

ESPORT, IDENTITAT I GLOBALITZACIÓ

JORDI OSÚA QUINTANA

IES Joan d'Àustria

RESUM: En l'era de la informació es plantegen nous reptes a l'hora d'articular les identitats nacionals en un món globalitzat. L'anàlisi de les manifestacions esportives, una activitat universal amb un caràcter marcadament local, pot ajudar a estudiar com les emocions reforcen la identitat nacional tot connectant-la amb la comunitat global.

PARAULES CLAU: esport, nacionalisme, identitat, globalització, socialitat postmoderna, emoció compartida.

Sport, identity and globalization

ABSTRACT: Information age sets up new challenges in articulating national identities in a globalized world. The analysis of sporting events, a universal activity with a markedly local character, can help to study how emotions reinforce national identity, connecting it with the global community.

KEY-WORDS: sport, nationalism, identity, globalization, postmodern sociality, shared emotion.

135

1. L'esport, un espai d'integració entre el local i l'universal.

Les noves circumstàncies socials reclamen la construcció d'un nou civisme capaç d'articular unes relacions interpersonals adaptades a un marc comunitari de creixent complexitat. Un dels reptes més importants de la civilització postindustrial és conjugar uns nivells de socialització que, en principi, semblen excloents. En l'era de la informació, avança de manera irreversible un procés globalitzador que envaeix el territori de les identitats locals.

La Internet, la televisió, el lliure comerç i l'avió han eixamplat els horitzons dels ciutadans del món contemporani i han reduït les distàncies físiques i culturals. Ens trobem immersos en un procés presidit pel protagonisme d'institucions supraestatals, d'empreses multinacionals, de fenòmens transnacionals i de la mundialització de qualsevol afer que aspiri a ser rellevant. Aquesta embranzida planetària pot fer trontollar la presumpta estabilitat aportada per les identitats locals. La globalització s'estén en detriment de la tradició, la història o la cultura de cada territori.

D'altra banda, malgrat els vincles aportats per la revolució tecnològica (la missatgeria telemàtica o les xarxes socials d'Internet), els individus continuen necessitant una comunitat emocional a la qual aferrar-se per no naufragar en un món caracteritzat per la incertesa i per noves formes de solitud. Requereixen, per al seu equilibri psicològic, unes relacions interpersonals basades en la proximitat, el contacte i la immediatesa física.

Conjugar aquestes tres dimensions (globalització, identitats locals i comunitats emocionals) sembla un dels grans desafiaments que ha d'afrontar el ciutadà del segle XXI.

Tanmateix, enmig d'aquesta crisi de creixement a la qual ens veiem abocats, la pràctica esportiva pot ser un exemple paradigmàtic de convivència entre aquests tres aspectes de la socialitat que poden acabar sent complementaris.

La retransmissió dels partits amb un seguiment multitudinari atorga a l'espectacle esportiu una dimensió planetària com pocs fenòmens poden arribar a assolir. Podem trobar seguidors d'un equip de futbol arreu del món. No es percep el fitxatge de jugadors internacionals com una immigració problemàtica sinó com un enriquiment. En definitiva, l'esport està plenament inserit en el procés de globalització.

Ara bé, la mundialització de l'esport no fa minvar l'arrelament dels clubs en el seu territori, ans al contrari, el consolida. Les identitats locals es veuen reafirmades en tenir una projecció internacional. Els clubs esportius esdevenen custodis i defensors de les identitats nacionals. Els seus símbols, les seves fites o els seus fracassos sovint són interpretats en una clau que depassa les coordenades purament esportives. Els jugadors defensen un espai a imatge del territori nacional que hom vol preservar de qualsevol agressió externa. Les entitats esportives esdevenen els grans nuclis cohesionadors de les realitats col·lectives del nostre segle.

A més, l'espectacle esportiu és una font d'emocions compartides. A través de l'univers simbòlic que acompanya la pràctica de l'esport, es gestionen uns sentiments que, al seu torn, expressen i reforcen les identitats locals. Avui dia no es podria entendre l'esport sense la càrrega afectiva que suscita i que l'alimenta.

2. Les identitats locals en una societat global i postmoderna

2.1 El nacionalisme en l'era de la informació

La societat de la informació, marcada per la disjunció entre el local i el global, qüestiona els processos tradicionals de construcció de la iden-

titat dels individus i dels grups socials. En aquestes noves condicions socials, Manuel Castells considera que la recerca de sentit té lloc en la reconstrucció d'identitats defensives entorn als principis comunals¹.

Les identitats comunals de resistència sorgeixen com a reaccions davant algunes amenaces fonamentals. D'una banda, contra la globalització, que dissol l'autonomia de les institucions, les organitzacions i els sistemes de comunicació on viu la gent. D'altra, contra la interconnexió i la flexibilitat, que difumina els límits de la pertinença i la participació, individualitza les relacions socials de producció i provoca la inestabilitat estructural del treball, l'espai i el temps. Quan el món es torna massa gran per ser controlat, els actors socials pretenen reduir-lo de nou a la seva mida i abast. Quan les xarxes dissolen el temps i l'espai, la gent s'arrela als llocs i reivindica la seva memòria històrica.

Per això, l'era de la globalització és també la del ressorgiment nacionalista, expressat en l'extensa (re)construcció de la identitat col·lectiva atenent a la nacionalitat, sempre afirmada contra l'altre. Aquesta tendència històrica ha sorprès alguns observadors, després que s'hagués declarat la defunció del nacionalisme com a conseqüència de tres fenòmens. Primer, la globalització de l'economia i la internacionalització de les institucions polítiques. Segon, l'universalisme d'una cultura en gran part compartida, difosa pels mitjans de comunicació electrònics, l'educació, l'alfabetització, la urbanització i la modernització. I, finalment, l'assalt teòric al concepte mateix de nacions, declarades "comunitats imaginades" en les versions tèbies de la teoria antinacionalista o, fins i tot, "invencions històriques arbitràries", en l'enèrgica formulació de Gellner², que sorgeixen d'un moviment nacionalista dominat per l'elit en el seu camí per construir l'Estat nació modern.

Cal tenir presents dos aspectes en l'estudi social del nacionalisme contemporani. D'una banda, pot orientar-se, o no, cap a la construcció d'un estat nació sobirà i, per tant, les nacions són, des del punt de vista històric i analític, entitats paral·leles a l'Estat. De l'altra, tendeix a ser més cultural que polític i, per això, cerca més la defensa d'una cultura ja institucionalitzada que no pas la construcció o defensa d'un estat.

Al si d'aquest nacionalisme cultural, la llengua, sobretot una plenament desenvolupada, és un atribut fonamental d'autoreconeixement i una eina per a l'establiment d'una frontera nacional invisible, menys arbitrària que la territorialitat i menys exclusiva que l'etnicitat³.

¹ Cf. Manuel Castells, *El poder de la identidad. La era de la información: Economía, sociedad y cultura*, Vol. II, Madrid, Alianza Editorial, 2001.

² Cf. Ernest Gellner, *Cultura, identidad y política*, Barcelona, Gedisa, 1993.

³ La consideració del català com la llengua oficial de comunicació del F.C. Barcelo-

Les entitats que expressen projectes d'identitat nacionals han de ser mobilitzadores de símbols. Una d'aquestes entitats potencials són, utilitzant l'expressió de Manuel Castells, els profetes, personalitats simbòliques el paper dels quals és donar un rostre a una revolta simbòlica, de tal manera que parlin en nom dels insurgents. La seva funció és assenyalar el camí, afirmar els valors i actuar com a emissors de símbols. Tanmateix, aquesta responsabilitat els converteix alhora en símbols, de tal forma que el missatge és inseparable del missatger.

