

Fronteras de cal:  
Discursos identitarios en la literatura futbolística.

by

Álvaro López Pajares

A thesis submitted to the Graduate Faculty of  
Auburn University  
in partial fulfillment of the  
requirements for the Degree of  
Master of Arts

Auburn, Alabama  
May 4, 2014

Keywords: Soccer, Literature, Cultural Studies, Spain vs Catalonia,  
Hero and Antihero, Nationalism.

Copyright 2014 by Álvaro López Pajares

Approved by

Jordi Olivar, Chair, Assistant Professor of Spanish  
Jorge Muñoz, Associate Professor of Spanish  
Jana Gutiérrez, Associate Professor of Spanish

## Abstract

The present thesis studies the construction of collective identity through soccer literature in Spain. This literature acts as a good example of discursive mechanisms that are used by the different imagined communities which exist in current Spain, in order to consolidate its national identity and to create the idea of the Other. Precisely, this project is focused on the Spanish identity of Real Madrid and the Catalan identity of Barcelona in Javier Marías' and Manuel Vázquez Montalbán's discourses. The collision of these two antagonistic forces –both, Catalan and Spanish nationalism- provokes a certain tension around the idea of identity, which can be felt in both novelists' works. On the other hand, some of the rhetorical elements present in soccer's discourse will be analyzed as well. Like, for instance, the figures of the hero and the anti-hero, which provide new meanings to the identity of the group. The heroic figure has been used from the very beginning of Spanish nationalism as a symbol that brings coherence to the myth of Imperial Spain. Whereas the anti-heroic myth has been reformulated and taken to the sports' side by people of letters and soccer clubs; the great richness and variety of discursive strategies that appear on this work, shows the capacity of soccer as a tool that allows the expansion and integration of a great amount of different ideologies and identities.

Key words: Soccer, Literature, Cultural Studies, National Identity, Spain, Catalonia, Hero, Anti-hero, Nation, Myth.

## Síntesis

La presente tesis estudia la construcción de la identidad colectiva a través de la literatura futbolística en España. Esta literatura representa un buen ejemplo de los mecanismos discursivos utilizados por las diferentes comunidades imaginadas existentes en España, para consolidar su identidad nacional y generar la identidad del Otro. En concreto, este proyecto se centra en las identidades española y catalana del Real Madrid y el Barcelona en el discurso de Javier Marías y Manuel Vázquez Montalbán. El choque entre estas dos fuerzas antagónicas (como son el nacionalismo catalán y español) provoca una tensión identitaria, que se hace palpable en la obra de ambos novelistas. Por otro lado, se analizarán también algunos elementos literarios introducidos en la retórica futbolística, como son la figura del héroe y el antihéroe, que aportan nuevos significados a la identidad del colectivo. La figura heroica ha sido utilizada desde el nacionalismo español como un símbolo que brinda coherencia al mito de la España Imperial. Mientras que el mito anti-heroico ha sido reformulado y llevado al plano deportivo por literatos y clubes de fútbol, la variedad y riqueza de estrategias discursivas que aparecen en este trabajo muestran la capacidad del fútbol como herramienta, que permite expandir e integrar a un gran número de ideologías e identidades distintas.

Palabras clave: Fútbol, Literatura, Estudios Culturales, Identidad Nacional, España, Cataluña, Héroe, Antihéroe, Nación, Mito.

## Agradecimientos

A todas aquellas personas que he conocido en estos dos años en Alabama. Siempre os estaré agradecido. Llegué a Auburn con una maleta cargada de incógnitas y me voy con una vida nueva y un puñado de buenos amigos. Mi eterno agradecimiento al profesor Olivar, que se atrevió a dar la primera patada a este proyecto con un “¿por qué no?” Cuando el resto decían “es imposible”. Al profesor Muñoz y la profesora Gutiérrez, sin duda, dos figuras que han marcado un antes y un después en mi educación. Espero que nuestros caminos vuelvan a cruzarse en el futuro. A Sandra, que ha estado presente para darme ese último empujón cuando me faltaba el aire: el mundo de las letras está en tus manos. A la persona con la que he compartido sonrisas y lágrimas en estos dos años, Kara, gracias por estar siempre ahí. Ha merecido la pena recorrer este camino si con eso he podido cogerte de la mano. A mis padres y a mi hermana, que siempre me han apoyado en todas mis decisiones; nunca olvidaré que fuisteis vosotros los que me enseñasteis a amar un buen libro.

Pero sobre todo, este trabajo está dedicado a Alejandro. Hermano, espero que recibas esta tesis con el mismo entusiasmo con el que la imaginé, es para ti.

## Table of Contents

Abstract.....	ii
Síntesis .....	iii
Agradecimientos .....	iv
Introducción .....	1
Capítulo 1 .....	6
Capítulo 2 .....	42
Capítulo 3 .....	69
Conclusión .....	96
Obras citadas .....	99

## **Fronteras de cal:**

### **Discursos identitarios en la literatura futbolística.**

La búsqueda de una identidad colectiva ha sido un tema recurrente para todas las sociedades durante la historia de la civilización. El ser humano siempre ha tenido que hacer frente al sentido de su pertenencia al colectivo que le rodea. En torno a esta pregunta, casi existencial, se han establecido vínculos, como el de nación o el de clase social, que ayudan al individuo a identificarse con su comunidad. Este proceso constructivo fue bautizado por Jacques Lacan como *el orden simbólico*: la combinación de lenguaje, ideología, creencias y otros elementos significativos que aportan al sujeto una identidad social y un sistema de valores (Hall 80). La idea ilusoria de una comunidad hermanada en pos de una causa común es el pilar básico sobre el cual se generan conceptos como la religión o la política que son fundamentales dentro de cualquier sociedad contemporánea. Sin embargo, estos vínculos nunca terminan de ser definidos completamente y la identidad de la masa permanece en eterna construcción. Quizás sea ese constante estado de transformación que amenaza a las formas de identidad tradicionales lo que ha llevado en las últimas décadas al individuo a buscar nuevas formas de identidad colectiva donde el cambio sea más imperceptible. Entre todas estas nuevas vías destaca la aparición de un fenómeno de masas que se ha establecido como la más sólida, el fútbol. Mientras que las fronteras en Europa han cambiado radicalmente durante el último siglo generando nuevas identidades nacionales, los principales clubes de fútbol europeos han permanecido inmutables durante el siglo XX dando una sensación de estabilidad y seguridad a sus aficionados. Es tal la sensación de tradición y arraigo que sienten los propios miembros del colectivo formado por los aficionados de un equipo de fútbol que incluso en el rarísimo caso de que se produzca un cambio, éste es asimilado por sus hinchas como si formase parte de la idiosincrasia del equipo

desde sus orígenes. Esta tesis pretende estudiar obras literarias que representan los matices identitarios existentes alrededor del discurso del fútbol en su narración, con la intención de probar el papel que este deporte desempeña en la construcción de la identidad colectiva en la sociedad actual.

Sin embargo, el fútbol no ha conseguido la misma aceptación en todos los terrenos. Desde el mundo intelectual el deporte profesional siempre ha sido visto con cierto recelo por su eficacia a la hora de captar la atención de la masa y eclipsar los problemas y las desigualdades sociales. Este detalle ha sido destacado por pensadores de todos los campos del saber como un lastre para el hombre contemporáneo, que tras deshacerse de obstáculos que han retrasado el progreso de la civilización durante años según ideologías marxistas, como la religión, ha caído en uno nuevo que obstruye la labor de los eruditos. El propio Karl Marx en su ensayo “Crítica de la filosofía del derecho de Hegel” publicada en 1844, reflexiona sobre el efecto adormecedor de la religión en la sociedad, acuñando el término *opio del pueblo* que marcaría un punto de inflexión en la crítica anticlerical. Según Marx la religión es una forma de alienación para el hombre al ser una experiencia irreal y por tanto inexistente (1). Lo religioso también supone un elemento de distracción para la clase trabajadora ya que desvía y aplaca el carácter revolucionario del individuo. Este último aspecto mencionado por Marx, ha sido señalado también por los detractores del fútbol como uno de los efectos perjudiciales que este deporte provoca en la sociedad. En la actualidad, la expresión de Marx ha sido reutilizada para referirse al fútbol de manera despectiva como Eduardo Galeano señala en su libro *El fútbol a sol y sombra* (67). De entre todos los críticos, Jorge Luis Borges fue probablemente uno de los más feroces. El argentino propuso un curioso desafío a la FIFA y al régimen militar que gobernaba en su país programando una conferencia el mismo día y a la misma hora que su selección disputaba el

primer partido del Mundial de Argentina 78. La crítica literaria también ha mirado con cierto desdén al fútbol y en concreto a su literatura. Los críticos han pasado de puntillas sobre este tema escudándose en la ausencia de autores canónicos que lo nutran y la cuestionable calidad de las obras existentes. Un claro ejemplo de esta tendencia es el artículo de Yvette Sánchez, “La literatura de fútbol: ¿Metida en camisetas de once varas?” que cuestiona el motivo de la inexistencia de una gran novela sobre fútbol, culpando quizás a la dificultad de plasmar la acción del terreno de juego mediante el lenguaje escrito. Sin embargo, no es difícil encontrar dentro de este campo poemas de autores reconocidos mundialmente como Rafael Alberti (“Oda a Platko”). El poeta de la generación del 27 abre el camino a otros escritores posteriores que se decidieron a seguir los pasos del andaluz, como por ejemplo Gabriel Celaya, quien con su “Contraoda del poeta de la Real Sociedad” presenta una réplica al poema de Alberti. Miguel Hernández con su “Oda al guardameta” también contribuyó a la expansión de esta tradición literaria junto con Gerardo Diego “Balón de fútbol”. No obstante, el fútbol no sólo está presente en la lírica. Otros autores como Cela con sus *Once cuentos de fútbol* (1963) y Delibes con su ensayo “El otro fútbol” (1982) también aportaron su granito, en este caso a través de la prosa. Incluso la novela se ha prodigado con alguna que otra obra al respecto como *El delantero centro fue asesinado al atardecer* de Manuel Vázquez Montalbán (1988). A los anteriormente citados, una serie de escritores como Julio Llamazares, “Tanta pasión para nada”, Javier Marías, “En el tiempo indeciso” y Manuel Vincent “Fondo Sur”; entre otros, han colaborado con el famoso exfutbolista Jorge Valdano en la publicación de un antología de cuentos (*Cuentos de fútbol*, publicada en 1995) sobre el tema, evidenciando la cercana conexión entre el fútbol y la literatura. Parece claro que los literatos se han interesado por el fútbol y esto hace más inverosímil aún la aparente indiferencia de los críticos por sus obras. Y es que hablamos de un fenómeno de masas cuyas



representaciones literarias merecen elevarse al mismo nivel que el cine o la televisión dentro del campo de los estudios culturales, debido al interés que este suscita en el público. Estos textos no sólo tienen un valor literario sino que adquieren una importancia social, dan voz a una realidad existente en la sociedad actual que necesita ser escuchada y estudiada cultural y sociológicamente. Estas voces, ignoradas por algunos, han sido recogidas por una serie de autores que son el centro y punto de partida de la investigación de este estudio.

Las obras primarias analizadas en este proyecto (una novela, dos libros de ensayos, tres cuentos y tres poemas) han sido escogidas cuidadosamente de entre todo el espectro posible basándose en un motivo principal: el valor identitario del texto, la manera en que estas obras reflexionan sobre el fútbol como creador de identidades colectivas. Los cuentos de Mario Benedetti (“El césped”) y Almudena Grandes (“Demostración de la existencia de Dios”) son una oda al equipo pobre y el arquetipo antiheroico en el mundo del fútbol. Javier Marías (*Salvajes y sentimentales*) y Manuel Vázquez Montalbán (*El fútbol*) construyen su idea sobre Madrid y Barcelona alrededor del fútbol y la idea de nación. Otros autores han decidido centrarse en la figura individual del héroe y su relevancia en la identidad del grupo, como los poetas Benjamín Prado (“Iniesta y diez más”) y Carmen Lanseros (“Nuevo cantar de gesta”) con Iniesta o Rafael Alberti (“Oda a Platko”) con Ferenc Platko. Más allá del nombre del autor o la procedencia de este, he intentado seleccionar textos en los cuales el autor transmita los valores y la identidad del grupo social en el que él se incluye. El punto principal analizado en esta tesis dentro del tema de la identidad es la construcción de la identidad nacional y colectiva a través de las figuras del héroe y del antihéroe. Los tres capítulos son diferentes pero mantienen nexos de unión entre ellos, es por esto que el uso de los textos primarios no será compartimentado sino que algunas obras servirán para ilustrar más de un tema y aparecerán múltiples veces durante esta tesis. No

son estas sin embargo las únicas formas de construcción identitaria dentro del fútbol. Otras vías podrían haber sido incluidas dentro de esta investigación como la concepción de la identidad colectiva a través del género, la raza o la religión; no obstante el limitado tamaño de esa investigación y la escasez de textos primarios encontrados sobre los otros temas han marcado la elección de los puntos a estudiar. Esta riqueza de matices y mecanismos retóricos existentes dentro del discurso identitario del fútbol ponen de relieve la fuerte evolución que han sufrido este tipo de identidades desde sus orígenes y el grado de abstracción y complejidad que han alcanzado. Todos estos detalles llevan a pensar que el análisis servirá para mostrar el verdadero valor de este tipo de discursos, enfatizando la importancia que la literatura futbolística puede llegar a alcanzar en el plano de la identidad.

## Capítulo 1

### **Dos comunidades, dos equipos, dos autores: el clásico, un partido de cinco siglos.**

El primer capítulo de esta tesis estudia la relación existente entre el nacionalismo y el fútbol en España a través del análisis de las identidades catalana y española y sus vínculos identitarios con el Real Madrid y el FC Barcelona: dos equipos y dos naciones con discursos diametralmente opuestos. En los últimos años, se han escrito ríos de tinta sobre el tema desde absolutamente todos los campos posibles (literatura, sociología, historiografía...) y los procesos globalizadores han aumentado más, si cabe, el interés internacional sobre este duelo deportivo, atrayendo la atención de expertos de todo el mundo que se han afanado por buscar una respuesta al fenómeno social que supone cada nuevo enfrentamiento entre estos dos equipos<sup>1</sup>. La cantidad de publicaciones y artículos encontrados hacen que este análisis sea especialmente complejo debido a la fragmentación y la difuminación que el crítico académico se encuentra cuando entra de lleno en el estudio de estas dos identidades colectivas. Hablar sobre el Real Madrid y el FC Barcelona conlleva también un ejercicio de abstracción y sentido crítico que nos permite, en un primer lugar, diferenciar lo meramente deportivo (aquello que algunos califican como “veintidós tíos corriendo en pantalones cortos”) de lo sociológico (el sentimiento de pertenencia a un equipo que millones de personas experimentan en España y todo el mundo). A este dilema hay que añadir el que acarrea de manera implícita trabajar con dos equipos que representan el orgullo de dos naciones: España y Cataluña. Dos comunidades imaginadas que, pese a que difieren de la merengue y de la culé en magnitud, antigüedad y poder discursivo, pudiendo ser ubicadas por

---

<sup>1</sup> El creciente interés levantado en la última década por los éxitos del Real Madrid y el FC Barcelona en la Liga de Campeones, el boom de la Selección Española y la aparición de estrellas mediáticas como Lionel Messi y Cristiano Ronaldo, han creado una tierra fértil para el consumo de cualquier tipo de material de lectura relacionado con “El Clásico”. Sólo desde 2010 se cuentan por decenas las publicaciones sobre el fútbol español, entre las que se pueden destacar *Morbo: The Story of Spanish Football* de Phil Ball o *El Clásico: Barcelona vs Real Madrid: Football's Greatest Rivalry* de Richard Fitzpatrick.

encima de éstas en términos de relevancia e impacto social, han utilizado a menudo a ambos equipos de fútbol como un modelo a seguir para sus miembros. Es tan cercana la relación entre el discurso deportivo y el nacional, que la tarea de establecer una separación entre ambos se hace imposible y no se puede precisar dónde empieza uno y dónde termina el otro. Y es que ambas identidades a menudo se yuxtaponen creando una sola, única e indivisible: catalana y culé, o española y madridista. Esto es lo que ocurre a menudo con el discurso de los dos escritores, Javier Marías y Manuel Vázquez Montalbán, cuyos textos sirven como marco para el estudio de ambas identidades. Para concebir tanto la identidad colectiva del escritor catalán como la del madrileño, hay que comenzar entendiendo la íntima relación existente entre la identidad nacional y futbolística de éstos, de manera que la omisión de uno de estos factores altera de manera radical el producto final hasta hacerle perder su significado. Las obras analizadas en este capítulo, *Salvajes y sentimentales* (Javier Marías, 2000) y *Fútbol, una religión en busca de un Dios* (Manuel Vázquez Montalbán 2005) no son sino una recopilación de algunos de los artículos publicados por ambos escritores en la prensa española durante tres décadas. Irónicamente, aunque Marías y Montalbán conocían la existencia de los artículos de “el otro”<sup>2</sup>, rara vez hicieron referencia a éstos, evidenciando la incomunicación existente entre ambos discursos; una situación que puede considerarse una metáfora que ejemplifica la falta de diálogo existente en el panorama identitario español, como más adelante se verá con el análisis en profundidad de ambas obras.

Para poder llevar a cabo un análisis sobre la identidad nacional española y catalana en la narración de Marías y Montalbán, es necesario definir con exactitud el concepto de nación. La construcción de la identidad colectiva a través de la idea de nación es, de acuerdo con Benedict

---

<sup>2</sup> Así lo evidencian algunas referencias a Montalbán que Marías incluye en sus artículos “Algo más fuerte y sentimental”, “¿Qué fue de la fe culé?” e “Irremediabilmente ingenuos”. En este último, el madridista lamenta el fallecimiento de Montalbán, que supone la pérdida de su “pareja rival de hecho” (257)

Anderson, la forma de identidad grupal por excelencia y, sin duda, la más extendida en la actualidad. En *Imagined Communities*, Anderson reflexiona sobre el auge del nacionalismo en los últimos siglos y los elementos que lo constituyen. Según Anderson, la nación es una comunidad política imaginada inherentemente limitada y soberana (6); el sentimiento nacional es imaginado porque la mayoría de los miembros de la nación nunca se conocerán entre ellos, aunque compartan ciertos elementos sin conocerse como lengua o territorio, y porque el patrimonio histórico que sostiene la existencia de esta identidad nacional es ficticio. Es decir, los nacionalismos se sustentan a través de la creación de narraciones mitológicas sobre eventos históricos reales (Anderson 204). Pese a la aparente antigüedad de algunos nacionalismos, es importante puntualizar que nos encontramos ante *artefactos* culturales ficticios que tienen su origen en la modernidad del siglo XIX (4). No importan sus supuestos orígenes en eventos de épocas anteriores, ni las alusiones a civilizaciones pasadas de tiempos remotos; el nacionalismo se origina en el siglo XIX, y es a partir de entonces cuando el individuo adquiere la conciencia de identidad nacional. Esta contradicción entre antigüedad y modernidad en la idea de nación se debe a la artificialidad que esconden estas identidades modernas que basan su existencia en una compleja red de elementos históricos que llegan hasta las raíces de la civilización europea, y que transforman la historia nacional en una narración legendaria. El nacionalismo es también limitado porque su objetivo no es englobar bajo una única bandera a todos los pueblos de la tierra, sino que es más bien el evidenciar las fronteras y diferencias existentes entre éstos. El concepto de nación está íntimamente vinculado al de Otridad y se alimenta de él, ya que la asimilación de una identidad nacional conlleva, por parte del individuo, la instauración de una separación entre la idea del yo (mi pueblo) y la idea de los otros (todos aquellos ajenos a su comunidad) pudiendo constituir una amenaza para su país.

La necesidad de fijar unas bases sólidas sobre este término, como las anteriormente establecidas, reside en la diversidad de opiniones que podemos encontrar en torno a esta idea, al tratarse de una noción subjetiva influida por ideologías políticas. El concepto de nación ha sido modelado y subvertido por las clases dirigentes que usaron el nacionalismo como una herramienta unificadora con el objetivo de divulgar una ideología única que englobaría a todos los individuos en un sólo grupo identitario, excluyendo, así, pensamientos discordantes con el poder, los cuales podían ser considerados como una amenaza. Anderson, en su obra, pone como ejemplo las medidas que las grandes monarquías europeas llevaron a cabo durante los siglos XVIII y XIX para unificar su imperio (87). Debido a las dificultades a la hora de gobernar causadas por la magnitud de sus imperios, los monarcas europeos pusieron en marcha un proceso de identificación nacional con objetivos homogeneizantes durante la Edad Moderna, el cual provocó el nacimiento de lo que el británico Seton Watson denominó *nacionalismos oficiales*; es decir, la aparición de una identidad colectiva única impuesta sobre todos los súbditos de un reino (86). Se oficializó, de esta manera, el uso de uno de los dialectos del estado como lengua administrativa común para todo el territorio, y se buscó una manera de identificación nacional única a través del uso de algunas de las identidades existentes dentro del país. Para ilustrar este hecho, la reina Isabel II estableció en 1842 la bandera rojigualda, creada por orden expresa de Carlos III para la marina de guerra y popularmente extendida desde la Guerra de Independencia debido a la expansión del sentimiento patriótico, como nacional para todo el territorio español.

La edad de prosperidad de los nacionalismos, sin embargo, no sólo ha atraído a un gran número de adeptos entre sus filas. El brote de estos fenómenos sociológicos ha provocado las suspicacias de un sector de población muy crítico con esta ideología. El antropólogo británico Ernest Gellner, por ejemplo, afirmó que el nacionalismo no es el despertar de las naciones, sino

la invención de algunas nuevas que no existen (6). Esta teoría ha sido defendida por detractores de algunos nacionalismos de nuevo cuño, que irónicamente se posicionan en contra de dichas identidades, por amenazar la unidad y los intereses de otras comunidades mayores a las cuales ellos pertenecen. Sin embargo, Anderson rebate estos argumentos en su obra afirmando que las naciones no se miden por su nivel de autenticidad o falsedad, sino por el estilo en el que son creadas o imaginadas (6); pues, al fin y al cabo, todas (desde la más antigua hasta la más moderna) son artificiales, y han sido inventadas con el mismo propósito. Las dos identidades nacionales analizadas en este trabajo, por tanto, serán puestas al mismo nivel y analizadas utilizando los mismo parámetros sin importar su oficialidad, o la falta de ella.

En su libro *Imagining Spain Historical Myth and National Identity*, el historiador Henry Kamen disecciona detenidamente la construcción del mito de España y del nacionalismo oficial español. De acuerdo con Kamen, el mito de España como nación nace entre 1808 y 1812 durante la ocupación francesa (2). Los políticos presentes en las Cortes de Cádiz ven necesario fijar no sólo las libertades y deberes del pueblo español mediante la Constitución, sino que también piensan que es necesario establecer los orígenes de la nación española. Esta construcción mítica de un pasado legendario es llevada a cabo por algunos diputados de las Cortes que determinan que los orígenes de la españolía provienen de Castilla, cuna del nacionalismo español, que se convierte en la primera nación europea con el reinado de los Reyes Católicos (Kamen 1). Posteriormente, el reino dejado en herencia por Isabel y Fernando caería en desgracia a causa del gobierno de monarcas foráneos con ideas extranjeras que, según el diputado Agustín Argüelles, ha oprimido despóticamente al pueblo español desde entonces; un pueblo libre e independiente desde los tiempos de los visigodos que ahora luchaba por deshacerse de este poder tiránico. Esta *revisión* de la nación española es culminada en 1812 con el acto de proclamación de la

Constitución, en el que Argüelles exclama: “¡Españoles, ya tenéis patria!” (Kamen 2).

