

Fútbol en Cuba. Entre el balón y “la pelota” en la comunidad global

Pedro Sergio Urquijo Torres

 <https://orcid.org/000-0001-9626-0322>

Universidad Nacional Autónoma de México

Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental, México

psurquijo@ciga.unam.mx

Miguel Lisbona Guillén, *Fútbol en Cuba. Entre el balón y “la pelota” en la comunidad global*, México, Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe-UNAM/Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur-UNAM, 2021, 298pp. ISBN 978-607-30-4979-5.

Cuba: el fútbol global localizado

En las dos últimas décadas, la afición por el fútbol ha tenido un auge exponencial, consolidándose como el deporte con mayor número de seguidores en el mundo: cerca de 650 millones de personas.¹ Este fenómeno se debe –en buena medida– a la difusión instantánea y masiva de jugadores, equipos, torneos y mercadotecnia, a través del internet y las diferentes plataformas virtuales. De acuerdo con la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), la tecnología digital omnipresente ha generado nuevas generaciones de seguidores que utilizan el internet de forma casi permanente. En los propios términos de la FIFA, “no solo se interesan por los 90 minutos del partido, sino también por lo que rodea el encuentro; no solo quieren ver los torneos más consolidados, sino también competiciones de eSports. Los hábitos de los hinchas evolucionan, como también lo hace la manera en

¹ Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA). www.fifa.com/es



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

que viven el fútbol”.² Las cifras proporcionadas por FIFA son ejemplificativas: 83% de los aficionados a este deporte usan smartphone mientras ven televisión; el consumo de contenidos del Mundial Femenil de Francia 2019 aumentó 460% respecto a la edición anterior de 2015, y el 77% de los telespectadores del Mundial de Rusia 2018 utilizaron un teléfono móvil o una tableta mientras seguían los partidos por televisión. El fútbol es hoy un deporte que se consume vorazmente de forma digital desde cualquier rincón del mundo.

En consecuencia, el proceso de acelerada difusión digital ha generado millones de aficionados en confines territoriales donde hasta hace algunos años el seguimiento al fútbol era impensable. No fue necesario para ello el fortalecimiento de la activación física de la juventud o la promoción de torneos profesionales y semiprofesionales de carácter nacional o regional. Las grandes corporaciones vinculadas directa o colateralmente con el fútbol –la FIFA, las ligas europeas o sudamericanas o las marcas comerciales asociadas–, invirtieron en la promoción global de sus principales competencias transnacionales, en la exaltación de ciertos equipos insignia y en la selección de jugadores carismáticos que, además de fútbol, pudieran vender su imagen.

Más allá del carácter de producto para el consumo global –por encima de la actividad física y la competencia deportiva–, el fútbol del siglo XXI ha impuesto también una emergencia de nuevas adscripciones identitarias transnacionales, vinculadas a clubes que representan pluralidades culturales. Estas nuevas filiaciones identitarias tienen como sustento la empatía con jugadores, patrocinadores, directivos y propietarios procedentes de cualquier lugar del orbe, sin importar la nacionalidad de la liga en la que se compita. En otras palabras, estas identidades han trascendido las escalas nacionales para reconocerse en una esfera planetaria donde lo nacional se vuelve algo secundario. En la actualidad no es de extrañar que existan peñas de aficionados al Manchester City en Hanoi, Vietnam,³ siendo éste un equipo de la Premier League inglesa, conformado por jugadores procedentes de once países diferentes (ninguno vietnamita), cuerpo técnico catalán, propiedad de empresarios

² FIFA. <https://publications.fifa.com/es/vision-report-2021/el-panorama-futbolistico/>

³ <https://www.mancity.com/supporters-clubs>

emiratíes y patrocinado por una marca de ropa deportiva alemana. El fútbol en el nuevo milenio es un deporte-espectáculo, inserto en procesos culturales globales, que fortalecen a su vez complejas identidades transnacionales a través del consumo virtual.

En el caso de América Latina, región continental históricamente futbolera, hacia finales del siglo XX existían lugares en donde el fútbol era una actividad irrelevante. En concreto, en las naciones caribeñas el beisbol, el atletismo, el basquetbol o incluso el cricket eran los deportes prioritarios, con numerosos seguidores de todas las edades, que además funcionaban con notable éxito como instrumentos estatales de cohesión nacional. Actualmente el panorama es distinto y el fútbol se ha arraigado también en el Caribe. Si bien es cierto que la práctica continúa supeditada a estos otros deportes, en cuanto espectáculo de consumo, el fútbol ha encontrado un público notorio y creciente. En países como Trinidad y Tobago o Jamaica existen numerosos espacios públicos para ver y practicar fútbol, y en donde empresarios y gobiernos han invertido su capital. Lo excepcional del fenómeno cultural y social del fútbol en el Caribe surge cuando el foco de atención se dirige a la mayor de las Antillas: la isla de Cuba.

El libro *Fútbol en Cuba. Entre el balón y “la pelota” en la comunidad global*, escrito por Miguel Lisbona Guillén analiza, con una aguda mirada antropológica, el creciente interés por el fútbol en la isla, considerando el papel que esta actividad deportiva y fenómeno de masas ha desempeñado en tiempos recientes. La obra, publicada por el Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe (CIALC) y el Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur – ambas instancias de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)–, está conformada por nueve apartados: una introducción, siete capítulos y la conclusión.