L'era de la informació es caracteritza per una estructura social organitzada entorn als fluxos d'informació i a la gestió de símbols. Per això, la transició vers aquesta nova societat és el temps dels profetes. Des d'aquest punt de vista, els ídols esportius poden actuar com a símbols que identifiquin els aficionats amb els valors d'un club, conformant una identitat cultural que s'afirmi en oposició a d'altres⁴.

2.2 El tribalisme postmodern

Michel Maffesoli, al si d'un context social postmodern, elabora una sociologia de la quotidianitat basada en el sentiment compartit⁵. El fenomen culinari, el joc de les aparences, els petits moments festius, els passeigs diaris, l'oci o l'esport ja no poden considerar-se com elements frívols o mancats d'importància en la vida social.

Aquestes formes "banals" de l'existència, malgrat que es trobin mancades de finalitat des d'una perspectiva utilitària o racionalista, no es troben buides de significat. La deshumanització real de la vida urbana genera convocatòries específiques per compartir la passió i els sentiments. Com antigament feien els romans amb els déus *lares*, causa i efecte de la reunió familiar, és necessari reunir-se al voltant d'una figura tutelar –la celebritat local o l'equip de futbol– per tal de recrear, en les inhumanes i fredes metròpolis, cenacles al voltant d'un caliu vivencial.

na pot considerar-se una eina del nacionalisme cultural. A més, la utilització d'aquesta llengua en els avisos emesos per megafonia en els partits internacionals quan el F.C. Barcelona juga fora de cas, simbolitza aquesta funció identitària en l'àmbit global.

⁴ En aquest sentit, l'entrenador del F.C. Barcelona, Josep Guardiola, ha esdevingut un dels "profetes" de la identitat nacional catalana en contestar sempre a les preguntes formulades pels periodistes catalans en català, fins i tot quan el F.C. Barcelona juga fora de Catalunya. Així es dona a conèixer la cultura catalana, tal com Josep Guardiola li va explicar a un periodista ucraïnès, l'any 2009, amb motiu d'un partit de la Lliga de Campions. Fins i tot, a la gala de la FIFA, va adreçar-se al seu ajudant, Tito Vilanova, en català per dedicar-li el guardó com a millor entrenador de l'any 2011.

⁵ Michel Maffesoli, "La socialidad posmoderna", a Gianni Vattimo i altres, *En torno a la posmodernidad*, Barcelona, Anthropos, 2003, p. 109.

Durkheim també va destacar aquest fet referint-se a la “naturalesa social dels sentiments”, subratllant amb insistència la seva eficàcia. “Ens indignem en comú”, escriu, i la seva descripció remet a la proximitat del barri, a la seva misteriosa “força atractiva”, que fa que quelcom prengui cos. És en aquest marc on s’expressa la passió, s’elaboren les creences comunes o, simplement, es busca la companyia “dels qui pensen i dels qui senten com nosaltres”⁶.

Maffesoli utilitza el concepte “proxèmia” per referir-se a aquesta força agregativa, impersonal, constituïda per unes xarxes d’amistat que no tenen altre objectiu que el de reunir-se sense objecte ni projecte específics⁷.

Aquestes expressions socials prioritzen l’aspecte sensible, la comunicació, l’emoció col·lectiva. Les missatgeries informàtiques, les diferents solidaritats i les convocatòries esportives i musicals són alguns indicadors d’un *ethos* en formació, un nou esperit del temps: la socialitat posmoderna.

Es pot afirmar que assistim tendencialment a la substitució d’un social racionalitzat per una socialitat de predomini empàtic. Des d’aquesta perspectiva, la comunitat es caracteritzarà menys per un projecte orientat cap al futur que per la realització *in actu* de la pulsio per estar junts. Fent referència a expressions de la vida corrent, es pot dir que coses com donar-se escalfor, donar-se cops de colze, fregar-se mútuament..., poden ser tal vegada el fonament més simple de l’ètica comunitària. No es pot comprendre aquesta estranya compulsio a congregar-se si no es té present aquesta constant antropològica.

Per tant, sembla necessari operar un canvi en els nostres modes d’apreciació dels reagrupaments socials. En aquest sentit, l’anàlisi sociohistòrica webberiana de la “comunitat emocional” pot resultar molt útil. L’autor precisa que es tracta d’una “categoria”, és a dir, de quelcom que mai ha existit com a tal però que pot servir de revelador de situacions presents. Les grans característiques atribuïdes a aquestes comunitats emocionals són l’aspecte efímer, el veïnatge, la composició canviant, la pluralitat i la inestabilitat de les seves expressions, la inscripció local, l’absència d’organització i l’estructura quotidiana⁸.

Michel Maffesoli proposa emprar, de manera metafòrica, els termes “tribu” o “tribalisme” per reflectir aquest conjunt complex. Amb aquesta denominació pretén insistir en l’aspecte cohesionador de compartir sentimentalment uns valors, llocs o ideals, que estan, al

⁶ Émile Durkheim, *De la división du travail social*, París, Alcan, 1926, p. 70.

⁷ Michel Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria, 1990, pp. 58-59.

⁸ Max Weber, *Economie et Société*, París, Plon, 1971, pp. 475-478.

seu torn, completament circumscrits (localisme) i que apareixen, sota modulacions diverses, en nombroses experiències socials⁹.

Les tribus són petits grups no permanents de persones unides gràcies al sentiment de pertinença, per la identificació en un ordre o valor determinat i en el marc d'una xarxa de comunicació. Així es constitueixen "tribus" esportives, amistoses, sexuals, etc., cadascuna d'elles amb una durada variable segons el grau d'implicació dels seus protagonistes.

Per a la majoria de les persones, la funció d'aquestes formes "bànals" de l'existència és enfortir el sentiment de participar en un grup més ampli. En aquest sentit, s'està més atent al continent, el qual actua com a teló de fons, crea ambient i, per això, uneix. En tots els casos, el que està en qüestió és, abans de res, el que permet l'expressió d'una emoció comuna, el que fa que ens reconeguem en comunió amb altres.

2.3 Les catedrals emocionals

L'emoció no és només una experiència solitària, sinó que també afavoreix la trobada amb els nostres semblants. Hom es reuneix davant d'una pantalla gegant instal·lada a la plaça pública per seguir en directe una competició esportiva, participa en un concert de rock o en una commemoració. Aquests aplecs, on l'essencial és compartir l'entusiasme col·lectiu, es multipliquen en el nostre temps.

Encara, però, són més espectaculars les concentracions espontànies que es produeixen en ocasió d'un esdeveniment imprevist. Periòdicament un drama, una victòria esportiva o un crim sotraguen la sensibilitat col·lectiva. Aquests esdeveniments arrossegueu una gran part de la població a una veritable mobilització emocional, en la qual s'assisteix a efusions col·lectives, ben reveladores de la hiperemotivitat de l'opinió pública.

Les mobilitzacions emocionals a les quals assistim s'expliquen millor si se les ressitua en el context de la crisi de la cohesió social. Davant d'un vincle social que es disgrega, exerceixen una funció reparadora. Les antigues solidaritats del treball, la parròquia, el poble o la família es descomponen. Els ciutadans ja no es reconeixen en l'Estat, que ha deixat de ser una entitat federadora capaç de segellar la unitat. Ja no hi ha projectes col·lectius mobilitzadors, creences ideològiques indiscutibles, religions capaces d'aglutinar els homes o figures dinàstiques que encarnin la cohesió nacional.