La construcción de la identidad española en torno a Castilla no es, a pesar de todo, un fenómeno exclusivo del siglo XIX. Ya desde el reinado de Isabel y Fernando, Castilla adopta un papel protagonista en eventos históricos como la Reconquista, la colonización de América o las guerras en Europa. Este protagonismo castellano desembocó en una minimalización de la identidad multicultural española a gran escala generando, desde Castilla, una concepción homogénea de la nación española inexistente. De todo el resto de territorios que constituían la monarquía española, el catalán fue el que rechazó con más fuerza este intento de Castilla por uniformizar el territorio a causa de la amenaza que esta visión suponía para sus leyes, libertades y privilegios. Estos elementos fueron abolidos de facto posteriormente, siendo sustituidos por las leyes de Castilla en 1715 bajo los Decretos de Nueva Planta. Dichos decretos, promulgados por Felipe V, afectaron también al resto de territorios de la Corona de Aragón: los reinos de Aragón, Valencia y Mallorca. No obstante, la memoria de esa pérdida y la voluntad de recuperar la autodeterminación, sólo perduraron en Cataluña. A partir del crecimiento económico catalán del siglo XIX, con su consecuente modernidad, se produjo una nueva actitud con respecto al pasado que derivó en la creación del mito nacional catalán en dos niveles (Kamen 26). En un primer nivel, se realizó una mirada al pasado medieval de Cataluña, rescatando elementos fundamentales del catalanismo moderno (como la lengua) y creando nuevos símbolos a partir de elementos de origen medieval como la *senyera*, bandera perteneciente a la antigua corona de Aragón convertida en la enseña de la nación catalana moderna. En segundo lugar, se proyectó una mirada cuestionadora hacia los motivos de la pérdida de los fueros en 1715, durante el reinado de Felipe V, que se tradujo en un análisis sobre la actual relación entre el estado español y Cataluña. A través de esta introspección del pasado, se llegó a la conclusión de que el



absolutismo proyectado por la monarquía española había oprimido durante generaciones al pueblo catalán, cuya solidaridad y sed de libertades durante la defensa de Barcelona en la Guerra de Sucesión fue brutalmente reprimida por el ejército borbónico en 1714 y, posteriormente, en 1715 con los ya mencionados Decretos de Nueva Planta que abolían las Cortes y los fueros de los reinos de la Corona de Aragón e imponían las leyes de Castilla sobre dichos territorios. Esta medida acercaba a Felipe V al poder absoluto y homogéneo que deseaba tener sobre todos sus territorios y que sólo se veía obstaculizado por las leyes e instituciones de Aragón y Portugal, donde su autoridad era considerablemente limitada. Además de esto, el castellano se convirtió en lengua oficial en detrimento del catalán, que quedó excluido de las instituciones públicas. A consecuencia de ese hecho, se acentuó la castellanización de la cultura, de modo que muchos escritores catalanes del siglo XVII escribieron en castellano. A partir de estas conclusiones sobre uno de los mitos traumáticos de Cataluña, las bases de la nación catalana habían sido establecidas y el nacionalismo catalán moderno, tal y como lo conocemos hoy en día, creado.

La tensión identitaria perceptible entre Castilla y Cataluña se mantuvo durante gran parte del siglo XX. En la dictadura del general Franco, los catalanes asistieron al segundo acontecimiento histórico, que reafirma con más fuerza el discurso de su identidad nacional: la represión de la cultura catalana por parte del régimen franquista. La dictadura retomó el proceso de homogeneización, comenzado en Castilla en otras épocas, aplicándolo con mayor dureza, si cabe. La lengua y los otros símbolos identitarios catalanes fueron prohibidos, y las voces discordantes con el gobierno, reprimidas. Desde el régimen franquista, se produjo un discurso identitario único para todas las regiones del país imponiendo los valores considerados como prototipo de lo español y expandiendo la falsa creencia de que existía una convivencia pacífica y uniforme en toda España. Con esta política, se asimilaba a todas las comunidades periféricas,

aglutinándolas como parte de una identidad española basada en la hegemonía castellana. El pueblo catalán, ante las dificultades encontradas para expresar libremente su identidad, se encuentra en la necesidad de encontrar nuevos terrenos donde la mirada represora del régimen sea más débil, y encuentra esa pequeña grieta a través del fútbol y del FC Barcelona. La relación entre la institución deportiva y el nacionalismo catalán, no obstante, nace antes (en 1919) cuando el equipo se “catalaniza”, adoptando la lengua catalana como la oficial del club. Posteriormente, Primo de Rivera prohibiría el uso y exhibición de símbolos catalanes en el estadio de Les Corts, provocando la indignación de los aficionados que, durante un partido en 1925, pitaron el himno español como signo de protesta. Este suceso puede considerarse como el primer indicio de la importancia que el FC Barcelona llega a adquirir en el futuro como herramienta reivindicativa para parte de la ciudadanía catalana. Durante el franquismo, el Barcelona se convirtió de nuevo en una vía de escape para la identidad catalana, que veía el fútbol como una manera de canalizar y difundir unas ideas que hubiesen sido silenciadas de otra manera. Manuel Vázquez Montalbán analiza esta función reivindicadora del Barcelona en su artículo *¡Barça, Barça, Barça!* El Barcelona era para Cataluña un ejército simbólico. Cada partido contra el Real Madrid era una nueva oportunidad de conseguir una victoria moral sobre Franco. Cuando el público en el campo gritaba “¡Barça!”, suponía algo más que un grito de ánimo; se convertía en una afirmación de la identidad catalana que sobrevivía pese a sus enemigos. Según Montalbán, el Barça era la única institución legal que unía al hombre de la calle con la Cataluña que pudo haber sido y no fue (71). De esta experiencia traumática, nace el espíritu combativo con el que los aficionados del Barcelona reciben todo lo relacionado con el Real Madrid, el enemigo deportivo que no hace tanto tiempo representaba también al enemigo político y opresor.

En el caso de los aficionados del equipo madrileño, la aversión por el Barcelona es más

reciente y viene marcada por la nueva amenaza que el Barcelona supone, tanto en el terreno futbolístico como en el político. La simple existencia del nacionalismo catalán es un hecho intimidante para el nacionalismo español, ya que provoca una incoherencia en el discurso unificador castellano. Esta contradicción también ha tenido lugar en el mundo del fútbol al poner en Barcelona en duda; pues gracias a sus triunfos en la última década, el cetro hegemónico del Real Madrid otrora líder del fútbol español. En ambos casos, estos rencores heredados alcanzan su máximo exponente a través del fútbol. Tanto los miembros de la comunidad imaginada española como los de la catalana encontraron en el fútbol la solidez que no había conseguido su discurso nacional a través de la historia hasta el momento, y se valieron de este deporte como un icono que servía para simplificar el complejo concepto de nación creado por catalanes y españoles. Esta sintetización de los factores causantes del conflicto por medio del balompié, provocó la extrapolación de éstos al terreno deportivo; de manera que cuando el clásico Real Madrid contra FC Barcelona tenía lugar, catalanes y españoles dejaron de percibir el partido como una batalla simbólica y esta pasó a tener una significación real. En algún momento de la historia de los clásicos Real Madrid-FC Barcelona, el partido dejó de tener solamente connotaciones deportivas y adquirió un significado nacionalista que ha permanecido hasta la actualidad. En su libro *Morbo: The Story of Spanish Football*, Phil Ball analiza el fenómeno que rodea los encuentros entre estos dos equipos, definiéndolos a través de una sola palabra: morbo. Según el británico, no es sólo el hecho de que se odien por encima de lo futbolístico lo que convierte a esta contienda en una verdadera guerra identitaria. Es el crecimiento de este odio año tras año, partido tras partido (17), por la introducción de nuevos sucesos que se van añadiendo al proceso de construcción de dicha rivalidad y son una piedra más que ayuda a levantar la identidad colectiva propia. El discurso identitario de los autores incluidos en este capítulo (Javier

Marías y Manuel Vázquez Montalbán) está plagado de sucesos morbosos, como a los que alude Phil Ball, que ayudan al individuo a reafirmarse en su identidad al ser usados como argumentos a favor de ésta.

Javier Marías y Manuel Vázquez Montalbán han sido, sin lugar a dudas, los escritores que mejor han sabido llevar al mundo de la literatura este choque de identidades. Javier Marías publicó en 2000 la colección de ensayos *Salvajes y sentimentales*, donde el madrileño recoge sus vivencias como aficionado del Real Madrid. En 2006, una recopilación con los mejores artículos de Manuel Vázquez Montalbán sobre el FC Barcelona fue publicada a título póstumo. La representación subjetiva de lo español y lo catalán a través del Real Madrid y el Barcelona queda patente en los ensayos de dos de los mejores novelistas de la literatura española contemporánea. Vázquez Montalbán, por otro lado, también explora la relación entre el nacionalismo y el fútbol en el campo de la ficción con su novela *El delantero centro fue asesinado al atardecer*. En esta obra, perteneciente a la exitosa saga de novelas policíacas escritas por el escritor catalán sobre el detective Carvalho, el famoso detective se adentra en la investigación de los entresijos del equipo más poderoso de Cataluña.

Javier Marías construye su identidad a partir de la memoria histórica de la nación imaginada de la que forma, basándose principalmente en la recuperación de su infancia, para darle un significado. La niñez de Marías, hijo de Julián Marías (filósofo republicano encarcelado por el gobierno de Franco) transcurre en parte en el Colegio Estudio de Madrid, donde recibe una sólida educación liberal. Como él mismo recuerda en su obra, asiste a dicha escuela junto con otros niños, hijos de perdedores bélicos y políticos (24). Durante este periodo de su vida, descubre una de sus grandes pasiones, el Real Madrid, por medio de la figura de Alfredo Di Stéfano, que fascina al escritor sobremanera. Este “primer amor”, junto con la ideología política

heredada de su progenitor, es el elemento fundamental que el autor de *Salvajes y Sentimentales* utiliza en su discurso. Marías recuerda al Real Madrid como un oasis entre la marrullería y la sordidez que le inspiraban los otros equipos (24). Para el autor, su identidad como madridista queda íntimamente ligada a este periodo triunfal del equipo blanco, en el que consiguió sus primeras cinco copas de Europa. Se trata de una identidad que reúne prácticamente todos los atributos positivos posibles: ganadora, valiente, estoica en las derrotas y humilde en las victorias; un cúmulo de virtudes que Marías sintetiza. Parafraseando su célebre novela, el madridismo tiene el corazón tan blanco (37). La idea hiperbólica de madridismo del escritor blanco, en este sentido, coincide con el discurso oficial del club ejemplificado en el himno oficial del equipo que, curiosamente, es un chotis, paradigma de lo madrileño; donde se habla de las múltiples cualidades de la entidad blanca:

Club castizo y generoso,  
todo nervio y corazón, (...)  
Enemigo en la contienda,  
cuando pierde da la mano  
sin envidias ni rencores,  
como bueno y fiel hermano<sup>3</sup>.

Sin embargo, lo que más llama la atención en la letra, es el uso del adjetivo castizo para describir al club de la capital. En su ensayo, “En torno al casticismo” Miguel de Unamuno define lo castizo como lo casto o puro y explica cómo el significado de la expresión se ha extrapolado erróneamente al terreno de los nacionalismos para denominar a la persona genuinamente española (1). El Real Madrid, de acuerdo con este concepto, sería considerado, en términos

---

<sup>3</sup> Himno del Real Madrid creado por los compositores Antonio Villena Sánchez e Indalecio Cisneros, que apareció por primera vez en 1952 con motivo del 50 aniversario de la entidad.

nacionalistas, como un equipo esencialmente español, representante de esta idea nacional a través de su papel protagonista en el mundo deportivo cosechando innumerables éxitos. Las similitudes de este caso con la apropiación de la identidad española ejercida por Castilla y señalada por Henry Kamen son obvias. El madridista, al igual que el castellano, pretende influir en la identidad nacional española, al intentar hacer suyo el discurso español excluyendo a otras voces existentes dentro del marco identitario que le rodea. Esta búsqueda de protagonismo del madridismo, deseoso de adquirir una posición relevante dentro de la identidad española, queda patente también en el discurso de Marías. Durante el periodo en que el entrenador vasco, Javier Clemente, fue seleccionador del equipo nacional, abundaron en las alineaciones los jugadores vascos y catalanes en detrimento de los jugadores del Real Madrid. Esto lleva a Javier Marías a asegurar que él no apoyará a la selección española en el próximo mundial de 1998, porque un equipo formado por miembros del Athletic de Bilbao y del FC Barcelona no le representan (41). Esta afirmación del escritor madrileño denota una xenofobia latente en su discurso castellano, que no puede esconder su frustración, al ver cómo los jugadores madridistas pasan a tener un papel secundario dentro de la selección nacional, representante por antonomasia de la identidad española. Marías es incapaz de aceptar una selección con jugadores de algunas regiones periféricas, marginadas históricamente por cuestionar la identidad hegemónica castellana al no asimilarla como propia, como País Vasco o Cataluña, por las que muestra un profundo desprecio. Pese a que, en teoría, los catalanes y los vascos también son españoles, Marías los describe como si fueran “el Otro”. La Otredad o descubrimiento de la figura del Otro se caracteriza por mecanismos internos que infravaloran<sup>4</sup> la cultura e identidad de aquello que se considera, desde el punto de vista subjetivo del “yo” como extraño o desconocido (Todorov 84). Estos

---

<sup>4</sup> Sobre este aspecto, Todorov asegura “La primera reacción, espontánea, frente al extranjero es imaginarlo inferior, puesto que es diferente a nosotros” (84).

mecanismos se aprecian en el caso del autor español con la utilización de calificativos que añaden matices negativos “al Otro”: las descripciones físicas de algunos de los jugadores elegidos por Clemente para defender la elástica española, presentan a individuos “amacarrados” y con una estética tosca (Marías 43). La “camorrización” de parte de la plantilla del equipo nacional, por la que el autor muestra un claro desagrado, representando a los futbolistas como meros delincuentes, muestra esa tendencia inconsciente a hacer de menos al Otro.

Los artículos de Marías son también una reivindicación de su identidad madridista y republicana, luchando contra los estereotipos que relacionan la identidad del Real Madrid con la franquista. Respecto a este tema, son sobre todo dignos de destacar sus artículos “Oasis” y, especialmente, “El Real Madrid republicano”, publicado tras el desafortunado incidente ocurrido en el estadio Santiago Bernabeu en semifinales de la Liga de Campeones de 1998, cuando los Ultras Sur (grupo hooligan de extrema derecha) derribó una de las porterías del campo, provocando numerosas críticas y generalizaciones sobre la ideología política de los aficionados madridistas. En este texto, Marías comienza su defensa del madridismo con una afirmación chocante:

Deberían saber estos iletrados, por cierto, que han metido la pata hasta el fondo al hacerse hinchas del Real Madrid. Como es sabido por los que tienen memoria, y como ha recordado hace poco un resabiado periodista que se las da mucho de “rojo”, la gente de izquierdas y la republicana, los derrotados de la Guerra Civil, preferían al Madrid sobre el Atlético, pese al adjetivo “Real” aparentemente contradictorio. (113)

El tono asertivo del escritor madrileño muestra un interés obvio por poner sobre la mesa otra perspectiva diferente con la que dar un nuevo significado a la identidad del Real Madrid,

integrando nuevos elementos históricos relacionados con el bando republicano. Por primera vez, vemos cómo el discurso de uno de los autores se aleja de la línea oficial marcada por los altos cargos de la comunidad a la que pertenece, hasta el extremo de modificar la identidad colectiva para hacerla encajar con sus intereses personales. Llegados a este punto, es importante comprender que la fluidez es una característica esencial de las identidades colectivas, y que el término colectivo no implica una rigidez a la hora de entender estas entidades cambiantes y polimórficas. Existen tantas interpretaciones de una misma identidad colectiva como miembros que la componen. El caso de Marías no es, sin embargo, un hecho aislado; otros autores también se han desmarcado de los valores predominantes dentro del colectivo, debido a su imposibilidad por sentirse identificado con éstos, para construir una nueva identidad que dé sentido a su pertenencia al grupo. Sobre este fenómeno reflexiona Michel Foucault con su concepto de la “polivalencia de discursos”, con el que señala que el discurso puede ser un instrumento y un efecto del poder, pero también puede ser usado como un punto de resistencia: el comienzo de una estrategia crítica y opuesta al discurso del poder dominante (Foucault 100-01). Un ejemplo claro de esta tendencia aparece en la poesía de Manuel Vilas, quien cimienta su madridismo en su relación con el proletariado:

El tío del niño expresa su inquebrantable confianza:  
como si lo blanco contuviera la alegría, (...)  
la única victoria posible del proletariado,  
el niño ve feliz a su tío,  
un anónimo trabajador de la construcción,  
porque el Madrid gana siempre,  
gana por nosotros,



que tanto perdimos.  
Velázquez, García Remón, Zoco,  
Amancio, Santillana, Pirri, (...)  
España misma fuisteis vosotros,  
Héroes de obreros españoles  
enterrados en amarillas tardes de domingo.

Vilas es incapaz de construir su relación con el Real Madrid en torno al señorío, la nobleza y la gloria (como los dirigentes del club promueven) porque, debido a su pasado obrero, no puede sentirse identificado con estos valores eminentemente burgueses<sup>5</sup>. Su madridismo se basa, principalmente, en los vínculos afectivos que mantiene con su tío, a quien toma como figura de referencia en su búsqueda de una identidad con la que sí pueda identificarse. Su tío, obrero de la construcción, fue quien le introdujo en la comunidad madridista, y representa para el poeta el prototipo de aficionado del Real Madrid. No se percibe en las palabras de Vilas un tono triunfalista, sino que predomina la melancolía y, sobre todo, la gratitud hacia los jugadores, héroes de la clase obrera, no por la gloria obtenida para la comunidad a través de sus victorias, sino porque suponen una de las escasas alegrías de las que goza el proletariado en su sufrida existencia. No obstante, el poema de Vilas, cuyo discurso intenta conectar sus identidades proletaria y madridista, también esconde detrás de su tono dócil y tranquilo una sumisión ante el poder franquista que se introduce inconscientemente en los versos del poeta. El Real Madrid, única alegría del obrero, es precisamente ese “opio del pueblo” utilizado por el régimen para que los españoles olviden la dictadura en la que viven.

Volviendo a la concepción republicana de madridismo de Javier Marías, el autor

---

<sup>5</sup> El aficionado del Real Madrid es, a menudo, estereotipado como un burgués vestido de traje y corbata, cuya posición en la sociedad es acomodada. (Ball 23)

comienza su construcción identitaria desechando toda relación del equipo merengue con Franco. El papel de equipo del régimen, que queda vacante en la búsqueda madridista de una nueva identidad, debe ser ocupado por otro club, puesto que para que el Real Madrid ejerza su nuevo papel de víctima, debe existir un verdugo. Este rol es impuesto al otro equipo de la ciudad de Madrid: el Atlético, conocido durante un periodo de su historia como Atlético de Aviación, debido a que parte de su plantilla eran pilotos del ejército del aire. Este hecho es aprovechado por Marías para establecer la conexión buscada entre el Franquismo y el equipo rival, al señalar que “el Atlético Aviación (como se llamaba en sus orígenes el Atleti) era el equipo de los pilotos franquistas, justamente de los que se habían dedicado a bombardear la capital con saña” (114). Una vez más, el deseo por construir la identidad soñada choca con la realidad. El origen del Atlético de Madrid es el Athletic Club de Madrid, equipo fundado por emigrantes vascos que sufrió grandes pérdidas durante la guerra (su estadio, el Metropolitano, fue bombardeado y reducido a escombros y muchos de sus jugadores murieron o fueron hechos presos luchando en el bando republicano). La fusión con el Atlético de Aviación no se produjo hasta después de la guerra, en un nuevo ejercicio de apropiación de lo deportivo por parte del totalitarismo franquista. Marías, sin embargo, reitera su discurso en el otro artículo en el que aparece esta nueva identidad construida por él mismo, “Oasis”. Usando como argumento principal sus experiencias infantiles, el madrileño ilustra su razonamiento a través de una anécdota sucedida en la clase de Religión, donde el “draculino cura” que la enseñaba, castigaba invariablemente a la clase entera, en la que predominaban los madridistas, cada vez que el Atleti perdía un partido (24). La introducción de este “villano” en el universo infantil de Marías rompe la armonía republicana aparente y aporta dramatismo y humor a la narración. La comunidad del colegio liberal tiene como única amenaza la existencia de este “atlético”, que altera la paz cada vez que

su equipo pierde. El hecho de que este personaje tenga una relación directa con la Iglesia Católica añade, si cabe, aún más connotaciones negativas a la identidad rival. La figura del cura fue vista durante el franquismo por el sector más liberal de la sociedad española de forma muy crítica, ya que eran considerados como un brazo más del régimen y una herramienta de control y opresión.

En cambio, el otro gran rival del Real Madrid, el FC Barcelona, aparece caracterizado de una forma muy diferente a la entidad del Manzanares. Los blaugranas son representados en el discurso de Marías como un equipo instalado en la derrota, y cuyos colores “representan la bandera de Liechtenstein o de no sé qué cantón suizo, o quizá de Basilea, origen foráneo y minúsculo de lo blaugrana” (30). El objetivo de Marías con esta minimización de lo catalán no es la creación de una nueva identidad para el rival, como en el caso del Atlético de Madrid, sino más bien la minusvaloración de una ya existente usando herramientas cómicas para empequeñecerla y hacerla parecer incoherente. Los logros deportivos logrados por el *dream team*<sup>6</sup> blaugrana en la década de los 90 son puestos en duda, como pasó con la victoria en la copa de Europa de 1992 ante la Sampdoria, “un equipo italiano que viene ser aquí como el Sporting de Gijón” (34) y los símbolos de la identidad catalana son deformados grotescamente en un intento por ridiculizar al rival. El ejemplo más claro de esta caricaturización del barcelonismo aparece en “¿Por qué nos odian?”, cuando Marías asegura que, con motivo del vigésimo aniversario del 0-5 que el Barcelona hizo al Madrid en su propio campo, los catalanes han alterado su imaginaria nacional para recordar tan importante acontecimiento. Los símbolos nacionales y los futbolísticos aparecen combinados en el siguiente fragmento:

Chapas conmemorativas y cuatribarradas, barretinas coronadas por cinco dedos

---

<sup>6</sup> Se conoce por este nombre al equipo dirigido por Johan Cruyff en la temporada 1991-1992, debido a su juego vistoso y a la consecución de la primera copa de Europa de la entidad.

como cinco goles, variaciones en la letra del himno local *Els segadors* (“Amb la sang dels merengons/ hi farem tinta vermella”, algo así), la televisión catalana pasando una y otra vez resúmenes de aquel partido honorable. (32)

El escritor madrileño exagera hasta el extremo la celebración del aniversario blaugrana con el objetivo de ridiculizar la incoherencia de lo que considera un odio irracional al Real Madrid. Este odio demuestra, según Marías, un complejo de inferioridad latente del barcelonismo hacia el Madrid. Especialmente ofensiva parece la profanación del himno catalán, cuya letra original honra a los caídos durante el Corpus de Sangre, que queda reducido a una mera canción popular usada con objetivos revanchistas e inmaduros. La sátira que Marías realiza sobre la identidad catalana tiene su raíz en la incapacidad, o la falta de voluntad de éste, por entenderla desde su visión de madrileño. En sus artículos, el escritor merengue manifiesta su incompreensión ante el odio que la capital de España suscita en Cataluña, en concreto, y en el resto del país, en general. No obstante, muestra una total indiferencia hacia este hecho, asegurando que dichas autonomías “se empeñan en denostar y debilitar a la capital pero al mismo tiempo no ven la hora de que sus productos--trátese de políticos, mercancías, obras de arte, toreros, actores o equipos de fútbol-- sean aquí recibidos, y a ser posible, aclamados.” (32). El discurso de Marías desprende un tono de superioridad fundamentado en sus orígenes tanto geográficos como futbolísticos, y tiene ese aire centralista que Montalbán y la identidad catalana en general denuncian. El egocentrismo en el discurso madrileño se asemeja al de las cortes europeas de otras épocas en las que el centro del reino, ubicado según la residencia del rey, acaparaba toda la atención eclipsando al resto de la nación. Esta “chulería”, como la llama Marías, forma parte de la identidad madridista y castiza de la que él mismo forma parte, y a través de la cual el originario de Madrid reaccionará ante una afrenta de manera impasible, metiéndose las manos en los bolsillos (39). La actitud altiva en la

retórica del madrileño, ejemplificada en los ensayos de Marías, provoca un malestar en otras regiones del país como se aprecia en la obra de Manuel Vázquez Montalbán.

Los artículos futbolísticos de Vázquez Montalbán pueden ser divididos temáticamente en dos categorías, en base a quién es la figura utilizada por el autor para construir su identidad colectiva: el yo o el Otro. La comunidad puede definir su esencia, es decir, la conjunción del total de sus características, mediante la representación individual de éstas, o a través de un proceso de oposición con la comunidad rival contrastando sus propios valores con aquellos atribuidos al adversario. En su ensayo “El adversario conocido”, Montalbán explica la necesidad de la figura del *antagonista* para que el sentido de pertenencia a una comunidad imaginada sea completo (138). En esta misma línea y en otra de sus obras, Camps O’Shea (uno de los personajes principales de *El delantero centro...*) reflexiona sobre la existencia del antagonista:

Y proyéctelo usted en un mundo actual mediocrementemente civilizado en el que las guerras son precisamente casi imposibles entre los países más civilizados. (...) traslade usted este esquema a España, a Cataluña, a nuestro club. Nuestro club es sant Jordi y el dragón el enemigo exterior: España para los más ambiciosos simbólicamente, el Real Madrid para los más concretos. (93-4)

La simbiosis entre ambas entidades es palpable en este fragmento de gran carga simbólica. Parece como si Madrid y Barcelona estuvieran irremediabilmente destinados a permanecer unidos en una lucha interminable para que su identidad cobre un significado completo. Ambos nacionalismos se retroalimentan y necesitan al otro; los dos tienen en la figura del opuesto su razón de ser, el motivo de su existencia. Del mismo modo que la existencia de la figura de Sant Jordi, patrón de Cataluña, no tendría sentido sin la del dragón. Llegados a este punto, es inevitable comentar la carga simbólica que subyace bajo el discurso identitario de Camps

O'Shea, directivo del club más poderoso del mundo, según la novela. La narración mitológica de la nación catalana, al igual que en otras comunidades con raíces cristianas, como Inglaterra, se refiere a Sant Jordi como el héroe que liberó al pueblo de las garras del dragón, asestándole una estocada mortal que libró a las víctimas de la opresión del pueblo. La figura del personaje histórico o mitológico usado para definir la identidad nacional propia, aparece como un recurso al que tanto Marías como Montalbán recurren para atribuir ciertas connotaciones tanto positivas como negativas a ambas comunidades. La personificación de España en el dragón a la que alude Camps O'Shea, no deja de ser una metáfora que facilita al miembro del grupo su auto-identificación con ésta al conocer la historia de Sant Jordi. El dragón representa para el catalán la figura del poder opresor que amenaza su existencia y del cual son víctimas. Sin embargo, este enemigo acabará siendo vencido consiguiendo, por fin, la ansiada libertad. De este modo, los elementos introducidos en la narración por parte de ambos autores para añadir nuevos matices a la concepción nacional propia, no se limitan sólo a personajes históricos. Cualquier evento histórico, ideología o símbolo que aporte nuevas connotaciones a la identidad colectiva, puede ser incluido en la construcción de la comunidad imaginada.