La investigación realizada por Miguel Lisbona discurre en la problematización histórica, social y cultural del fútbol internacional, sus características en el mercado planetario y sus adaptaciones creativas en la escala local cubana. El caso en sí mismo, la mayor de las Antillas representa una acertada elección del autor, toda vez que el fútbol no ha sido ahí una actividad primordial. Este deporte en Cuba ha coexistido a la sombra del beisbol, ampliamente protegido

y promovido por el Estado. El llamado “rey de los deportes” ha funcionado como bastión de propaganda oficial del gobierno emanado de la Revolución cubana. Sin embargo, en el contexto actual, caracterizado por las tensiones generacionales y el uso masivo de internet, el libro *Fútbol en Cuba*, muestra los contrastes entre una población tradicionalista seguidora del beisbol nacional y una sociedad juvenil, nacida desde finales del siglo XX, que encuentra en los equipos de fútbol europeos medios de inserción en la escala planetaria. Esta adscripción hacia un deporte sin referentes locales y sujeto a los medios de consumo digital externos no ha significado necesariamente una ruptura con ciertos valores de la identidad local. Por el contrario, como señala el autor, ha servido como una situación coyuntural para remarcar la posición social de la juventud, sus derechos y necesidades contemporáneas, en una Cuba bloqueada y alejada del glamur del fútbol internacional.

Fútbol en Cuba presenta el fenómeno del balompié como un medio de construcción cultural masificado y abierto al mundo, que adquiere connotaciones específicas y particulares en la realidad local, de por sí histórica y geopolíticamente excepcional. Basándose en propuestas como las de Christian Bromberg (2004), referentes a las tensiones planetarias y las repercusiones regionales en la sociedad iraní y los deportes, Miguel Lisbona traslada el enfoque al caso caribeño. Explicado de forma sintética, el fútbol cubano ha adquirido expresiones inusitadas caracterizadas por individualismos, aspiraciones de ascenso social, consumismos y exposición mediática, tan propias del contexto actual en el mundo capitalizado. No obstante, también enarbola el discurso colectivo de una juventud cubana que reclama apertura. La sociedad cubana nacida en las proximidades del nuevo milenio participa así de las transformaciones de la “aldea global” a través de la afición por un deporte que no posee referentes internos. Para inmiscuirse en ella, el aficionado debe recurrir al internet, lo cual es en sí mismo un acto costoso y con acceso intermitente. De tal manera, ser aficionado en Cuba es una suerte de contracultura.

El libro de Miguel Lisbona desarrolla puntualmente los temas de inserción del deporte-espectáculo a partir de su contextualización. El autor describe analíticamente la “rivalidad” con el beisbol y los valores oficialistas que representa,

el consumo virtual de equipos y ligas de Europa y la poca o nula empatía por el fútbol nacional, sin grandes figuras y sin una liga consolidada. El resultado de ello es hoy una compleja adecuación de los requerimientos transnacionales del fútbol global y toda su parafernalia a las condiciones locales. Como describe el autor, en tiempos recientes, la pequeña pero fundamental apertura del uso del internet en la isla permitió el aumento exponencial de colectivos de aficionados cubanos quienes, a partir de jugadores y equipos de La Liga española, la Premier League inglesa o la Bundesliga alemana se ubicaron y reconocieron como parte de la aldea global multi-situada. Por medio del flujo de turismo internacional, establecieron redes de intercambio de productos asociados al fútbol y fortalecieron sus grupos virtuales de seguidores del deporte en escalas más amplias.

Metodológicamente hablando, el procedimiento empleado por Miguel Lisbona logró sortear los inconvenientes que un estudio de este tipo pudiera afrontar, en donde el problema y las preguntas de investigación se plantearon desde México y se focalizaron en Cuba. El autor realizó una exhaustiva revisión bibliográfica –adecuadamente ponderada– y recurrió a entrevistas con actores clave. Ello incluyó la consulta sistemática de información en redes sociales: crónicas deportivas, discusiones en blogs y publicaciones de *influencers* cubanos. De entre estos últimos destaca Daguito Valdés, quien desde 2017 es un bloguero que ha alcanzado fama internacional a través de su plataforma “Yo hablo de fútbol”. Así, la estrategia emprendida por Miguel Lisbona le permitió resolver la imposibilidad de realizar intercambios constantes de información a través del internet debido, entre otros factores, a los altos costos del servicio en Cuba.

Como conclusión “imposible”, el autor describe el impredecible panorama futuro, donde el Estado ha demostrado la capacidad de sobrevivencia del proyecto revolucionario ante embates políticos y culturales, tanto externos como internos. En materia deportiva, el beisbol, como referente y símbolo de la Revolución, sigue arrumbando cualquier posibilidad de desarrollo del balompié. El fútbol entonces seguirá funcionando como alternativa cultural y de consumo, al margen de las políticas internas. El aficionado cubano joven, desafectado del discurso de Estado, seguirá definiéndose como un consumidor de un deporte-espectáculo de dimensión

global, compartido por personas de todo el orbe a través de las comunicaciones virtuales, pero sin posibilidades de práctica en su país. En palabras del autor, “habrá que considerar qué tipo de Estado se vislumbra en una Cuba donde las nuevas generaciones, con pocas expectativas de futuro en la isla, no parecen observarlo como el que cuenta con las soluciones para los problemas cotidianos. De tal suerte que los cambios drásticos, cualquier posible transformación, se convierten en una utopía” (pp. 261-262).

Referencias

Bromberger, Ch. (2004). Los deportes, un indicador de las tensiones de la sociedad iraní. *EFDeportes.com*, (79). <http://www.efdeportes.com/efd79/iran.htm>