Quines són les causes d'aquests fenòmens emocionals? Per a Michel Lacroix, l'explicació es troba, en primer lloc, en la necessitat de

⁹ Michel Maffesoli, op. cit., p. 50.

refermar el vincle social. Els individus no es conformen a viure la pertinença al grup en el pla simplement formal, legal. Els cal sentir la cohesió social en les fibres del seu ésser. Cal que la seva ànima es pugui dilatar, enlairar-se, unir-se per una mena d'identificació a la comunitat dels seus semblants¹⁰.

De la mateixa manera que el cervell individual reclama canvis d'estats de consciència, el vincle social necessita l'embriaguesa periòdica de l'element fusional. Les societats arcaiques disposaven per a aquesta finalitat de ritus, de cerimònies, de festes sagrades. Però en la nostra societat freda i racional no s'ha previst res per operar aquests canvis d'estat. Per això es produeixen de manera anàrquica i la sensibilitat s'inflama espontàniament.

Per explicar aquest vincle social propi de la nostra època, Michel Lacroix utilitza una imatge prou eloqüent: la catedral¹¹. Se'n poden distingir de dues menes: les de pedra i les emocionals. Les catedrals emocionals són virtuals, s'edifiquen en un instant i s'esfondren amb la mateixa rapidesa. Són semblants als hologrames que s'esvaeixen així que s'interromp el corrent elèctric. No comprometen a res. S'hi entra i se'n surt a voluntat. Són la concreció del somni d'un vincle social sense obligació ni sanció. Permeten transcendir l'individualisme, tot restant indefectiblement individualista.

141

És en aquestes catedrals efímeres on actualment ens agrada retrobar-nos. L'emoció compartida és un instrument essencial de reconstitució del vincle social, un mitjà privilegiat de "fer nació". És en el braser de les emocions col·lectives on es pot atiar el projecte d'un món comú.

3. Emoció, proximitat i construcció d'identitats col·lectives en l'esport

3.1 La vivència emocional de l'espectador

Un dels fets més colpidors de l'esport és la possibilitat que tenen els espectadors de viure una experiència emocional intensa durant la competició. Els sociòlegs anglesos Norbert Elias i Eric Dunning, en el seu estudi sobre l'origen de l'esport modern, consideren que les activitats recreatives presents a les societats modernes estan dissenyades per invocar directament els sentiments de les persones i per excitar-les, si bé de maneres diferents i amb intensitat diversa.

¹⁰ Michel Lacroix, *El culte a l'emoció*, Barcelona, Edicions La Campana, 2006, p. 123-124.

¹¹ Michel Lacroix, op. cit., p. 123-124.

Mentre l'emoció és reprimida en l'exercici del que comunament considerem les qüestions serioses de la vida, moltes activitats d'oci ens proporcionen un escenari fictici per fer-nos sentir una excitació que imita, en certa manera, la produïda per situacions de la vida real, encara que sense els perills i riscos que aquesta comporta. El partit, els gols i les celebracions pels títols aconseguits es transformen en il·les de permissivitat on es pot viure una emoció mimètica controlada¹².

L'emoció amb què es pot viure el partit del cap de setmana contrasta amb la monotonia de la vida durant la resta dels dies laborables. Així, el futbol pot recollir, en noranta minuts, una dramaturgia susceptible de fer experimentar a l'espectador tot el ventall d'emocions que es poden viure des de la condició d'humans i, a més, amb sentit, cosa que no sempre la vida aporta:

*"Al llarg dels noranta minuts de joc, durada mitjana, també, d'una pel·lícula o d'una obra de teatre, a l'estadi i als seus diferents platós secundaris es podran veure representats episodis o situacions amb tots els guions i emocions que les narracions occidentals han recreat des de les tragèdies gregues fins a les històries del cinema actual"*¹³.

142

Jimmy Burns, periodista anglo-espanyol, descriu els diferents estats emocionals viscuts pel seguidor barcelonista durant un partit de futbol:

*"Quan ocupa la seva localitat al Camp Nou, experimenta els mateixos sentiments que qualsevol aficionat culé: alegria extàtica quan l'equip juga bé, depressió mòrbida si ho fa malament. En raó del joc, passa d'un període de bulímia a un altre d'anorèxia. Ha acompanyat el seu equip a l'estranger, s'ha pintat la cara amb els colors blaugrana, ha submergit el seu ésser en l'ens col·lectiu del Barça... Noranta minuts ho són tot, una existència sencera que contempla la mort, l'èxtasi total i agonies abaltidores"*¹⁴.

3.2 Una emoció multitudinària

Un dels aspectes que accentua l'impacte emocional de l'esport en l'espectador és el fet de viure aquesta experiència enmig d'una multitud de seguidors. La fusió dels sentiments de tota una massa, per

¹² Norbert Elias i Eric Dunning, *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1992, pp. 67-69.

¹³ Jordi Salvador, *Futbol: metàfora d'una guerra freda*, Barcelona, Proa, 2005, p. 234.

¹⁴ Jimmy Burns, *Barça, la passió d'un poble*, Barcelona, Anagrama/Empúries, 1999, p. 69.

mitjà dels gestos compartits, amplifica la seva força i dissol l'individu en la col·lectivitat, abandonant-se a l'escalf dels qui senten com ell.

Émile Durkheim estudià la religió dels aborígens australians i arribà a la conclusió que la sacralitat del seu culte es basava en l'emoció grupal generada durant les cerimònies religioses. Aquest estat d'efervescència dilueix la individualitat i els subjectes se senten part d'una col·lectivitat en i a través de les coses sagrades que mantenen en comú.

L'anàlisi durkeimiana de l'estat d'"efervescència col·lectiva" podria extrapol·lar-se a l'emoció i excitació generades durant un partit, si més no pel que fa a les seves manifestacions externes. L'esdeveniment esportiu s'ordena al voltant d'una àmplia producció esglaonada de sentiments, conscient de la necessitat d'emoció compartida. Un bon espectacle esportiu és precisament aquell que permet que la comunitat reunida recorri tota la gamma de sentiments, des del recolliment silenciós de l'audició dels himnes nacionals fins al capgirament del decurs del joc, passant per l'espera neguitosa.

El sociòleg francès George Magnane considera que la gent assisteix a l'estadi per prendre una dosi d'un bany de multituds, d'una solidaritat elemental. Aquest "nosaltres" esportiu inclou els esportistes a la vegada que els seus seguidors. Entre els atletes que s'exhibeixen i el públic s'estableix una mena de contracte d'emoció. Els esportistes han de proveir els espectadors una suma implícitament convinguda de descàrregues d'adrenalina. Igualment, els esportistes exigeixen al públic que sigui un bon sismògraf afectiu. Aquesta relació de reciprocitat afectiva entre el públic assistent i els seus esportistes oficials és el que explica la profunditat de la fusió massiva.

Per això, el significat profund de la competició esportiva es troba en la força d'aquesta expressió multitudinària:

*"Aquest entusiasme s'expressa espontàniament mitjançant el crit i assoleix ben aviat i amb summa freqüència un paroxisme impressionant. Qui mai hagi barrejat la seva veu en les grans masses humanes denses, carregades i formiguejants de l'estadi no té cap mitjà d'accés a les significacions profundes de l'esport"*¹⁵.

