcelona ha confirmado ambos extremos: los aficionados se sienten indiferentes ante la nacionalidad de los componentes de su plantilla y ello no es óbice para que asocien al club con la idea de Cataluña más que con la idea de un club de fútbol. Se activa de ese modo una dinámica *glocal* que muestra la separación del campo futbolístico del espacio estado-nacional. La transnacionalización de los clubes lejos de erradicar su dimensión local, la refuerza.

Este trabajo ha puesto de relieve la existencia de nuevas dinámicas identitarias que desdibujan la “estructura radial” del anterior “mapa etnoterritorial” del fútbol español. Con la creación del Estado de las Autonomías se ha producido un incremento de los sentimientos autonomistas y los clubes de fútbol han ido adquiriendo significación etnoterritorial. Algo a lo que no será ajena la lógica centrífuga que caracterizó el proceso de formación del Estado autonómico. Ello ha añadido mayor complejidad y pluralismo al mapa futbolístico. Sobre la hegemonía de la selección española de fútbol y la centralidad del Real Madrid se han añadido otras identificaciones etnoterritoriales que debilitan el “trazado” anterior pero no lo eliminan.

Así pues, la globalización supone un desafío para la construcción Estado-Nacional de la identidad también en el caso del fútbol. Los Estados han perdido su capacidad de perfilar una identidad común y la esfera cultural deviene más plural. No puede afirmarse, sin embargo, que se estén quebrando los sentimientos unitarios. De ahí que se haya afirmado el carácter ambivalente de la selección española de fútbol, cuyos encuentros internacionales no despiertan excesiva pasión entre jugadores y aficionados, pero activan la búsqueda de “identidad común del juego” y provocan recreaciones actualizadas del estereotipo de la furia española.

En definitiva, la separación del fútbol del espacio Estado-Nación se manifiesta en una pluralización identitaria de la que afloran identificaciones múltiples y pertenencias diversas. Con la existencia de mayor pluralidad, los ciudadanos se adscriben a grupos que pueden estar en concurrencia entre sí, algo que no es óbice, para que pueda darse una persistencia de identidades estado-nacionales. Hay una liberación de los modos en los que el fútbol puede expresar identidad, de modo que lo que ahora emerge es una escena multidimensional en la que la identidad es manifestada de diversas formas, algunas veces paradójicamente contradictorias. Es en ese contexto en el que cabe entender el apoyo de más del 60% de la población española a la creación de selecciones regionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, B. (1996), *Comunidades imaginadas*, México, FCE.
- ARMSTRONG, G. y R. GIULIANOTTI (1997), *Entering the field: New Perspectives on World Football*, Oxford, Berg.
- (1999), *Football, Cultures and Identities*, Londres, Macmillan Press.
- (2001), *Fear and Loathing in World Football*, Oxford, Berg.
- BAHAMONDE, A. (2000), *El Real Madrid en la Historia de España*, Madrid, Taurus.
- BALL, P. (2003), "Morbo", *The Story of Spanish Football*, London, WSC Books.
- BARTH, F. (ed) (1969), *Ethnic Groups and Boundaries: The Social organization of Cultural Difference*, Boston, Little, Brown & Co.
- BECK, U. (1999), *¿Qué es la globalización?*, Barcelona, Paidós.
- (2004), *Poder y contrapoder en la era global*, Barcelona, Paidós.
- BERTOMEU, J. (1993), *Transformación de clubes de fútbol y baloncesto en Sociedades Anónimas Deportivas*, Madrid, Civitas.
- BROMBERGER, C. (2000), "El fútbol como visión del mundo y como ritual", En Roque, M. A. (ed.), *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*, Barcelona, Icaria.
- CLOSA, A. (1999), *Selecció catalana de futbol*, Barcelona, Jaume Rius.
- COLOMÉ, G. (1999), "Conflictos e identidades en Cataluña", en Seguro, S. (ed.), *Fútbol y pasiones políticas*, Madrid, Editorial Debate.
- CONNOR, W. (1994), *Ethnonationalism. The Quest for Understanding*, Princeton, Princeton University Press.
- CROLLEY, L. y D. HAND (2002), "Football", *Europe and the Press*, Londres, Frank Cass.
- DÍAZ NOCI, J. (2000), "Los nacionalistas van al fútbol. Deporte, ideología y periodismo en los años 20 y 30", *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, nº 9, pp. 367-394.
- DUKE, V. y L. CROLLEY (1996), *Football, Nationality and the State*, Londres, Longman.
- EISENBERG, C., P. LANFRANCHI, T. MASON y A. WAHL (2004), *FIFA 1904-2004, Un siglo de fútbol*, Madrid, Pearson-Alhambra.
- ELIAS, N. (1986), "Introducción", en Elias, N. y E. Dunning, *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, México, Fondo de Cultura Económica.

