

Las estrellas de fútbol, mitos postmodernos

Football stars, postmodern myths

de Manuel Mandianes

Abstract: La popularidad de un deporte depende de su capacidad de ser espejo y de crear identificación. El fútbol es un espejo social que descubre la masificación, una de las características de la sociedad actual, y al mismo tiempo, crea movimientos sociales.

Abstract: A sport's popularity depends on its capacity to act as a mirror and ensure people's identification. Football is a social mirror that uncovers a specific feature of society nowadays, namely massification, while simultaneously creating social movements.

Palabras clave: deporte - fútbol - mitos - símbolos

Key words: football - myths - sport - symbols

Los mitos, además de explicar la realidad y la pertenencia del ser humano a ella, reflejan la configuración de la sociedad, la política y los valores y la moralidad del momento. El soporte simbólico o material del mito puede cambiar pero su significado permanece inalterable por los siglos. El mito es atemporal, refleja pasiones y los sentimientos humanos tales como la venganza, la avaricia, el heroísmo, el dolor, la resignación, la fortaleza, el bien, el mal. Porque tienen una dimensión sagrada, no hay nada que pueda impedir que nos identifiquemos con los mitos de siempre aunque su manifestación sea actual. Las estrellas de los campos de fútbol son mitos postmodernos; encarnan, por encargo, las virtudes y los anhelos de los hinchas. La justicia, si los persigue, los convierte en seres trágicos que se plantean sin éxito resistir a su destino cruel y terrible.

En la antigüedad, héroe era aquel que hacía una prestación a la comunidad una actividad que no podía realizar la colectividad. El goleador es el héroe moderno. «El alma de un pueblo se empapa del héroe venidero antes que éste brote a luz de vida, le presiente como condensación de un espíritu difuso en ella y espera su advenimiento», escribió alguien. Los héroes y los personajes épicos de nuestro tiempo se exhiben en los estadios. Las estrellas del deporte «se han convertido en verdaderos referentes sociales. Vamos a tener que empezar a exigirles una responsabilidad social», dijo el argentino, Valdano, entrenador de fútbol. Además son héroes porque los modernos héroes,

para los hinchas son los goleadores, y algo que hasta ahora sólo se le decía de Cristo y el Rey David, desde ahora también se aplica a las estrellas de fútbol, cada una es un Rey de Reyes.

«El ideal mostraría al hombre la excelencia de su especie y, al hacerlo, le enseñaría la regla para ser hombre como ya es pero de una manera aún mejor. Además, como habría de ser un modelo universalmente válido y esto quiere decir orientador para todo el mundo en todas las circunstancias y etapas de la vida», escribe el filósofo Gomá en *Necesario pero imposible*. «Hoy la mejor carrera es ser futbolista», dice la gente. Los inmortales, como les han llamado algunos diarios, no se deben sólo a su juego sino también a su talento como relaciones públicas. Las empresas más importantes a la hora de elegir a sus iconos publicitarios, su imagen de marca, buscan notoriedad, prestigio y, sobre todo, que se diferencien de sus posibles competidores. Los deportistas de éxito gozan de altos niveles de diferenciación para el consumidor.

Los honores de nuestro tiempo son todos para la juventud, para la belleza, la agilidad, los cuerpos esculturales, la tersura de la piel. Lo que triunfa es la consagración social de la juventud en tanto que ideal de existencia para todos. En este medio cultural radicalmente novedoso, el ideal de la vida adulta, seria y equilibrada desaparece en beneficio de modelos que legitiman las emociones lúdicas e incluso infantiles. «La juventud es el referente básico. No es una edad que pasa. En ella, queda / No hay más. El resto es mundo», dice el poeta, Premio Nobel, V. Alexandre.

La intensidad de la existencia de una persona depende de su presencia en los medios. No se dice “pienso, luego existo” sino “tengo éxito, luego existo”. Ser conocido al margen de los medios es señal de ser alguien peligroso para la sociedad. La relación de los personajes públicos con el mundo es su imagen. “Amamos a las estrellas, nos alegramos de sus alegrías, sufrimos con sus infortunios: nadie desea secretamente su caída. Cuanto más infelices las vemos, más nos compadecemos de ellas, cuanto más resplandecen, más nos alegramos; cuanto más nos interesamos por sus amores, más las amamos”, dice G. Lipovetsky.