Els espectacles esportius no només ens permeten baixar el fre del nostre control emocional i experimentar un gaudi profund i espontani, sinó que a més possibiliten compartir aquesta emoció agradable amb altres individus. Per això es pot afirmar que els grans esdeveniments esportius s'han convertit en mecanismes privilegiats de participació de masses. En un món cada vegada més

¹⁵ George Magnane, *Sociología del deporte*, Barcelona, Edicions 62, 1966, p. 86.

individualista i en una societat tecnològica i informatitzada, els encontres esportius constitueixen una de les poques oportunitats que l'home modern té d'experimentar emocions col·lectives, de participar "realment amb els altres"¹⁶.

3.3 El relligament social per l'emoció compartida

La força de l'emoció viscuda en comú esdevé un aglutinador social que relliga entre si els assistents a un espectacle esportiu. Així, es referma el vincle social i es canalitza el conflicte expressat, en ocasions, a través de la violència. La comunió de ments experimentada durant el partit genera un sentiment de cohesió i solidaritat entre els espectadors.

És per aquesta raó que els clubs esportius tenen cura de provocar periòdicament reunions on els seus adeptes puguin revifar la fe comuna manifestant-la conjuntament. Per refermar aquest sentiment comunitari de pertinença cal establir vincles entre els assistents a l'esdeveniment esportiu:

*"No hi pot haver cap societat que no senti la necessitat de mantenir i de refermar, a intervals regulars, els sentiments col·lectius i les idees col·lectives que en fan la unitat i la personalitat. Ara bé, aquesta refecció moral només es pot obtenir per mitjà de reunions, d'assemblees i de congregacions on els individus, estretament propers els uns dels altres, reafirmen en comú els seus sentiments comuns"*¹⁷.

Els encontres esportius faciliten el relligament entre els assistents a partir del sentiment de pertinença. Els colors, els cants, l'"estar junts" provoquen que l'individu sigui part d'un grup. L'estadi, com a espai del "viscut en comú", es converteix en un lloc vinculant on s'experimenta la sociabilitat del grup:

*"Com el projecte, el futur i l'ideal ja no serveixen d'argamassa de la societat, el ritual esportiu, pel fet de retornar el sentiment de pertinença, pot jugar aquest paper i permetre, així, l'existència de grups"*¹⁸.

Aquest aspecte de reunió periòdica i ritual és el que porta a pensar que l'esport s'ha convertit en la nova religió de les multituds industrials.

¹⁶ Javier Durán, "Espectáculos deportivos, sociedades democráticas y economía de mercado", a Ricardo Sánchez (ed.), *La actividad física y el deporte en un contexto democrático* (1976-1996), Pamplona, AEISAD, 1996, p. 28.

¹⁷ Émile Durkheim, *Les formes elementals de la vida religiosa*, Barcelona, Edicions 62, 1987, p. 431.

¹⁸ Michel Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria, 1990, p. 244.

En “un món sense religió”, l'esport seria el mitjà de comunicació privilegiat de les masses entre si, el vincle col·lectiu per excel·lència de tota una comunitat urbana, regional, nacional o universal¹⁹.

L'activitat festiva, manifestada en la societat moderna per mitjà dels esdeveniments esportius, és un altre dels àmbits cerimonials que té la capacitat de generar una comunió emocional, en el sentit d'expressió i construcció de la unitat social. Hubert i Mauss van referir-se a les solemnitats com a conclave màgics, àmbits extraordinaris en els quals l'espectacle fascinant i hipnòtic que la societat s'ofereix de si mateixa provoca en els membres del grup, arrossegats a un “estat de consentiment universal”, el sentiment de pertànyer a un únic organisme en el qual l'individu ha acceptat de dissoldre's²⁰.

Per definir aquesta sensació d'unitat més enllà de la distinció i dels conflictes els antropòlegs utilitzen el terme *communitas*. Aquest sentiment de pertànyer a un mateix grup humà també es produeix en les celebracions dels títols aconseguits. El periodista Antonio Franco expressa així la seva vivència com a seguidor del F.C. Barcelona:

“No sé si aquesta cosa nostra pot ser qualificada de tribal. No m'agrada la paraula. Prefereixo que ens vegin com a participants d'una festa col·lectiva en la qual celebrem l'oportunitat d'estar rodejats per altra gent que se sent de la mateixa manera. El club ens pertany, estem lligats a un element vital de la nostra existència”²¹.

145

3.4 La construcció de les identitats col·lectives a través de l'esport

El relligament social obtingut per mitjà de l'emoció esportiva compartida permet la construcció d'una consciència comuna. Malgrat que siguin òbvies les tendències cap a la desterritorialització i la globalització de la cultura, encara és possible observar la formació d'identitats recolzades en l'àmbit local. En aquest sentit, l'esport és un dels espais que permet l'expressió i la construcció d'aquestes identitats.

Carles Santacana, en un article dedicat a repassar el pensament dels intel·lectuals sobre l'esport a Catalunya, considera que en l'actualitat el debat entorn el paper social de la pràctica esportiva ha de centrar-se en la seva força identitària:

¹⁹ Jean-Marie Brohm, *Sociología política del deporte*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982, p. 251.

²⁰ Henri Hubert i Marcel Mauss, “Esbozo de una teoría general de la magia”, a DDAA, *Sociología y antropología*, Madrid, Tecnos, 1979, p. 142.

²¹ Jimmy Burns, Barça, *la passió d'un poble*, Barcelona, Anagrama/Empúries, 1999, p. 70.

“L'enorme transcendència de l'activitat esportiva en la societat actual, vinculada al seu paper als mitjans de comunicació i al seu valor per a la identificació de tota mena de col·lectius, manté vius la reflexió i el debat sobre la potencialitat i els límits de l'esport en les polítiques identitàries i en l'afirmació de projectes col·lectius”²².

Cristian Bromberger ens recorda que la finalitat principal de les cerimònies és assegurar la continuïtat de la consciència col·lectiva; reivindicar, en el nostre nom i en el dels altres, que formem part del mateix grup; i reconèixer i recordar periòdicament la superioritat del grup sobre l'individu. Per mitjà d'aquests actes conjunts, els destins individuals s'ordenen conforme a normes col·lectives. Els espectacles esportius, gràcies a la seva essència competitiva i a través dels equips que “ens representen”, tenen la capacitat de generar identifications col·lectives amb el barri, la ciutat, el país o la nació²³.

Un ampli sector de la població ha substituït les manifestacions religioses i els festivals antics pel futbol. Les reunions freqüents de grans congregacions els diumenges al matí eren quelcom més que una pregària comunitària, representaven una afirmació de la identitat d'un grup i aportaven un sentit de pertinença als pietosos feligresos d'abans.

El partit de futbol actualment adquireix un paper més significatiu com a mitjà per manifestar una devoció local. Semblantment a una reunió religiosa, el partit de futbol, a més de congregar un grup ampli de conciutadans en una multitud visible, els associa amb una creença comuna i fortament mantinguda: ja no es tracta de creure en una convicció, sinó en un equip²⁴.

En aquest sentit, el futbol constitueix un dels majors amplificadors de les passions nacionals. Durant el transcurs d'un partit, els jugadors encarnen “les virtuts de la nació”: força, lleialtat, fidelitat, esperit de sacrifici, sentit del deure, defensa d'un espai, pertinença a una comunitat. La competició esportiva esdevé una de les comptades ocasions on s'expressa, de forma col·lectiva, aquest mínim cultural comú que segella l'adhesió d'una comunitat amb les virtuts personificades pels jugadors:

“El títol de campió no el conquereix únicament un equip sinó també la societat a la qual pertany. La col·lectivitat

²² Carles Santacana, “Pensant l'esport: els intel·lectuals i l'esport a Catalunya”, a *L'esport a Catalunya, Nadala 2008*, Barcelona, Fundació Lluís Carulla, 2008, p. 43.