Uno de esos símbolos usados por Montalbán y que constituyen la identidad nacional catalana es el FC Barcelona, presentado al lector como una especie de Sant Jordi moderno en el poema “Desarmado ejército simbólico”. El Barcelona aparece representado como el paradigma de lo catalán: *una religión republicana catalana y laica* (63). La equiparación que el autor hace de un equipo de fútbol al nivel de los grandes sistemas de identidad (como las creencias religiosas, políticas o nacionales) no es una casualidad. En 1968, el presidente de la institución, Narcís de Carreras, afirmó en su discurso de toma de posesión como presidente del club que el Barcelona era “quelcom més que un club de futbol” [“algo más que un club de fútbol”]. Desde

ese momento, las palabras de Carreras “más que un club”, han pasado a formar parte de la idiosincrasia del equipo que ha adoptado esta frase como su lema. Obviamente, la ambigüedad del máximo dirigente de la entidad catalana venía dada a razón de la censura existente durante el franquismo. La represión de las identidades periféricas por parte del régimen impedían al presidente ser más explícito en sus declaraciones y decir lo que todos podían deducir de sus palabras: que el FC Barcelona representaba la identidad nacional de Cataluña en un momento donde el fútbol era la única vía de expresión para el pueblo catalán (Montalbán 64-5). Sin embargo, la vaguedad en las palabras de Carreras ha permitido que sus sucesores den nuevas interpretaciones a su famosa frase, cambiando el rumbo del discurso oficial del club. Un buen ejemplo de esta nueva manera de entender la significación socio-política aludida por Carreras, aparece durante la presidencia de Joan Laporta. En 2006, la junta de Laporta firmó un contrato de colaboración con UNICEF, por el cual el equipo luciría en su camiseta el logo de la organización, y donaría 1.5 millones de euros a proyectos humanitarios en África y Latinoamérica. Este acuerdo fue calificado por el presidente de la entidad blaugrana como un acto de “un valor incalculable para el club”, que posicionaba al Barça como “más que un club”. En términos similares se expresaron los portavoces de la ONG, quienes de igual modo afirmaron que el compromiso del Barcelona con UNICEF reforzaba el significado del lema de la institución blaugrana. Desde este suceso, el discurso de los dirigentes del club se ha caracterizado por un tono filantrópico en el que se atribuyen una serie de valores cuasi mesiánicos a la identidad azulgrana que ha ido a más y ha alcanzado su culmen en la actualidad. Hoy en día, el museo del Camp Nou transmite a los visitantes los cuatro valores fundamentales que el Barcelona como una entidad que es “más que un equipo de fútbol” promueve: catalanidad, compromiso social, democracia y universalidad; es decir, la defensa de ideas tales como la igualdad y la libertad de

expresión. Este nuevo discurso promovido desde el club, no obstante, ha sido puesto en duda debido a ciertas contradicciones que no encajan con los supuestos objetivos humanitarios y altruistas de la renovada identidad culé proyectada desde la cúpula directiva. En 2011, la asamblea de socios del Barcelona ratificó el acuerdo de cinco años firmado por la junta directiva del equipo con Qatar Foundation, una organización privada y sin ánimo de lucro fundada por Hamad bin Khalifa Al-Thani, emir de Qatar, en 1995. El patrocinio del grupo catari ha reportado al club catalán unos beneficios de hasta 171 millones de euros, pero también ha provocado la aparición de voces críticas<sup>7</sup> con la gestión del equipo por parte del presidente Sandro Rosell, que denuncian la falta de ética de la actual directiva al considerar la relación con una institución de un país con tremendas desigualdades sociales y donde gobierna una monarquía absoluta como “inapropiadas” para el Barça. Esta mirada cuestionadora hacia la “doble moral” transmitida por los dirigentes del equipo, pone en duda los objetivos presentados por el discurso oficial de los máximos mandatarios del Barcelona al considerar que existen “intereses ocultos” (principalmente económicos) por parte de la junta de Rosell. No obstante y, pese a la controversia levantada en torno a estos hechos, lo que sí queda patente con ambos acuerdos, tanto el de UNICEF como el de Qatar Foundation, es la gran evolución que ha tenido la identidad barcelonista (debido, en parte, a las nuevas interpretaciones aportadas en plena etapa expansionista y globalizadora del club por sus presidentes más recientes).

Montalbán, por contra, no vivió la nueva etapa identitaria del equipo y se ciñe a la interpretación original de la expresión ya mundialmente conocida en cualquier idioma por los amantes del fútbol: *mès que un club*. El escritor barcelonés alude a la recurrente marginación y

---

<sup>7</sup> Voces relevantes de la sociedad catalana, como el exjugador y entrenador Johan Cruyff y el periodista Jordi Évole, han criticado el acuerdo con Qatar Foundation, al considerarlo perjudicial para la imagen del FC Barcelona. En una entrevista publicada en El Periódico el 5 de Septiembre de 2011, Cruyff dice "Veo cosas raras en Rosell que hacen sospechar. ¿Qué club quiere?"



maltrato ejercido por el estado español hacia el pueblo catalán para explicar el sentido del famoso lema:

Cuando tienes que explicarle a un extranjero por qué “el Barça es algo más que un club”, es necesario remontarse a Adán y Eva, y no por un vicio historicista, sino porque la significación del Barcelona se debe a las desgracias históricas de Cataluña desde el siglo XVII, en perpetua guerra civil armada o metafórica con el Estado español (...) los catalanes se consideran incomprendidos y oprimidos o rechazados por el resto de España. (64)

Como se puede apreciar en la cita, Montalbán construye una identidad en la que Cataluña juega el papel de víctima y lo español es representado como lo opresor. La utilización de elementos históricos relevantes que ejemplifican los agravios sufridos por parte del pueblo catalán es un elemento básico de la construcción identitaria que el autor introduce en su discurso como barcelonista. Montalbán alude, con cierta ironía, a la mirada introspectiva que el ciudadano catalán, y aficionado del Barça, enfoca sobre la historia de Cataluña con el objetivo de encontrar similitudes y vínculos con la historia del Barcelona que le ayuden a compaginar y dar sentido a ambas identidades. En el caso de Montalbán, su identidad catalana se crea de manera paralela a la que él tiene como aficionado del FC Barcelona, donde el rol negativo es ejercido por el Real Madrid. Los rasgos de ambas identidades (catalana y culé) en el discurso del escritor barcelonés, adquieren tal similitud en muchos aspectos, que se yuxtaponen de manera que forman parte de una única identidad común, en la que ambos valores están íntimamente ligados. De esta forma, en los ensayos de Montalbán, figuras representativas de la nación catalana y del FC Barcelona comparten un espacio común, creando un producto final homogéneo que se convierte en una única identidad catalana y barcelonista. Este hermanamiento entre ambas identidades se puede

apreciar en los estamentos vigentes del club<sup>8</sup>, donde el Barça se pone al servicio de “los socios”, de “los ciudadanos” y de “Cataluña”.

La diferencia identitaria entre el discurso de Montalbán y el del club en la actualidad no es tampoco mero fruto del azar. Como muchas otras identidades colectivas, la barcelonista ha ido evolucionando con el tiempo. Los ensayos futbolísticos de Montalbán se sitúan mayoritariamente en la década de los 80 y 90 y coinciden con el discurso oficial de los directivos de aquella época; un periodo en que el FC Barcelona aún no había llegado a su etapa de mayor éxito y vivía a la sombra del Real Madrid, el equipo dominante en el fútbol español durante el siglo XX<sup>9</sup>. Este papel secundario provocó la existencia de un terreno fértil para el cultivo de una identidad que mirase al lado más cruel del pasado de Cataluña y estableciese similitudes. No obstante, con la entrada en el nuevo milenio, el Barcelona cosechó una serie de victorias que le llevaron a la élite del fútbol europeo<sup>10</sup>. La llegada del éxito deportivo generó un cambio de tendencia en la dinámica identitaria del club. Este cambio se puede separar en dos etapas: un primer periodo donde el barcelonismo se volvió menos pesimista (gracias a la consecución de la primera copa de Europa lograda durante la etapa de Johan Cruyff) y una segunda etapa más proclive a la creación de un Barcelona altruista y humanitario, gracias al dominio del equipo en Europa de la mano de jugadores como Messi, Ronaldinho, Xavi o Pujol. Las consecuencias de esta transformación se pueden apreciar en el discurso corporativo del Barça en la actualidad, impulsado durante las presidencias de Joan Laporta y Sandro Rosell; un discurso vinculado a la denominada “marca

---

<sup>8</sup> En el artículo N°4, del ámbito funcional del FC Barcelona, se cita como segunda finalidad del club, “La promoción y la participación en las actividades sociales, culturales, artísticas, científicas o recreativas adecuadas y necesarias para mantener la representatividad y la proyección pública de las que disfruta el club, fruto de una tradición permanente de fidelidad y servicio a los socios, a los ciudadanos y a Cataluña”.

<sup>9</sup> El 11 de diciembre de 2000, la FIFA nombró al Real Madrid mejor club del siglo XX.

<sup>10</sup> La etapa como entrenador de Johan Cruyff durante los '90 trajo al club la primera copa de Europa y abrió la vía para los éxitos posteriores logrados en la década siguiente por entrenadores como Pep Guardiola y Frank Rijkaard que, siguiendo el estilo de juego instaurado por el holandés, llevaron al equipo a su etapa más exitosa con tres nuevas copas de Europa y seis Ligas.

Barcelona” como sinónimo de éxito en todo el mundo.

Saber si Montalbán hubiese dado un giro a su discurso a raíz del nuevo curso de los acontecimientos en *Can Barça* es una incógnita, pero lo que sí parece claro es que el autor catalán era consciente de la influencia de los mandatarios de la institución en la identidad colectiva (no sólo de sus aficionados si no de la mayoría del pueblo catalán). En *El delantero centro fue asesinado al atardecer*, el novelista catalán alerta al lector de la posibilidad real de una apropiación del discurso identitario catalán en manos de la directiva del Barça a través de dos personajes: Basté de Linyola y Camps O’Shea. Camps O’Shea, ya mencionado anteriormente, aparece retratado como un sociópata obsesionado por alcanzar un poder sobre la identidad de la comunidad. Este deseo por trascender en la masa se ve reflejado en sus palabras:

Cuando Basté me dio esta oportunidad, pensé que podía ser interesante, y lo es. Una entidad de este tipo tiene un importante componente cultural. Es un hecho de conciencia. Una idea encarnada en la masa y depende de quien la moldee. La masa es necia y el público de fútbol un sujeto colectivo añorado y neurótico. Era como ofrecerme una materia plástica, comprenda. La puedo moldear con mis manos. (161)

Más allá de una deliberada intención por manipular al pueblo, la cita de Camps O’shea destila un rechazo latente hacia su propia comunidad, por la que no muestra ningún respeto. El directivo se sitúa a sí mismo por encima del resto, debido al cargo de poder que el fútbol le otorga; un poder casi divino capaz de alterar a su gusto la voluntad del resto. Esta capacidad para llegar a las masas manipulando su identidad colectiva se adquiere gracias al acceso directo y privilegiado que un miembro poderoso de la comunidad, como Camps O’shea, tiene sobre los medios de comunicación. Algunos de estos medios como, por ejemplo, la prensa, juegan un papel relevante

en la consolidación de la comunidad imaginada (Anderson 35). Esta misma personalidad egocentrista caracteriza a Basté de Linyola, presidente del FC Barcelona: uno de los cargos más emblemáticos del espíritu de la ciudadanía en Cataluña (101). En una Barcelona preolímpica y en estado de efervescencia inmobiliaria, la disertación “Crecimiento urbano y esperanza olímpica” que Basté realiza en la novela, muestra las aspiraciones regeneradoras del presidente que se muestra partidario de reconstruir y reedificar lo mal hecho (101), tanto en términos urbanísticos como sociales. Este espíritu renovador que pretende corregir el pasado, guardando lo conveniente y prescindiendo de lo inoportuno es, sin duda, la metáfora perfecta para ilustrar el funcionamiento de los nacionalismos. Basté de Linyola no se diferencia en lo más mínimo de cualquier líder político, y su capacidad para manejar a las masas le acerca a éstos. El final posmoderno de la novela marca definitivamente el poder que Montalbán atribuye a los máximos dirigentes del equipo. El asesinato de Palacín (exjugador de la entidad) a manos de sicarios a sueldo de Basté, pasa inadvertido, y el presidente se atreve incluso a organizar un partido homenaje en memoria del fallecido. Una vez más, vemos cómo la memoria está manipulada en beneficio de los miembros poderosos (política, social y económicamente hablando) de la comunidad imaginada, que son quienes dictan la historia.

La victimización<sup>11</sup> que Montalbán establece sobre la figura del FC Barcelona y Cataluña en algunos de sus artículos, se basa en el que se puede considerar el mito fundacional de la identidad catalana y barcelonista que él defiende: los periodos de la Guerra Civil española y su consecuente posguerra. Para Montalbán, ambos eventos históricos se enmarcan dentro de su experiencia vital propia; toda su obra muestra una negociación constante dentro de este marco traumático que el escritor utiliza, en este caso en sus ensayos, como punto de partida para

---

<sup>11</sup> Una persona es victimizada cuando cualquiera de sus derechos ha sido violado por actos deliberados y maliciosos. Así, víctima sería la persona sobre la que recae la acción criminal, o sufre en sí misma o en sus derechos, las consecuencias nocivas de dicha acción.

comenzar su construcción identitaria. Durante esta época, se producen una serie de eventos alrededor del FC Barcelona, que sirven para entender el discurso identitario de la comunidad barcelonista. El 6 de Agosto de 1936, el presidente del club y líder del partido político Esquerra Republicana, Josep Sunyol, muere fusilado en la sierra de Guadarrama (Madrid) por tropas franquistas, durante uno de sus viajes relacionados con su actividad política. La tragedia de Sunyol, conocido como “el presidente mártir”<sup>12</sup>, sirve para ilustrar a la perfección el rol que Montalbán quiere otorgarle a la comunidad culé. En su poema, ya mencionado anteriormente, “Desarmado ejército simbólico”, Montabán escribe sobre Sunyol:

Primo de Rivera ordena la carga policíaca Franco  
-el corazón tan blanco- forma el pelotón  
de fusilamiento para Josep Sunyol presidente  
de algo más que un club presidente de una religión (63)

El asesinato del presidente blaugrana es un tema reiterado<sup>13</sup> en sus textos sobre el equipo barcelonés, que el autor llega a incluir hasta en cuatro ocasiones. También se aprecia cómo la imagen representada en estos versos divide en dos la escena. Por un lado, el pelotón formado por Franco con su “corazón tan blanco”, como clara referencia a su supuesta predilección por el Real Madrid; y, por otro, Josep Sunyol, víctima del franquismo. Las altas connotaciones místicas atribuidas al equipo catalán, elevado al nivel de una religión, se dejan ver una vez más. De acuerdo con el poema, Sunyol muere como mártir de algo que va más allá de una simple ideología política: una única identidad “republicana, catalana y laica”, que es representante,

---

<sup>12</sup> Tanto el museo del Camp Nou como la página web del club utilizan este epíteto para referirse a Josep Sunyol en el archivo que guardan sobre este presidente.

<sup>13</sup> Hasta en cuatro ensayos diferentes, Montalbán menciona el asesinato de Sunyol como ejemplo de los ataques sufridos sobre las identidades catalana y barcelonista: (“Elogio Desmesurado del barcelonismo lúcido”, “El Barça de la Guerra Civil a la Casa Real”, “Desarmado ejército simbólico” y “La globalización y los problemas de identidad del FC Barcelona”).

según Montalbán, del pueblo de Cataluña que tanto sufre durante la dictadura (63). Esta apropiación de la identidad catalana por parte del barcelonismo que el escritor realiza con su poema, refleja una actitud por parte del FC Barcelona y sus aficionados que denota un cierto afán por erigirse como máximo exponente de lo catalán. Irónicamente, esta búsqueda de protagonismo por parte del Barcelona dentro de la sociedad catalana se asemeja al liderazgo ejercido por Castilla sobre el resto de España del que habla Kamen. El barcelonista, al igual que el castellano, eclipsa, a menudo, otras identidades existentes con las que convive dentro del panorama identitario catalán como, por ejemplo, la del RCD Espanyol. En otros textos de Montalbán, la muerte de Sunyol es usada también para establecer un contraste entre éste y el célebre presidente del equipo rival que da nombre a su estadio, Santiago Bernabéu, que luchó como cabo en el bando nacional durante la guerra (150). La generalización en torno a la figura de los dos presidentes que el autor hace (Sunyol como representante de la República y Bernabeu del franquismo) se expande desde los máximos dirigentes a ambas identidades. Para Montalbán, si Sunyol y Bernabeu son iconos del bando republicano y nacional, respectivamente (por su pertenencia a los mismos) las instituciones que representan también serán un símbolo de dichas facciones, consecuentemente.

Entre todos estos recursos, ya mencionados, que el escritor catalán utiliza para modelar su identidad colectiva, destaca el uso de la representación del Real Madrid a través de la figura de líderes del estado español. Desde tiempos de los Habsburgo, el gobernante, que ejerce su poder desde que Madrid ha adquirido tintes tiránicos para Cataluña, debido a la toma de decisiones y acciones que van en contra de los intereses del pueblo catalán. En muchos casos, estas decisiones llegaban incluso a atentar contra la integridad física del ciudadano catalán, al tomar medidas

represoras relacionadas con el uso de la violencia<sup>14</sup>. Montalbán se aprovecha de este estereotipo para añadir un nuevo atributo negativo al Real Madrid al caracterizar a estos *déspotas* con la bufanda del equipo madrileño:

Cien mil espectadores, el lleno más absoluto de la historia del Nou Camp, habían acogido al Real Madrid con una pitada impresionante<sup>15</sup>, no por el “gol de Zarigulegui”, sino porque es el Real Madrid, y desde los tiempos del conde-duque de Olivares Madrid ha quedado en el subconsciente colectivo de Cataluña como un quiste. (145)

Gaspar de Guzmán, conde-duque de Olivares, pasó a formar parte de la memoria colectiva del catalanismo como enemigo por su papel protagonista al mando de las tropas españolas en la Guerra de los Segadores entre 1640 y 1659. El valido de Felipe IV, precursor de las conflictivas relaciones entre España y Cataluña, es el prototipo de figura opresora para la comunidad catalana. La concepción de este agravio histórico ha ido cambiando progresivamente, adquiriendo nuevas formas a través de la apropiación, por parte del aparato de propaganda, del régimen franquista del Real Madrid; por ejemplo, como símbolo moderno del nacionalismo español:

Un viejecito que ronda los ochenta, con tez campesina, ojos sin pestañas, con costras de avitaminosis, boca sin dientes, gorra parda y bufanda (...) se levanta en el transcurso de un Barcelona-Real Madrid e increpa a los madridistas gritando “¡Eso no es un equipo, eso es un tercio! (76)

El uso del término *tercio* para referirse al equipo madrileño añade unas implicaciones bélicas a

---

<sup>14</sup> La ciudad de Barcelona fue bombardeada en varias ocasiones: en 1842 por el general Espartero, en 1843 por el general Prim, y entre 1937 y 1939 por el general Franco.

<sup>15</sup> Montalbán se refiere al famoso partido de copa del Generalísimo jugado entre el FC Barcelona y el Real Madrid en el Camp Nou en 1970, cuando Guruceta (el árbitro de la contienda) pitó un penalti inexistente a favor de los blancos, cuando el Barça ganaba por 1-0.

los de Chamartín dignas de destacar. Equiparar al Real Madrid con una unidad militar a las órdenes del estado español, supone afirmar que éste ejerce una misión para el gobierno franquista, y que forma parte de su organigrama, compartiendo objetivos e intereses. Además, la introducción de un vocabulario de este tipo aporta al discurso de Montalbán ciertos tintes revanchistas, pues al enfrentarse de nuevo con uno de los tercios que atacaron Barcelona durante la Guerra Civil (o hace ya casi cuatrocientos años durante la Sublevación de Cataluña) permite que la afrenta puede ser vengada con una victoria en el terreno de juego.

Sin duda, el estrechamiento de los lazos por parte del Real Madrid con el régimen franquista, a raíz de la consecución de las primeras cinco copas de Europa logradas por el equipo madrileño, ayudaron a que el equipo merengue se convirtiera en un símbolo de la opresión del gobierno totalitario y fascista del general Franco; no sólo por parte del pueblo catalán, sino también por todos aquellos sectores del estado español críticos con la dictadura. El Madrid, sin embargo, no siempre fue el preferido por las élites políticas franquistas, como señala Eduardo González Calleja en su artículo “El Real Madrid, ¿Equipo del Régimen? Fútbol y política durante el Franquismo”. En la década de los ’40 el equipo blanco “no era santo y seña de nada”, y fue gracias al apoyo de los socios que la institución se convirtió en “una poderosa maquinaria social y deportiva” tras una lenta y costosa transición culminada con la construcción del nuevo estadio del equipo en Chamartín<sup>16</sup> (González Calleja 7). Sólo cuando el equipo se había convertido en un referente del fútbol europeo, gracias a la gestión de Santiago Bernabéu<sup>17</sup> (cosechando las primeras victorias en la copa de Europa), el régimen se fijó en el Real Madrid, al darse cuenta de las oportunidades que éste le ofrecía internacionalmente (González Calleja 14).

---

<sup>16</sup> El estadio, inaugurado en 1947 con el nombre de Nuevo Estadio Chamartín, pasó a adquirir el nombre del presidente del equipo, que acometió la construcción del recinto deportivo en 1955: Santiago Bernabéu.

<sup>17</sup> La descripción que González Calleja hace sobre Bernabéu choca con la de Montalbán. Según el primero, el presidente del Madrid era un hombre conocido por su “apoliticismo”, que encubría un talante profundamente conservador y una sutil preferencia por el principio monárquico.



El régimen de Franco, que aún se encontraba marginado diplomáticamente en Europa, encontró en el Real Madrid a “un embajador extraordinario que resultó extremadamente útil en esta coyuntura de profundos cambios en la política exterior” (González Calleja 14). De esta forma, no es extraño que Alfredo Sánchez Bella, ministro de Información y Turismo del gobierno franquista entre 1969 y 1973, calificara al equipo blanco como “uno de los mejores instrumentos, acaso el mejor y mayor que en los últimos tiempos hemos tenido, para afirmar nuestra popularidad fuera de nuestras fronteras” (González Calleja 15).