La popularidad de un deporte depende de su capacidad de ser espejo y de crear identificación. El fútbol es un espejo social que descubre la masificación, una de las características de la sociedad actual, y al mismo tiempo, crea movimientos sociales. Entre los deportes, ninguno descuella tanto como el fútbol, fenómeno de masas que y las enardece más que ninguna otra movilización ciudadana; hace que el espectador se identifique con un grupo y desee vencer al otro como en la guerra pero sin borrarlo del mapa aunque se le juzgue con dureza; es la ocasión para mostrar las más exaltantes filias y las más desalentadoras fobias. La tribu futbolística requiere una identificación territorial, la designación de un enemigo como rasgo definitorio así como la contraposición entre amigos y enemigos como eje constitutivo. Cuanto mayor es la identificación de los aficionados con sus ídolos, son las estrellas, con los ideales del club más fidelidad al club de los seguidores. Cuanto mayor es la identificación mayores son las alegrías y las tristezas de los seguidores por las victorias o derrotas del equipo. La identificación hace sentirse al aficionado copartícipe en las actuaciones

Los hinchas son grupos cerrados que se aferran a sus formas y tabúes mágicos cerrándose en sí mismos contra cualquier influencia que venga de fuera; son los verdaderamente fieles a los colores y por eso desarrollan una autopercepción desmesurada que agiganta sus obligaciones de militantes. Los hinchas están dispuestos a destruir su mundo: a que les cierren el campo, por odio a los hinchas del equipo contrario y pueden desaparecer mientras el otro continúa. Se le puede aplicar aquel pensamiento de Lacan: «Te amo pero, inexplicablemente, amo algo de ti que es más que tu mismo y, por lo tanto, te destruyo». El enemigo es necesario para derrotarlo y para ser completamente feliz, a pesar de que es el otro el que, en la mayoría de las veces, nos expone a las decepciones y a

los reveses de la vida. Sin otro no soy nada y con él estoy a su merced. El odio de los hinchas es garantía de calidad. Los hinchas solo odian a quien puede hacer sombra y vencer a su equipo.

Los hinchas tratan de marcar las diferencias con todo aquello que pueda parecerseles. Desde un primer momento se esfuerzan por dejar bien claras sus diferencias con todo lo que se le acerca. Sus miembros viven en la permanente tensión del rechazo a la identidad del otro y la construcción de la suya propia. Privilegian la intolerancia y niegan las diferencias entre sus miembros. El equilibrio entre el yo y el nosotros se inclina a favor del nosotros. Todo esto supone un encapsulamiento de los individuos y lleva consigo que los demás los reconozcan fácilmente como miembros de tal o cual grupo ultra. Como punto de referencia de su comportamiento concéntrico toman lo vivido, lo concreto.

Los hinchas atacan a todo lo que se les antoja diferente, su ley es la del talión y cualquier otro grupo es su enemigo al que hay que aplastar. Pero al mismo tiempo, necesita al otro grande porque enfrentarse a él y vencerlo es lo que realmente lo hace grande a él. Un psiquiatra me dijo: «Muchos de los componentes de estas bandas son auténticamente depresivos». Se podría decir de ellos que «pocas cosas resultan más gratificantes para los depresivos que las noticias realmente malas». Los conflictos entre hinchadas son cualquier cosa menos racional; son casi siempre una cuestión afectiva y pasional, llenos de contradicciones. Esta emotividad sumerge y bloquea las objeciones intelectuales que los individuos podrían esgrimir en otra situación. Todos son actores y víctimas de contagio afectivo para alcanzar un estado de fusión emocional colectivo. Es como si se tratase de una fuerza invisible que toma cuerpo en los símbolos.

En los clubes, y los hinchas, sienten como una verdadera hecatombe, no en el sentido griego del término sino de desgracia sin límites, cuando una estrella se va a otro club, muy especialmente si se va a un club adversario, símbolo político del enemigo. Pero tal vez la mayor catástrofe sea que su ídolo, su mito, su héroe, su ideal sea manchado porque el mito, sujeto de identificación, ni se cuestionan ni se critican y menos se mancha. En ese caso, los hinchas, son capaces de herir y, en algunos casos, matar, al que denigra, insulta o mancha el nombre de la estrella que encarna las virtudes y características del mito.