²³ Cristian Bromberger, “El fútbol como visión del mundo y como ritual”, a Maria Àngels Roque (ed.), *Nueva Antropología de las sociedades mediterráneas*, Barcelona, Icaria, 2000, p. 268.

²⁴ Desmond Morris, *El deporte rey*, Barcelona, Argos Vergara, 1982, p. 19.

es projecta en l'equip i posa en ell les seves esperances de conquesta, la seva energia per a vèncer i, fins i tot, les frustracions personals i la seva agressivitat"²⁵.

El futbol porta així al paroxisme les tensions entre nacionalitats. D'aquí la idea que un dels atributs de la independència d'un estat nació és precisament l'equip nació, dipositari d'un gran cabal simbòlic i síntesi de les "grans virtuts patriòtiques". És a causa d'aquesta igualtat mítica –una nació, un equip–²⁶, que els nous estats europeus (Lituània, Geòrgia, Eslovènia o Croàcia) desitjaven tenir el seu propi equip nacional, i per la qual cosa l'Alemanya Federal i l'Alemanya Democràtica decidiren unificar els seus en un sol equip. A Algèria, abans de la independència, el Front d'Alliberament Nacional va tenir la idea de fer "un equip nacional" amb jugadors que havien desertat dels seus clubs de la França metropolitana²⁷.

En aquesta qüestió es detecta un clar desacord entre aquells autors per als qui aquesta identitat local o nacional potenciada per l'esport es converteix en un factor d'integració social a través del conflicte; i els que interpreten aquesta identificació tribal com un mecanisme bel·ligerant d'enfrontament i oposició davant dels "altres".

Una de les anàlisis més interessants sobre la funció integradora dels espectacles esportius, en particular els futbolístics, és el de la sociòloga nord-americana Janet Lever, que ha investigat el futbol al Brasil. Per a aquesta autora, l'esport té la capacitat de "crear un ordre social" conservant "la diversitat cultural"²⁸.

De la mateixa opinió seria Manuel Vázquez Montalbán, el qual, en els seus escrits futbolístics, defensà el valor vertebrador i unificador per a l'Estat espanyol que acomplia la Lliga de futbol²⁹ i la conve-niència de la resolució dels conflictes entre el centre i la perifèria a través dels partits entre el "Barça" i el "Real Madrid"³⁰.

²⁵ Jessica Larive, Informe de la Comunitat Europea sobre "El vandalisme i la violència al futbol", Parlament europeu. Documents de la sessió A2-215/87, 12 de novembre de 1987.

²⁶ Recordem el lema de la Plataforma proseleccions catalanes: "una nació, una selecció".

²⁷ Ignacio Ramonet, "El fútbol es la guerra", a Santiago Seguro (ed.), *Fútbol y pasiones políticas*, Madrid, Debate, 1999, p. 131.

²⁸ Janet Lever, *La locura por el fútbol*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985, p. 65.

²⁹ Manuel Vázquez Montalbán, *La familia Adams en el fútbol*, Entreviú, 24 de julio de 1995, p. 105.

³⁰ Manuel Vázquez Montalbán, *Si no existieran los Barcelona-Madrid*, El País, Deportes, 11 de mayo de 1997, p. 46.

Altres autors són menys optimistes i denuncien l'esperit bel·licós i d'enfrontament que potencien aquestes competicions esportives, precisament per les identificacions i orgulls tribals que generen. Els esports d'equip, que tendeixen fonamentalment a representar països o localitats, constitueixen un camí privilegiat per canalitzar les emocions de les masses per una via nacionalista agressiva. Sánchez Ferlosio denuncia l'excessiva proximitat existent entre la identificació nacional esportiva i el nacionalisme polític militar:

“La motivació col·lectiva del nacionalisme que aplaudeix i sustenta guerres té amb l'agonisme esportiu, que delira per la victòria de l'equip nacional, bastant més semblança i connexió del que s'està disposat a acceptar. (...) L'objectiva diferència del cruent davant l'incruent entre una i altra realitat té en el col·lectiu molta menys força del que comunament es desitja acceptar”³¹.

4. Globalització i universalitat de l'esport

148

L'esport no serveix tan sols per reafirmar les identitats locals, també es beneficia dels avantatges proporcionats per les xarxes mundialitzadores i, alhora, crea lligams de solidaritat a nivell planetari.

4.1 La universalització de les pràctiques esportives

L'esport modern és un altre dels productes culturals sorgits de la societat anglesa del segle XIX, juntament amb la democràcia parlamentària i el capitalisme industrial, que, gràcies al colonialisme i als mitjans de transport i comunicació, s'ha estès pertot arreu, substituint o modificant algunes pràctiques esportives autòctones.

El que començà sent una pràctica esportiva anglesa traspasà les fronteres del país i, amb el temps, arribà als Estats Units, Europa, l'Amèrica del Sud, l'Àsia i l'Àfrica. A través de les colònies britàniques, de l'emigració cap a Amèrica o dels empresaris anglesos, la pràctica dels esports moderns s'estengué per tot el món. Fins i tot, el baró Pierre de Coubertain, pare de l'olimpisme modern, viatjà a Anglaterra per veure de prop aquest fenomen i quedà impressionat per les seves virtuts pedagògiques.

De la mateixa manera que el capitalisme econòmic resultant de la revolució industrial i el règim polític de la democràcia parlamentària s'han imposat o s'estan imposant, les pràctiques esportives

³¹ Sánchez Ferlosio, *La teoría homeopática del deporte*, El País, 6 de agosto de 1992, p. 7.

que reflecteixen aquests valors propis de la civilització occidental s'han estès per tot el planeta.

El multiculturalisme actual no pot ocultar una homogeneïtzació a escala mundial. És propi del nostre moment que, mercès als mitjans de comunicació de masses, al mercat i a la democratització, assistim a una universalització de la cultura, que consisteix, en les seves manifestacions més visibles i superficials, en l'expansió per tots els països d'un estil de vida en aparença juvenil i consumista de sensacions. Pràcticament tothom coneix i consumeix alhora les mateixes cançons i pel·lícules, els mateixos esdeveniments esportius i musicals, la mateixa moda i, fins i tot, la mateixa gastronomia. És una mena de "macdonalització" de la cultura. Hom té la sensació que creix una uniformitat cultural mundial³².

La globalització cultural també implica una globalització esportiva. Pràcticament a totes les ciutats del món es pot trobar un club de futbol, un gimnàs o centre de fitness o un espai on córrer pel carrer. Però també com a espectador és possible gaudir de qualsevol esdeveniment esportiu que s'estigui produint en qualsevol indret del planeta gràcies a la televisió o a la Internet.

149

4.2 L'olimpisme

Els Jocs Olímpics, una competició esportiva d'origen grec recuperada al segle XIX per un filantrop francès, constitueixen l'exemple més clar de la globalització esportiva. Gràcies al seu seguiment mediàtic, s'han convertit en l'espectacle esportiu més important a nivell mundial. Arreu del món s'està pendent d'aquest esdeveniment esportiu on hi ha representats, a través dels seus atletes, una gran majoria d'estats. Per això, es pot considerar l'esdeveniment esportiu més global, tant des del punt de vista de la participació dels esportistes com del seguiment dels espectadors.

El símbol més representatiu de l'olimpisme i que reflecteix la seva universalitat és la bandera olímpica. Creada pel baró de Coubertain al 1913, és una bandera amb cinc anelles entrelaçades de color blau, groc, negre, verd i vermell, sobre un fons blanc, que representen els cinc continents units per l'esport. La bandera olímpica constitueix un autèntic emblema internacional, amb la dificultat que suposa trobar un símbol autènticament universal, elaborat amb la intenció

³² José M. Mardones, *Retorn del sagrat i cristianisme*, Barcelona, Editorial Cruïlla, 2006, p. 72.

que tots els països representats i tots els atletes participants puguin sentir-s'hi identificats³³.