Quizás la relación más representativa entre personaje histórico y Real Madrid establecida dentro del mito catalán, por lo popularmente extendida y por las implicaciones de esta asociación, es la proyectada con el general Francisco Franco. Es una leyenda generalizada entre todos los aficionados al fútbol en España que el dictador gallego, que gobernó el país durante más de treinta años, era aficionado del equipo madridista, (así lo afirma Montalbán en sus ensayos: “Real Madrid: treinta y dos años de nostalgia”, “Un respeto” y “Eulogio Martínez, Evaristo, Di Stéfano, Kubala y Luis Suárez”). Pero lo que sabemos realmente sobre la relación entre el caudillo y el club merengue es que las múltiples victorias en la ya extinta Copa de Europa del Real Madrid y su ubicación geográfica en la capital del país, propiciaron su uso como herramienta propagandística por parte del franquismo, que convirtió al equipo en un símbolo de la recuperación de la hegemonía imperial de la nación hispánica en Europa<sup>18</sup>. Sobre este asunto, señala Montalbán: “También digiero, con cierta dificultad, es cierto, la antigua instrumentalización del Madrid como tercio de Flandes, contratado por el departamento épico del No-Do. Basta ya de memoria histórica” (133). Pese a esto, la propaganda a favor del Real Madrid sólo puede ser atribuida objetivamente a motivos pragmáticos, ya que la superioridad

---

<sup>18</sup> El 18 de Julio de 1955, un decreto de la Jefatura del Estado otorgó la Cruz del Yugo y las Flechas al equipo por sus éxitos internacionales.

deportiva madridista sobre el resto de los equipos implicaba una mayor efectividad de divulgación. No existen, en realidad, pruebas fehacientes de la existencia de este supuesto favoritismo por parte del dictador. Franco nunca se pronunció al respecto, y lo único que queda es una sospecha que pervive en el subconsciente de todos y que a veces aparece en voz del seguidor de un equipo rival que acusa a los blancos de haber sufrido un trato de favor por parte del régimen. Esta sospecha es recogida en la obra del escritor culé, quien tilda a Franco de “fanático del Real Madrid” que “discutía las alineaciones con sus escasos amigos” (163). De entre otras cosas, Montalbán culpa a Franco del “robo” de Alfredo Di Stéfano (considerado como uno de los mejores jugadores de la historia) puesto que se disponía a firmar por el FC Barcelona, cuando Santiago Bernabeu se interpuso en su fichaje. En el artículo “Eulogio Martínez, Evaristo, Di Stéfano, Kubala y Luis Suárez”, que evoca con su título a la delantera blaugrana que pudo ser y no fue, el autor reflexiona sobre el conflictivo traspaso del argentino y las presiones que sufrió el equipo de la ciudad condal. Este suceso es otro elemento fundamental de la victimización barcelonista en la construcción de su identidad colectiva durante el siglo XX. Josep Samitier, “traía a Di Stefano del brazo cuando el cabo voluntario del ejército franquista (...) liberador de la Cataluña dominada por los rojos, tiraba de uno de los extremos de aquella saeta reclamándola para el Real Madrid” (162). Las autoridades deportivas de la época, elegidas, obviamente, por Franco y partidarias de “la dialéctica de los puños y las pistolas” mediaron en la disputa por el futbolista realizando, según Montalbán, una serie de “insinuaciones” y “amenazas” al presidente del Barcelona que renunció al jugador<sup>19</sup> (163). Lo cierto es que la realidad sobre el caso Di Stéfano es difusa, y ha sido alterada a través de la narración mitológica de ambas identidades.

---

<sup>19</sup> En términos parecidos hablan sobre el asunto Xavier García Luque y Jordi Finestres en su libro *El caso Di Stéfano* donde aseguran que al presidente del Barcelona en aquellos años, Enric Martí Carreto, se le instó desde Madrid a cejar en su empeño diciéndole “Martí, sea sensato, que usted tiene familia”.

Ambos discursos (merengue y azulgrana) se contradicen<sup>20</sup> en este evento histórico, impidiendo la posibilidad de alcanzar un veredicto sin tomar partido por parte de unos o de otros. Sin embargo, sí existe otro fichaje que ayuda a desarmar la *teoría conspiratoria* sugerida por Montalbán, y que ilustra la subjetividad escondida tras ambas identidades que utilizan una memoria selectiva para construir su pasado histórico: el “caso Kubala”. Tras la Segunda Guerra Mundial, la nueva situación política en los países del Este de Europa se transmite al deporte, y los deportistas profesionales pasan a convertirse en amateurs, teniendo que ejercer otro trabajo para sobrevivir. Ladislao Kubala, como muchos otros, huye del régimen comunista de su país para continuar su carrera profesional y llega a España en 1950, a través de una gira de exhibición con otros jugadores húngaros. Las grandes actuaciones del jugador durante estos partidos amistosos precipitan los hechos y, tanto Madrid como Barcelona, se enfrentaron por su fichaje. El Real Madrid es el primero en tomar la iniciativa, llegando a conseguir un precontrato con el futbolista. Sin embargo, el Barcelona termina por hacerse con la estrella húngara (Sanjurjo 280). Aunque el acuerdo se materializa el 15 de junio de 1950, la federación de Hungría paraliza el fichaje y el gobierno de Franco actúa para agilizar los trámites, deseoso de apuntarse un éxito ante las instituciones internacionales (Sanjurjo 281). La dictadura franquista hizo del conflicto un asunto de estado, al encontrarse con la posibilidad de convertir al jugador en un símbolo en su lucha contra el comunismo. Finalmente, los problemas se solucionan, y Kubala se convierte legalmente en jugador del FC Barcelona, jugando también con la selección española como estrella del equipo. El húngaro se convierte, incluso, en actor protagonista de la película *Los ases buscan la paz*, largometraje en el que se narran las penurias que el héroe barcelonista tiene que pasar en la

---

<sup>20</sup> En el libro *Nacidos para incordiar: un siglo de agravios entre el Madrid y el Barça*, el periodista deportivo Alfredo Relaño, afirma que no hubo tal ‘robo’ en la contratación de Di Stéfano por parte del Madrid, ni tampoco ayuda del gobierno dictatorial, oponiéndose, así, a la idea que vincula al franquismo con la llegada del jugador argentino al equipo madrileño.

Unión Soviética antes de llegar a la tierra prometida: España. Todos estos hechos demuestran que la dictadura franquista utilizaba el fútbol en función de intereses políticos, y no dependiendo de las pasiones deportivas del Generalísimo.

El último de los jefes del estado español que aparece en los ensayos futbolísticos de Vázquez Montalban es José María Aznar. Tras una larga transición después del régimen franquista, el Partido Popular de Aznar fue el primer partido político de derechas en ganar las elecciones tras catorce años de gobierno Socialista. El carácter conservador del nuevo presidente y su afición, abiertamente reconocida, por el Real Madrid, provocan suspicacias por parte del autor barcelonista, y éstas quedan recogidas en su obra. Con Aznar<sup>21</sup>, apunta Montalbán, “el Madrid recupera el carácter de equipo representativo del Estado” (141); sobre todo por el interés del político popular por apropiarse del madridismo para construirse el imaginario de caudillo civil (169). La existencia de una figura pública, en la cual Montalbán encuentra reminiscencias de su historia identitaria, permite al autor catalán establecer ciertas similitudes entre lo pasado y lo actual que le facilitan su construcción identitaria en el presente. La aparición de Aznar en el panorama político español también aporta al culé una estabilidad, pues le permite identificar claramente a su enemigo, estableciendo una asonancia rápida entre lo nuevo y lo antiguo: Aznar es el Franco posmoderno. El valor que el Partido Popular, encarnado en su líder, tiene en el discurso de Montalbán es incalculable si tenemos en cuenta el constante proceso de cambio en que se ve inmersa la identidad colectiva de cualquier comunidad imaginada, ya que le permite mantener un enemigo o rival que para el escritor culé tiene un rol similar al que había tenido durante más de cuarenta años.

En conclusión, el auge de un nacionalismo oficial castellanizador y madridista no sólo ha tenido consecuencias negativas para el resto de las comunidades existentes dentro de España,

---

<sup>21</sup> Este artículo “Real Madrid: treinta y dos años de nostalgia” fue publicado en 1998.

sino que también afectó a la credibilidad de la propia identidad nacional española. En *Imagining Spain: Historical Myth and National Identity*, Kamen comienza su obra advirtiendo del conflicto provocado por cualquiera que intente establecer una idea concreta de nación. De acuerdo con Kamen, aquellos que pretenden definir una nación, están automáticamente imponiendo un criterio con el cual otros estarán en desacuerdo (16). La aparición de un *nacionalismo oficial* supuso la imposición de una identidad existente en España sobre otras que fueron relegadas a un segundo plano, sufriendo la marginación del colectivo dominante y la amenaza de una posible extinción. Comunidades como la catalana o la vasca sufrieron un trato excluyente por parte de los grupos de poder (políticos, dinásticos y aristocráticos) que minimizaron su repercusión social y cultural en la historia española. Esta actitud discriminatoria por parte del nacionalismo español generó una respuesta política hostil en Cataluña y País Vasco, que optaron por reivindicar y defender su propia historia nacional ante el ataque homogeneizante castellano, y ante la ausencia de un diálogo entre los múltiples discursos identitarios que habían cohabitado en la península desde la Edad Media. El fracaso a la hora de crear una historia conjunta que aunara el pasado de las diferentes identidades colectivas existentes en España y representara la memoria colectiva de todas ellas, ha llevado a la situación actual, que tiene como resultado la fragmentación de un pasado con el que nadie ha sido capaz de llegar a un acuerdo sin discusión. Esta discrepancia de opiniones a la hora de concretar un pasado común donde las diversas voces identitarias tengan cabida, ha causado una incapacidad para definir el presente de España, que ha llevado al país a la actual crisis de identidad en la que se encuentra inmerso.

Los artículos de Javier Marías y Manuel Vázquez Montalbán ilustran esta confusión aparente en el panorama español, debido a la existencia de diversas narraciones mitológicas que han sido creadas por el nacionalismo español y catalán para defender su legitimidad. Esta

yuxtaposición de mitos históricos que se contradicen entre sí crea un conflicto entre los miembros de una y otra comunidad, los cuales se afanan no sólo en consolidar su propia identidad, sino también la del enemigo, introduciendo en su memoria colectiva eventos históricos que a menudo son distorsionados a beneficio de la causa nacional. En concreto, los mitos históricos comentados en los artículos tienen su origen en los vínculos existentes entre los nacionalismos español y catalán y el fútbol durante el siglo XX. Especialmente durante la etapa del franquismo, esta relación entre nacionalismo y fútbol tiene una especial significación, causando una reconstrucción del mito identitario en España y Cataluña, debido a la aparición de nuevos símbolos que adoptaron un papel protagonista en la narración nacional durante aquella época.

## Capítulo 2

### **Jugadores insignia: el futbolista como mito heroico de la comunidad imaginada.**

En el capítulo anterior se ha podido comprobar cómo los creadores del discurso que pretenden generar la construcción de una identidad colectiva en torno a la idea de nación a través de la literatura no sólo utilizan eventos históricos para fundamentar sus argumentos, sino que, a menudo, se sirven de otras herramientas. La alusión a personajes (reales o ficticios) que son considerados símbolos nacionales para la comunidad imaginada es un buen ejemplo de esta utilización. El uso del término símbolo, comúnmente extendido, puede resultar demasiado genérico y no ayuda a resaltar su importancia real dentro del proceso constructivo. Por eso, la definición del concepto tal y como se concibe en el análisis de este capítulo, es necesaria como introducción. En *El hombre y sus símbolos*, Carl G. Jung define el símbolo a nivel retórico como un término, una imagen o un objeto que puede ser familiar y pasar desapercibido como algo simple en la rutina de la vida diaria, pero que posee unas connotaciones específicas y adicionales que van más allá de lo superficial, de su significado obvio (3). En otras palabras, se trata de un tipo de signo en el que la relación entre significante y significado es convencional, pero trasciende al ser algo más que un mero elemento comunicativo por la profundidad del mensaje que pretende transmitir<sup>22</sup> de manera implícita. Esta relación, en el caso del símbolo tal y como lo concibe Jung, implica algo complejo y abstracto, hablamos de imagen simbólica cuando ésta representa algo más de lo que muestra a simple vista. Se trata, por tanto, de un recurso muy utilizado debido a la gran cantidad de nociones abstractas que el ser humano es incapaz de definir o comprender plenamente (Jung 4). A nivel retórico, una persona u objeto puede plantearse como símbolo de un concepto abstracto, como es el caso de la presentación del héroe

---

<sup>22</sup> Jung diferencia entre lo que él considera meros signos como logotipos, abreviaciones o siglas (pues no hacen más que denotar los objetos a los que están vinculados) de los símbolos (3).

como arquetipo.

Nuestra sociedad está llena de símbolos que tienen sus raíces en una tradición icónica que se remonta hasta los orígenes de la humanidad. Un buen ejemplo de este fenómeno es la imaginería religiosa. A menudo, estos elementos pasan desapercibidos para el individuo, que piensa que estas imágenes son reliquias del pasado y han perdido su trascendencia en la simbología moderna. Sin embargo y, a pesar de la creencia de que no existe vinculación ente los símbolos de civilizaciones antiguas y los actuales, Jung defiende que las conexiones existen y que, además, no han perdido relevancia en la sociedad actual (97). Lo que para el hombre antiguo era una parte natural de su vida sigue existiendo (pese a la negación del individuo moderno) en la mente humana, que guarda su propia historia y, aunque conscientemente podemos ignorarlos, subconscientemente respondemos a estos símbolos y las formas en las que se expresan (98). De entre todos los mencionados en la obra de Jung, uno de los mitos que aún mantiene su vigencia en la actualidad es el del héroe, del que el suizo comenta lo siguiente:

El mito heroico universal, por ejemplo, siempre se refiere a un hombre poderoso o dios-hombre que vence al mal, encarnado en dragones, serpientes, monstruos, demonios y demás y que libera a su pueblo de la destrucción y de la muerte. La narración o repetición ritual de textos sagrados y ceremonias y la adoración al personaje con danzas, músicas, himnos, oraciones y sacrificios, sobrecoge a los asistentes con numínicas emociones (como si fuera con encantamientos mágicos) y exalta al individuo hacia una identificación con el héroe. (68)

La figura del héroe puede servir como terapia para las ansiedades tradicionales del hombre, como la muerte; o para otras, producto de la modernidad, como el miedo a la fracturación de la comunidad nacional. A través de estos rituales, el hombre se separa de su miseria y se conecta



con el superhombre que le transmite una sensación de poder. Dicho vínculo genera una convicción en el individuo capaz de dar sentido a su existencia y aportar un cierto estilo a su vida, puede incluso marcar el carácter de toda una sociedad (Jung 68).

De entre todas las narraciones mitológicas, la del héroe es la más común debido a que está ampliamente extendida en todas las civilizaciones del mundo. Desde la mitología clásica de Grecia y Roma hasta la industria cinematográfica postmoderna de Hollywood, la figura heroica aparece como un símbolo recurrente en todas las culturas. Aunque estos mitos pueden variar enormemente dependiendo del lugar en el que sean producidos, se pueden encontrar en ellos una serie de similitudes (o, como Jung lo denomina, *patrones universales*) a pesar de haber sido creados por diferentes comunidades sin contacto aparente entre ellas (101). Se han encontrado semejanzas, por ejemplo, en la mitología heroica de etnias tan dispares como la africana, la americana y la griega<sup>23</sup>. Una y otra vez podemos ver cómo el ciclo heroico se repite: la historia del héroe de orígenes humildes, descrito con poderes sobrehumanos, que se erige como vencedor ante las fuerzas del mal y tiene un final trágico debido a su caída en desgracia, es comúnmente conocida de forma universal. La razón por la que se explicaría la reiteración de este *patrón universal* es, de acuerdo con Jung, el significado psicológico que este símbolo adquiriría tanto para el individuo (en busca de una personalidad propia) como para la sociedad, que de la misma manera necesita encontrar su identidad colectiva (101). La imagen que escenifica la lucha entre el héroe y el monstruo juega un papel fundamental en esta búsqueda de la identidad. El monstruo representa el lado oscuro del yo, es decir los aspectos negativos o desfavorables de la personalidad que son reprimidos o escondidos por el inconsciente del individuo, un concepto

---

<sup>23</sup> El antropólogo americano Joseph Campbell acuñó el término “monomito” para plantear la existencia de un modelo básico en muchos relatos épicos de todo el mundo. Según este patrón, publicado en la obra del americano (*El héroe de las mil caras*), existe un gran número de similitudes entre el mito de Moisés, el mito cristiano de Jesucristo, el mito egipcio de Osiris, el mito griego de Prometeo, el mito budista de Buda o el mito andino de Viracocha, entre otros muchos mencionados en este libro.

bautizado por Jung como *la sombra*. El personaje heroico sólo podrá derrotar a la sombra una vez que la acepte y asimile como propia, siendo capaz de dominarla. Cuando un individuo trata de encontrar su sombra, se da cuenta de todas las cualidades que él niega para sí mismo (como egoísmo, pereza o cobardía) pero que imputa a otras personas. Este lado maligno, no obstante, pasa desapercibido para la mayoría de las personas, que se limitan a atribuir sus imperfecciones a la figura del Otro. Este fenómeno es conocido como *proyección* (Jung 181). El filósofo alemán Hegel fue uno de los primeros en profundizar sobre la idea de Otredad. El encuentro del sujeto con el Otro sirve para validar la existencia del “yo”, sin embargo, la relación que se establece entre ambos no es una relación de equidad, sino que siempre resulta en una lucha por la dominación en la que uno de los dos sale victorioso y el otro derrotado (Hegel 111). Según Hegel, cada conciencia persigue la muerte del otro, queriendo decir que cuando se perciben diferencias entre el yo y el Otro, se crea un sentimiento de alienación que se intenta resolver mediante la síntesis y el consecuente establecimiento de una relación vencedor/vencido (114). El discurso nacionalista de cualquier comunidad imaginada está, a menudo, lleno de estas proyecciones del Otro, creando demonios que rompen nuestra objetividad e imposibilitan cualquier tipo de relación natural entre seres humanos de diferentes grupos. Jung advierte del peligro que se esconde tras este tipo de identidades colectivas artificiales, pues el intento deliberado de influir en los individuos daña la actividad del subconsciente y perjudica la capacidad de éste para encontrar personas saludables para el individuo independientemente de sus filiaciones sociales (241). A la misma conclusión que el psicólogo suizo llegó Jacques Lacan con su *estadio del espejo*. Lacan relaciona directamente este concepto con la experiencia que un niño sufre cuando se mira por primera vez en un espejo. Al principio, el niño satisface el deseo humano de alcanzar control y entendimiento del yo. En vez de ver sólo partes del cuerpo, es

capaz de ver la totalidad, su forma completa. Aunque, al ver su imagen completa reflejada por primera vez, el niño se da cuenta de que se encuentra ante un hecho efímero, porque aquello que reconoce no es él, es sólo una imagen, puesto que lo que ve en el espejo está fuera de su cuerpo. Debido a que no basta con poseer una noción de la propia imagen corporal, el sujeto sólo surge mediante la inscripción en el orden Simbólico (orden del lenguaje verbal y orden de la cultura) momento en el cual el niño adquiere la habilidad de utilizar el lenguaje, es decir, de materializar su deseo mediante el discurso con un razonamiento basado en símbolos. Esta entrada en el universo del lenguaje causa la ruptura con el orden imaginario y, por tanto, la escisión del yo: yo me identifico a través del lenguaje, pero sólo perdiéndome a mí mismo como objeto (Lacan 85-6). En conclusión, el concepto del *estadio del espejo* señala el continuo anhelo del ser humano por alcanzar una autonomía que siempre está ligada (y que es debilitada) por sentimientos de fragmentación e impotencia (Hall 80). La ansiedad que implica la fragmentación lacaniana para el individuo ayuda a entender la tenacidad con la que algunas personas se aferran a ideologías rígidas, como los nacionalismos, con una simbología muy rica y desarrollada (Hall 83).

La construcción de la identidad española es un buen ejemplo donde se puede apreciar con claridad la introducción de elementos simbólicos para influir en la concepción nacional de la ciudadanía. Muchos de estos símbolos son mitos heroicos basados en figuras reales o ficticias de la historia de España, que han servido para moldear la concepción de la identidad española. Durante la primera mitad del siglo XX, aparecen reiteradamente en el discurso nacionalista tres personajes mitológicos que sirven para entender de dónde viene el nacionalismo español y cómo construye su identidad. Estos tres célebres españoles son: Don Quijote de la Mancha, Carlos I de España y V de Alemania, y Rodrigo Díaz de Vivar “el Cid Campeador”.

A lo largo del siglo XIX y, con la ausencia de la investigación histórica y la difuminación

de un pasado distante, los políticos españoles comienzan a hablar de Imperio. Con la pérdida de Cuba y Filipinas, la idea cobra fuerza y se extiende en la sociedad española de la época. A pesar de esto, la idea de la España Imperial aún no está lo suficientemente desarrollada y peca de vaga e imprecisa. El mito del Imperio sólo puede ser producido por académicos que defiendan con argumentos el concepto creado dentro de la comunidad nacionalista española (Kamen 100).

Fue el historiador gallego Ramón Menéndez Pidal quien sentó las bases sobre el mito, con la primera gran figura heroica aportada por éste a la identidad española: el *Cid Campeador*, personaje histórico de la reconquista española popularmente conocido por el poema medieval *Cantar del mío Cid*. En su obra *La España del Cid*, el historiador eleva a Rodrigo Ruíz de Vivar a la categoría de único y genuino, situándolo por encima de otros héroes clásicos, como Aquiles o Roland (418). Su capacidad de sacrificio por el bien común es lo que le diferencia de otros héroes, que se mueven sólo por el honor personal. A pesar de las discrepancias con su rey, el Cid subordina sus motivos personales por su amor a la patria. Es su patriotismo, de acuerdo con Menéndez Pidal, lo que le lleva a unificar España (420). La idea de una España unida obsesiona al Cid, que abraza la idea de un imperio castellano y dedica su vida a la reconquista de los territorios ocupados. Su ejército, formado por castellanos, aragoneses y asturianos, puede ser considerado como el primer ejército español (431). Las supuestas aspiraciones unificadoras del caballero, no obstante, parecen inverosímiles si tenemos en cuenta la diversidad del panorama político en la Península Ibérica durante este periodo, además de la dificultad a la hora de conseguir avances significativos en la Reconquista, proceso que se prolongó durante casi cuatrocientos años tras la muerte del Cid. Desde el punto de vista literario, parece como si el autor se tomase una licencia poética a la hora de describir al personaje en la obra que es, en teoría, crítica. La obra construye un papel ficticio para un personaje histórico, en vez de intentar

encontrar su verdadero rol dentro de la sociedad de su época. El nacionalismo español atribuido a Rodrigo Ruiz de Vivar por Menéndez Pidal responde más al interés de este último por encontrar una figura que diera sentido a su manera de concebir España, que por las propias ideas del caballero sobre una nación que nunca vio, y que ni tan siquiera pudo imaginar desde su concepción medieval del estado. El historiador español, sin embargo, no se limita a reinventar la historia del Cid para beneficio de su construcción identitaria, sino que, además, la presenta como un ejemplo de conducta para los españoles “por los principios de esfuerzo, trabajo y moderación que tenemos que exigirnos a nosotros mismos cada día para conseguir ese noble heroísmo anónimo diario que es la única fundación segura de un gran país” (Menéndez Pidal 445).

La segunda gran figura heroica analizada por Menéndez Pidal es el emperador Carlos V. *La idea imperial de Carlos V*, escrita en 1937 desde su exilio en Cuba, es una respuesta desde una perspectiva hispanista a la obra del historiador Karl Brandi (*Carlos V. Vida y fortuna de una personalidad y de un Imperio mundial*) en la que el alemán niega cualquier tipo de influencia española sobre el reinado del emperador. Esta conclusión, sin duda, no fue del agrado de Pidal, que se muestra profundamente en desacuerdo, ya que “Carlos no pudo elegir donde nació pero sí donde murió” (9) y ve la necesidad de llenar el vacío existente sobre Carlos V en el mundo de las letras españolas. En su obra, el académico afirma que el joven Carlos es el heredero de lo que él bautiza como *idea imperial*, una noción viejísima que el monarca capta fruto de una tradición que tiene sus raíces en los orígenes de la civilización occidental. Una tradición imperial a la que España está destinada, puesto que “mientras otros enviaban tributos a Roma, España enviaba emperadores” (Menéndez Pidal 14). Pese a su educación belga, un hándicap según Menéndez Pidal, el rey comprende que España es el corazón del imperio y madura una idea de imperio influida por la figura de su abuela materna, Isabel la católica, a la que Carlos profesa una gran

admiración (17). Pidal pensaba que el joven emperador había absorbido las ideas españolas, transformándose él mismo en un español decidido a convertir sus reinos en un Imperio Español (Kamen 102). Esta manera de gobernar su Imperio lleva al monarca, en poco más de diez años, a hablar perfectamente el español y convertir esta lengua en la oficial propagando el hispanismo por toda Europa. Después de Carlos V, desgraciadamente, no existe una continuación para el Imperio hispánico y se inicia de esta forma el lento declive de España en Europa, convirtiéndose su reinado en la última gran construcción histórica que aspira a la totalidad. El legado de Menéndez Pidal, que no de Carlos V, con esta obra a la construcción identitaria española, es de vital importancia al crear la idea de un Imperio perdido, concepto que levantará las pasiones nostálgicas de los miembros más fanáticos de la comunidad imaginada, sirviendo como punto de referencia para la creación de futuros discursos totalitarios.