- FINN, G. y R. GIULIANOTTI (2000), *Football Culture: Local Conflicts, Global Visions*, Londres, Frank Cass.
- GARCÍA FERRANDO, M. (2003a), "Mundialización y deporte profesional", en J. Vidal Beneyto (Dir.), *Hacia una Sociedad civil global*, Madrid, Editorial Taurus.
- (2003b), "Identidades colectivas y deporte", en J. Devís (cor.), *La Educación Física, el Deporte y la Salud en el siglo XXI*, Alcoy, Editorial Marfil.
- (2005), "Mundialización y deporte. Paradojas de la glocalización", en A. Ariño (ed.), *Las encrucijadas de la diversidad cultural*, Madrid, CIS.
- GARCÍA FERRANDO, M. y J. DURÁN (2002), "El deporte mediático y la mercantilización del deporte", en García Ferrando et al., *Sociología del deporte*, Madrid, Alianza.
- GARCÍA FERRANDO, M. y J. HARGREAVES (1997), "Public Opinion, National Integration and Identity in Spain, Barcelona Olympic Games", *Nations and Nationalism*, nº 3 (1).
- GELLNER, E. (1987), *Culture, Identity and Politics*, Cambridge, University Press Cambridge.
- GIDDENS, A. (1990), *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza Editorial.
- (1991), *Modernidad e identidad del yo*, Barcelona, Península.
- GIULIANOTTI, R. (1999), *Football: Sociology of the Global Game*, Cambridge, Polity Press.
- GIULIANOTTI, R. y J. WILLIAMS (eds.) (1994), *Game without Frontiers: Football, Identity and Modernity*, Aldershot, Arena.
- GIULIANOTTI, R. y R. ROBERTSON (2004), "The globalization of football: a study in the glocalization of the serious life", *British Journal of Sociology*, Vol. 55, Issue 4.
- GLAZER, N. y D. MOYNIHAN (1975), *Ethnicity: Theory and Experience*, Cambridge MA., Harvard University Press.
- GONZÁLEZ AJA, T. (2002), "La política deportiva en España durante la República y el Franquismo", en González Aja, T. (ed.), *Sport y autoritarismos*, Madrid, Alianza.
- GONZÁLEZ, M. (2003), "La cancha de las identidades, periodismo deportivo y fútbol gallego", en V. F. Sampedro (ed.), *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, Barcelona, Icaria.
- HANNERZ, U. (1990), "Cosmopolitans and locals in world culture", en M. Featherstone (ed.), *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage.
- HOBBSBAWM, E. J. (1990), *Naciones y nacionalismo desde 1780*, Barcelona, Crítica.
- KEATING, M. (1988), *State and Regional Nationalism: Territorial Politics and the European State*, Brighton, Harvester Wheatsheaf.

- MAALOUF, A. (1999), *Identidades asesinas*, Madrid, Alianza.
- MacALEVEY, W. (2001), "Football and local identity: The case of Athletic Club de Bilbao", en Capistegui, F. J. y J. K. Walton (eds.), *Guerras danzadas. Fútbol e identidades locales y regionales en Europa*, Navarra, Eunsa.
- MacCLANCY, J. (1996), "Nationalism at play: The Basques of Vizcaya and Athletic Bilbao", en J. MacClancy, *Sport, Identity and Ethnicity*, Oxford, Berg.
- MARTIALAY, F. (1996), *Implantación del profesionalismo y nacimiento de la Liga*, Madrid, Real Federación Española de Fútbol.
- (2000), *Amberes: Allí nació la furia española*, Madrid, RFEF.
- MORENO, L. (1997), *La federalización de España*, Madrid, Siglo XXI.
- (2000), "Localismo cosmopolita y mesogobiernos", *Claves de Razón Práctica*, nº 100, pp. 38-34.
- MURILLO, E. y C. (2005), *El nou Barça*, Barcelona, Edicions 62.
- PÉREZ-AGOTE, A. (1989), *Sociología del nacionalismo*, Bilbao, Universidad País Vasco.
- (1998), "Etnia", en Giner, S. Lamo, E y C. Torres, *Diccionario de Sociología*, Madrid, Alianza Editorial.
- ROBERTSON, R. (1990), "Mapping the global condition: globalization as the central concept", en M. Featherstone (ed.), *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres, Sage.
- (1992), *Globalization. Social Theory and Global Culture*, Londres, Sage.
- RUDOLPH, J. R. y R. J. THOMPSON (1992), *Política etnoterritorial. Desafíos en las democracias occidentales*, Barcelona, Pomares-Corredor.
- SANTANDER, C. F. (1990), *El fútbol durante la guerra civil y el franquismo*, Madrid, Editorial San Martín.
- (1997), *A bote pronto. El fútbol y sus historias*, Madrid, Temas de Hoy.
- SEGUROLA, S. (ed.) (1999), *Fútbol y pasiones políticas*, Madrid, Editorial Debate.
- SHAW, D. (1987), *Fútbol y franquismo*, Madrid, Alianza Editorial.
- SMITH, A. D. (1986), *The Ethnic Origins of Nations*, Oxford, Basil Blackwell.
- (1991), *National Identity*, Londres, Penguin.
- TOMLINSON, J. (1991), *Cultural Imperialism: A critical introduction*, Londres, Pinter.
- UNZUETA, P. (1999), "Fútbol y nacionalismo vasco", en Seguro, S. (ed.), *Fútbol y pasiones políticas*, Madrid, Editorial Debate.

VERMEULEN, H. y C. GOVERS (1994), *The Anthropology of Ethnicity Beyond "Ethnic Groups and Boundaries*, Amsterdam, Het Spinhuis.

WAHL, A. (1997), *Historia del fútbol. Del juego al deporte*, Barcelona, Ediciones B.

WALTON, J. K. (2005), "Football and the Basques: the local and the global", en Magee, J., Bairner, A. y Tomlinson, A. (eds.), *The Bountiful Game? Football, identities and finances*, Oxford, Meyer y Meyer Sport, pp. 143-162.

RECIBIDO: 31/08/2005
ACEPTADO: 16/12/2005