El desig de representar tota la raça humana propi del moviment olímpic està reflectint-se els darrers anys, també, en la designació de les seues olímpiques. L'alternança de continents en l'elecció de la ciutat organitzadora no només ha suposat la designació de ciutats nord-americanes o asiàtiques. L'any 2016 se celebraran, per primera vegada, els Jocs Olímpics a l'Amèrica del Sud, concretament a Rio de Janeiro, i s'especula amb la designació d'una ciutat africana en un futur no gaire llunyà.

Una de les preocupacions fonamentals de Pierre de Coubertain fou preservar l'olimpisme de la política. Si els Jocs Olímpics han de ser l'esdeveniment esportiu de tota la humanitat, no poden convertir-se en l'àmbit de disputa d'unes nacions contra d'altres. L'article 7 del reglament olímpic consagra el principi que "els jocs són competicions entre individus i no entre nacions". Per això, en un principi, els Jocs Olímpics són independents dels poders polítics, i de les pressions que aquests exerceixen, i gaudeixen de la prerrogativa de l'extraterritorialitat³⁴.

Tanmateix, és innegable la utilització política que s'ha fet d'aquest esdeveniment mundial. L'olimpisme avui dia és la força sociològica més poderosa del nostre sacsejat món i la seva manifestació joiosa, els Jocs, són la caixa de ressonància més gran o la publicitat més eficaç per a qualsevol mena de protagonisme desitjós de notorietat³⁵.

El ressò mediàtic internacional de la competició olímpica ha estat aprofitat per diverses reivindicacions de caràcter identitari. Així ha quedat palès al llarg de la història. Durant els anys de la Guerra Freda es sumaven les medalles olímpiques aconseguides pels països que pertanyien al bloc capitalista, d'una banda, i els del bloc comunista, de l'altra. Fins i tot, els Jocs de Beijing celebrats l'any 2008 van servir per reclamar la independència del Tibet de la Xina.

Un element determinant per a la constitució de l'olimpisme com un esdeveniment esportiu de caràcter global és la retransmissió de les competicions a través dels mitjans de comunicació. A més, sense un conjunt d'empreses que subministrin els fons necessaris per construir tota la infraestructura esportiva i comunicativa, tampoc podrien realitzar-se els Jocs. Per això, malgrat el seu caràcter universal que

³³ Emilio Calderón, *Deporte y límites*, Madrid, Grupo Anaya, Fondo de Cultura Económica, 1999, pp. 37-38.

³⁴ Guillermo Barrillo, *Valores y beneficios del deporte*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 1990, p. 97.

³⁵ Conrado Durantez, *L'Olimpisme i els seus Jocs*. Olimpia 776 aC-Barcelona 1992, Barcelona, Secretaria General de l'Esport, 1991, p. 68.

hauria de dur els Jocs per tot el món, es prioritzen altres aspectes propis d'un món global, com són la pressió dels mitjans econòmics i audiovisuals i els interessos econòmics.

4.3 Una comunitat global

El desenvolupament tecnològic dels mitjans de comunicació possibilita que persones de diferents països segueixin una competició esportiva simultàniament. D'aquesta forma, l'esport permet integrar-se en una comunitat mundial pendent de les gestes dels seus campions.

L'esport modern, gràcies a la seva presència arreu del món, pot considerar-se un metallenguatge a través del qual es poden entendre persones o col·lectivitats de diferents llengües, cosmovisions i maneres de viure. Aquesta qualitat del sistema esportiu el fa propici per als mitjans de comunicació que cerquen un llenguatge universal per a una societat globalitzada:

“D'on li ve a l'esport aquesta capacitat astoradora de ser considerat, admirat, requerit, disputat, pagat? Indubtablement d'aquella espectacularitat que ofereix la mateixa pràctica. L'home intentant superar-se a si mateix mitjançant les seves capacitats físiques, competint conseqüentment amb si mateix o amb un adversari, esforçant-se per obtenir fites inèdites, és un espectacle; amb la particularitat que, en tractar-se d'una dinàmica de forces elementals –tals com són les forces físiques de l'home–, aquest espectacle és intel·ligible per a totes les ments, per a la dels doctes i per a la dels ignorants. L'esport té, doncs, una espectacularitat de caràcter universal”³⁶.

En l'espectacle esportiu convergeixen totes les mirades socials perquè es tracta d'un espectacle obert a tot el món, gràcies a la seva simplicitat i immediatesa:

“L'esport ofereix un espectacle que convé pràcticament a tothom. Petits i grans, homes i dones, gent de condició rica o mediocre, de tot es troba a les grades d'un estadi. Aquells que rebutgen els espectacles que apel·len en major grau a la intel·ligència i a la cultura prefereixen la simplicitat de l'espectacle esportiu, el seu caràcter no verbal. Res de tortuós hi ha en ell. Però també resulten satisfets aquells que volen detenir-se i submergir-se per un moment en una espontaneïtat una mica primitiva. Ofert a tothom, l'esport atrau fàcilment l'atenció de tothom”³⁷.

³⁶ José María Cagigal, *El deporte en la sociedad actual*, Madrid, Prensa Española, 1975, p. 54.

³⁷ Michel Bouet, *Signification du sport*, París, Editions Universitaires, 1968.

Les retransmissions esportives col·laboren en la globalització del fenomen esportiu fent possible que l'esport acompleixi una funció fonamental: facilitar la participació regular dels seguidors en l'espectacle esportiu allà on siguin. L'esport, fins i tot, suplantia la universalitat de les religions en la mesura que es dirigeix a tots les persones, sense distinció de credos, a l'individu planetari en general. Aleshores les ciutats olímpiques o les seus dels Campionats del Món de futbol adquireixen una vocació universal tan significativa com el Vaticà, La Meca o Benarés³⁸.

Mitjançant el seguiment mediàtic dels esdeveniments esportius, s'ha constituït una mena de comunitat il·lusòria, virtual, la comunitat mundial. Aquesta mundialització de l'esport a través dels "mass media" és el reflex de la mundialització de la política en el marc de la coexistència pacífica. És un instrument més al servei de la globalització regnant als nostres dies i de l'etnocentrisme europeu que imposa, fins i tot, les seves pràctiques esportives.

*"Si un bon nombre d'esportistes assolix aquesta universalitat, això es deu al fet que la universalitat de l'esport no resideix en les seves regles, sinó en la seva audiència... Quan un satèl·lit repetidor és posat en òrbita, les primeres imatges que transmet són, amb freqüència, les d'un encontre esportiu... Quan un satèl·lit repetidor transmet un partit de futbol, pot estar segur que en cas de fora de joc, centenars de milers de telespectadors de raça, llengua i cultura diferents ho sancionaran des dels seus seients"*³⁹.

El fet de pertànyer a una mateixa comunitat esportiva permet promoure la comprensió intercultural a través de l'esport. Un contacte creixent entre diversos grups culturals, com acostuma a succeir en els ambients esportius, pot aportar a cadascú un major coneixement dels altres i contribuir a atenuar la necessitat de considerar-los com a estereotips indiferenciats. Superant les fronteres ètniques es poden mantenir unes relacions socials estables i continuades. El contacte mutu, la comunicació i el respecte a la diversitat de cada grup són processos positius possibles a través de l'esport⁴⁰.