La resurrección de Don Quijote durante la España contemporánea, llega de la mano de un grupo muy concreto de literatos que se sienten fascinados por el personaje de Cervantes: la generación del 98 (también conocida como *la generación del Quijote*). Después de la pérdida de las últimas colonias en 1898, la novela de Cervantes pasó a ser vista como la última esperanza para la civilización española, al ser considerada un modelo ético y moral, precisamente porque era vista como un producto del Barroco, periodo cargado de connotaciones gloriosas para los españoles (Kamen 162). El caballero de la Mancha pasó de ser un héroe literario a convertirse en un arma política usada por cualquiera que reflexionase sobre el declive social y espiritual de lo español. Los escritores de la época también contribuyeron a esta tendencia con ensayos y trabajos sobre el personaje, de modo que Don Quijote se convirtió en “la herramienta por excelencia” usada por cualquier intelectual que quería disertar sobre la esencia española (Kamen 163). De entre todos ellos, merece la pena destacar las obras de Miguel de Unamuno, por su

eficacia a la hora de transformar la figura de Alonso Quijano en un héroe nacional español moderno. Miguel de Unamuno fue el primero en usar al personaje cervantino como paradigma de lo español en su ensayo *El caballero de la triste figura*, escrito previamente a la pérdida de Cuba y Filipinas. Don Quijote es, para Unamuno, un símbolo que no sólo está vivo dentro de la obra, sino también fuera de ella: “Tiene éste en España un símbolo que ni pintado, y es Don Quijote, símbolo verdaderamente profundo, símbolo en toda la fuerza etimológica y tradicional del vocablo, concreción y resumen vivo de realidades, cuanto más ideales más reales, no mero abstracto engendrado por exclusiones” (Unamuno 67). Trazó Cervantes la biografía de un ser vivo y real, y su mito sigue vivo e influye al pueblo español, al igual que las historias de caballerías influyeron en el hidalgo. De acuerdo con Unamuno, el héroe representa el alma colectiva de un pueblo; el héroe es aquél que guía los pueblos a la lucha y Don Quijote, como otras figuras heroicas ligadas al imperialismo colonial que acaba de desaparecer, ha sostenido a los soldados en la victoria y en la derrota:

El gran capitán, o Francisco de Pizarro o Hernán Cortés, llevaron a sus soldados a la victoria, pero no es menos cierto que Don Quijote ha sostenido los ánimos de esforzados luchadores, infundiéndoles brío y fe, consuelo en la derrota, moderación en el triunfo. Con nosotros vive y en nosotros alienta; momentos hay en la vida en que se le ve surgir caballero en su Rocinante, viniendo a ayudar, como Santiago, a los que le invocan. (75)

Sorprende ver cómo Unamuno equipara a un personaje literario que destaca más por sus atributos anti-heroicos, íntimamente relacionados con su fracaso como caballero andante, con figuras históricas de la talla de Gonzalo Fernández de Córdoba, conocido como el Gran Capitán por sus conquistas en tierras italianas. La equiparación de Don Quijote con Santiago, patrón de

España (cuyo nombre era gritado por los tercios españoles en el campo de batalla), provoca un contraste obvio entre el personaje literario cervantino y el símbolo heroico que pretende construir Unamuno<sup>24</sup>.

Unamuno, sin embargo, no se limita a explotar el lado patriótico del personaje de Cervantes, sino que lo utiliza como una herramienta para analizar los rasgos definitorios de lo español. De acuerdo con éste, Don Quijote es un héroe novelesco que surge de la individuación del alma de un pueblo: “Don Quijote brotó del alma castellana y es un símbolo de los valores superiores de ésta” (Unamuno 85). Se puede ver por las palabras del autor cómo, una vez más, el discurso identitario español es un monólogo y no un diálogo, en el que la identidad castellana monopoliza la idea de España. Unamuno trata de defender este hecho en otro de sus ensayos, *En torno al casticismo*, afirmando que el papel de Castilla como líder de las otras regiones españolas no delata egoísmo, sino más bien una enorme generosidad hacia el prójimo, pues “el que tiene fuerza de sobra la saca para darla” (2). La idea castellana pasó a encarnarse en el verbo literario a través de los personajes de sus obras como, por ejemplo, Don Quijote; capaces de representar mejor que nadie lo castizo, que es la flor del espíritu de Castilla. Lo castizo no es más que la casta histórica castellana (según Unamuno), una casta seca, dura, tostada por el sol y curtida por el frío; es el pueblo castellano, un pueblo sobrio, calmado y flemático, con un espíritu solemne, profundo y grave. Como se puede apreciar en los cuadros de Velázquez, él es el artista que mejor que nadie ha sido capaz de captar estas características en su pintura a través de “personajes enteros, rudos y decididos” (4). El discurso de Unamuno está inequívocamente marcado por el

---

<sup>24</sup> Otros autores contemporáneos de Unamuno también han representado al personaje de Cervantes como un héroe nacional. Tal es el caso de Rubén Darío, quien integra al Don Quijote heroico en su discurso en el cuento *D.Q.*. Darío, que estaba en España cuando el conflicto estalló, vio en el caballero manchego la personificación de los valores atribuidos a la madre patria española, que luchaba en defensa de la cultura hispánica contra el monstruo americano (este concepto se aprecia también en algunos poemas del poeta nicaragüense, como la famosa *Oda a Roosevelt*). Don Quijote ejemplifica el idealismo y la tradición hispana contra el materialismo moderno del poderoso ejército americano.



valor absoluto que atribuye al símbolo creado por él mismo como arquetipo de lo español: el Quijote novecentista. La figura del hidalgo cobra para el creador de *El caballero de la triste figura* un valor capital en la construcción identitaria española elevado a la categoría de “Cristo castellano” (Unamuno 78). El Quijotismo llega a convertirse durante la primera década del siglo XX en la nueva religión española (Kamen 164).

El discurso del nacionalismo español, no obstante, no se ha limitado a mirar al pasado para crear su propia simbología colectiva, sino que también se ha apoyado de figuras nacidas en la modernidad del siglo XX para sostener su identidad. Uno de esos nuevos héroes, surgidos en este nuevo periodo histórico y que personifica la nueva escala de valores fruto de la sociedad del bienestar, es el futbolista. La creación del mito heroico continúa perpetuado a través de la figura del futbolista, representado como el guerrero moderno. Uno de los precursores a la hora de *modernizar* los símbolos de esta nueva sociedad fue Rafael Alberti, quien después de asistir a la final de la Copa del Rey de 1928<sup>25</sup> y maravillado por las paradas del portero húngaro Franz Platko, escribió su “Oda a Platko”. El poeta en aquella época, movido por los aires de la vanguardia, trataba de conformar una mitología urbana y callejera para su poesía, buscaba la creación de una épica moderna (García Montero 24). Alberti retoma la tradición del cantar de gesta medieval a través del uso de epítetos, que elevan al jugador a la categoría de héroe:

Nadie se olvida, Platko,  
no, nadie, nadie, nadie,  
oso rubio de Hungría. (...)  
Camisetas azules y blancas, sobre el aire,  
camisetas reales,

---

<sup>25</sup> La final disputada por Real Sociedad y FC Barcelona tuvo que repetirse hasta en dos ocasiones al empatar ambos equipos con sendos 1-1 en los dos primeros enfrentamientos. Platko, portero de los barcelonistas, tuvo una actuación espectacular evitando la victoria de los donostiarras. El Barcelona ganó el tercer partido por 3-1.

contrarias, contra ti, volando y arrastrándote,  
Platko, Platko lejano,  
rubio Platko tronchado,  
tigre ardiendo en la yerba de otro país. ¡Tú, llave,  
Platko, tú, llave rota,  
llave áurea caída ante el pórtico áureo! (30)

El poeta confiere al jugador una forma animal elevándole a una categoría sobrehumana. La imagen imponente de un oso debajo de la portería combinada con la agilidad felina del tigre a la hora de atajar los disparos contrarios, lleva al lector a fantasear con la idea de un héroe imbatible. Alberti describe el encuentro deportivo como una lucha titánica entre dos fuerzas místicas. Los jugadores del equipo contrario aparecen como entes incorpóreos que vuelan sobre el terreno de juego acercándose amenazadoramente sobre el majestuoso portero. Platko es el defensor en la batalla, la llave que protege “el pórtico áureo”, que es la portería.

El interés despertado en Alberti sobre la figura del futbolista se extiende rápidamente a otros poetas españoles<sup>26</sup>, que empiezan a plasmar el espíritu heroico en la figura de algunos de los jugadores más carismáticos de España<sup>27</sup>. Sin embargo, la ingenuidad de los versos de Alberti, carente de cualquier tipo de interés ideológico, desaparece. Los poemas futbolísticos empiezan a convertirse en una prolongación del discurso nacionalista español que empieza a representar el juego como si de una hazaña bélica se tratase. El fútbol se convierte en un canalizador de la melancolía por el imperio perdido. Esta mirada al pasado que algunos poetas españoles realizan a través de los futbolistas de élite es un ejercicio de evocación nostálgica hacia otras épocas. Las

---

<sup>26</sup> Estos otros poemas, aunque tienen la misma importancia que el de Alberti como ejemplo de la construcción simbólica del héroe, no llegan a alcanzar la misma relevancia a nivel literario y, por tanto, no están incluidos como parte de la poesía canónica española.

<sup>27</sup> Miguel Hernández escribió “Elegía al guardameta”, dirigida al portero del Orihuela.

características expresivas de la lírica a menudo ayudan al autor a reflejar su exaltada visión del nuevo héroe, usando un estilo con reminiscencias medievales, formas renacentistas y barrocas, y estructura de soneto que nos devuelven a la España Imperial del Siglo de Oro. Estos matices clásicos se aprecian en el poema que Manuel Alcántara dedica al madridista “Pirri”, ganador de la sexta copa de Europa del equipo blanco en 1966. Conocido por su capacidad de sacrificio, José Martínez “Pirri” llegó a jugar varios partidos lesionado obteniendo, por esto, el reconocimiento de los aficionados merengues y del presidente del equipo, que le otorgó la máxima insignia de la institución por su esfuerzo y dedicación. La transformación de la ética de Pirri, como futbolista, en el mito del guerrero es un ejercicio retórico y simbólico recogido en el poema de Alcántara que se convierte en una parte esencial de este proceso. El poema no describe el *guerrero*, lo fabrica, y transforma al deportista en un luchador por la patria:

El guerrero de blanco y de coraje  
lleva su corazón por armadura  
y se lanza a la tarde y a la dura  
lid como quien se lanza al abordaje  
Siempre se viste de victoria un traje  
dorado de sudor, de brega oscura.

Capitán del Madrid, doncel de brío. (34)

Caracterizado como un soldado listo para entrar en combate, y nombrado por el poeta con el título de doncel, el futbolista es representado como un héroe medieval a la altura de Amadís de Gaula o Tirante el Blanco. Como capitán del Madrid, Pirri es el máximo representante del equipo en el campo. Sin embargo, la transformación que Alcántara realiza en el poema a través del discurso lo convierte en modelo identitario y máximo exponente de la identidad blanca. Pirri

derrocha un cúmulo de virtudes que evocan a las atribuidas por Menéndez Pidal al *Cid Campeador*: nobleza, trabajo y pundonor en la contienda. Los principios resaltados por el historiador en la figura del héroe castellano fueron asimilados por José Antonio Primo de Rivera, quien utilizó la teoría de Menéndez Pidal como base ideológica para la fundación de la Falange española<sup>28</sup>. Estas bases fueron recogidas posteriormente durante el franquismo por Julián Pemartin en la *Teoría de la Falange*, publicada en 1941. El gobierno de Francisco Franco, al no ser capaz de crear una propaganda propia, recicla la imagen imperial construida por Menéndez Pidal y por Primo de Rivera en torno al Cid y Carlos V, ya que promovía los mismos valores que el régimen trataba de inculcar en el pueblo español. La lealtad y sumisión del Cid de Pidal era mostrada como un ejemplo a seguir y los españoles, al igual que éste, debían acatar las órdenes de su líder para que la nación pudiese alcanzar la gloria del pasado. La poesía, considerada por el falangismo como “una señal evidente de que se está construyendo la perfección” (Pemartin 29), se convirtió en la herramienta de divulgación por excelencia del mito heroico. Fue Primo de Rivera quien abrió este camino, utilizado más tarde por intelectuales adeptos al régimen, calificando a la Falange como un “movimiento poético” (Pemartin 29). Un buen ejemplo de la introducción de las ideas de Menéndez Pidal en el discurso franquista se ve en el “Romance de Castilla en armas”, escrito por Federico de Urrutia y publicado en 1938 en la antología *Poemas de la Falange*. En este poema, la ambición personal queda subvertida en favor de los ideales colectivos; ideales que, obviamente, poseían connotaciones fascistas:

¡Toda Castilla está en armas!

Madrid se ve ya muy cerca.

¿No oyes los gritos de ¡Arriba España!?

El Cid –lucero de hierro–

---

<sup>28</sup> Partido fundado por José Antonio Primo de Rivera en 1934.

por el cielo cabalgaba,  
con una espada de fuego  
en fraguas del sol forjada. (Urrutia 18)

Al igual que en los versos de Alcántara, el héroe se erige como inspiración para la comunidad y líder simbólico que les lleva a una victoria segura. La unidad del pueblo castellano, enfatizada reiteradamente en el romance, es considerada esencial y la figura del Cid muestra el camino a seguir. Este poema fue una herramienta más de entre todas las utilizadas por el gobierno durante los casi cuarenta años de dictadura franquista. Sus versos eran cantados en las mismas escuelas donde los niños eran instruidos sobre la España Imperial de Carlos V, la noble cruzada del Cid, y el idealismo castellano de Don Quijote. La construcción del mito fundacional español era un éxito, un mito que aún existe en la sociedad española contemporánea. Al igual que en el caso del Cid, Pirri, el héroe blanco, personifica los valores que el discurso oficial del Real Madrid proyecta como adecuados para los miembros de la comunidad madridista. En este caso, no existe un mensaje explícito como en los textos de Pidal y Urrutia; no obstante, la idea permanece en el subconsciente de los aficionados, llegando hasta las raíces de su identidad madridista que, en este caso, se yuxtapone a la de Alcántara como castellano. Treinta años después de la retirada del jugador blanco, el público del Santiago Bernabéu sigue exigiendo a sus jugadores los mismos atributos que destacaba de Pirri<sup>29</sup>. Este alto concepto del sacrificio individual en pos del bien colectivo se refleja, a menudo, en el estadio, a través de grandes pancartas mostradas por los hinchas del equipo blanco antes de partidos importantes con mensajes como “Lucha, casta y honor” o “Honradla”<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> En el artículo “Pirri, la bandera con barro del Real Madrid” publicado en el diario deportivo As, se dice del jugador blanco “De decenas de futbolistas se ha dicho que nacieron para jugar en el Madrid, pero con Pirri fue pura verdad. Su carácter representa (...) los valores que algunos defienden y otros amoldan a su conveniencia”.

<sup>30</sup> Este tifo (mosaico) fue desplegado por los aficionados más radicales del Real Madrid en el derbi jugado en el

Aunque podría pensarse que el cambio a la posmodernidad ha ayudado a borrar parte del discurso generado durante el régimen franquista en torno al mito imperial, lo cierto es que, a día de hoy, en pleno siglo XXI, el mito sigue vivo entre una gran parte del discurso nacionalista español. Con motivo de la victoria de la selección española de fútbol en el Mundial de Sudáfrica en 2010, varios jóvenes poetas españoles se apresuraron a narrar la hazaña ensalzando la figura de Andrés Iniesta, quien marcó el único tanto de la final contra Holanda. La magnificación de lo español basada en una memoria histórica distorsionada por la narración mitológica franquista aparece como la principal característica de estos poemas. Sus autores, a pesar de haber vivido la mayor parte de su vida fuera del influjo franquista, mantienen un discurso potenciado por el régimen de Franco. Este discurso, recogido en la ya mencionado anteriormente *Teoría de la Falange*, utiliza el término “Unidad de Destino” como piedra angular de la doctrina del régimen (Pemartin 10). Según esta idea, España no es un territorio o un agregado de hombres y mujeres, sino una unidad de destino, una realidad histórica que “ha de ser continuación de aquel que cumplió en la época de plenitud histórica, o sea, la época imperial que comenzó en el reinado de los Reyes Católicos” (12). España, según el falangismo, existe y persiste principalmente como una Unidad de Destino. La España Imperial cumplió plenamente ese destino, de manera que ésta fue la “España auténtica”, que tiene una razón para su existencia y una justificación de su persistencia (Pemartin 16). Es el objetivo de la Falange reanudar efectivamente ese gran destino, esa alta *misión histórica* (18). El mito del Imperio se presenta en el discurso falangista en todo su apogeo al elevarlo a la categoría ontológica, que lo convierte en el único motivo que da sentido a la existencia de España. España sólo podrá recuperar la razón de su ser volviendo a convertirse en la España Imperial, la “España auténtica”. El “destino imperial” de Menéndez Pidal es llevado al extremo y se convierte en un objetivo utópico utilizado para conseguir la sumisión del pueblo

---

Santiago Bernabeu en 2006 contra el Atlético de Madrid.

español. A mediados del siglo XX, en plena transición poscolonial y tras la caída del fascismo, la idea de una España imperial que recupere los territorios que ha ido perdiendo, uno a uno, durante más de trescientos años, se antoja imposible. Sin embargo, el régimen utiliza la retórica “imperial” con objetivos unificadores sobre los territorios que “aún” mantiene dentro de la península:

Nuestra patria, fue y es España, integrada por todos los pueblos que, unidos en ella, contribuyeron a realizar ese Destino; por ello, la nación es España, y no ninguno de esos pueblos o regiones que, separados de ella, ya no tienen, en lo universal, justificación histórica de su propia existencia independiente (Pemartin 15).

Según la Falange, la unión de todos los pueblos que conviven dentro del estado español es el camino que llevará a España a recuperar su destino perdido. Existe en la retórica falangista una violencia imperativa a la hora de referirse a las diversas regiones españolas, forzándolas a aceptar ese destino. Esta imposición de un destino común, que durante el franquismo se ejecutó por la fuerza, ha sido perpetuada también durante la democracia, generando una tensión identitaria en algunos territorios, que ha intentado ser enmascarada a través de la realización de lo que Luisa Elena Delgado llama la fantasía de una “España normal”, entendiendo fantasía “no como una antagonista de la realidad social, sino como su precondition o pegamento social” (266). Durante la democracia española, la fantasía de un Estado normal es lo que ha avivado la llama nacionalista española y ha creado una solidez en el discurso político (Delgado 266). Esta aparente normalidad homogeneizante, junto con el mito del imperio, se ha infiltrado en las bases retóricas de algunos poetas actuales españoles. Con su lírica, el poeta pretende aliviar el aparente sufrimiento del pueblo español por la pérdida de la hegemonía global, sustituyéndolo por el

dominio del equipo nacional en el fútbol mundial. La victoria de los futbolistas españoles muestra el Destino del que España se separó temporalmente, pero que parece volver a retomar con la “normalización”. Gracias a la pérdida de complejos que le lastraban, la selección es un reflejo de la nueva España que “cierra por fin sus deudas con la Historia y se sitúa en una dimensión europea, postmoderna, actual, y acorde con el signo de los tiempos. Es el tiempo donde se corregirán las anomalías de la historia española, la lastrante especificidad de lo hispano” (Labrador 65). Esta tendencia se puede apreciar en el soneto “Nuevo cantar de gesta” de Carmen Lanseros:

Aún sangran derribados en el fondo  
Del canal de la Mancha los navíos  
De la Armada Invencible. Voto a bríos  
Que el mar de Trafalgar aún duele hondo.  
Perder años después nuestro Macondo:  
Íntima Cuba asilo de mis tíos, (...)  
Cuatro siglos seguidos de sangría  
Borrados por Iniesta en un instante:  
Rugió unísona la alegría  
Cuando agujaste el cuero hacia adelante<sup>31</sup>. (158)

El título y la estructura clásica elegida por la autora son lo suficientemente sugerentes como para discernir, a primera vista, el enfoque que la poetisa busca en sus versos. Por otro lado, también se puede apreciar en el lenguaje arcaico usado para trasladar al lector a la España del Siglo de Oro. La metafórica “sangría”, mencionada en el poema, introduce en el discurso de Lanseros el último mito de la identidad española, analizado en esta tesis: la caída del imperio. El perpetuo declive de

---

<sup>31</sup> El esquema métrico de este soneto con versos endecasílabos es ABBAABBACDCDCD.



España es, según Kamen, el elemento más importante de la narración mitológica española, porque introduce una explicación para cada uno de los males que aquejan al país (172). Esta idea perdurará en el subconsciente de los españoles tanto como sobreviva la identidad nacionalista española, puesto que cualquier idea nacional se sostiene sobre la existencia de un pasado glorioso y su hipotética decadencia es su reverso, la otra cara de la moneda que sirve para probar la existencia de ésta. El *sentimiento nacional* consiste en compartir el orgullo por un pasado común victorioso y en luchar por repetirlo en el futuro (Renan 41). Este sentimiento se percibe en el tono exaltado de Lanseros, cuyos versos denotan, aún, el entusiasmo por la victoria reciente, que ha hecho que todos los españoles griten de alegría a la vez por una misma causa, consiguiendo una aparente *unificación* de todo el pueblo español bajo una sola identidad común. El sueño castellano anhelado durante siglos no se ha hecho realidad gracias a un político o a un intelectual; es Andrés Iniesta quien, con su gol, ha conseguido el hermanamiento de todas las comunidades que conviven en España<sup>32</sup>. Su figura se convierte instantáneamente en el nuevo símbolo heroico del nacionalismo español, que ilustra el comienzo de una nueva época dorada en la que los españoles volverán unidos a la senda del éxito. El pasado y el presente triunfal de España se unen en el espacio temporal, borrando los errores que precipitaron el declive y devolviendo la estabilidad a la narración mitológica española, que ahora es lineal y homogénea. El desasosiego provocado por el fracaso queda atrás, dando paso a la paz que produce la victoria. Antes ganábamos con los tercios en el campo de batalla y ahora lo hacemos con la selección nacional en el campo de fútbol.

El rugido unificador alabado por Lanseros en su poema cobra una mayor trascendencia, si

---

<sup>32</sup> El día siguiente a la consecución del título (12/07/2010) el diario deportivo Marca publicaba una noticia en la que ofrecía una lista pormenorizada de las principales ciudades españolas donde la afición de la selección había salido a celebrar el título en la calle, incluyendo entre ellas Barcelona, Bilbao y San Sebastián. El titular de la noticia “Millones de españoles celebran en las calles que somos campeones del Mundo” deja bien claro la postura unificadora del periódico.

cabe, al poner en contexto la situación que vivía España en el momento de la consecución del título mundial. En 2010, el país estaba inmerso en una grave crisis económica que había dejado un panorama desolador tanto a nivel social, político y económico<sup>33</sup>. Ante tal tesitura, y cuando las cosas van mal para la mayoría de los ciudadanos, un estímulo emocional que active las alianzas emocionales de la mayoría es necesario (Delgado 269). Esta catarsis emocional se produjo en España a través del fútbol y, en concreto, de la selección española. Así lo han entendido también las voces más representativas del discurso nacional español, quienes en los últimos tiempos han utilizado la figura de la selección española como un pilar básico en su construcción de la identidad nacional. En 2012 y, justo antes de que “la roja” partiera a Polonia para disputar la copa de Europa de naciones, el presidente Mariano Rajoy visita a los jugadores y deja unas palabras para el recuerdo que hablan bien de la relevancia que la clase política española otorga hoy en día al equipo nacional, “los españoles necesitamos una alegría en estos tiempos tan difíciles”; pidiendo con esto a los jugadores que hicieran todo lo posible para ganar el trofeo y, así, mitigar la crisis del país. De este modo, la selección española de fútbol en los últimos tiempos ha sido utilizada a menudo como un modelo a seguir por la ciudadanía debido a sus éxitos deportivos (Delgado 270). Para parte de los medios de comunicación, “La roja” es un ejemplo de cómo ciudadanos españoles de diferentes regiones: andaluces, madrileños, vascos, catalanes o asturianos, pueden aunar fuerzas en pos del bien común y alcanzar la victoria<sup>34</sup> (Delgado 270). En la línea marcada por este discurso, distintas figuras representativas del Estado español utilizaron a la Selección para reforzar la imagen de una España “unida y normalizada”.

---

<sup>33</sup> A raíz de la situación en enero del 2010, el Gobierno aprueba un paquete de medidas de recorte que tratan de frenar el crecimiento del déficit público con un plan de austeridad por 50.000 millones de € para volver al límite del 3% de déficit público en el 2013. A finales de enero del 2010, el Gobierno anunció, además, un aumento progresivo de la edad de jubilación hasta los 67 años. La medida generó un fuerte rechazo de los sindicatos, pero contó con el apoyo de la CEOE, la Comisión Europea y el Banco de España.

<sup>34</sup> Artículo publicado el 5 de julio de 2010 en el diario ABC por Ignacio Camacho con el título “España y España”.