4.4 Esport i economia global

La universalitat de l'esport el converteix en un instrument idoni per al

³⁸ Jean-Marie Brohm, *Sociología política del deporte*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982, pp. 251-252.

³⁹ Henry Lucot, *Le sport, faut-il des surhommes?*, París, Hachette, 1967, p. 7.

⁴⁰ Kendall Blanchard i Alyce Cheska, *Antropología del deporte*, Barcelona, Ediciones Bellaterra, 1986, p. 162.

desenvolupament de l'economia globalitzada. A través de les competicions esportives i dels seus protagonistes, els campions, els objectes de consum arriben als ciutadans d'arreu. Alhora, el món de l'esport aprofita aquesta repercussió mundial per aconseguir augmentar els seus ingressos econòmics, generant, al seu torn, una dependència respecte dels mitjans de comunicació i de les marques publicitàries.

En aquest sentit, l'ídol esportiu satisfà les necessitats generades per la societat de consum. Com ens recorda el sociòleg de l'esport Luis Cazorla, és freqüent trobar, en qualsevol mitjà de comunicació, un esportista famós i popular convertit en un engranatge publicitari més. Els ídols de l'esport esdevenen així plataformes comercials de primer ordre. El mite que els rodeja es transmet als objectes que aconsellen, els quals es fan desitjables per als seguidors incondicionals de l'anunciant⁴¹.

D'aquesta manera, els darrers anys s'ha creat una nova figura en el món del futbol: el futbolista mediàtic. Aquesta denominació inclou, a més de les capacitats tècniques del jugador, la possibilitat de generar ingressos a través del màrqueting global. Per tant, no es valora únicament el seu talent futbolístic, sinó també la seva imatge capaç d'atraure grans contractes publicitaris i televisius, augmentar la venda de samarretes i productes de *merchandising*, potenciar les gires per altres països o incrementar el nombre de socis i abonats del club.

Aquesta associació entre els campions i les marques comercials és una arma de doble tall, ja que només es produeix quan l'esportista és popular, famós i gaudeix d'una gran reputació. Això significa que el valor dels campions s'estableix en funció de la seva capacitat per atraure els espectadors o, més simplement, de "garantir un públic" que assisteixi als actes que han de dur a terme en virtut dels contractes de patrocini publicitari signats pels esportistes amb les marques comercials⁴².

Per tant, l'esportista no té valor per si mateix, com a persona, sinó únicament com a figura d'identificació social, habitualment relacionada amb l'èxit esportiu. Per això, tan bon punt perden aquest vincle amb els consumidors, deixen de ser útils per a l'aparell publicitari que s'oblida fàcilment d'ells.

Les relacions econòmiques mundials també es reflecteixen en el món de l'esport. Manuel Vázquez Montalbán ens adverteix, parafrasejant Nietzsche, que hi ha països que han nascut per exportar jugadors i altres que ho han fet per comprar-los. Els clubs europeus fitxen jugadors procedents de mercats amb preus baixos i de països insuficientment desenvolupats que tenen en el futbol un camp

⁴¹ Luis Cazorla, *Deporte y Estado*, Barcelona, Labor, 1979, p. 67.

⁴² Jean-Marie Brohm, *Sociología política del deporte*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982, p. 183.

d'expressió i emancipació per a la joventut, com és el cas dels països sud-americans, africans i de la desintegrada Europa de l'Est⁴³.

4.5 La transnacionalitat dels clubs esportius

Malgrat que els clubs esportius representen en les competicions nacionals o internacionals la ciutat o el país a què pertanyen, els seus components –jugadors, aficionats, presidents i entrenadors– traspassen les fronteres nacionals. Tot i que en un primer moment podia semblar que aquest fet disminuiria la identificació dels espectadors envers el seu equip, el fet és que el seguiment dels encontres esportius no ha deixat d'augmentar els darrers anys, especialment pel que fa a aquells equips o esportistes que assolixen l'èxit en les competicions.

La globalització del mercat laboral ha tingut el seu impacte en els esportistes professionals. Com hem assenyalat, l'objectiu dels patrocinadors i els mitjans de comunicació és associar el seu producte o la seva retransmissió amb l'èxit esportiu. Per això, s'han d'aconseguir els millors esportistes, més enllà de la seva nacionalitat. En una societat competitiva, el consumidor vol identificar-se amb la victòria i aquesta s'assoleix més fàcilment amb els millors jugadors.

154

La “sentència Bosman”, dictada pel tribunal europeu el 15 de desembre de 1995, obrí definitivament la porta dels diferents països europeus als jugadors comunitaris, i augmentà de forma significativa la nòmina de jugadors estrangers en els clubs. La inclusió d'esportistes procedents de diferents països no es produeix únicament al si dels equips professionals sinó també als planters. Les categories inferiors, no professionals, dels clubs esportius acullen jugadors estrangers. Fins i tot, alguns clubs han obert escoles de formació en altres països.

D'altra banda, comença a ser habitual trobar jugadors nascuts fora del país dins de les seleccions nacionals. Gràcies al procés globalitzador, cada vegada hi ha més esportistes que abandonen el seu país d'origen per buscar un futur millor a l'estranger i, després d'uns anys al país d'acollida, obtenen la doble nacionalitat. En altres ocasions, les nacionalitzacions es produeixen simplement per motius de rendiment a través d'un procés burocràtic accelerat com a conseqüència de l'interès esportiu del país.

Els equips no estan integrats tan sols per futbolistes de diferents nacionalitats. Els aficionats dels clubs esportius també traspassen

⁴³ Manuel Vázquez Montalbán, *Fútbol. Una religión en busca de un Dios*, Barcelona, Debate, 2005, p. 18.

les fronteres geogràfiques que limiten la seva representativitat territorial⁴⁴. La imatge més eloqüent d'aquesta afició global es va produir després de la derrota del F.C. Barcelona al Mundial de Clubs celebrat l'any 2006. La televisió va difondre la imatge d'un nen japonès, Leo Miyagata, que plorava desconsoladament perquè el seu equip havia perdut aquell títol. Per primera vegada les derrotes de l'equip barcelonista feien plorar, a més dels nens catalans, els japonesos.

Evidentment, aquests seguidors escampats arreu del planeta no existirien sense la col·laboració dels mitjans de comunicació que permeten veure les imatges dels partits i de les millors jugades dels ídols esportius. En aquest sentit, els èxits esportius són els únics que poden garantir l'increment continu dels aficionats globals, ja que el seu lligam amb el club s'estableix a partir de les seves victòries i no pas per la procedència geogràfica o cultural.

Sovint els aficionats s'identifiquen amb un equip gràcies a l'admiració per algun dels seus jugadors. Com que cada vegada hi ha més jugadors de diferents nacionalitats als clubs, això provoca una internacionalització dels seus seguidors. És per aquest motiu que sovint podem veure, en els estadis de futbol, banderes corresponents a les nacionalitats dels jugadors de l'equip, juntament amb les del club o del país.

Un altre aspecte particular de la transnacionalitat de l'esport és la presència d'entrenadors estrangers als clubs i les seleccions nacionals i l'adquisició d'alguns equips per part d'inversors d'altres països.

L'elecció de l'holandès Johan Cruyff l'any 2009 com a seleccionador català va suscitar un intens debat. Alguns consideraven desencertada aquesta decisió perquè, atès el significat simbòlic més que esportiu d'aquesta selecció –recordem que no pot participar en competicions oficials–, l'entrenador ha de representar la cultura catalana en els seus trets més significatius: l'origen i la llengua. En canvi, d'altres creien que un personatge conegut mundialment aconseguiria una repercussió mediàtica global i així es donaria a conèixer arreu la reivindicació catalana.