En su discurso durante la recepción del equipo en el palacio de la Zarzuela, el rey Juan Carlos expresó su “emoción por un triunfo bien merecido y por una selección excepcional que ha hecho vibrar el corazón de todos los españoles”, destacando el orgullo que le producía ver a “España campeón, por aglutinar a todos los españoles y por proyectar, sobre todo, el nombre de España en todo el mundo”. En términos parecidos, se expresó el presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, afirmando que la copa era de “todos los Españoles”. Todas estas declaraciones, junto con la explosión de júbilo visible en las principales ciudades españolas a gritos del ya famoso “¡Yo soy español, español!”<sup>35</sup>, y la exhibición de símbolos nacionales como banderas en una sociedad, la española (que siempre se ha mostrado tímida a la hora de mostrar su sentimiento nacional en público) parecían culminar la construcción de la fantasía de la “España normal”. Sin embargo, este hermanamiento entre las diferentes comunidades en una España paradisiaca, a pesar de todo, no fue más que un espejismo. Una vez más, las comunidades catalana y vasca se negaron a subordinar sus identidades culturales a favor de la identidad oficial española, provocando el conflicto con los sectores más radicales del nacionalismo español y el consecuente conflicto identitario. La celebración de algunos jugadores de la Selección, envueltos en sus respectivas banderas autonómicas<sup>36</sup>, fue duramente criticada por una parte de los medios de comunicación, al considerarse que ésta rompía con “la armonía” existente en la celebración (Delgado 271). Estas reacciones, junto con los abucheos<sup>37</sup> con los que el público bilbaíno recibe a Andrés Iniesta (el “héroe” del Mundial) en su estadio, ejemplifican el conflicto aún vigente en España.

---

<sup>35</sup> Este cántico se ha popularizado a raíz de las victorias de la Selección española de fútbol y representa una afirmación orgullosa en público del sentimiento de pertenencia a la comunidad española.

<sup>36</sup> Los jugadores del FC Barcelona, Xavi Hernández y Carles Puyol, celebraron el triunfo en la final del Mundial con la bandera catalana (senyera).

<sup>37</sup> El público de San Mamés pitó al futbolista culé en el partido Athletic de Bilbao-FC Barcelona jugado el 26/09/2010

En la misma línea que Lanseros, Benjamín Prado también ha elevado a Andrés Iniesta a la categoría de mito con su poesía. Prado, en cambio, focaliza la gloria pasada de España a través de la literatura del Siglo de Oro. En su poema “Iniesta y diez más”, el éxito futbolístico conseguido en Sudáfrica se compara con el literario:

Por lo visto Di Stéfano y Pelé fueron Shakespeare.

Pero Iniesta es Cervantes y en España es lo más:

el Quijote y su gol contra Holanda en Sudáfrica

son las mejores obras que ha dado este país. (190)

El poeta hiperboliza con su verso la importancia del fútbol en la sociedad moderna, otorgándole una trascendencia que denota una fuerte subjetividad en su discurso. Su pasión incondicional por el fútbol, mezclada con su filiación identitaria, lleva a Prado a un éxtasis que distorsiona su perspectiva. La equiparación del fútbol al nivel de símbolos artísticos que definen la memoria y el legado de una comunidad nacional, como la novela o el cine, no es un hecho aislado de la poesía de Prado, sino que se puede encontrar en algunas corrientes del discurso nacionalista español en la actualidad. Iniesta es sólo el líder de una generación de futbolistas que se ha convertido en campeona del mundo<sup>38</sup>. Sin embargo, la selección nacional de fútbol es tratada como patrimonio inmaterial de la nación española por parte de algunos sectores políticos<sup>39</sup>. El éxito logrado por el fútbol, junto con las victorias de otros deportistas españoles, por ejemplo, ha sido bautizado por el diario deportivo Marca como *la edad de oro del deporte español*<sup>40</sup>. Este

---

<sup>38</sup> En un artículo publicado sobre el futbolista en el periódico “El País” el 15 de mayo de 2011 (casi un año después de su famoso gol), el periodista Ramón Besa se refiere a Iniesta como “un héroe nacional”, “el mejor embajador del país en el Mundo” y “el futbolista más querido de España. Aclamado en todos los estadios por su gol en la final del Mundial.

<sup>39</sup> El Real Decreto 998/2012 creó la figura del Alto Comisionado del Gobierno para la *Marca España*. La *Marca España* es una política de autopromoción dirigida por parte del Estado. Según ésta, “la selección española de fútbol es una de las mejores representantes de la marca España por los valores que traslada al deporte internacional”.

<sup>40</sup> El 07/07/2008 tras la primera victoria del tenista Rafael Nadal en Wimbledon, Marca publica una noticia con el titular “La ‘edad de Oro’ del deporte español es una realidad”.

término, que hace clara alusión a la Edad de Oro en el mundo de las letras castellanas, nos da una idea sobre el papel principal que parte de la comunidad imaginada española quiere dar al deporte en la construcción de la identidad colectiva. Mientras que antes el poeta español se enorgullecía de ser compatriota de Quevedo, Góngora o Calderón, ahora hace lo mismo con Iker Casillas, Xabi Alonso o Sergio Busquets.

Manuel Vázquez Montalbán ha sido otro de los autores que ha puesto más énfasis en la figura del futbolista como héroe moderno en el mundo del fútbol. Ante los problemas identitarios provocados al aficionado por el mundo posmoderno en el que vive, el escritor reivindica la existencia del *jugador étnico*. La globalización en el deporte profesional ha provocado la supresión de las fronteras, fomentando una mayor multiculturalidad en las plantillas de los equipos, hasta llegar a correr el riesgo de que este fenómeno provoque la desidentificación con el público (Montalbán 106). La figura del *jugador étnico*, criado en las categorías inferiores del club, mejora la relación entre equipo y aficionado, puesto que el hincha se siente representado a través de ese jugador, ya que éste es miembro por pleno derecho de la comunidad imaginada al haber nacido y crecido deportivamente en ella:

Basta verlos en el campo para que el espectador reconozca a su tribu. Habría que pagarles su precio en oro y deberían ser subvencionados por la comunidad autónoma respectiva y por los departamentos de antropología y etnología de las universidades antropológica y étnicamente afines. (106)

Sus orígenes le hacen digno heredero del cargo que le convierte en portador de la identidad colectiva como símbolo heroico para los seguidores del equipo. Al igual que antes fueron otros *jugadores étnicos* los que representaron los valores de la institución en el terreno de juego. Su existencia monopoliza la construcción de la identidad colectiva convirtiéndose en el eje sobre el

que gira el discurso de la comunidad, hasta que su metafórica caída, con su declive deportivo, aleja el foco de atención de su figura. Es entonces cuando el ciclo heroico se reinicia con la búsqueda de un nuevo *jugador étnico*: el nacimiento de un nuevo héroe.

En su obra *El delantero centro fue asesinado al atardecer*, Montalbán recoge estas dos fases principales del ciclo heroico a través de los dos protagonistas que reflejan la cara y la cruz del mito: el nacimiento y la muerte de éste. Mientras que Mortimer, nuevo delantero del equipo más popular de la ciudad de Barcelona, representa la etapa de plenitud del arquetipo heroico; Palacín, un futbolista veterano que militó en ese mismo equipo durante su juventud, representa el declive. Aunque ambos personajes llevan vidas paralelas, sus caminos en la narración nunca llegan a cruzarse permaneciendo como completos desconocidos el uno para el otro. Este distanciamiento entre los dos jugadores sirve a Montalbán para marcar una serie de diferencias claras entre Palacín y Mortimer, que revelan las diferencias entre las dos etapas heroicas en las que se encuentra cada uno. Después de haber ganado la bota de oro europea<sup>41</sup>, tras haber marcado treinta goles en el fútbol inglés, el joven delantero británico es elegido por el equipo de Barcelona para convertirse en la nueva estrella de su proyecto deportivo. Palacín, por el contrario, es un jugador que intenta alargar sus últimos días en el mundo del fútbol ante la ansiedad y la incertidumbre que le provoca el vacío de su retirada. Por ese motivo vuelve a Barcelona, donde es contratado por un club de barrio que se encuentra al borde de la desaparición. La fragilidad de la rodilla izquierda de Palacín, que a sus 36 años ha sufrido varias lesiones de gravedad que han mermado considerablemente su físico, contrasta con la plenitud física de Mortimer, un jugador joven con muchos años de carrera por delante y un físico portentoso para el juego aéreo (Montalbán 26). Las relaciones amorosas y familiares de los dos jugadores también denotan las fuertes diferencias que el narrador establece entre ambos. La

---

<sup>41</sup> Trofeo al máximo goleador de las ligas europeas.

felicidad de Mortimer con su joven y atractiva esposa se contraponen en la obra con la soledad de Palacín, quien fue abandonado años atrás por su exmujer y su hijo, a los que ahora busca desesperadamente. La última diferencia entre los personajes se presenta a través de los espacios que ambos habitan, convirtiéndose éstos en los principales factores que marcan la distancia entre Palacín y Mortimer determinando el éxito, o el fracaso, final de ambos. Los estadios de los equipos en los que juegan muestran el papel, la relevancia y el reconocimiento que cada uno de ellos tiene dentro de la sociedad en la que viven. El majestuoso campo del Barcelona proyecta una imagen mayúscula de Mortimer sobre el colectivo, que le adora por sus goles. Además de su repercusión mediática, el poderío económico del equipo, representado en su máximo apogeo a través de su estadio, aporta al delantero una estabilidad y una protección de la que el británico se beneficia. El jugador vive en una especie de “burbuja” evitando cualquier tipo de contacto con “el mundo exterior”, es decir, la sociedad que le rodea. Nada más llegar a Barcelona, Mortimer es recibido por un empleado del club, quien le acompaña en todo momento guiándole en sus primeros pasos por la ciudad condal (20). La directiva de la institución también “agasaja” al futbolista con regalos tales como “un apartamento de trescientos metros cuadrados situado en un barrio residencial de la ciudad” y las llaves de un “Porsche” que el jugador había exigido como requisito para el fichaje (20). La cómoda situación de la joven estrella choca con la realidad de Palacín, quien vive en una pensión regentada por prostitutas y drogadictos en la calle San Rafael, en pleno barrio de El Raval. La experiencia vital del protagonista en este espacio marginal le lleva a relacionarse con una joven drogadicta que le introduce en el mundo de las drogas. Este incidente se convierte en el inicio de la caída de Palacín. El antiguo campo del Centellas, donde juega el veterano futbolista, es el otro gran espacio que determina el trágico destino del héroe futbolístico. Es en ese pequeño y anticuado estadio, ubicado en medio de un barrio obrero, donde

el futbolista muere cuando es testigo inesperado de las actividades criminales de unos delincuentes que actúan libremente en los vestuarios del equipo. La seguridad y opulencia que el estadio del Barcelona ofrece a Mórtimer se opone a la precariedad con la que convive Palacín, que sobrevive agónicamente a lo largo de la obra hasta que se enfrenta a su caída que, irónicamente, ocurre en el lugar donde más cómodo de encuentra: el campo de fútbol. Todas estas diferencias, en su conjunto, escenifican la dualidad establecida en la novela de Montalbán sobre la figura del héroe y sirven para reflejar las dos caras del fútbol como lucha entre dos fuerzas antagónicas: la victoria y la derrota.

En conclusión, la figura del héroe como arquetipo que presenta los valores considerados por la comunidad imaginada como “aptos” o “apropiados”, es una herramienta cotidiana usada dentro del discurso de cualquier nacionalismo moderno. Este capítulo, en concreto, ha analizado la evolución que el mito heroico ha seguido en la construcción de la identidad colectiva española desde comienzos del siglo XX. Esta figura tradicional del héroe ha sido utilizada por múltiples voces representativas de la comunidad española para reforzar el mito del Imperio español y preservar, con éste, la unidad del Estado. Este mito, desarrollado y explotado sobre todo durante la dictadura del general Franco, todavía está presente en el discurso identitario de parte de la sociedad española, y es extrapolado en la actualidad al deporte. Los éxitos de los deportistas españoles se han convertido en motivo de orgullo y alegría para la sociedad española, que ha elevado a estas figuras a la categoría de héroes posmodernos. El futbolista, en particular, ha sido presentado en multitud de ocasiones como un modelo ejemplarizante a través de mecanismos retóricos que se asemejan a las usados en el pasado, para convertir a figuras históricas o literarias de España (como el Cid, Carlos V o Don Quijote) en símbolos utilizados para divulgar una serie de valores o ideas entre el pueblo. En este caso, los futbolistas de la selección española de fútbol



han sido presentados como un ejemplo a seguir por su unidad y trabajo en equipo, valores que la identidad oficial española intenta inculcar entre los diferentes territorios españoles con objetivos homogeneizantes. Pese a este intento por alcanzar una “normalización” del Estado español, las tensiones identitarias entre los diferentes discursos nacionales existentes en la península continúan en la actualidad.

### Capítulo 3

#### Derrotas ejemplares: el romanticismo del antihéroe futbolístico

En los dos primeros capítulos de esta tesis se ha podido ver con detalle el recorrido de varias identidades colectivas, marcado por la fluidez y poliformidad que caracterizan a cualquier construcción identitaria. La evolución, en el caso del fútbol, está íntimamente relacionada con la profesionalización del juego y con la entrada del capitalismo en los clubes. Este hecho ha provocado, en los últimos tiempos, profundos cambios en el discurso de instituciones (como en el caso del FC Barcelona<sup>42</sup>) con el objetivo de universalizar la imagen del equipo y abrirse a nuevos mercados. La globalización y el boom tecnológico generado por las nuevas tecnologías y medios de comunicación han convertido al balompié en algo que va más allá de la mera competición deportiva. El fútbol moderno se ha convertido en una carrera de fondo en la que los equipos luchan por captar audiencia, patrocinadores y potenciales consumidores del “producto” que tratan de vender. Obviamente, en esta carrera en busca del éxito y la estabilidad económica, no todos los clubs parten de la igualdad de condiciones. Una de las consecuencias que ha generado la mercantilización del juego es el aumento de las desigualdades entre los equipos de fútbol. Este hecho ha ido ocurriendo paulatinamente, y es precisamente el proceso de evolución el que ha llevado a un mero juego inventado por amateurs a convertirse en uno de los fenómenos de masas más rentables del planeta. Es, por tanto, con la entrada de grandes cantidades de dinero en el juego donde se empieza a hablar de desigualdad en el fútbol, de equipos grandes y pequeños. El capital entra en el balonpié de forma desequilibrada creando distancias insalvables entre clubes. Mientras que los equipos con mayores recursos y mejores jugadores escriben la historia ganando títulos y acaparando la atención de la masa social, los equipos humildes

---

<sup>42</sup> Ya anteriormente mencionado y analizado en el capítulo 1 a través de la evolución del lema “Más que un club” y de las políticas publicitarias seguidas en la última década por la entidad azulgrana.

sobreviven en la sombra aferrándose a su identidad vinculada con la lucha y la rebeldía contra el grande.

En su ensayo “How can one be a sports fan?”, Pierre Bourdieu afirma que la transformación del *juego* (lo que era una simple actividad lúdica) en *deporte* (una ocupación remunerada) comienza en las instituciones educativas británicas reservadas para los hijos de familias burguesas a comienzos de siglo XX. El ejercicio físico se veía como una actividad recomendable para la mejora del carácter del individuo (Bourdieu 434). De este modo, las escuelas inglesas encontraron en el deporte un método económico para mantener a los alumnos ocupados sin gastar demasiado dinero ni esfuerzo. Ante los grandes resultados obtenidos dentro del campo de la enseñanza, otras instituciones imitaron el modelo y comenzaron a utilizar el deporte como un instrumento de distracción con el objetivo de alcanzar el control sobre las masas. Si el deporte había sido capaz de apaciguar y someter el temperamento de un adolescente... ¿qué no sería capaz de hacer con un obrero de fábrica? Las empresas comenzaron a crear equipos de fútbol formados por empleados y los patrones paternalistas británicos, lo cual calmó los ánimos de sus trabajadores construyendo no sólo escuelas y hospitales para las familias de éstos, sino también recintos deportivos en los que podían aliviar las tensiones de la jornada laboral (Bourdieu 434). A raíz de esto, las sociedades capitalistas convirtieron el deporte en otro elemento básico del Estado del Bienestar (como la salud o la educación) y la clase obrera aceptó sin problemas la imposición. La fiebre por el deporte en seguida se expandió por todo el mundo, convirtiéndose en un espectáculo de masas. Lo que había nacido como un simple pasatiempo, pasó a convertirse en un negocio gobernado por multitud de organismos (federaciones, equipos, empresas, marcas de ropa deportiva...) que han hecho del fútbol un producto de consumo.

Sin embargo, la manipulación de la voluntad colectiva ejercida por las clases poderosas con objetivos subyugantes sobre las masas no es un tema exclusivamente abordado por Bourdieu con el caso del fútbol. En *Imagined Communities*, Benedict Anderson explora esta problemática en los procesos de naturalización llevados a cabo por los estados nación entre sus propios individuos; es decir, los procesos homogeneizantes desarrollados por los gobiernos con el objetivo de imponer una lengua, nacionalidad e historia comunes e iguales para todos los ciudadanos. Como discutimos en el primer capítulo, Anderson designa a esta identidad uniformadora con el nombre de *nacionalismo oficial* (87). La imposición de estos *nacionalismos oficiales* sobre las diferentes comunidades imaginadas existentes dentro de un mismo país causa la marginación de aquellas que difieren con los valores destacados como válidos por el discurso oficial, pudiendo llegar a provocar la extinción de éstas. El filósofo marxista Antonio Gramsci también reflexionó sobre este fenómeno, que convino en bautizar como *hegemonía cultural*: un escenario de dominación a través de valores, creencias y pensamientos que se convierten en el estándar de referencia para los subordinados (Modonesi 31). En su obra *Cuadernos de la cárcel*, Gramsci contrapone estos dos términos, *dominación* (hegemonía) y *subordinación* (subalternidad), creando una dualidad que articula sus reflexiones siguiendo las pautas de pensamiento del marxismo (27). Alrededor de esta problemática, Gramsci tejió una serie de ideas que desembocaron en teorizaciones novedosas. Entre ellas, aparece la noción de subalternidad, que ocupa un lugar central en la filosofía gramsciana, y es la herramienta básica en el análisis de este capítulo (Modonesi 30). Gramsci entiende la dominación como una lucha de fuerzas en permanente conflicto, y define a los dominados como subalternos: “las clases subalternas sufren la iniciativa de la clase dominante” (Gramsci 27). Lo subalterno puede considerarse la característica fundamental de las clases dominadas en términos de relaciones sociales y políticas.

Sin embargo, la experiencia subalterna sólo comienza con la revelación y aceptación de una relación de sumisión existente por parte del individuo; es decir, sólo los sujetos que son conscientes de vivir bajo un estado de dominación pueden ser considerados subalternos. El subalterno construye su identidad, en primer lugar, mediante el entendimiento de la existencia de dicha subordinación y, en segundo lugar, mediante la lucha por la transformación de dicha subjetividad. Esta actitud crítica ante el poder hegemónico les sitúa jerárquicamente en la periferia social, como partes integrantes de la sociedad, pero no integradas en el núcleo que forman las clases dominantes debido a su resistencia ante los valores preestablecidos.

Aunque su extrapolación al terreno de lo deportivo pueda parecer un tanto frívola, el conflicto señalado por Gramsci entre clases dominantes y dominadas puede ser aplicado de manera metafórica en el plano futbolístico. La experiencia subalterna se asemeja al discurso de los aficionados del equipo modesto, eclipsados por el poder mediático y social de los grandes clubes. Es tal el impacto de estas instituciones deportivas en sus lugares de origen, que en torno a ellas se genera una identidad que sólo puede ser comparable a los nacionalismos oficiales en términos de magnitud. Los individuos que comparten esta *identidad oficial* conforman el núcleo de la sociedad (entendiendo sociedad por el conjunto de voces que forman parte de esa experiencia futbolística), mientras que aquellos que difieren, inclinándose por los colores de otro equipo con menor repercusión social, quedan estigmatizados. Esta teórica estigmatización de ningún modo puede ser equiparada a la sufrida por el individuo que sufre la experiencia subalterna en la totalidad de la expresión tal y como lo entiende Gramsci. La situación de un seguidor de un equipo humilde no puede compararse a la de un homosexual en Irán o a la de un opositor político en Corea del Norte. Sin embargo, el discurso identitario de estos aficionados sí puede ser analizado bajo estos parámetros por su uso de mecanismos discursivos sacados de la

retórica subalterna con el objetivo de expresar su aparente situación de desigualdad y exclusión en términos futbolísticos. Uno de estos recursos incluidos en la construcción de estas identidades colectivas es el uso del arquetipo anti-heroico para escenificar su disconformidad con la identidad futbolística predominante en la sociedad en la que viven. La figura anti-heroica aparece como una oposición al héroe tradicional, promovido desde el discurso hegemónico del club grande.

De acuerdo con lo visto en el capítulo anterior y, guiándonos meramente por conjeturas morfológicas, si el héroe es presentado como el máximo exponente de una serie de valores positivos (entendiendo valor como un término que varía dependiendo de la comunidad imaginada que construye la figura heroica) el antihéroe debería ser su opuesto. A esta conclusión llega Juan Villegas, quien define el antihéroe como “el personaje que poseía las características antitéticas a las que hemos recordado para el héroe (...) el portador de los valores no recomendados, negativos” (66-7). No obstante, esta apreciación se antoja errónea o, al menos, demasiado simplista al trivializar la cuestión y trazar una línea en el suelo dividiendo a los personajes entre “buenos y malos”. Si se establece una mirada crítica a la literatura moderna; en cierto modo, los antihéroes pueden ser considerados como “malos”, o como ejemplo de unos valores que el autor quiere presentar como negativos o poco aconsejables. Por el contrario, los antihéroes suelen ser mostrados al lector bajo una perspectiva de simpatía por parte del autor, haciendo que el lector se contagie (Escribano 376). Parece como si el escritor, cansado de los atributos tradicionales con los que se representa al héroe clásico, pretendiese enseñar al público otros nuevos que también son válidos y respetables. El antihéroe, por tanto, no es la oposición al héroe, sino simplemente un héroe diferente, con cualidades diferentes que no por eso dejan de ser positivas. Un personaje que rechaza el rol al que parece estar predestinado, poniendo en duda

una serie de valores que la sociedad ha asumido como verdaderos e inmutables (Brombert 2).

El concepto de antihéroe ha sido a veces asociado al de héroe romántico, un personaje surgido de la literatura romántica del siglo XIX que se caracteriza por su ambigüedad al desear el reconocimiento de sus coetáneos por sus acciones y despreciar a la vez la sociedad en que se mueve. Este arquetipo alcanzó su máxima expresión en las obras del escritor británico Lord Byron, hasta el punto en que éste es también conocido por el nombre de *héroe byroniano*. Un personaje que se caracteriza por su imperfección, al tener atributos oscuros o no habituales en un héroe, y que es idealizado por su creador, el cual le presenta con un alto nivel de inteligencia y un gran poder de seducción. El héroe romántico es un personaje solitario, a menudo rechazado por la sociedad, y con una tendencia autodestructiva que le proporciona un halo de misterio, dotándole de cierto carisma sobre el lector. Este rechazo de la sociedad surge a partir de su desagrado de las normas sociales preestablecidas, las cuales cuestiona continuamente. Su rebeldía le convierte en un paria a quien el escritor, no obstante, ensalza para conseguir la empatía de sus lectores.

Un buen ejemplo de este “ensalzamiento” de la figura antiheroica que podemos encontrar en la literatura futbolística, aparece en el cuento de Javier Marías “En el tiempo indeciso”. En esta obra, el escritor madrileño nos presenta a su protagonista, un futbolista húngaro del Real Madrid, como un genio del balón oprimido por las convenciones sociales y deportivas. Socialmente, el jugador intenta evitar el compromiso conyugal que se cierne sobre él personificado en la figura de su novia, que le urge desde Hungría a través de cartas para que contraigan matrimonio. El protagonista es, no obstante, feliz con la vida libertina que lleva en la capital (alternando goles en el campo y mujeres por la noche) e intenta evitarlo con poco éxito, puesto que al final su prometida aparece en la ciudad poniendo punto y final a su soltería. En lo

deportivo, el narrador recuerda a Szentkuthy (como se llama el futbolista) por su jugada más memorable: el delantero húngaro cogió la pelota en su propio campo y armó el contrataque, regateando a dos defensas y al portero, quedándose sólo con la portería vacía para marcar. “Cualquier otro jugador habría disparado a puerta vacía desde el borde del área cuando ya no hubo obstáculos, con su voluntad afirmativa de ganar la eliminatoria y ganarla cuanto antes” (Marías 240). El protagonista de esta historia, sin embargo, avanzó lentamente hasta los tres palos, deteniéndose delante de la línea de gol durante unos segundos, justo antes de hacer rodar el balón nuevamente sólo lo suficiente para que traspasase la línea y se detuviese suavemente al otro lado (Marías 239). El narrador presenta la singularidad del carácter del protagonista a través de su estilo de juego. Ningún otro futbolista hubiera pensado en demorar la ceremonia del gol dilatando el suspense de lo irresoluto, todos habrían marcado el mismo gol que antes habían visto a otros compañeros reiteradamente. Todos menos Szentkuthy, que decide convertir lo cotidiano en algo único:

Los locutores de radio tuvieron que suspender su grito, lo dieron sólo cuando él lo quiso, no un segundo antes. Negó la inminencia, y no es tanto que detuviera el tiempo cuanto que lo marcó y lo volvió indeciso, como si estuviera diciendo: "Yo soy el artífice y será cuando yo lo diga, no cuando queráis vosotros. Si es, pues soy yo quien decide". (Marías 240)

Por un instante, el futbolista se convierte en narrador de la acción dictando, así, el desenlace de ésta. Él es quien tiene el poder discursivo en sus botas, como si de la pluma del escritor se tratase. Existe alrededor de este acto un cierto aire de rebeldía por parte del futbolista húngaro, como si intentase hacer ver al público que no todo tiene por qué ser como parece, que existe otra manera igualmente válida (pese a no ser la más ortodoxa) y que incluso algo tan intrascendente y



simple como un gol puede ser objeto de cambio, rompiendo con las normas preestablecidas. Con su jugada, Szentkuthy se erige como figura anti-heroica.

El uso de la expresión antihéroe para referirnos a personajes como el anteriormente mencionado, no es ni mucho menos aleatoria. Este término nos lleva a tomar una postura latente en el conflicto de valores, asumiendo como valores por antonomasia unos, y convirtiendo los alternativos en “carencias” (Escribano 377). Esta denominación es, por tanto, un estereotipo pretencioso y superfluo, pues ambos personajes pueden ser llamados héroes, ya que la única diferencia entre ambos es el juicio de valores que la sociedad establece entre ambos para diferenciarlos. La distinción entre la figura del héroe y antihéroe, es un buen ejemplo de la configuración monopolizante del pensamiento tradicional, por el cual los atributos predominantes en la literatura son asumidos como único sistema válido de forma que el escritor se los inculcará a sus lectores a través de la figura del protagonista. Este bloque homogéneo, que se muestra a favor de los valores tradicionales del héroe, se erige como una fuerza totalizadora que no deja alternativas positivas posibles, por lo que todo lo que no es semejante es negativo (Escribano 380). Ante esta situación excluyente, el autor anti-heroico cae en un estado de marginación frente a la ideología divulgada por el bloque mayoritario. Esta situación de desarraigo lleva al escritor a exponer sus propias ideas personificadas en la figura de su protagonista, en un acto de protesta, o incluso de provocación, al presentar al lector un personaje cuyos valores están desacreditados socialmente en las formas de expresión comúnmente preestablecidas.

La subalternidad como producto de esta situación de desarraigo también queda impregnada en el discurso del narrador de “El césped” (Mario Benedetti), quien percibe el desequilibrio creado en el mundo del fútbol como uno más de las existentes en el mundo

postmoderno. En su cuento, Benedetti plantea mecánicas de dominación y resistencia en diferentes ámbitos (políticos, deportivos y económicos) que sirven para establecer una simplificación de la sociedad postmoderna al dividir el mundo en sólo dos grupos: los que someten y los que son sometidos.

La acción transcurre centrada en la figura de Benjamín Ferrés, delantero centro y protagonista de la historia. Desde el principio, el narrador presenta a “Benja” como jugador de Club chico (la antítesis Club chico/Club grande será la primera de las dualidades incorporadas en la narración para exponer la desigualdad social existente). En el inmenso estadio del equipo grande, los aficionados del club chico son sólo un pequeño islote en las gradas, casi inescrutable para el futbolista desde el campo. Sus canticos son silenciados por el rugido de la hinchada mayoritaria que monopoliza el discurso dentro del campo (Benedetti 60). Los aficionados del equipo local se perciben desde el terreno de juego como una masa uniforme y totalizadora que adquiere connotaciones hostiles para el futbolista sólo por su mera presencia. La construcción identitaria de Benja continúa durante la narración, trazando los rasgos de un personaje que se resiste a aceptar el rol de héroe tradicional que la sociedad guarda para él. A diferencia de otros, no se resigna a ser delantero de club modesto, sino que lo es por convencimiento:

Soy número ocho sencillamente porque es mi identidad. Un cura o un teniente o un payaso no necesitan vestir sotana o uniforme o traje de colores para ser cura o teniente o payaso. Soy número ocho aunque no lo lleve dibujado en el lomo y aunque ningún botija se arrime a pedirme autógrafos, porque sólo se piden autógrafos a los de los Clubes Grandes. Y creo que siempre seré de Club Chico, porque me gusta amargarles la fiesta (Benedetti 62)

La identidad de Benja como futbolista va más allá del terreno de juego y marca su personalidad

en la vida real determinando su estatus dentro de la sociedad. El jugador número ocho es una joven promesa del fútbol uruguayo y podría jugar en los equipos grandes del país. A pesar de esto, sus valores morales y su sentido de pertenencia al club Chico le hacen seguir jugando para un equipo de barrio, pese a los cantos de sirena de los ricos. Benja es consciente de la hegemonía imperante, tanto en el fútbol como fuera de éste, desde algunos grupos de poder sobre el resto del colectivo. Ante esta situación de desigualdad, el delantero se rebela de la única manera en la que es capaz: marcando goles. Su entrega y su lucha en el campo se convierten en un ejemplo de resistencia subalterna contra el club grande y, en concreto, contra sus directivos que personifican todos los valores negativos que Benja atribuye a la clase dominante:

Me gusta arruinarles la fiesta, sobre todo a los dirigentes, esos industriales bien instalados en su cochazo, en su piso de la Rambla y en su mondongo, señores cuya gimnasia sabatina o dominical consiste en sentarse muy orondos, arriba en el palco oficial, y desde ahí ver cómo allá abajo nos reventamos, nos odiamos, nos derretimos en sudores, y cuando sus jugadores ganan, condescienden a llegar al vestuario y a darles una palmadita en el hombro, disimulando apenas el asco que les provoca aquella piel todavía sudada, y en cambio, cuando sus jugadores pierden, se van entonces directamente a su casa, esta vez por supuesto sin ocultar el asco. (Benedetti 62)

El narrador imagina un presidente de Club rico arquetípico al que describe usando una serie de negatividades que supuestamente caracterizan a los individuos de la clase alta. El dirigente aparece en la obra como un hombre adinerado que gobierna despóticamente al equipo desde su palco oficial, de donde sólo baja eventualmente para felicitar a sus jugadores después de una victoria importante. Este descenso del ser superior al vestuario, no obstante, dista mucho de ser

un acto de admiración hacia el buen hacer de sus futbolistas y es más bien un simple trámite (cargado de condescendencia) del patrón que se ve ha visto obligado a lidiar con sus empleados. El sudor le repugna y desprecia el ejercicio físico, al considerarlo una actividad para las clases dominadas con la que él disfruta desde su posición privilegiada cual “César” en su butacón imperial. Su físico orondo denota su falta de necesidad por realizar cualquier tipo de trabajo manual. Desde pequeño, el dirigente ha crecido en una abundancia casi obscena que le lleva a rechazar cualquier tipo de esfuerzo físico, al considerarlo indigno. El fútbol es para él una manera de convertirse en un poder fáctico que modela la voluntad de las masas y proyecta una imagen de él mismo como líder de la comunidad. En términos similares se pronuncia el narrador de *El delantero centro fue asesinado al atardecer* sobre Basté de Linyola, presidente del FC Barcelona, en la novela de Manuel Vázquez Montalbán. Basté es una especie de ente supremo capaz de eclipsar a sus futbolistas (incluso a los más mediáticos) a los cuales mira con “cierta ternura populista”, como si fueran “uno de sus jóvenes obreros de la fábrica del Vallés” (Montalbán 19). Su interés por la presidencia de un club de fútbol reside en su significación social, un cargo que le convertía en uno de los hombres más poderosos de Cataluña, y Basté “amaba el poder como único antídoto contra la autodestrucción” (Montalbán 19). De igual manera, otro de los dirigentes de la institución, Camps O’Shea, refuerza la idea del narrador “Basté es un dios” (Montalbán 92).

La jerarquía de poder mostrada en *El césped* a través de dirigentes y jugadores, además de Clubes chicos y Clubes grandes aparece yuxtapuesta a la dominación existente en otros ámbitos de la sociedad. Los personajes que rodean al protagonista en el cuento de Benedetti tienen, al igual que éste, una identidad de clase marcada por una experiencia subalterna traumática. La novia de Benja, Ale, vive influida por la desaparición de su padre durante la

dictadura de Videla en Argentina, suceso que marcó su infancia determinando su posición marginal. La muerte del padre de Ale parece un hecho incuestionable. Sin embargo, la ausencia de pruebas que lo constaten la hacen vivir a ella y a su madre en un eterno estado de duelo producido por la ausencia, el miedo y la incertidumbre, convirtiéndolas en “cómplices de ese no-regreso” (Benedetti 74). El silencio aparece, en este caso, como la principal característica del individuo subalterno. El vacío provocado por la ausencia de una versión oficial deja a las víctimas en una situación marginal. Su desgracia es invisible para la Justicia, quien se muestra benévola con los asesinos obviando sus crímenes. Ante los ojos de la víctima se crea un escenario de dominación en la que los culpables les castigan impunemente, dando fruto al surgimiento de una conciencia subalterna. Otro personaje que encarna la figura del dominado es Martín, portero de fútbol y amigo de Benja. Martín fantasea con poder llegar a jugar en Europa algún día, y pone todo su empeño en el campo para intentar cumplir su sueño. Pero cuando más cerca parece que se encuentra de su objetivo, un ojeador de un famoso equipo español, interesado en hacerse con sus servicios, va a verle jugar, y Martín comete un grave error en una atajada que da al traste con todo su esfuerzo. La dominación en este caso adquiere connotaciones colonialistas; Europa es presentada en el cuento como la metrópoli, la tierra de las oportunidades en términos futbolísticos: un lugar donde los jugadores sudamericanos sueñan con escapar para alcanzar una prosperidad inexistente en sus países de origen. Sin embargo, el sueño se torna en pesadilla con Martín. El interés inicial del club grande desaparece, olvidándose del portero, que queda sumido en un estado de abandono tras su error. Sus lamentos posteriores en referencia a los posibles comentarios vertidos por el ojeador del equipo europeo sobre su actuación, muestran la cruda realidad del jugador latinoamericano:

¿Pero estaba el contratista de España? Estaba. Y aunque no estuviera. Con las

fotos que mañana aparecerán en los diarios, alcanza y sobra. Seguro que hasta las publican en España y en Italia. Cualquier día se van a perder ese manjar. Y no sólo la foto sino el comentario: Y ésta es la maravilla que íbamos a importar del Tercer Mundo. (Benedetti 82)

El fútbol, como otras actividades de la vida moderna, está marcado por su explosión como fenómeno de masas dentro del sistema capitalista, y se rige por la ley del mercado. Los jugadores a menudo son simples mercancías con las que se comercia para beneficio de agentes, ojeadores y directivos, que se lucran con estas operaciones. La profesionalización y mercantilización del deporte también ha generado una serie de desigualdades provocadas por la creación de leyes que promueven la libre competencia en el fútbol y que reflejan la filosofía del modelo económico actual. La élite futbolística, formada por los clubes europeos más ricos, se ha convertido en una oligarquía excluyente e inaccesible debido a su enorme poder adquisitivo. Este potencial superior, producto de sus altos ingresos gracias a su relevancia mediática, genera una relación de dominación con el resto de los clubes. En el caso de los equipos sudamericanos, la dominación se convierte en expolio: cada año los mejores futbolistas de las ligas argentina y brasileña son comprados por equipos europeos a un precio ostensiblemente inferior del que se podría pagar por un futbolista de un club europeo.

Como se puede comprobar en los textos anteriormente citados, la experiencia subalterna suele representarse de forma individual, a través de la figura del antihéroe, que escenifica la rebeldía del marginado ante una sociedad homogénea y totalizadora. No obstante, existen también ejemplos representativos de comunidades, que configuran su identidad colectiva en torno a la idea de subalternidad. Dentro del panorama futbolístico español, el caso del Atlético de Madrid es probablemente el más significativo, al ser el equipo con más poder mediático que ha

elaborado este rasgo proyectándolo como uno de los valores fundamentales atribuidos a sus seguidores. Considerada como una de las aficiones más fieles y combativas de España<sup>43</sup>, los hinchas del Atlético se autodefinen como “sufridores”, vanagloriándose de apoyar a su equipo en “las buenas o en las malas y nunca deja de animar”<sup>44</sup>. Fundado en una ciudad donde el Real Madrid ejerce un poder hegemónico en el ámbito deportivo, la identidad atlética se caracteriza por su rebeldía ante el orden oficialmente establecido, lo que les relega a un papel secundario. El espíritu de resistencia en el seguidor rojiblanco se puede apreciar en sucesos como el ocurrido en la temporada 2000-2001, cuando el club alcanzó el récord histórico de socios (establecido en 45.000 abonados) después de que el equipo acabara de descender a la segunda división del fútbol español. La construcción de la subalternidad del Atlético de Madrid, a pesar de esto, no deja de ser contradictoria. La entidad del Manzanares ha sido considerada tradicionalmente como el “tercer equipo”<sup>45</sup> de España, puesto que sus ingresos y número de seguidores así lo demuestran. El poderío económico del Atlético de Madrid (el tercer club más rico del país en el año 2014<sup>46</sup>) apoya la visión de éste como un “equipo grande”. De igual modo, su palmarés, tercer club más laureado de España con nueve títulos de Liga, le acredita como una institución ganadora. Sin embargo, si el Atlético de Madrid es un equipo social, económica y deportivamente exitoso, entonces ¿por qué su imagen se identifica con el concepto de subalternidad? La pregunta parece aún más inexplicable teniendo en cuenta el pasado de la entidad. Hubo una época en la que el

---

<sup>43</sup> Así lo considera el periodista del diario deportivo AS, F.J. Díaz, quien comenta en una columna de opinión, publicada el 16 de enero de 2014, que “El Atleti tiene uno de los mejores equipos de la Liga y a la mejor afición del campeonato”.

<sup>44</sup> Cántico creado por los aficionados del Atlético, que suele escucharse en el estadio durante los partidos. “Jamás, jamás/ te dejará esta hinchada/ que en las buenas o en las malas/ nunca deja de animar”.

<sup>45</sup> El Atlético de Madrid es el tercer equipo con más títulos de Liga (9), sólo por detrás de Real Madrid (32) y FC Barcelona (22).

<sup>46</sup> El Atlético de Madrid es el tercer equipo con mayor presupuesto de España, con 147 millones de euros por delante de Valencia (117 millones) y Sevilla (84 millones) (Datos de la temporada 2013-14)

Atleti era el principal rival del Real Madrid en la lucha por los títulos nacionales<sup>47</sup>. Una buena muestra de este espíritu ganador puede verse a través del himno del club, compuesto por José Aguilar Granados durante el periodo más exitoso de la historia del equipo, y que responde a una idea completamente diferente a la actual:

Jugando, ganando, peleas como el mejor,  
porque siempre la afición,  
se estremece con pasión,  
cuando quedas entre todos campeón,  
y se ve frente al balón,  
un equipo de verdad,  
que esta tarde también peleará<sup>48</sup>.

Irónicamente, el himno describe a un club campeón que desata la pasión de la grada por su coraje y entrega, peleando de tú a tú con cualquier equipo. Esta imagen de un Atlético de Madrid ganador, no obstante, nada tiene que ver con la actual. En algún momento el rumbo de la construcción de la imagen rojiblanca cambió radicalmente para tomar la senda subalterna que sigue en la actualidad.

La construcción de la identidad colectiva del Atleti está marcada por dos sucesos que determinan la historia de la comunidad colchonera y originan la introducción del componente subalterno planteándolo como parte de su esencia. El primero de estos eventos ocupa un papel de vital importancia en esta transformación, hasta el punto de poder considerarse el mito fundacional de la identidad atlética moderna: la final de la liga de campeones de 1974 jugada

---

<sup>47</sup> El exjugador Alfredo Di Stéfano, leyenda del Real Madrid, así lo ha afirmado en diferentes ocasiones afirmando que el Atlético era el rival nº1 de los blancos. Estas declaraciones fueron recogidas por el periódico ABC en su edición del 07 de agosto de 2007.

<sup>48</sup> Fragmento del himno oficial del club Atlético de Madrid.



contra el Bayern de Munich. Tras 114 minutos de tensión, Luis Aragonés transforma un libre directo magistralmente, dando la victoria virtual al equipo español a falta de seis minutos para la finalización del encuentro. Lo que pasa después, por contra, pasará a la memoria colectiva de los aficionados rojiblancos como el mayor fracaso de su historia. A falta de sólo unos segundos para el final del partido, el defensa bávaro Schwarzenbeck lanza un tiro desesperado que, después de deslizarse entre las piernas de varios defensas, se introduce en las redes del conjunto español. Instantes después del encuentro, el presidente del equipo, Vicente Calderón, comenta abatido entre la prensa: “somos *el Pupas*”. Estas palabras, pronunciadas por el máximo dirigente de la institución, han quedado grabadas a fuego en la identidad del aficionado rojiblanco, convirtiéndose en el origen de una actitud pesimista y con tendencia a la victimización. Después de la trágica derrota, el término “*Pupas*”<sup>49</sup> comenzó a aparecer reiteradamente en el discurso de la comunidad atlética con cada nueva derrota del equipo. La nueva denominación del club, que en un comienzo aludía a una puntual mala suerte, fruto de una jugada aislada, pasó a convertirse en un recurso habitual que servía como explicación de cualquier fracaso; desde un mal arbitraje hasta un fallo defensivo. Llegó un momento en que “*el Pupas*” fagocitó al Atlético de Madrid, sustituyendo su identidad original por una propensa al dramatismo. La afición del equipo pasó de “estremecerse con pasión”, como apuntaba el himno del equipo (compuesto antes del giro retórico de la identidad rojiblanca) a estremecerse de miedo. Cada vez que el equipo se asomaba al abismo que suponía la incertidumbre de un partido abierto, el fantasma derrotista de “*el Pupas*” aparecía en el discurso del Atlético, presagiando un final nefasto.

El segundo acontecimiento determinante para la nueva identidad rojiblanca actual ocurre el 7 de mayo de 2000, fecha en la que se consuma el descenso a segunda división del equipo.

---

<sup>49</sup> La expresión “ser un Pupas” se refiere a aquella persona que sufre continuamente pequeños accidentes. También sirve para referirse a alguien que se queja constantemente de sus heridas o problemas.

Este fracaso futbolístico, sin embargo, no pudo achacarse a la mala suerte y el victimismo de la comunidad colchonera. Las causas de la derrota, en este caso, tenían que ver con asuntos extradeportivos. El 22 de diciembre de 1999, los juzgados de la Audiencia Nacional decretaron la destitución del máximo mandatario del Atlético de Madrid, Jesús Gil, y de su junta directiva por apropiación indebida del club, ordenando la intervención judicial de la entidad<sup>50</sup>. Durante los seis meses siguientes, el equipo inició una inexorable deriva, tanto institucional como deportivamente, que condujo al Atlético al descenso. Lo ocurrido después, fue considerado por sectores críticos con Gil como el mayor escándalo de la historia de la entidad<sup>51</sup>. En 2004, el tribunal a cargo de la investigación declara culpable a la junta directiva del Atlético de Madrid de haberse adueñado del club de manera ilegal, al no haber pagado cantidad alguna en concepto de compra de acciones. El delito, no obstante, había prescrito, por lo que los condenados no sólo no fueron a la cárcel, sino que siguen controlando la entidad hasta el día de hoy<sup>52</sup>.

La importancia de esta sentencia en la construcción identitaria del Atlético de Madrid reside en la estrategia discursiva que la junta directiva siguió a raíz de ésta. Los dirigentes de la comunidad atlética optaron por mirar al pasado y consolidar la imagen subalterna del seguidor atlético, creada como “el Pupas”. La intención de este ejercicio propagandístico era la de *reinventar* la figura antiheroica del aficionado del Atlético de Madrid, modernizándola al personificarla en arquetipos de la sociedad del siglo XXI, y envolviendo la idea de un halo de romanticismo que confería a la derrota una positividad inexistente. En otras palabras, la directiva

---

<sup>50</sup> “Gil, destituido al frente del Atlético”. Noticia publicada el 23 de diciembre de 1999 en *El País*

<sup>51</sup> El periodista deportivo, Rubén Uría, se ha referido a este asunto en los siguientes términos: “Cómo se hicieron con el Atlético de Madrid es el mayor escándalo de la historia del fútbol”, “Gil Marín y Cerezo han sido condenados por apropiación indebida, pero aquí nadie investiga nada, ¿tan alargados son los tentáculos del club?” (Entrevista publicada en *periodistadigital.com* el 4 de febrero de 2014).

<sup>52</sup> El Tribunal Supremo de la Sala de lo Penal declaró culpable a los acusados del Caso Atlético de “Delito de estafa por simulación de contrato” y, además, decretó la “Prescripción del delito de apropiación como consecuencia directa de la nulidad declarada de los autos de aclaración y, a la vista del transcurso, con creces de los cinco años que la Ley exige para la prescripción del delito de apropiación. Art 113 del Código Penal de 1973.

consiguió que el aficionado se sintiese orgulloso de ser del Atlético de Madrid por su papel de víctima evitando que éste se parase a pensar en quién le había llevado a esa situación.

El primer paso de esta *reconstrucción* del discurso del club se toma en el verano de 2001, durante la campaña de captación de socios para la nueva temporada. En ese momento, la entidad rojiblanca saca el primer spot publicitario de su historia. En el vídeo, un niño pregunta a su padre “¿Papá, por qué somos del Atleti?”. El progenitor, desconcertado, le mira impotente en silencio al no ser capaz de hallar una respuesta. La escena termina fundiéndose en negro con la frase: “No es fácil de explicar. Pero es algo muy, muy grande”<sup>53</sup>. La trascendencia de la pregunta, en un primer momento, da al espectador la falsa impresión de encontrarse ante una escena melancólica y pesimista, que alcanza tintes existencialistas. En un momento en que el Atlético de Madrid se tambalea en el infierno de la Segunda División; el niño, que jamás ha visto a los colchoneros alcanzar la gloria, se pregunta por qué su padre es aficionado de un equipo perdedor y le arrastra a él también en ese sinsentido. El anuncio, sin embargo, utiliza el patetismo latente en esta escena para atrapar emocionalmente al espectador, quien se sorprende ante la lealtad del seguidor rojiblanco. La imposibilidad de definir la identidad atlética es un recurso más que la eleva y la convierte en un sentimiento superior difícil de ser explicado con palabras porque “es algo muy, muy grande”. El discurso publicitario trata de convertir la futilidad del fútbol en algo sublime, rayando la experiencia mística. De esta forma, el aparente interrogante, que pone en duda el sentido de la comunidad colchonera, se convierte en una reafirmación, en una defensa apasionada de ésta. Somos del Atlético de Madrid porque nuestro sentimiento y amor por los colores está por encima de los resultados. Este anuncio es la piedra base sobre el que se cimienta el nuevo discurso oficial del equipo. En años sucesivos, el club saca nuevos vídeos<sup>54</sup>, que son

---

<sup>53</sup> “Papá, ¿por qué somos del Atleti?” Spot creado por la agencia de publicidad Sra. Rushmore

<sup>54</sup> Desde el primer anuncio en 2001, el Atlético de Madrid ha lanzado una campaña publicitaria de captación de

una continuación del anterior y sirven para responder a la pregunta: “¿Papá, por qué somos del Atleti?” Por otro lado, esta pregunta también alcanza una respuesta automática en los seguidores, pues la filiación futbolística es un proceso que se transmite automáticamente de padres a hijos.

Los anuncios que han venido después continúan en la línea del original, ensalzando el carácter subalterno del seguidor rojiblanco y su estoicismo ante la derrota, la cual acepta con orgullo, al considerarla su destino. Un destino que aparece implícito en la identidad construida por la directiva, la cual permite justificar constantemente la derrota, generando un conformismo en la afición que favorece, obviamente, a los dirigentes de la entidad. En este caso, la aceptación del fracaso deportivo equivale a la sumisión inconsciente del colchonero ante los máximos mandatarios de la institución. En un gran número de estos anuncios, el discurso se construye en torno a la figura del antihéroe, un seguidor del Atlético que lucha en diferentes contextos contra la realidad, intentando cambiarla. El comercial de la temporada 2005/2006, por ejemplo, presentaba al espectador la historia de un inmigrante latinoamericano recién llegado a España. A través de un monólogo interior en el que el personaje leía una carta que había escrito para sus familiares, se puede ver la cruda realidad de muchísimos extranjeros que viajan en España intentando prosperar, y que se encuentran con un país que les explota y les ningunea. El protagonista del anuncio, sin embargo, tergiversa la verdad en su narración para evitar el sufrimiento de su familia, explicándoles las bondades de su idílica vida en Madrid, donde tiene un trabajo excelente y es seguidor del mejor equipo de España, un equipo que lo gana todo: el Atlético. La escena termina con la frase: “El corazón tiene razones que la razón no entiende”<sup>55</sup>. De nuevo, los creadores del discurso rojiblanco juegan con la idea de la identidad atlética como un sentimiento imposible de explicar. Este matiz es tan sólo el colofón emotivo de una narración

---

socios cada verano. La agencia publicitaria encargada para estos anuncios ha sido siempre la misma: Sra Rushmore.  
<sup>55</sup> “El corazón tiene razones que la razón no entiende”. Spot publicitario lanzado en 2005.

que introduce connotaciones mucho más complejas en la identidad colectiva de los colchoneros. El inmigrante del anuncio podía haber elegido al llegar a España un equipo de fútbol ganador, con el que fuera a tener alegrías, al menos en lo futbolístico. Sin embargo, elige un equipo con el que se siente identificado por su espíritu subalterno. Los aficionados del Atleti, al igual que él, viven sumidos en una realidad que les convierte a ambos en fracasados. Esta realidad les excluye, señalándoles como parias<sup>56</sup>. Esta situación marginal se puede escenificar a través de algunos mecanismos discursivos utilizados por las comunidades predominantes dentro de la sociedad, con objetivos satíricos o jocosos sobre los individuos excluidos por ésta (como es el caso de los inmigrantes). El inmigrante latinoamericano en España suele ser denominado despectivamente como “sudaca”, “machupichu” o “payoponi” en clara referencia a sus orígenes étnicos. Irónicamente, el aficionado del Atlético también suele ser denostado por la mayoría madridista con el calificativo “indio”, un término claramente excluyente que acerca un poco más la situación social de ambos colectivos. El protagonista del anuncio se hace rojiblanco porque acepta su posición subalterna dentro de la sociedad, y en ningún momento intenta cambiarla. El inmigrante podría haber intentado forzar su integración en la sociedad haciéndose seguidor del Real Madrid, pero entiende que todo intento por normalizar su situación en España es en vano. Esto le lleva a ocultar su realidad en la carta, sometiéndose a un determinismo social que le condena al ostracismo.