Pel que fa als dirigents esportius, la presència estrangera en la direcció dels clubs, com a conseqüència de la conversió dels clubs en Societats Anònimes Esportives i la crisi econòmica, no ha estat ben rebuda pels aficionats. Els seguidors, antics propietaris del club, consideren aquests dirigents com a simples empresaris que cerquen

⁴⁴ El F.C. Barcelona compta amb més de dues mil penyes, de les quals més de 80 són fora de l'Estat espanyol escampades per tot el món. Una de les darreres en ser reconeguda ha estat la *Penya Barcelonista Lleó de dues cues* de Celadna (República Txeca), donada d'alta el dia 31 d'agost de 2011.

en l'esport un negoci lucratiu, sense tenir en compte els sentiments i les emocions que genera entre els seus seguidors.

Alguns d'aquests homes de negoci han hagut de marxar per la pressió popular i d'altres han estat acceptats gràcies als bons resultats esportius assolits. És probable que el context de crisi econòmica i l'excessiva despesa econòmica realitzada per alguns clubs atregui cada vegada més inversors que veuen en el futbol un negoci i una forma d'adquirir notorietat en una societat globalitzada.

L'esport contemporani: entre la identitat nacional i la globalització

L'anàlisi que acabem de realitzar ens aporta arguments per pensar que la hipermodernitat genera cultes cosmopolites que reforcen la creixent xarxa institucional mundial sense malmetre les identitats nacionals. L'esport, a partir de la identificació entre els seguidors i els esportistes, és un dels mecanismes rituals a través dels quals es pot generar i expressar el sentiment nacional. Això es constata en la imbricació entre el caràcter quasi religiós i el caràcter ètniconacional amb què es viuen moltes adhesions a determinats clubs de futbol⁴⁵ o seleccions nacionals.

156

De fet, les institucions esportives, malgrat la internacionalització del seu àmbit competitiu, fomenten el nacionalisme. Els Jocs Olímpics, malgrat la seva voluntat apolítica inicial, en són un bon exemple, ja que, a través d'un gran universalisme, consoliden la força identitària de la nació per mitjà dels seus rituals: desplegament constant de banderes, torxes, focs d'artifici, juraments, tòtems oficials, fanfàrries, desfilades, uniformes i himnes.

Els mitjans de comunicació globals, per la seva banda, contribueixen a escenificar algunes de les nocions que articulen la idea de nació. D'una banda, utilitzant les epopeies dels herois esportius per reivindicar l'eficàcia dels principis nacionals. De l'altra, posant de manifest els sentiments patriòtics, sobretot en les competicions internacionals, la qual cosa es converteix cada vegada més en quelcom estratègic, si tenim en compte el creixent abast de les audiències.

El naixement de l'esport modern i el desenvolupament de la qüestió nacional són fenòmens coetanis. Aquesta coincidència temporal permet veure en l'activitat esportiva un escenari privilegiat on el patriotisme pren sentit, perquè no es constituí només en un vehi-

⁴⁵ Jordi Salvador apunta en aquesta direcció en el seu treball dedicat a l'anàlisi antropològica i social del Futbol Club Barcelona. Cf. Jordi Salvador, *Futbol: metàfora d'una guerra freda*, Barcelona, Proa, 2005.

cle ideal a través del qual les nacions pogueren organitzar les seves comunitats internament, sinó que a més serví i encara serveix per exposar a la resta de les nacions les pròpies proeses i la superioritat en el terreny de les disputes simbòliques⁴⁶.

És cert que, per als nous estats de l'Europa de l'Est, el sentiment nacional dels quals era fràgil o es veia amenaçat, el futbol ha ajudat a donar-los estabilitat i ha servit de catalitzador per a comunitats, en ocasions, traumatitzades. L'equip nacional no és simplement el resultat de la creació d'un estat; sovint ajuda a forjar la nació:

“Però no seria desencertat constatar que, entre les primeres manifestacions de la voluntat dels nous estats independents, figurés la petició d'adhesió a la FIFA. Com si fos tan natural i necessària com l'adhesió a l'ONU. Com si la definició de l'Estat no es limités ja als tres elements tradicionals –un territori, una població, un govern–, sinó que hagués d'afegir un quart element igualment essencial: una selecció nacional de futbol; com si la independència nacional es caracteritzés per la possibilitat de defensar les seves fronteres, emetre moneda i disputar partits internacionals de futbol”⁴⁷.

Manuel Vázquez Montalbán també considera essencial en la societat globalitzada el paper del futbol com a expressió de les identitats locals:

“La sentència Bosman ens demostra que cada vegada som més universals i més locals. En la mesura que es mundialitzen l'economia i els serials televisius, ens assalta la por a perdre la identitat i ens refugiem en els fonamentalismes patriòtics que ens queden. Ser partidari d'un club de futbol aporta la intensitat emocional d'una militància politicoreligiosa, i avui podria afirmar-se que tots els clubs de futbol són quelcom més que clubs de futbol: representen la reserva patriòtica en un món on cada vegada tindran menys sentit les pàtries i les banderes”⁴⁸.

Al futbol en particular, i a l'esport en general, li ha estat confiada tàcitament una missió que comporta una gran responsabilitat: assumir una part de la càrrega afectiva “nacional”, encara molt viva, acumulada a les nostres societats, independentment de quin sigui el seu nivell de desenvolupament econòmic.

157

⁴⁶ En aquest sentit, es pot afirmar que les competicions esportives són una oportunitat per tal que les comunitats nacionals puguin expressar-se plenament de manera menys tràgica i dolorosa que en conflictes i guerres.

⁴⁷ Pascal Boniface, “Geopolítica del fútbol”, a Santiago Seguro (ed.), Fútbol y pasiones políticas, Madrid, Debate, 1999, p. 91.

⁴⁸ Manuel Vázquez Montalbán, Fútbol. Una religión en busca de un Dios, Barcelona, Debate, 2005, p. 23.

Des d'aquest punt de vista, les expressions violentes en l'esport, habitualment protagonitzades pels seguidors més fanàtics, podrien ser un símptoma de la por a perdre, o a no tenir, una identitat en un món on els referents identificadors estan fets a la mesura d'una ciutadania universal emergent.

Tanmateix, cal advertir d'alguns dels perills relacionats amb la construcció de les identitats nacionals a través de l'esport. D'una banda, la interpretació nacionalista dels resultats esportius pot desvirtuar el sentit de la competició esportiva, instrumentalitzant políticament el fruit de l'esforç i la dedicació dels esportistes. D'altra banda, l'exaltació patriòtica sorgida arran dels èxits esportius pot ser una banalització del sentiment nacional forjat al llarg dels segles. El prestigi de les nacions i la seva singularitat identitària no poden dependre de l'emoció, positiva o negativa, viscuda durant un partit.

En definitiva, l'esport és un microcosmos on es condensen les forces centrífugues i centrípetes pròpies de la societat postmoderna. És per això que pot ser considerat com un gran laboratori on estudiar les tensions generades entre els dos pols de la socialitat de l'era de la informació: la globalització i les identitats nacionals. Si bé la mundialització dels processos socials està provocant un perillós desarrelament que priva els pobles de la saba de la seva tradició històrica i dels referents culturals tan necessaris per cohesionar els col·lectius, l'estudi dels fenòmens esportius actuals ens permet analitzar mecanismes que, en comptes de diluir les identitats locals, les reforcen tot harmonitzant-les en un món cada cop més cosmopolita.