Otro de los anuncios donde se explota el simbolismo de la figura anti-heroica es en el de la temporada 2013/2014. En la actualidad, España se encuentra inmersa en la crisis económica más grave de su historia con casi seis millones de desempleados<sup>57</sup>. En este delicado momento, el

---

<sup>56</sup> Es importante, de nuevo, señalar la frivolidad que rodea al mundo del fútbol. El fracaso de un inmigrante y el de un seguidor de un equipo de fútbol nunca va a ser similar. Sin embargo, los mecanismos retóricos utilizados por el colectivo mayoritario para descalificarlos, pueden ser sometidos a una comparación.

<sup>57</sup> La cifra aproximada es del 25,8%.

Atlético utiliza la figura del parado para reforzar su identidad colectiva. En el spot, un grupo de hombres que rondan los cincuenta esperan nerviosos en una sala de espera su turno para una entrevista de trabajo. De repente, un nuevo aspirante al puesto (más joven que los anteriores) aparece en la habitación, provocando el desánimo de todos los allí presentes que, uno a uno, van abandonando el lugar, puesto que ya están acostumbrados a ser rechazados por su avanzada edad. Todos menos uno, que se resiste a darse por vencido y mira de forma desafiante al chico, mientras deja entrever en su cinturón un llavero con el escudo del Atleti. El vídeo finaliza con la frase: “El Atleti te hace más fuerte”<sup>58</sup>. La decisión del protagonista adquiere, aparentemente, tintes rebeldes al negarse a aceptar su derrota ante un candidato aparentemente más apto, en este caso por su juventud. En este ejemplo, la identidad atlética aparece como la raíz de la experiencia subalterna. Al contrario que el personaje del inmigrante, el parado no adopta la identidad atlética fruto de una elección razonada y adulta, sino que nace y crece con ella, haciendo surgir en él un espíritu de lucha que el resto de sus rivales por el puesto no tienen al no ser atléticos. En ambos casos queda, pues, patente la alta importancia que el discurso oficial del club atribuye a la idea de subalternidad, y como el sentimiento colchonero está íntimamente ligado con una lucha pírrica ante la negativa del protagonista a aceptar la derrota. Esta pseudo-subalternidad, promovida desde los dirigentes de la institución rojiblanca, no deja de ser un elemento de distracción que, en ningún momento, pretende promover una conciencia crítica en el seguidor colchonero, sino que más bien pretende mantener su sumisión ante el sistema. Pese a su aparente rebeldía inicial, representada a través de su decisión de aguantar hasta el final, el candidato no cuestiona el proceso de selección para el puesto de trabajo al que aspira, sino que acepta las reglas y se resigna a competir, pese a que ya conoce que su destino será, probablemente, el fracaso.

---

<sup>58</sup> “Entrevista”. Spot lanzado en 2013.

La identidad del Atlético de Madrid no sólo se resume a través de su material audiovisual, sino que en esta última etapa el club ha intentado abrirse y ampliar su discurso a través de todas las voces posibles. Treinta años después de la final en Bruselas, Joaquín Sabina, con motivo del centenario del equipo en 2003, compone una canción que resume los valores que la institución pretende difundir entre sus seguidores. La elección de Sabina como creador del nuevo himno no es, ni mucho menos, mero fruto de la casualidad. Mientras que el Real Madrid dos años antes elige para dar voz a la melodía de su cien aniversario a Plácido Domingo (célebre cantante de ópera), el Atlético escoge al cantautor madrileño, poeta urbano que recoge con algunas de sus letras las vivencias de todo tipo de personajes marginales como alcohólicos, drogadictos o prostitutas. En “Motivos de un sentimiento”, el cantante rojiblanco realiza una revisión de los cien años de historia del club, poniendo especial hincapié en la subalternidad de la identidad atlética. En concreto, Sabina centra su atención en el sufrimiento que genera el Atlético de Madrid en sus aficionados, glorificándolo y aportándole un valor positivo:

Para entender lo que pasa,  
hay que haber llorado dentro,  
del Calderón, que es mi casa,  
o del Metropolitano,  
donde lloraba mi abuelo,  
con mi papá de la mano. (Sabina 200)

La asimilación y comprensión de los sentimientos provocados por el equipo en sus aficionados, según Sabina, sólo puede alcanzarse a través del sufrimiento. Esta *dulce tortura*, padecida por los atléticos, en ningún momento es retratada como un componente negativo de la identidad atlética; al contrario, se muestra como una de las mayores virtudes de los colchoneros, capaces de apoyar

lealmente a su equipo a pesar de la derrota. La imagen estereotipada del seguidor atlético como “sufridor” es parte del imaginario colectivo del fútbol español. El autor, en este caso, se sirve de esta imagen para simplificar la subalternidad de lo rojiblanco. El Atlético es una especie de droga para el colchonero, imposible de dejar: “Y la afición a tu lado/ porque es adicta al veneno/ del balón envenenado.” (Sabina 202).

Sabina también utiliza la figura del eterno rival, el Real Madrid, para establecer una oposición que ayuda a aportar nuevos detalles a la identidad atlética. A través de la percepción de los valores negativos que convierten al Otro en diferente, el yo es capaz de comenzar a definirse a sí mismo. Los madridistas, en este caso, son caracterizados como una comunidad exitosa y popular acostumbrada a la victoria y que se pasea triunfante por su “pasarela Cibeles” (Sabina 202). Esta ironía metafórica es usada por el autor para caricaturizar la nueva imagen contemporánea que el equipo blanco está adquiriendo de la mano de su presidente actual, Florentino Pérez. Una imagen glamurosa con una política deportiva basada en fichajes “galácticos”<sup>59</sup> realizados a golpe de talonario. Los atléticos, sin embargo, no comulgan con esta imagen del rival, hecho que les convierte en renegados en la ciudad de Madrid:

Mira si soy colchonero,  
que paso por Concha Espina,  
como pasa un forastero.  
Como los indios okupas,  
que acampan con sus banderas,  
en la, en la ribera del Pupas. (Sabina 201)

En esta breve estrofa, el cantautor rojiblanco introduce dos nuevas figuras anti-heroicas, que

---

<sup>59</sup> Se bautizó con este nombre a los fichajes multimillonarios realizados por Florentino Pérez desde su llegada a la presidencia del club blanco.



refuerzan el tono rebelde que el poeta busca para trazar los rasgos del aficionado atlético. Tanto el indio<sup>60</sup> como el okupa representan arquetipos de personajes románticos que viven en un estado de insatisfacción por la realidad que les rodea, llevando a cabo una búsqueda de la libertad individual en su lucha contra el hastío que les provoca las normas establecidas por la sociedad predominante.

El éxito de la campaña propagandística, realizada desde el palco del Atlético de Madrid, no reside sólo en su efectividad a la hora de lograr la empatía del público, sino en su capacidad para conseguir que el miembro de la comunidad imaginada lo asimile como propio y lo integre como parte de su discurso identitario. Una buena muestra de esta absorción del discurso oficial se puede apreciar en el cuento de Almudena Grandes “Demostración de la existencia de Dios”, publicado en 2005 dentro de su obra *Estaciones de paso*. En esta historia, la autora introduce al lector en la vida de Rafa, un adolescente aficionado al Atleti. El narrador, a través de un monólogo interior, se dirige a Dios minutos antes de que empiece el partido (que su equipo se dispone a jugar con el Real Madrid), ofreciéndole un trato: el chico, que se autodefine como ateo, se convertirá al cristianismo si Dios le concede la victoria a los colchoneros. El partido, sin embargo, se convierte en una sucesión de goles a favor del Real Madrid, que endosa un doloroso 5-0 a su rival. Conforme la narración avanza, se aprecia un cambio en el tono del discurso de Rafa, quien parece más exaltado culpando a la deidad de negar la ayuda a los más desfavorecidos, es decir, a la clase dominada. El resultado del partido, no obstante, es sólo la gota que colma el vaso; pues en seguida se aprecia cómo la frustración del chico viene provocada por un trauma mucho más doloroso: la muerte de su hermano mayor por un cáncer.

La construcción de la identidad del protagonista comienza a través de la adquisición de

---

<sup>60</sup> El término indio, que comenzó teniendo connotaciones negativas ha sido asimilado por la comunidad rojiblanca que ha pasado a autodenominarse con ese calificativo.

una conciencia de clase, basada principalmente en sus orígenes. Rafa ha heredado el discurso de sus padres, unos “progres” que, además, son de procedencia obrera, al ser de Vallecas (Grandes 14). Sus orígenes llevan al adolescente a posicionarse fuera de la comunidad inventada por él mismo<sup>61</sup>, en la que incluye a Dios: “porque yo, desde luego, de los vuestros no soy, ya lo sabes...” (Grandes 14). El personaje, sin embargo, no sólo se distancia de esta identidad colectiva por convicciones morales vinculadas a su ateísmo, sino también por su experiencia como víctima de un destino que, según él, se ensaña con los débiles. Rafa, que aún llora la muerte de su hermano, no entiende por qué las desgracias siempre ocurren a los más débiles. La necesidad de encontrar una respuesta que le ayude a focalizar su rabia le lleva a culpar a Dios, que ayuda a los ricos y poderosos, marginando a las personas más desfavorecidas:

Quiero decirte que te tengo calado, que ya sé quién eres, y con quién vas, porque siempre vas con los mismos, con los ricos, con los militares, con los terroristas que ponen bombas en barrios como Vallecas, con el Barça, y con el Madrid, aunque los madridistas como el Rana no tengan culpa de nada. (Grandes 37)

El protagonista lleva a cabo un proceso de victimización que engloba a todos los individuos de su comunidad. Por el contrario, Dios es parte del colectivo formado por todos aquellos que oprimen y castigan al subalterno. El sujeto, a través de la generalización, dicotomiza la realidad dividiéndola en dos clases: el *yo* y el *otro*. Rafa engloba, en su proyección de la sombra, a todas aquellas figuras representativas que siempre ha considerado como negativas, debido al contexto que le rodea: a Dios (al ser ateo), a los ricos (al tener orígenes de clase obrera), a los militares (al tener padres progres) y al Real Madrid. La subalternidad que impregna el discurso identitario del chico juega un papel esencial en la constitución de ambos grupos. A través de una metáfora

---

<sup>61</sup> Es necesario puntualizar que el protagonista no diferencia a los sujetos por su identidad religiosa, sino dependiendo de si son “favorecidos” o no por un ente superior y todopoderoso.

bíblica, los subalternos son representados por medio del personaje de Caín, una figura con claras connotaciones negativas. Rafa, por otro lado, pone en duda esta famosa parábola del Antiguo Testamento, readaptándola dentro del plano de la postmodernidad: “no cuela, porque a ver por qué Caín tenía que ser malo y Abel bueno” (Grandes 35). El cuestionamiento de la veracidad de la narración mitológica cristiana supone una ruptura del protagonista con la cultura hegemónica, la cual considera manipulada a favor de los poderosos. Caín es un recurso discursivo que sirve para ejemplificar la victimización de Rafa. El protagonista se siente perjudicado por el discurso oficial, que le obliga a portar el papel que encarna los valores negativos dentro de la sociedad tradicional, llevándole a vivir en un estado de marginación. El Atlético de Madrid juega en esta construcción identitaria un papel fundamental para Rafa, quien establece un vínculo entre el destino trágico de su hermano y el de su equipo de fútbol (Sánchez 137). Esta dramática conexión entre ambas víctimas se hace patente en la narración con la última petición del hermano del protagonista en su lecho de muerte: “si me muero, quiero que me enterréis con la bandera del Atleti” (Grandes 33). El Atlético de Madrid también ayuda al personaje principal a deshacerse del victimismo inicial, al ser una figura que representa la otra gran característica que convierte a Rafa en un arquetipo anti-heroico: la resistencia. Pese a la atmósfera derrotista que acompaña a la historia: “pase lo que pase, nosotros ya hemos perdido” (Grandes 19), el antihéroe se resiste a aceptar su destino en un acto de rebeldía, lo que le convierte en el prototipo de personaje subalterno por antonomasia. Su discurso final, que representa un ejemplo de la pasión con la que defiende el romanticismo que envuelve su lucha incansable contra la adversidad, termina con un grito que define íntegramente su identidad: “¡Ah! Y otra cosa. Escúchame bien. Ahora más que nunca. ¡Atleti, Atleti, Atleeti...!” (Grandes 37).

En resumen, el fútbol, como cualquier otro ritual de la victoria y la derrota, genera figuras

heroicas que se convierten en referente para la mayoría. A pesar de esta predisposición para celebrar el éxito del ganador, la figura del perdedor no es en ningún momento omitida por los diferentes discursos que engloban la cultura popular; al contrario, el derrotado aparece de manera recurrente en la narración mitológica moderna. A menudo el fracaso es proyectado sobre aquellos personajes que encarnan los valores opuestos a los predeterminados socialmente. No obstante, esta práctica ha sido cuestionada por aquellos autores que no comparten el orden preestablecido, poniéndolo en jaque a través de la creación de personajes que hacen ver al lector otras formas válidas de existencia. Este sentimiento de rechazo ante la imposición de una cultura hegemónica ha sido compartido por algunas comunidades imaginadas, que han incorporado la figura del antihéroe en la construcción de su identidad colectiva: la conciencia de una experiencia subalterna en estos colectivos les lleva a luchar contra el dominio que la comunidad mayoritaria realiza sobre ellos con el objetivo de cambiar la realidad del sistema en el que viven.

## Conclusión

Esta tesis ha estudiado los mecanismos discursivos utilizados dentro de la construcción de la identidad colectiva en las obras de diferentes escritores españoles y latinoamericanos, que sirven para ilustrar la variedad existente dentro del panorama identitario peninsular. Esta riqueza, visible a través de las diferentes voces recogidas en este proyecto, choca con la falta de diálogo entre éstas; un conflicto que puede ser visto como una metáfora de la España actual. La dualidad presentada entre Javier Marías y Manuel Vázquez Montalbán en el primer capítulo ejemplifica este fenómeno, provocado por el choque entre dos discursos que han evolucionado hasta convertirse en antagónicos. El fútbol sirve, en este caso, como un canalizador de la ira acumulada, al permitir a ambas identidades una confrontación en el terreno de juego, con el que dirimir su rivalidad. De esta manera, el nacionalismo ha convertido el deporte en una lucha simbólica para autoafirmar su existencia. La apropiación del fútbol, sin embargo, es particularmente significativa por la cantidad de símbolos propios que cada club posee: himno, colores, historia, rivalidades, valores... Esta complejidad discursiva convierte a cada club de fútbol en una identidad colectiva independiente y autónoma, que tiene un sentido y razón de ser por sí misma. Pese a esto, la identidad nacional y la futbolística a menudo se yuxtaponen (como podemos ver en los textos de Marías y Montalbán) para formar una única identidad mucho más compleja y rica en matices.

Más allá de esta tensión identitaria evidente y, hasta cierto punto, lógica (teniendo en cuenta la herencia histórica recibida por la sociedad española actual), el análisis de este trabajo ha puesto en relieve los vínculos existentes entre fútbol, historia y literatura, como herramientas utilizadas dentro de la narración mitológica de la comunidad imaginada. Estos tres elementos,

introducidos retóricamente para moldear la identidad colectiva, tienen un punto en común que les convierte en idóneos para esta labor: su carácter narrativo. Salvando las distancias, tanto la literatura, como el fútbol y la historia, tienen la capacidad inherente para contar historias. Estas historias, en el caso del fútbol, se asocian a través de su esencia competitiva con la victoria y la derrota, creando una dicotomía que aparece, también, en la literatura a través de las figuras heroica y anti-heroica.

El escritor de literatura futbolística busca estos patrones de conducta en la figura de los jugadores y por su actitud tanto dentro del campo, como fuera de éste, para encontrar “héroes” y “antihéroes” en el terreno de juego. Este último es un recurso que sirve para demostrar el factor literario escondido tras el fútbol y su estructura narrativa, como también destaca el crítico Julio Peñate Rivero en su artículo “Fútbol y literatura: Juego entre líneas” (108). Esta dualidad entre ambos arquetipos presentes en la narración mitológica de cualquier comunidad imaginada, también es utilizada por el aficionado de fútbol como un mecanismo discursivo que aporta una mayor consistencia a su identidad. Mientras que la figura del héroe, un personaje íntimamente ligado a la épica tradicional, suele aparecer dentro de la retórica de la identidad oficial o mayoritaria; el antihéroe aparece como parte integrante del discurso promovido por los grupos subalternos (o minoritarios) con menor repercusión en la sociedad.

Todos estos ejemplos de mecanismos existentes dentro de la retórica de la literatura futbolística ponen de manifiesto la riqueza alcanzada durante la construcción de la identidad colectiva en el mundo del fútbol. Los escritores escogidos en esta tesis captan perfectamente algunas de las estrategias discursivas del fútbol en su obra. El análisis de estas obras también evidencia el complejo papel que este deporte juega en la construcción discursiva de otras identidades colectivas e individuales. Si bien el fútbol, como deporte, no se basa en estrategias de

construcción de la identidad, sí es cierto que se ha convertido en una herramienta que permite expandir e integrar a un gran número de ideologías e identidades distintas.

“Obras citadas”

- Anderson, Benedict R. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1991. Print.
- Ashton, Timothy J. *Soccer in Spain. Politics, Literature, and Film*. Lanham: Scarecrow, 2013. Impreso.
- Ball, Phil. *Morbo: The Story of Spanish Football*. London: WSC Books Limited, 2011. Impreso.
- Benedetti, Mario. “El césped”. *Cuentos De Fútbol*. Ed. Jorge Valdano. Madrid: Alfaguara, 1998. Impreso.
- Beard, Adrian. *The Language of Sport*. London: Routledge, 1998. Impreso.
- Bourdieu, Pierre. “How Can One Be a Sports Fan?”. *The Culture Studies Reader*. Ed. Simon During. New York, NY: Routledge (1993): 427-40. Impreso.
- Brombert, Victor. *In Praise of Antiheroes: Figures and Themes in Modern European Literature, 1830-1980*. Chicago, IL: U of Chicago, 1999. Impreso.
- Burns, Jimmy. *La Roja How Soccer Conquered Spain and How Spanish Soccer Conquered the World*. New York: Nation, 2012. Impreso.
- Cela, Camilo José. *Once cuentos de futbol*. Don Balón, 1992. Impreso.
- Galeano, Eduardo H. *El fútbol: A sol y sombra*. Santiago: Pehuñ, 1996. Impreso.
- Delibes, Miguel. *Miguel Delibes: el otro fútbol*. Destino, 1982. Impreso.
- Delgado, L. Elena. "The Sound and the Red Fury: the Sticking Points of Spanish Nationalism." *Journal of Spanish Cultural Studies* 11.3-4 (2010): 263-76. Impreso.
- Escribano, J. Luis. “Sobre los consejos de ‘héroe’ y ‘antihéroe’ en la Teoría de la Literatura.” *Revista de la Facultad de Filología* 31-32 (1982): 367-408. Impreso.
- Foucault, Michel. *The Archeology of Knowledge*. London: Routledge, 1989. Impreso.



- González-Ramallal, M. E. “La identidad contada: la información deportiva en torno a la selección española de fútbol”. *Universitas Humanística* 66 (2008): 219-238. Impreso.
- González Calleja, Eduardo. “El Real Madrid, ¿‘Equipo del Regimen’? Fútbol y política durante el Franquismo”. *Esporte e Sociedade* 14 (2010): 1-19. Impreso.
- Grandes, Almudena. “Demostración de la existencia de Dios”. *Estaciones de paso*. Barcelona: Tusquets editores, (2005): 3-16. Impreso.
- Gramsci, Antonio. *Pre-prison Writings*. Ed. Richard Bellamy and Virginia Cox. Cambridge, England: Cambridge UP, 1994. Impreso.
- Hall, Donald. *Subjectivity*. New York, NY: Routledge , 2004. Impreso.
- Hegel, G. W. F. *Phenomenology of Spirit*. Oxford: Clarendon, 1977. Impreso.
- Jung, Carl G. *El hombre y sus símbolos*. Madrid: Aguilar, 1966. Impreso.
- Lacan, Jacques. *Écrits, a Selection*. New York, NY: W. W. Norton & Company, 2002. Impreso.
- Labrador Méndez, Germán. *Letras arrebatadas: Poesía y química en la transición española*. Madrid: Dvenir, 2009. Impreso.
- Lanseros, Carmen. *Un balón envenenado: poesía y fútbol*. Ed. Luis García Montero y Jesús Sánchez García. Madrid: Visor Libros, 2012. 189-90. Impreso.
- Marías, Javier. *Salvajes y sentimentales*. Madrid: Alfaguara, 2010. Impreso.
- . “En el tiempo indeciso”. *Cuentos De Fútbol*. Ed. Jorge Valdano. Madrid: Alfaguara, 1998. Impreso.
- Modonesi, Massimo. *Subalternity: Constructing the Political Subject*. London: Pluto, 2013. Impreso.
- Marx, Karl. *Crítica de da filosofía del derecho de Hegel*. Ed. Beatriz Gercman, Ruth García, and Analía Melgar Buenos Aires: Ediciones Del Signo, 2004. Impreso.

- Kamen, Henry. *Imagining Spain: Historical Myth and National Identity*. New Haven, Connecticut: Yale UP, 2008. Print.
- Pemartín, Julián. *Teoría de la Falange*. Madrid: Editora Nacional, 1942. Impreso.
- Peñate Rivero, Julio. “Fútbol y literatura: Juego entre líneas”. *Versants: Revue Suisse des Littératures Romanes/Rivista Svizzera di Letterature Romanze/Schweizerische Zeitschrift für Romanische Literaturen* 40 (2001): 101-30. Impreso.
- Pidal, Ramón Menéndez. *The Cid and His Spain*. London: F. Cass, 1971. Print.
- Prado, Benjamín. “Iniesta y diez más”. *Un balón envenenado: poesía y fútbol*. Ed. Luis García Montero y Jesús Sánchez García. Madrid: Visor Libros, 2012. 189-90. Impreso.
- Renan, Ernest, and Raoul Girardet. *Qu'est-ce Qu'une Nation?: Et Autres Écrits Politiques*. Paris: Impr. Nationale Éd., 1995. Impreso.
- Sabina, Joaquín. “Motivos de un sentimiento”. *Un balón envenenado: poesía y fútbol*. Ed. Luis García Montero y Jesús Sánchez García. Madrid: Visor Libros, 2012. 189-90. Impreso.
- Sanjurjo, Simón. “La utilización política del cine y el fútbol durante el Franquismo. Kubala en *Los ases buscan la paz*”. *Historia y Comunicación Social* 17 (2012): 67-82. Impreso.
- Sánchez, Yvette. “La literatura de fútbol: ¿Metida en camisa de once varas?”. *Iberoamericana: América Latina-España-Portugal* 7.27 (2007): 131-142. Impreso.
- Satterlee, Thom. *The Global Game*. Lincoln, NE: U of Nebraska P, 2008. Impreso.
- Todorov, Tzvetan. *The Conquest of America: The Question of the Other*. New York: Harper & Row, 1984. Print.
- Unamuno, Miguel De. *El caballero de la triste figura*. Madrid: Espasa-Calpe, 1963. Impreso.
- Urrutia, Federico. *Poemas de la Falange eterna*. Santander: Aldus, 1938. Impreso.
- Vázquez Montalbán, Manuel. *Fútbol: una religión en busca de un Dios*. Madrid: Debate, 2005.

Impreso.

---. *El delantero centro fue asesinado al atardecer*. Barcelona: Planeta, 1990. Impreso.

---. "Izquierdas, poetas, patadas y derechas". Nexos 24.294 (2002): 53-54. Impreso.

Villegas, Juan. *La estructura mítica del héroe en la novela del siglo XX*. Barcelona: Planeta, 1978. Impreso.